# Musique en ligne

## L'enjeu d'une profession

Le téléchargement de musique sur Internet connait un engouement sans précédent. Il y a désormais une multitude de services légaux disponibles à portée de souris mais l'offre est plus ou moins variée et toujours pas complètement satisfaisante. Ainsi, les majors ne facilitent pas la vie de l'internaute qui se voit dicter son mode de consommation par des verrous numériques. Est-ce vraiment la meilleure solution pour compenser le recul du disque ? par Driss Abdi

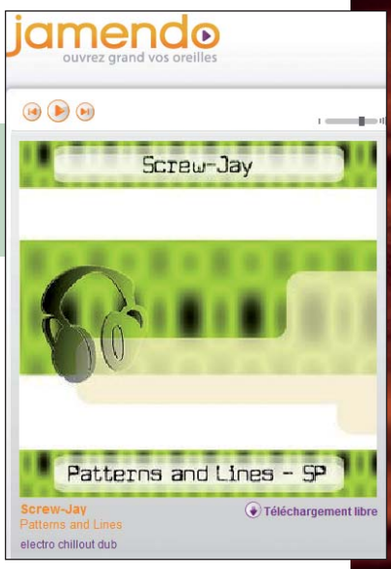
Le marché de la musique enregistrée fait grise mine. D'après GfK, rien qu'en France le chiffre d'affaires des marchés physique et numérique confondus a connu une baisse de pratiquement 10 % au premier trimestre 2008 par rapport à la même période l'an passée. Si le CD audio et le DVD musical sont toujours aussi mal en point avec une baisse de 11,7 % en volume et plus de 13 % en valeur, le marché de la musique numérique est au contraire en pleine forme. Ainsi, comparé au premier trimestre 2007, ce début d'année a vu une hausse de plus de 64 % en volume et près de 115 % en valeur. Avec 19,3 millions d'unités vendues, le marché de la musique numérique dépasse les ventes physiques qui s'élèvent à 18,7 millions d'unités. Reste que le chiffre d'affaires est encore très modeste avec 17,4 millions d'euros contre 251,5 millions pour les supports physiques.

### Les plates-formes se multiplient

Baladeurs numériques, PC, téléphones, la musique est partout et il est plus intéressant de télécharger des morceaux pour ne pas s'embarrasser à convertir ses propres CD en MP3, et ce même si le consommateur est encore soumis à une dime pour ce fameux droit à la copie privée. D'après l'Observatoire de la Cité de la musique, on dénombre près de 500 sites de téléchargement dans le monde. Dans l'Hexagone, les grosses plates-formes bien connues que sont iTunes, Fnacmusic ou encore Virginmega cohabitent avec des structures plus modestes qui font ce qu'elles peuvent pour se faire une place au soleil, à l'image de Deezer ou Jamendo. Mêmes les opérateurs de téléphonie mobile s'y mettent, et plus surprenant encore, les constructeurs de terminaux comme Nokia qui a lancé cette année le Nokia Music Store.

### Une stratégie d'un autre âge

Une fois encore, le téléchargement est plus que jamais au cœur de l'actualité, notamment au regard des performances de vente des supports physiques. Et plutôt que de remettre en cause un modèle économique dépassé ou bien une offre dont la qualité est très loin de faire l'unanimité, les majors pointent encore une fois du doigt le téléchargement illégal qui est accusé de tous les maux. Ainsi, il ne se passe pas un jour sans qu'on entende parler des méfaits du piratage sur Internet et des risques



inhérents. Et ce ne sont pas les pouvoirs publics qui vont changer la donne. Dernière idée de génie en date, confier une mission à l'ancien PDG de la Fnac pour lutter contre le téléchargement illicite et le développement des offres légales. Juge et partie, cette mission a finalement fait l'effet d'un pétard mouillé avec une proposition phare décriée appelée réponse graduée. Celle-ci consiste à envoyer deux avertissements à l'internaute pris en flagrant délit de téléchargement illégal. En cas de récidive, ce dernier se verrait notifier la résiliation de son abonnement et serait ensuite purement et simplement fiché dans une liste noire… Alors qu'il est sans doute aussi un client potentiel.

## Un fort potentiel de croissance

En attendant que le parlement se penche sur ces idées contestées, les plates-formes de téléchargement légales ont pris le taureau par les cornes et peaufiné leur offre pour s'imposer comme une alternative viable au disque. De plus, les résultats parlent d'eux-mêmes, comme le prouve le cas d'iTunes aux États-Unis. En moins de cinq ans d'existence, la plate-forme de téléchargement d'Apple a carrément dépassé Wal-Mart, le numéro un de la vente de musique jusque là. Avec plus de 50 millions de clients, iTunes a vendu plus de quatre milliards de chansons issues d'un catalogue fort de six millions de titres. Le succès d'iTunes s'explique notamment par plusieurs éléments. Outre son étroite synergie avec les baladeurs iPod, iTunes a dû lutter toutes griffes dehors avec les majors initialement réticentes à proposer leurs œuvres à un prix unique de 0,99 dollar ou euro en France. Sans entrer dans le débat des taux de change variables qui sont rarement favorables au consommateur européen, ce fut une véritable révolution et tous les sites concurrents s'empressèrent d'emboiter le pas à Apple. Reste qu'en y regardant de plus près, les prix pratiqués sur les plates-formes de téléchargement restent trop élevés et trop proches de la version CD. Le tout avec une qualité sonore moindre, aucun disque sérigraphié ni même une jaquette si chère aux collectionneurs. Dur à avaler quand on connait les avantages de ce nouveau mode de distribution qui permet de réduire substantiellement les coûts. Au final, il est légitime de se demander si les distributeurs ne se tirent pas une balle dans le pied en cherchant à compenser les pertes liées au piratage, plutôt que d'encourager un nouveau mode de consommation. D'ailleurs, les quelques opérations de promotion pratiquées sur certains albums ou même en VOD (vidéo à la demande) rencontrent un vrai succès, ce qui montre si besoin est l'intérêt de trouver le juste prix pour dépasser une bonne fois pour toute les ventes de CD, à la fois en volume et en valeur. Et pour contrer le plus efficacement possible le piratage par une offre légale qui le rend inintéressant de fait.

## Les catalogues s'étoffent

Le succès d'iTunes ne s'explique pas uniquement par une politique tarifaire innovante et copiée par tous. Apple s'est également efforcé de négocier avec toutes les majors mais aussi les indépendants pour se constituer un catalogue suffisamment riche pour attirer l'internaute avide de musique. C'est un point fondamental quand on sait que si ce dernier ne trouve pas ce qui l'intéresse, il se tournera immédiatement vers les logiciels peer to peer qui donnent accès aux bibliothèques de millions d'utilisateurs. Actuellement, même si les catalogues s'étoffent de jour en jour, on est encore loin de tout trouver sur une seule plate-forme. Si télécharger le dernier single à la mode ou encore les albums des grandes vedettes de la musique ne posera aucun problème, les amateurs

## Des entraves à la consommation

Télécharger légalement et facilement de la musique à un tarif compétitif est en soi une très bonne chose. Néanmoins, à y regarder de plus près, le système a plutôt tendance à mettre des bâtons dans les roues de l'honnête internaute amateur de musique. En effet pour lutter contre le piratage, les chansons téléchargées sont protégées par les DRM (Digital Rights Management - gestion des droits numériques) comme c'est le cas également pour les vidéos. Les DRM autorisent ou non l'accès à un fichier et permettent la diffusion de contenus audio et vidéo au format numérique. Le but est de protéger les droits d'auteur en limitant ou en bloquant carrément la copie. Alors que le MP3 est extrêmement souple, une chanson protégée demande quelques efforts de la part du consommateur. En effet, il faut obligatoirement disposer d'un lecteur qui gère les DRM sous Windows ou Mac OS à l'instar de Media Player de Windows ou encore d'iTunes. Dans ce cas, les utilisateurs de systèmes d'exploitation alternatifs comme Linux auront toutes les peines du monde pour profiter de leurs achats. Gare aux déceptions avec le succès des Netbooks à 300 euros. Par ailleurs, les DRM montrent également leurs limites pour un usage nomade car tous les baladeurs vendus actuellement dans le commerce ne sont pas forcément compatibles. Pis encore, les constructeurs ajoutent leur grain de sel avec des baladeurs souvent en mesure de reconnaitre un seul type de fichier protégé par DRM. Enfin, les téléphones mobiles qui remplacent peu à peu les baladeurs dédiés sont rarement compatibles. Au final, le consommateur honnête risque d'avoir toutes les peines du monde pour profiter de ses achats, un comble pour une industrie qui cherche à sortir la tête de l'eau.

d'artistes à la renommée plus modeste ou moins médiatisés risquent donc de rester sur leur faim. Ceci dit le problème existe tout autant, si ce n'est pire dans la distribution physique…

## À consommer avec modération

Une fois un CD acheté, le consommateur peut l'écouter comme bon lui semble à la maison, en voiture ou chez des amis. Si on aurait pu s'attendre à un usage similaire pour la musique téléchargée légalement, dans la pratique on est très loin du compte. En fait, ce sont les ayants droits qui décident d'où et comment on pourra écouter les chansons achetées avec là encore, l'aide de ces précieux DRM. Une fois le morceau acheté, le fichier correspondant peut rester sur l'ordinateur sans limite de temps, ou bien être copié sur un nombre limité d'ordinateurs. Les chansons peuvent également être gravées sur un CD mais le nombre de gravures est limité, généralement jusqu'à sept fois sur la plupart des services. Enfin, comme on l'a vu plus haut, le transfert vers un baladeur numérique est autorisé si tant est que celui-ci soit compatible avec les DRM et en mesure de lire le format du fichier téléchargé. Ainsi par exemple, il est impossible de lire un fichier WMA protégé qui a été téléchargé sur Fnacmusic ou Virginmega avec un baladeur iPod. Difficile dans ces conditions de changer d'appareil au risque de ne plus pouvoir profiter de sa bibliothèque musicale… Les utilisateurs les plus avertis auront alors recours à une astuce qui consiste à graver un CD avec les fichiers téléchargés, puis d'extraire à nouveau les chansons dans un format reconnu par son baladeur, en général le MP3. Reste que pour un produit grand public, on est très loin du confort et de la simplicité du CD qu'il suffit d'insérer dans le lecteur. Pour finir, même si le baladeur sait gérer les DRM, les transferts sont là encore limités à l'image du nombre de gravures. On ne peut donc pas copier les chansons au-delà du nombre de fois autorisé par les DRM. Exit les mix que l'on copie à loisir sur le baladeur selon l'humeur du moment.

## Pour plus de souplesse

Il est important de favoriser le téléchargement légal pour rémunérer les auteurs et les ayants droits, mais les DRM posent un problème de taille. Une des propositions de la loi DADVSI (droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information) adoptée le 30 juin 2006 devait à l'origine mettre un terme aux DRM, notamment pour favoriser la concurrence entre les constructeurs de baladeurs. Malheureusement, l'idée ne fut pas retenue au même titre que la licence globale. De là à dire que le lobbying des majors a porté ses fruits, il n'y a qu'un pas. Heureusement, les services de musique en ligne qui ont pris en compte les critiques des utilisateurs négocient de nouveaux accords avec les labels. Ainsi, une sélection de chansons est dès à présent disponible à l'achat directement en MP3 pour passer outre toutes les limitations liées aux DRM. C'est

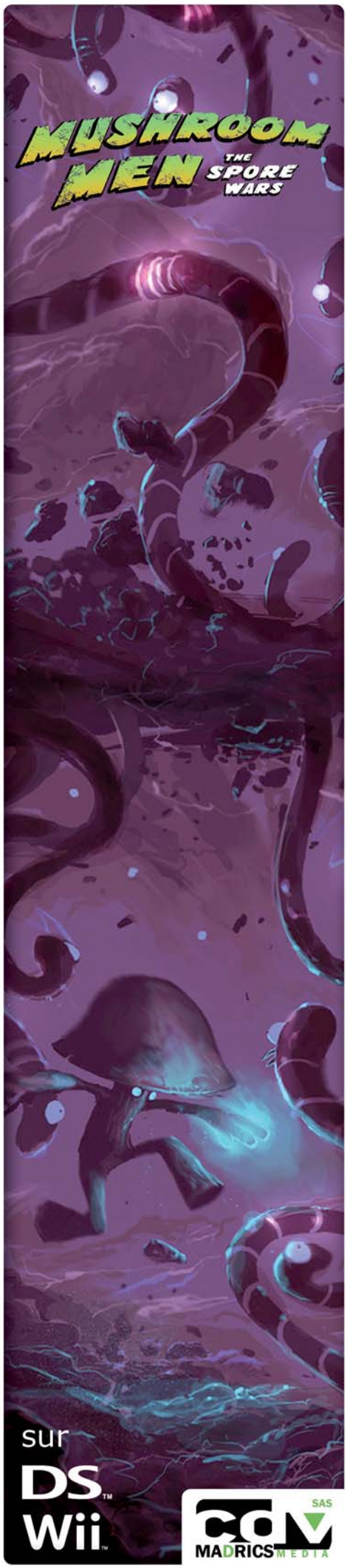
notamment le cas chez la Fnac qui dispose d'ores et déjà de 500 000 titres à télécharger à partir de 0,99 euro, mais aussi chez Virginmega. De plus, la qualité est à l'avenant comme par exemple le dernier album de la diva Nathalie Dessaye en 320 Kb/s. iTunes n'est pas en reste avec quelques deux millions de titres sans DRM issus notamment de labels indépendants, d'artistes autoproduits mais aussi du catalogue de EMI qui fut la première major à se lancer dans l'aventure de la musique payante sans DRM.

## Les FAI arrivent

Malgré son abandon dans la DADVSI, la licence globale refait surface au travers des offres FAI (fournisseurs d'accès Internet). Alice et Neuf proposent tous les deux un service inclus dans leurs offres d'accès à Internet qui permet de télécharger de la musique en illimité. Pendant toute la durée de l'abonnement, plus de 150 000 titres sont accessibles légalement que l'on peut écouter sur son PC ou sur son baladeur. Là encore, les DRM sont de la partie pour limiter les transferts sur trois ordinateurs et trois baladeurs. À noter que l'offre d'Alice se démarque en donnant un accès illimité à tout son catalogue, tandis que Neuf Music contraint l'abonné à choisir un genre musical en particulier, à moins de débourser cinq euros supplémentaires par mois. Dans tous les cas, la bibliothèque de l'abonné sera perdue en cas de résiliation. Pour sa part, Free a noué un partenariat avec Deezer qui est un site innovant basé sur un concept simple. Il s'agit de proposer gratuitement et légalement de la musique tout en rémunérant les artistes et les ayants droits au travers du partage des revenus publicitaires. Deezer rencontre un véritable succès au point même que les majors lui ouvrent enfin leurs catalogues, à l'image de Sony BMG et plus récemment Universal Music. Enfin, certaines rumeurs laissent entendre que Steve Jobs, le patron d'Apple, serait en discussion avec certaines majors pour proposer de la musique en illimité sur iTunes en contrepartie d'une part sur les ventes de baladeurs de la marque. Une nouvelle révolution en perspective.

## L'avenir de la filière

Le téléchargement légal de musique sur Internet est promis à un bel avenir, d'autant que les internautes se détourneront du piratage si les conditions nécessaires sont réunies. Si l'offre est de qualité et à un prix décent, il n'y a plus de raison d'être hors la loi. Certes les plates-formes ont encore des lacunes mais il faut bien reconnaître que de nets progrès ont été réalisés ces dernières années et que les choses continuent à bouger. Plus que le législateur qui semble une fois de plus complètement à côté de la plaque, ce sont avant tous les majors qui doivent prendre conscience que le marché à changé. Plutôt que de lutter vainement à coup de procès, elles doivent embrasser la technologie et s'adapter aux nouveaux modes de distribution. À ce petit jeu, les pirates ont prouvé qu'ils avaient toujours une longueur d'avance et jamais une quelconque protection les a empêchés d'agir. La seule manière de contrer le piratage et de survivre en tant qu'éditeur de musique à cette mutation, c'est de proposer une offre commerciale intelligente. Sinon, le métier d'éditeur risque de disparaître purement et simplement car les musiciens iront sans doute vendre eux-mêmes leur musique sur Internet.

## À chaque baladeur son format

Tout comme les vidéos, les chansons vendues sur Internet sont compressées en utilisant un codec (format de compression/décompression). En gros, il s'agit d'un algorithme qui permet de compresser la musique sans perte significative de qualité. Le fichier alors obtenu est de taille réduite (environ 5 Mo) et peut être téléchargé rapidement. Quel format choisir ? En fait, les codecs sont équivalents et le choix se fera avant tout en fonction du baladeur. La plupart des plates-formes proposent des fichiers encodés au format audio WMA avec un débit de 192 Kb/s qui garantit une bonne qualité sonore. À noter qu'auparavant, l'encodage était de bien moindre qualité avec généralement 128 Kb/s voire moins. Sur PC, la lecture s'effectue avec Windows Media Player disponible gratuitement sur Internet et livré avec Windows. Le lecteur de Microsoft permet non seulement d'écouter les chansons, mais également de les graver sans passer par un logiciel tiers. Par ailleurs, on accède également aux informations de DRM en cliquant sur un titre avec le bouton droit de la souris et en choisissant les propriétés. Dès lors, il est possible de connaître immédiatement le nombre de gravures et de synchronisations possibles. Toutefois, le WMA n'est pas le seul codec employé. Ainsi, iTunes par exemple utilise son propre format et propose des chansons encodées en AAC avec le DRM Fairplay. Celles-ci ne pourront être lues que par le lecteur intégré dans iTunes ou avec le lecteur Quicktime tous deux disponibles gratuitement sur Internet. iTunes peut convertir automatiquement les fichiers WMA non protégés en AAC et gérer tous les morceaux stockés sur un disque dur. Du côté des baladeurs, la plupart sont compatibles avec le WMA DRM tandis que l'AAC DRM reste l'apanage des iPod. Ce verrouillage n'est pas sans conséquence, comme l'a montré Sony avec sa plate-forme Connect qui a disparu l'an dernier. La fin du service s'est accompagnée par la mort du jeune format propriétaire ATRAC3. Les malheureux consommateurs qui se sont aventurés à acheter des chansons sur Sony Connect en sont aujourd'hui pour leurs frais, d'autant que même les baladeurs récents de la marque ne sont plus compatibles !