

Quand on compare les chiffres français et les chiffres anglais...

Ventes UK de la semaine : 95 000 (Rihanna) Alb 100 000 (Susan Boyle) / 305 000 pour Take That en 2 jours. Ventes FR : 15 000 dig / 4000 phys - Alb : 24 000 Pagny). Pourquoi de telles différences selon vous? Et pourquoi sépare-t-on encore les ventes digitales des physiques en France ?

Pour commencer, les charts seront confondus dès la semaine prochaine.

Concernant le niveau de consommation musicale des anglais, vous auriez pu me poser la même question il y a dix ans et la réponse aurait été la même. Historiquement, les anglais ont toujours acheté beaucoup beaucoup plus de musique que les français. Historiquement, c'était à peu près deux disques et demi par français par an alors que c'était six ou sept disques pour les anglais. C'est à dire que posséder de la musique est culturellement quelque chose de fondamental. Quand on parle de Gallimard en France, un Anglais parle d'EMI. Donc voilà, il y a une vraie culture musicale, une folie musicale chez les anglais en termes d'achat qui n'existe pas en France. Alors vous parlez de Take That parce c'est d'actualité mais jamais en France un album ne fera 400, 500 ou 800 000 la semaine de sa sortie. Ça n'existe juste pas. Les Anglais ont une relation à la musique totalement différente.

Alors évidemment après il y a des débats mais pourquoi ? Ça n'est en tout les cas pas qu'on a loupé quelque chose puisque c'était le cas dans les années 60, dans les années 70 et ainsi de suite. Alors j'ai souvent abordé le sujet en demandant pourquoi. Certaines personnes ont une analyse assez bizarre qui est en fait de dire que le 45 tours dans les années 60 c'était un support surpopulaire en Angleterre tandis qu'en France c'était un support acheté par les classes moyennes. Alors j'en rajoute un peu et je n'aime pas ces termes mais la musique, c'était vraiment un truc de prolo en Angleterre, en France, ceux qui achetaient un 45 tour étaient dans la classe moyenne.

L'autre argument étrange consiste à dire qu'en France, nous avons toujours eu besoin pour développer des carrières d'artistes d'avoir des textes alors qu'en Angleterre un "love me yeah yeah yeah" on s'en fout complètement pourvu que ça bouge. C'est à dire que la mélodie est plus importante.

Alors c'est très bizarre, je ne sais pas si c'est la bonne analyse, mais enfin c'est au moins une analyse et ce qui est rigolo en plus, c'est que ce n'est pas du tout une analyse française, c'est une discussion avec un certain nombre de potes.

Alors maintenant, si vous regardez le pourcentage de numériques par rapport au physique, excusez moi mais nous sommes sur le même clou. Donc en fait, c'est le cas en France avec plus de 90% de la vente de titres sont effectuées en numérique et on est à peu près à dix pour cent sur le disque.

Sachant qu'aujourd'hui il faut vendre 70 singles physiques pour être présent sur le top 20 des ventes. Nous sommes sur un marché quasiment inexistant.

Ouais, enfin quand vous pouvez faire des 7000 8000 quand vous êtes en haut.

Mais là donc clairement, on est parallèles à l'Angleterre et le pourcentage d'albums numérique par rapport aux albums physiques c'est la même chose par rapport à la France.

Donc en fait, la proportion est la même. Ce dont vous me parlez c'est la taille du gâteau. Mais le gâteau anglais historiquement a toujours été beaucoup beaucoup plus gros que le gâteau français et ce depuis les années soixante.

Finalement, la raison principale de cette différence est que la population bénéficie d'une réelle culture musicale

Non mais c'est qu'il y a une passion. Je vais dire un truc affreux, je pense qu'il y a la même passion des anglais pour la musique que la passion pour la bouffe des français.

Parce que c'est ancré dans l'éducation depuis tout jeune. C'est donc bien une question de culture?

Non, c'est juste une question d'affiliation. Ca fait quand même 50/60 ans qu'ils sont là dedans.

Oui enfin tout de même, ils chantent en famille, ils chantent en chorale, les orchestres symphoniques sont beaucoup plus accessible...

Ouais ouais ouais. Il y a sûrement plus d'endroits où les petits groupes peuvent jouer. En plus, il y a un autre phénomène marrant si on compare les français des anglais, c'est qu'ils ont une culture du groupe. Si vous me citez les 10 plus gros artistes anglais de l'histoire, vous verrez qu'il y en a six ou sept qui sont des groupes. Queen, les Beatles, les Rolling Stones... En France, si vous me citez les dix plus grands artistes français, bon, on va être sympa et citer Téléphone parce qu'ils sont chez nous en édition mais bon, ou Noir Desir, mais enfin bon fondamentalement, Brel, Brassens, ils tous seuls hein. On est pas du tout dans la même culture. C'est assez marrant quoi!

Il y a aussi en France une histoire de "bonne conscience". En France on ne pourra jamais voir un groupe comme Take That où les gens pourront dire objectivement c'est pas mauvais. C'est pas le boyband des années 90 avec des prod super cheap qui collaient à l'air du temps, aujourd'hui, ils bossent avec des producteurs, tel Stewart Price qui est juste le mec qui a produit les récents albums de Madonna, The Killers, Scissor Sisters et Kylie Minogue des trucs pop mais quali.

Oui, mais il y a eu un courant boybands en France, avec les 2be3 (Loïc: mais n'ont pas vécu un retour à la Take That), Alliage, Gsquad...C'est quelque chose qui a cartonné. 2be3, ils ont fait plus d'1 million d'album et un jour, il y a un certain nombre de radios qui ont décidé que c'était fini, que c'était pas possible, que c'était une honte.

Bon, voilà! La différence en Angleterre c'est qu'il n'y a pas de medias qui ont décidé que c'était fini, que c'était une honte et donc, qu'est ce qui c'est passé, le phénomène boybands a continué, d'autres boybands se sont développés et puis voilà! Et donc, il n'y a pas de honte à

dire qu'on aime les boybands et donc moi, la dernière fois que je suis allé voir Take That, qui sont chez nous, en concert, on est restés un quart d'heure, et donc dans la salle, il n'y avait que des filles, normal et il y avait la mère et sa fille.

Alors ce qui était drôle, c'est que les deux hurlaient mais elles ne hurlaient pas sur le même, ce qui est plutôt bien. Ça évitait de créer des problèmes dans la famille et ça hurlait, et les mecs ils dansent ils chantent...et c'est une légende là-bas. Ils ont vendu un million de ticket en une demi-journée si ma mémoire est bonne.

Donc c'est amusant mais là, ce dont on parle, c'est le média. C'est à dire que tout à coup en Angleterre vous avez les médias qui disent: "ben écoutez, si ça fait plaisir aux gens, on va les diffuser et puis voilà" et vous avez la situation inverse en France où les médias disent "ben non, les boybands c'est pas pour nous et puis toc ça s'arrête". Mais je suis convaincu qu'il y a toujours partout dans le monde des jeunes filles qui ont envie d'avoir un poster avec 3,4 ou 5 jolis garçons sur leur mur. Ben voilà, que voulez-vous que je vous dise.

Mais ça montre la relation aux médias. Avec cette idée que c'est nous qui décidons de tout ce qui passe à la radio ou la télé ben c'est plus compliqué que ça. J'espère que dans mon livre c'est ce que je prouve.

Je me permets de revenir au sens de ma question. Il y a tout de même pour moi une grande histoire culturelle qui intervient dans le constat des différences entre le marché anglais et le marché français. En Angleterre, que vous l'admettiez ou non, il y a une réelle culture musicale dans les familles et dans l'éducation. Comment l'industrie pourrait-elle participer à l'amélioration du système de l'éducation musicale en France puisque ces écoles représentent finalement un vivier de futurs artistes pour des industriels comme vous?

Là, c'est un long combat et pourquoi c'est un long combat ? Et bien parce qu'en France, le culturel, (ça veut dire le respectable) c'est évidemment la plupart du temps le livre et la France est un pays d'écrivains. Ensuite, c'est le film. Parce qu'historiquement la France, à juste titre d'ailleurs, depuis le Front Populaire, a mis en place des systèmes d'aide au cinéma pour que le cinéma français existe. Dans la musique, le culturel, c'est la musique classique. Et donc, je me rappelle de mes cours en cinquième ou sixième et on nous faisait écouter les grands titres classiques, ce qui est très bien d'ailleurs. Mais voilà, en Angleterre, les Beatles font partie du patrimoine, c'est aussi important que pour nous Victor Hugo. Mais alors là mon pauvre, pour changer les mentalités, y a du boulot.

Mais quelqu'un comme vous avez quand même les moyens de mettre un peu de pression sur l'initiation de projets permettant une amélioration?

Un peu de pression? Avez-vous lu la Une des Echos aujourd'hui? Et bien elle dit que les chefs d'entreprise et les hauts fonctionnaires adorent l'opéra. Ils font partis de l'association des amis de l'opéra de Paris. Attention, je trouve formidable et ils ont raison d'aimer l'opéra parce que franchement l'opéra c'est exceptionnel.

Donc la musique populaire est la plupart du temps considérée comme une musique vulgaire et ce que j'explique dans mon livre c'est : "quelle erreur" !

Alors on peut dire avec notre petit niveau "faites des efforts"...mais alors là.

Petit niveau, petit niveau...

Eh bien oui petit niveau. J'explique dans mon livre que notre poids économique est faible. Donc si vous voulez, on peut en parler, on en parle d'ailleurs mais c'est super compliqué. Vous savez ce que ça représente de refaire les programmes ?

On parle tout de même d'une génération qui n'a jamais acheté de musique qui n'en achèteront probablement jamais.

Vous savez, il ne faut jamais dire jamais. Il ne faut jamais dire fontaine je ne boirai pas de ton eau, on sait jamais ce qui va arriver un matin. Si je puis me permettre, c'est amusant parce nous parlions de boybands juste avant, il y a un an ou un an et demi, on a vendu 500 000 albums de Tokyo Hotel. Pensez-vous réellement que ce sont des femmes de plus de soixante dix ans qui l'ont acheté ?

Donc vous voyez, les affirmations du genre "ils n'ont jamais acheté de musique" je m'en méfie. Mais bon en même temps, si vous voulez faire une analyse plus fine, c'est que c'est plutôt les garçons qui n'achètent pas et les filles, elles, ont un sens de la responsabilité donc elles achètent. C'est drôle. C'est comme Jena Lee. Il y a quand même pleins d'artistes, on va être clair, qui s'adressent aux ados. Justin Bieber, excusez-moi mais...donc voilà. Et ce sont plutôt les filles qui achètent. Elles sont beaucoup plus protectrices et responsables.

Nous travaillons sur les notions de monétisation, nous avons la chance de pouvoir être une forme de laboratoire, notamment sur la notion du Pay What You Want, sur les stratégies de Direct To Fan, est-ce des choses qui pourraient être mise en place dans une structure comme la votre? Ou est-ce encore des choses qu'on essaye chacun dans son coin pour essayer autre chose.

Le problème, c'est que le Pay What You Want on a vu un certain nombre de personnes qui on testé ça.

Oui, on pense à Radiohead par exemple...

Oui, a priori ça donne pas envie. Moi, j'ai comme qui dirait une vision un peu plus brutale du secteur, c'est grosso modo de dire "il va y avoir un modèle qui duplique en fait aujourd'hui le modèle physique" qui est en fait le "à la carte", j'achète un ticket de téléchargement. Moi je pense que la "vraie" révolution de la distribution numérique c'est l'abonnement. Donc voilà, à partir de ce moment là, le Pay What You Want n'a même plus de sens parce qu'en fait c'est, "paie un accès à tout ce que tu veux". C'est plus "tu paies pour telle création, tu paies pour avoir accès à toutes les créations et prends ce que tu veux". Ca c'est le premier point, et le

deuxième point qui est intéressant pour moi avec l'abonnement et en particulier avec tout ce qui en train de développer Spotify, c'est échange des playlists et donc c'est le partage, qui était la deuxième idée. C'est à dire que la musique c'est l'écouter et la partager. Bah, ce qui est génial c'est que ce modèle là permet ce que tu veux, de télécharger ce que tu veux et de partager. Et ça, c'est passionnant. Alors après ce qui est passionnant c'est comment on va se positionner là-dessus. C'est à dire à l'intérieur, comment on va faire connaître la musique parce que aujourd'hui notre métier, il consiste à vendre des disques, à vendre des téléchargements. Demain, ça va être que ce soit écouté.

Donc, il va falloir qu'on amène les gens à écouter. Ca n'est même plus à acheter, c'est à écouter. Bon, donc, quels vont être les nouveaux moyens de ? Les nouveaux moyens promo et marketing pour faire découvrir aux personnes, aux abonnés de ces services-là de nouveaux titres, de nouveaux morceaux et de les faire écouter. Ca va être assez marrant. Là dessus, il va falloir qu'on réfléchisse, qu'on change. Quels vont être les prescripteurs sur les playlists, certes vos potes mais à la manière des blogueurs il y aura sûrement les playlisters...mais ouais ! Et comment nous on se positionne là-dessus. C'est à dire "comment allons-nous vous faire découvrir nos titres ?" Ca va être très passionnant.

Et là, on va avoir une nouvelle évolution ou révolution dans la manière de travailler...

Au-delà de la découverte, comment allez-vous monétiser mis à part l'abonnement?

Alors il y aura l'abonnement. Après, quand je dis ça, on me traite d'homme préhistorique et j'assume, je ne pense pas que le support va disparaître comme ça. Je pense qu'il y a un plaisir de la collection. Il y a un attachement à la représentation, à un produit physique, à un contact physique avec un artiste. Il y a le plaisir du collectionneur, il y a le plaisir d'avoir le tirage limité hum voilà, et ça, ça continuera.

Mais ça, ça concerne une partie très réduite de la consommation?

Pas si réduite que ça. N'oubliez pas qu'un disque sur deux acheté est un cadeau. Donc voyez pfff....c'est plus compliqué que ça. Par exemple, je sais que vous aimez Zazie, ben pour Noël je vais vous acheter le pack, un joli truc Zazie plutôt qu'un truc tout simple de Zazie. Donc attention, je continue à penser moi que le produit physique va continuer à exister. Et après, il y a un autre truc, c'est la qualité du son qui est aussi un argument pour que le physique dure.

Ca malheureusement, il y a toute une population qui se contente d'écouter des titres sur les enceintes d'ordinateurs...

C'est la conclusion, c'est à dire que des mauvais fichiers, dans des conditions déplorables.

Mais comment fait-on pour changer le fait que les gens se contentent de ça?

Alors là aussi, vous êtes trop petits, parce que moi j'ai connu l'inverse. J'ai connu le mange-disque, enfin le tourne disque c'était une boîte à savon avec un haut parleur qui faisait crch crhcch bon, et puis un jour est arrivé la stéréo. Tout le monde n'a pas été équipé en stéréo en 24h. Et puis alors j'espère, quand je commence à voir dans la rue, les gens se mettent à avoir des casques. Alors si ils mettent des casques pour écouter des trucs pas bien c'est un peu con mais alors j'espère qu'à un moment donné ça va revenir. C'est à dire que de la même manière que moi j'ai fait partie d'une génération où la stéréo c'était vital, c'est à dire que t'étais un naze si t'avais pas une stéréo ben à un moment donné tu seras un naze si tu écoutes pas le bon son qui va bien. Et ça ben c'est comment ça évolue, mais c'est naturel. Mais de toute manière sur l'abonnement, je pense qu'il y a une masse critique. Moi, j'ai connu le démarrage de Canal+ : vous alliez chez quelqu'un et c'était pas mal, une fois, deux fois et bon la troisième fois c'est pas mal quand même bon ben je le prends l'abonnement quand même. Bon eh bien ce qui se passe avec Deezer et Spotify, c'est: "Ho qu'est ce que c'est, c'est vachement bien le truc, bon ben j'le prends."

Vous voyez ce que je veux dire c'est que voilà, pour l'instant, ce qui me rassure c'est que pour l'instant, il y a un certain nombre de gens qui recommencent à penser à "son". On le voit dans la rue, les casques ! Ils commencent à nouveau à penser "son". Donc peut-être que ça veut dire qu'on est au démarrage d'un nouveau truc.

Et les Spotify, Deezer, ça pose un certains nombre de problèmes pour la rémunération des artistes?

Non

Il faut quelque chose comme 4 550 000 écoutes pour atteindre le revenu qu'on atteignait en 1 an de ventes de Cds en direct. On peut donc en conclure que le streaming ne rémunère pas encore les artistes?

Alors attendez, c'est intéressant. Il y a deux types de streaming. Il y a le streaming payé par la pub sur lequel j'ai toujours dit moi que c'était pas un modèle....

Oui enfin c'est quand même un peu ce qui se passe avec Spotify...

Non non, Spotify c'est essentiellement de l'abonnement, c'est à dire que moi je crois au modèle Tu sais que le premier site de streaming dans le monde c'est nous, c'est français, c'est Deezer. Spotify est arrivé un peu après. Quand le truc a été lancé en France, j'étais le premier à dire: "il n'y a pas de business model". Alors on m'a encore traité d'homme préhistorique et là dessus je dit pourquoi ? Au maximum, le site, et c'est pas moi qui le dis, c'est le président d'Havas qui l'a dit au dernier MIDEM à Cannes: "si ce site là fait 20 à 30 millions d'euros de pub, c'est génial". Si on prend la moitié de ça pour les ayants droits, ça fait 15 millions et si vous pensez que 15 millions ça va financer les productions, ça ne le financera jamais.

Je pense qu'il faut que le gratuit existe mais il faut qu'il soit encadré. Ca c'est mon premier

point. Deuxième point en revanche, le modèle payant, pour lequel il y a des abonnements, là à ce moment là, le prix du streaming remonte et là on a un vrai modèle. Et là, nous pouvons rémunérer de manière satisfaisante les artistes.

Je vais vous donner un seul chiffre : en Suède, Spotify représente 5 fois le chiffre d'affaires d'itunes. Et on pense que si la progression des abonnements continue telle qu'elle est, on pense que fin d'année prochaine, le chiffre d'affaire de Spotify sera supérieur au chiffre d'affaires physique. Actuellement, c'est à peu près 10% de la population qui a un abonnement.

C'est énorme!

Ben oui, en effet, s'il y a 6.5 millions de personnes par mois qui se mettent payer xxx euros, on commence à respirer.

Je pense qu'à un moment c'est pas un contenu, c'est payer l'accès à tout le contenu. Alors maintenant, ce qui est bien dans cette plateforme là, c'est que si y a eu qu'une écoute, on sait qu'il n'y a eu qu'une écoute. Et ça pour moi, c'est quelque chose de très important c'est pour ça que je me suis prononcé assez violemment contre la licence globale.

Et pourquoi je me suis prononcée contre? Eh bien il y a deux raisons. Alors là, en tant que citoyen, je vois pas pourquoi on me taxerait si j'écoute pas de musique. Dans l'autre cas, je paye un abonnement, je veux garder la musique alors tant mieux, je paye. En clair, je vais vous dire un truc bizarre, ca m'emmerde de payer ma redevance audiovisuelle pour financer France Télévision parce que je dis mais pourquoi ? En revanche, je suis ravi de payer mon abonnement Canal+ parce que c'est volontaire. Dans l'autre cas on me dit "ben voilà tu payes". Et moi qui regarde France télévision une fois tous les trente six du mois. Heu, deuxièmement, le problème de la licence globale c'est que vous êtes dans une logique où à l'arrivée, ça reste du sondage. Donc ça favorise qui? Les gros. Alors vous allez me dire, vous êtes complètement crétin, vous êtes la plus grosse maison de disque avec les plus gros artistes, vous pourriez en profiter.

Oui, simplement non. Parce qu'on est le premier producteur de musique classique dans le monde, premier producteur de jazz dans le monde, on est le plus gros producteur de nouveaux artistes dans le monde. On est la maison de disque, et en France et à l'internationale qui signons le plus de nouveaux artistes. Et que Renan Luce, les six premiers mois, il en avait vendu 10 000 albums. Et nous, savoir qu'il en avait vendu 10 000 on se dit ben tiens, il commence à se passer quelque chose. Si vous avez des sondages dans lequel le gars il apparaît pas, ben dans ce cas vous dites "ben ça marche pas, au revoir et à bientôt".

Vous avez peur d'une certaine perte de contrôle donc?

C'est pas la perte de contrôle, c'est le fait que tout d'un coup, c'est un modèle qui aide les plus gros, qui n'aide pas les plus petits. Or je pense que c'est dans les plus petits qu'il y a les plus gros de demain. Ou, il y a des genres musicaux que l'on revendique. Je suis très fier d'avoir ECM en distribution chez nous et il y a pleins de disques qu'on vend à 300 exemplaires et j'en suis très fier parce que ça fait parti de mon travail éditorial, c'est à dire de position par rapport

à la création, à la culture et la culture c'est la diversité. Et je trouve ça très bien qu'on ait des joueurs de luth Afghans qui en vendront 300. Mais c'est très bien que ça existe. Et ces 300, dans le nombre de milliards d'écoutes, eh bien le joueur Afghans va disparaître. Et s'il ne rapporte plus rien eh bien on lui dit au revoir.

Vous pensez donc que la licence globale ferait du tort à la diversité?

C'est pour ça que je suis farouchement opposé à la licence globale.

Et par sondage vous voulez dire quoi?

Ben c'est pas compliqué, vous allez vers les gens en leur demandant, "vous avez téléchargé quoi?" Et vous obtenez un résultat approximatif.

Enfin, il y a tout de même des technologies qui permettent d'analyser les contenus?

Faites attention, ne commencez pas à me dire qu'il y a des technologies formidables qui permettraient de savoir tout ce qui passe dans le réseaux. Parce qu'à ce moment là, vous me dites que vous allez pouvoir contrôler tout ce qui se passe? Parce que voyez, on peut pas dire tout et son contraire. Parce que si on peut tout contrôler, alors vous allez m'enlever tous ces fichiers pirates. Donc si vous dites qu'on peut contrôler tout ce qui se télécharge, c'est compliqué. Je suis clair?

Si vous êtes en capacité de scanner le réseau et bien vous me scannez tous les fichiers pirates comme ça vous me les arrêtez comme ça j'ai réglé mon problème. Donc attention où on met l'orteil, vous voyez ce que je veux dire.

Encore une petite question qui fâche, cette révolution est donc basée sur le partage. Il y a comme quelque chose de contradictoire dans votre discours, vous êtes pour et contre le partage? Pour le partage mais punir une certaine forme?

Non, alors là, je ne suis pas d'accord. D'abord, quand on partage, c'est volontaire. Je vais partager mon dîner avec vous et j'en suis ravi. Si vous déboulez chez moi et vous vous asseyez à ma table alors que je ne vous ai pas invité alors là, ça s'appelle pas du partage. Ça, c'est un premier point.

Ensuite, dans le concept du partage, c'est un concept bizarre et c'est sûrement mon côté égoïste mais je partage avec les gens que je connais. Donc, si vous voulez, le Peer to Peer qu'on met tous dans le monde nos discothèques au même endroit et on partage, vous partagez pas. C'est pas du partage pour moi, c'est on profite quoi, vous voyez ce que je veux dire! J'essaie d'illustrer mon propos, c'est pas "tiens écoute ce disque, fais toi une copie", c'est pas la même chose.

Vous voulez dire qu'il n'y a pas la valeur ajoutée de la recommandation?

Non, c'est que tout d'un coup, c'est un système technique qui fait que tout le monde se connecte entre eux puis vous allez télécharger un titre chez un mec que vous avez jamais vu dont vous ne connaissiez même pas l'existence. C'est pour ça que le concept de partage qui est un concept que j'adore, c'est qu'à un moment donné, on met beaucoup de choses derrière le partage.

C'est vrai que moi, ce que j'aime, parce que dans les propositions d'abonnements (parce que n'oubliez pas que ce marché digital il est tout jeune, il est tout petit) c'est que c'est prévu. C'est à dire que vous pouvez vraiment partager. Vous échangez des playlist et là, pour moi, il y a une notion de partage. Voyez ce que je veux dire? Le reste pour moi, ce n'est pas une notion de partage.

Et, deuxième chose, le gars qui a téléchargé 10000 trucs sur son ordinateur. Il croit posséder un truc, il ne possède rien parce que d'abord, il n'a pas le temps de les écouter. C'est quoi 10 000 titres ? Ca veut rien dire. Moi, je prends toujours cet exemple parce que j'ai un pote qui est kleptomane et qui à chaque fois qu'il va dans un hôtel, il pique des cendriers. Il doit avoir 350 cendriers chez lui pourtant il ne fume pas. Expliquez moi mais quel est l'intérêt? Le gars qui 10, 20 ,30 000 titres mais ça sert à quoi? Et bien pour moi, le mec il est klepto, faut qu'il aille voir un psychiatre. Mais oui parce-que soyons clair, le choix est très important. "J'aime ça, je l'ai choisi" vous voyez ce que je veux dire. Là, en psychanalyse, il y a un peu de "je le vaux bien", qui est la fameuse publicité. "Je t'ai choisi, pour moi tu vaux quelque chose". Dans l'autre cas, ça a quel intérêt?

Pour revenir sur ma question, on sait que le partage c'est une notion un peu complexe mais cette position pour et contre, ça n'est pas très clair ?

Je ne suis pas en train d'essayer de faire des RP, j'essaye d'expliquer la situation qui n'arrête pas d'évoluer. Parce que le modèle Deezer, le modèle Spotify avec l'utilisation des Facebook...c'est très récent. Alors ce que j'essaie d'expliquer, c'est qu'il y a des usages qui sont installés sur internet qui sont des usages plutôt illégaux et on regarde comment faire pour que ces usages là puissent être dupliqués dans un modèle économique.

Or c'est 1) je vais pouvoir écouter, télécharger ce que je veux comme je veux et 2) je vais pouvoir le partager. Le Peer to Peer, c'est pas le partage c'est avoir accès à la plus grosse discothèque du monde. Alors ok, vous payez l'abonnement et vous l'avez ça. Ensuite, l'étape deux, c'est le partage mais partage dans le sens "je fais découvrir à mes amis", parce que c'est ça le vrai partage. Le premier, c'est pas du partage. C'est un moyen technique, qui permet d'avoir accès à tous les contenus, tout le monde met en commun.

Oui, enfin moi, la moitié de mes "amis" facebook, je ne les connais pas, je ne les ai, pour la plupart, jamais rencontrés.

Je suis d'accord et pas d'accord. D'abord, s'ils sont sur votre liste facebook, c'est quand même que vous les avez choisis quelque part. Alors que vous ne les ayez jamais rencontrés...peut-être mais vous les avez quand même choisis, à moins qu'à chaque fois qu'on vous demande en ami vous cliquiez oui sans réfléchir mais bon...

Soit, vous allez commencer à voir des gens qui font des playlists et c'est à vous après d'aller repérer quels sont les gens qui ont des goûts un peu similaires aux vôtres. C'est comme quand vous écoutez une radio. C'est pour ça que j'appelle ça un playlisteur, ce qui est pour moi un peu parallèle à "j'écoute cette radio plutôt qu'une autre" par rapport à "quel blogueur et quel journal je lis". C'est à dire qu'il y a des blogs que vous allez suivre, d'autres que vous n'allez pas suivre.

Vous voulez dire que la recommandation est une valeur ajoutée, on a bien compris. Je reviens un peu en arrière mais vous êtes donc contre la licence globale, et que pensez-vous d'un google Labs India? (j'explique ce qu'est Google Labs India).

Alors j'étais au courant sur la Chine mais pas sur l'Inde. On est donc sur le film et la musique, illimités. La problématique est la suivante, c'est que tous les pays ne sont pas égaux sur le marché de la musique et la première chose qu'on avait lancé c'était en Chine et en Chine, il n'y a pas de marché. Alors si vous m'expliquez que tout d'un coup, il y a un modèle, comme Deezer n'est pas de sens économique pour nous mais si demain vous faites un Deezer chinois qui parle à 1,2 milliards de gens d'accord, mais dans ce cas là, c'est pas 7 millions de visiteurs mais 400 millions de visiteurs. Dans la mesure ou pour l'instant, la Chine ça ne représente rien, bien évidemment qu'on prend. C'est à dire que tout d'un coup, on est sur un modèle qui a un sens. Dans les pays occidentaux, sur lesquels ils y a un vrai business, il y a d'autres modèles qui peuvent s'installer. C'est une histoire de contexte.

Donc c'est vrai, qu'il y a des modèles aujourd'hui, donc ça, c'est une révolution pour nous. C'est à dire que c'est une révolution, si nous raisonnons en termes de business (et là, je vais prendre ma casquette de chez Universal Music), c'est que clairement il y a des pays dans lesquels les revenus sont en train de baisser, suite à la piraterie. Grosso modo, Europe, Etats-Unis et une partie de l'Asie. Mais, il y a un certain nombre de pays dans lesquels le marché de la musique n'existait pas ou était très petit et sur lesquels là on peut développer des modèles qui se mettent à avoir un sens et ces pays qui ne rapportaient rien, commencent à générer des revenus.

Vous voyez, ce qui est amusant c'est à dire que tout d'un coup les pays qui ne rapportaient pas d'argent ou il n'y avait pas de marché se mettent à rapporter des revenus. Et puis alors là, on passe de la cassette au streaming ou à l'abonnement et puis voilà.

D'ailleurs, en Inde, Nokia comme weezmusik (qui est le principe vous achetez un Nokia et vous téléchargez de la musique comme vous voulez) est un concept qui cartonne. Donc il y a d'autres moyens, il y a d'autres modèles qui s'adaptent à des marchés ou de toutes façons, vous n'avez rien à perdre parce qu'il n'y a pas de marché. Donc vous créez une plateforme sur laquelle vous pouvez télécharger toutes les musiques que vous voulez et regarder tous les films que vous voulez parce que de toute façon, le petit marché DVD, il est que pirate et le marché CD, il est que pirate, ben vous dites, vous mieux que je gagne ça que rien du tout. Je ne peux pas avoir la même démarche avec la Chine qu'avec les pays européens ou les pays américains.

Vous pensez donc qu'Hadopi complété par le développement de plateformes légales

comme Spotify ou Deezer suffiront pour freiner la chute de l'industrie musicale? Peut-on dire que des pays comme la Chine et l'Inde sont plus avancés concernant la conception de solutions plus globale et viables ?

Non, c'est l'inverse. Ils n'ont jamais été là et ils commencent à émerger. Si vous voulez, on peut toujours m'expliquer que le futur de la musique et que le rêve de la musique, c'est d'être dans une situation... alors je vais vous parler d'une situation que je connais bien, au Moyen-Orient, génial, voilà, vous avez quinze artistes connus et basta qui sortaient un CD et qui la semaine d'après était piratés et le modèle, c'est que les mecs font des concerts pour les riches princes qui donnent de l'argent et c'est comme ça qu'ils vivent. Et globalement, la grande majorité des artistes est signée dans un label qui s'appelle Rotana, qui appartient à un Prince, un membre important de la famille royale d'Arabie Saoudite et qui globalement n'a pas une vision de business mais une vision de plaisir. Alors on est dans le prince Florentin, dans la royauté et dans le seizième siècle, alors génial, si le pape a du goût génial.

Alors, est-ce que c'est ça l'avenir rêvé pour la musique ? Personnellement, je ne le pense pas. Et je pense que c'est tout le problème de la création culturelle, c'est qu'elle a besoin de moyens. Alors qui donne les moyens? Soit, c'est un marché. Et dans ce cas là, c'est vous, consommateurs de musique qui allez acheter ceux qui vont faire en sorte que la création va être financée. Soit, c'est un mécène. Et en général, le sponsor ou le mécène, il veut avoir quelque chose qui correspond à son image, sinon, il va pas le faire. Soit, c'est l'Etat. Mais il n'y a pas trente-six choses. Et franchement, voilà, c'est l'Etat. Et moi, je dis toujours en riant, formidable la renaissance Italienne parce que les princes étaient éclairés mais franchement, l'art Staliniens, on en ressort. Et si vous allez voir les statues qu'avait fait construire Mussolini à Rome, c'est quand même pas des chefs d'oeuvres. C'est tout ce que je dis.

Je dis que bizarrement, culturellement, dès qu'on parle de marché et d'économie ça à l'air dégoûtant. Eh bien je pense qu'à un moment, c'est ce qu'il y a de plus démocratique et c'est ce qui donne le plus de chances aux créateurs. "J'ai rencontré un public, j'ai pas rencontré un public". Et c'est pas, "j'ai rencontré un mécène ou l'Etat, qui a accepté de me financer."

Donc il y a une vraie liberté de création, c'est tout ce que je dis. Mais là, on est presque dans un débat philosophique.

Alors maintenant dire, "le futur business model de la musique c'est la Chine ou une partie de l'Afrique...enfin tous les grands créateurs Africains, qu'est ce qu'ils ont fait? Eh bien ils sont tous venus ici, en Europe pour avoir les moyens de produire...Les plus grands chanteurs Africains sont venus ici faire des contrats pour avoir les moyens d'enregistrer, les moyens de faire des clips, des moyens de se faire connaître et les moyens de vivre. Pourquoi ils ne sont pas restés en Afrique, parce qu'à un moment donné, quand au bout de deux jours la cassette est piratée, on ne vit pas.

Donc vous voyez, tout d'un coup quand on me dit, "les artistes, ils ont qu'à faire du live", mais vous pensez que l'artiste il va faire deux concerts par jour ? Voyez, moi le business model de l'artiste qui va gagner sa vie en allant jouer dans le métro, bon, personnellement, je trouve qu'il y a mieux pour un artiste mais après, c'est chacun son débat. Je pense qu'il y a mieux. Là on

est dans un débat qui est plus compliqué.

Mais moi, je ne rêve pas que l'avenir de la musique ce soit chanter dans la rue pour gagner son argent. C'est le ménestrel. Je ne sais pas si l'on peut souhaiter ça à l'industrie culturelle, c'est tout ce que je dis.

Personne ne souhaite ça.

Attendez, moi, j'ai lu des papiers disant l'inverse. En disant que j'ai rien compris et que de toutes façons les maisons de disques sont mortes parce que demain, tous les artistes seront des amateurs. Voilà : papier Numerama sur la critique de mon livre. Personnellement, je ne crois pas à ça parce que je pense que pour produire un disque il faut avoir les moyens, et que vous ne pouvez pas en même temps aller faire autre chose. C'est une vision, que j'ai, mais on peut en débattre. Mais je pense à ça.

Mais nous y pensons tous. Mais admettons que si nous arrivons à ralentir le processus, ça n'empêche pas la réalité, il va falloir trouver une solution plus durable. Il va falloir admettre que la musique a toujours été une forme de produit d'appel utilisé et que la musique enregistrée en tant que telle ne représentera plus la majorité des revenus des artistes. Le branding, le live, le merch, son image, les égéries...

Excusez moi, mais ça reste anecdotique. Et puis n'oubliez pas quelque chose que je rappelle c'est que, c'est marrant, Zazie sort son album, puis elle va tourner après. C'est bizarre hein ? Tous les artistes ils sortent un disque puis ils tournent. Vous n'avez pas remarqué qu'ils ne font jamais une tournée et puis un disque? C'est toujours l'inverse.

Et puis si vous voulez, la création de la musique enregistrée. Elle est bizarrement le coeur de l'ensemble du processus. C'est à dire que je crée une oeuvre, ensuite je l'enregistre, je la médiatise, et c'est ça que les gens commencent à aimer mon oeuvre et aurons ensuite envie de me revoir en concert. Et si vous voulez, ce modèle là, si tout à coup il n'y a plus la musique enregistrée, elle a plus le moyen d'être enregistrée, il va y avoir un vrai vrai problème !

Il y a aujourd'hui un certain nombre d'artistes qui faisaient des disques qui n'en font plus et qui tout d'un coup sur scène n'attirent plus de monde. D'ailleurs regardez, si un artiste sort son disque qui a du succès, il va faire beaucoup plus de concerts que s'il sort un disque et qu'il ne marche pas. Ca veut donc bien dire que les deux sont intimement liés.

Si vous voulez, au coeur de l'activité artistique, musicale, le disque, il est l'essentiel. Il est l'alpha de toute l'histoire. La problématique de la musique enregistrée est vraiment là.

Et l'idée qu'est de dire "mais c'est pas grave, les gens achètent moins de disques, ils achètent plus de tickets de concerts" je vous dis juste que c'est faux. J'invite tout le monde à aller regarder les chiffres de la musique vivante de l'année dernière, ça chute. C'est en train de chuter. Une des grandes raisons pour lesquelles les trois ou quatre dernières années, elle chutait pas c'est parce qu'en fait, il y avait un peu plus de ticket vendus mais

fondamentalement, le prix du ticket avait augmenté. Sauf que le prix du ticket, vous n'allez pas l'augmenter ad vitam aeternam. Et tout d'un coup, vous revenez à une réalité. Alors attention à cette idée que la musique vivante compense l'enregistrement. Il la compense pas.

Je ne parlais pas cependant uniquement de la musique vivante. C'est loin d'être l'unique ressource qu'englobe le 360.

Le 360, dans le sens "vous marque vous allez vouloir vous associer à un artiste" s'il existe, s'il a du succès. S'il a du succès c'est qu'à un moment donné vous entendez parler de lui. Si vous entendez parler de lui, c'est qu'il a été enregistré.

Donc aujourd'hui, on persiste à vendre la promotion? Vous dites que le CD, l'enregistrement sert à médiatiser l'artiste, avant qu'il ne puisse vendre quoi que ce soit alors comment ose-t-on encore vendre cette promotion? C'est de la promotion rémunérée, on est bien d'accord?

Non. C'est à dire que tout d'un coup, vous allez avoir envie d'aller voir un artiste, parce que vous avez entendu une chanson récente de lui, et que vous avez aimé. Alors il y a des exemples différents, quand Police se reforme on va pas écouter la dernière chanson... Mais globalement c'est ça, on ré entend, voyez, lui par exemple, quand il va voir Zazie, il l'a déjà écouté avant.

Oui en effet, il y a des artistes comme ça qui feraient une tournée avant, les gens iraient.

Moi, personnellement, je n'irai pas à un concert si avant, pour l'écouter, je dois traverser un paywall.

Bien écoutez, moi je vais beaucoup en concert et je suis toujours stupéfait de voir que l'artiste qui a sorti un album avant sa tournée, et bien la moitié de la salle chante les nouvelles chansons avec lui. Mais ça ce n'est pas moi, c'est une réalité. "Parce que j'ai aimé cet album, je veux le voir sur scène".

Mais l'inverse est vrai aussi, "j'ai découvert un artiste sur scène et je vais acheter le CD."

Oui, c'est vrai mais globalement, ce cas de figure est plus rare. Il y a quand plus de chance que vous vous rendiez à un concert ou vous connaissez l'artiste que le contraire. Alors il y a les première partie et on travaille beaucoup là-dessus, c'est est un moyen de faire découvrir au public des nouveaux talents, c'est pareil avec les festivals. Bien sûr qu'on travaille là-dessus.

Nous avons récemment rencontré Oxmo Puccino, artiste très "connecté", très au fait des avancées technologiques, nous avons évoqué HADOPI et ce genre de problématiques avec lui et nous sommes plutôt tombés d'accord sur le fait que nous luttons contre le Peer To Peer, le piratage mais, nous sommes déjà passé à autre chose. Le piratage s'est déplacé, il s'effectue désormais via les megaupload, les mediafire. Le Peer To peer

aujourd'hui, Limewire c'est fermé. HADOPI lutte aujourd'hui contre quelque chose qui n'existe plus.

J'ai l'impression que les majors sont victimes de leur taille, la complexité de manoeuvre qu'une grosse structure implique, sont victime d'une certaine inertie et donc on forcément un train de retard sur ces choses-là.

Excusez-moi mais HADOPI, ce ne sont pas les majors. Ce sont des députés, des sénateurs qui ont mis deux ans pour le voter. Parce qu'entre les accords de l'Elysée, c'est logique, il n'y a pas que la musique, il y a le film, le cinéma, la télé et excusez moi mais les fournisseurs d'accès aussi sont comptés dans cette liste. Donc voilà, premier point.

Deuxième point, l'HADOPI, c'était l'idée que l'Etat officiellement dise "attention, pirater, c'est pas légal." C'est un point qui est important et visiblement, il y a des gens qui l'ont entendu. Le truc c'est, à un moment de dire "si vous voulez que la création existe, il faut qu'elle soit financée et si vous voulez, à un moment, aller pirater, c'est pas terrible."

Deuxième point, oui, les modes d'utilisations, les nouvelles technologies et les moyens de pirater changent. Ne croyez quand même pas qu'il n'y a plus personne sur le Peer To peer. Aussi, sachez que depuis le début de l'année, on a fait supprimer plus de 800 000 liens sur les megaupload et compagnie donc on passe nos journées à ça.

Oui enfin on en supprime un, il y en a trois qui repoussent.

Oui, mais ça vous est aussi arrivé de tomber sur des liens qui étaient morts.

Troisième point, il est clair qu'il y a des réflexions à mener sur comment lutter contre la piraterie, des réflexions à mener sur cette typologie technique, megaupload et compagnie. Il va y avoir des travaux dessus et puis voilà. Si vous m'expliquez, que la course du gendarme et du voleur, il y aura toujours des voleurs et il y aura toujours des gendarmes, je suis tout à fait d'accord avec vous. L'idée de l'HADOPI quand même c'était pas "bonjour, on vous a repérés, vous allez avoir une amende...". On est sur de la pédagogie. Ce que je dis aussi, c'est qu'à un moment donné, plus on aura une offre qui sera simple, plus elle ira dans le bon sens. Et moi, ce que je trouve bien avec l'HADOPI c'est qu'à la fois on va dans un sens, où on réexplique les règles du jeu. Parallèlement à ça, il y a des offres qui sont de plus en plus riches, en termes de nombre de plateformes, en terme de contenu au sein de cette plateforme et troisièmement, certes, il y a de nouvelles manières de pirater mais si ça devient plus simple d'avoir un truc légal, vous allez pas continuer à vous emmerder et pirater, c'est un peu ça que je suis en train de dire.

C'est un message qui coûte cher quand même.

10 millions, vous trouvez ça beaucoup 10 millions pour sauver une industrie dans laquelle il y a 75000 personnes qui travaillent? Non mais expliquez moi, moi je trouve pas ça très cher. Il y avait 100 000 personnes aujourd'hui, il y en a 75 000 en France. Vous savez combien de personnes travaillent dans la musique en Europe? Cinq millions. Or, l'HADOPI, c'est pas que la musique hein. C'est la musique, le cinéma, la presse, c'est le livre, enfin ça concerne beaucoup

de gens. Donc si vous regardez le nombre de personnes qui travaillent dans la culture en France et qui sont liés à ça, c'est à dire dans la création de contenus au sens large, c'est à dire le livre, tout ce qui est image, tout ce qui est rédactionnel, excusez-moi, mais ça représente des centaines de milliers d'emplois. Donc si vous voulez, 10 millions, c'est pas un truc qui me choque. On a dépensé beaucoup plus d'argent pour des choses qui étaient beaucoup plus inutile. Donc si vous voulez là-dessus, je n'ai pas votre analyse. Je la voit écrite régulièrement et je suis assez étonnée de voir des papiers et qu'il n'y ai pas des gens qui disent "vous pensez pas que c'est plus compliqué que ça?". Cinq millions de personnes qui travaillent dans le milieu culturel en Europe. Cinq millions de personnes qui sont liées à la création de contenus, c'est gigantesque. Et se poser la question de la piraterie c'est aberrant? Non, c'est pas aberrant. Parce que c'est à la fois de la création culturelle, c'est à la fois une diversité culturelle. Moi, je pense qu'elle est fondamentale. J'explique dans mon livre comment je me suis bagarré pour qu'elle reste présente dans ma boîte mais c'est vrai qu'à un moment donné, une dizaine de millions pour défendre et sensibiliser le public sur la problématique de la création, je trouve pas que ce soit absolument immonde quand vous prenez le nombre de gens qui bossent entre tout l'audiovisuel, toute la presse, toute la photo, tout le livre, toute la musique, je peux vous dire que ça fait du monde donc moi, ça me choque pas. Non, ça ne me choque pas. Ecoutez, moi je vois de la pub en permanence sur l'artisanat donc voilà, ça ne me choque pas de voir de la pub sur "attention, la création, elle a un sens, elle a une valeur".

Je ne suis jamais en colère, je suis convaincu.

Mais si on le prenait dans l'autre sens et l'on sait qu'une bonne offre légale détourne naturellement de la solution piratage, pourquoi aller dépenser l'argent du contribuable dans un système inefficace et vous le savez?

Mais là, j'ai un problème, c'est que ça va représenter 20 millions pour l'industrie. 20 millions pour payer tous les artistes, toute la production...ça n'a juste pas de sens. C'est à dire que 20 millions, c'est mon budget d'enregistrement de toute l'année. D'enregistrement, c'est à dire que j'ai pas payé un auteur, j'ai pas payé un artiste, un ingénieur du son...c'est juste mon budget d'enregistrement. Avec ça j'ai pas payé un mec qui bosse chez moi. Donc voilà. Et ça c'est le revenu complet de Deezer en format gratuit. Mais donc il n'y a plus de création?

La production, la médiatisation et surtout le nombre de gens qui travaillent, parce que une création et une médiatisation si vous voulez, c'est pas seulement un coût de publicité ou le coût d'un studio. C'est les gens qui travaillent autour qui font que ça existe. D'ailleurs, avant même de payer qui que ce soit, on est sur des dépenses de plusieurs centaines de milliers d'euros. Alors l'idée de dire qu'on aurait mieux fait de donner l'argent d'HADOPI aux créateurs...

J'aurai plutôt dirigé ces fonds vers de l'innovation technologique...

Le problème avec l'innovation technologique c'est que je veux bien que l'Etat finance de l'innovation technologique et je trouve ça très bien. Mon angoisse, c'est que malheureusement, l'innovation technologique ne vient pas de chez nous. Et puis ça c'est une autre problématique

dans la diversité culturelle, c'est aussi la diversité des distributeurs. Or mon angoisse aujourd'hui, c'est que les distributeurs sont essentiellement non français et non Européens.

On va finir sur une question un peu plus légère...

Non, c'est une question fondamentale. Moi je le vois hein, sur les papiers "qu'est-ce que c'est que ça, 14 millions d'euros" mais attendez, ils dépensent des millions dans l'artisanat, dans les campagnes qui disent "allez manger des pommes" enfin il y a un moment donné où moi, je trouve qu'aller défendre la création culturelle française, si ça coûte 14 millions ça ne me choque pas...

Oui mais le fait que l'innovation technologique ne vienne pas de France justement, ne serais-ce pas bon de commencer à y investir?

Oui mais enfin déjà aujourd'hui, quand vous voyez que vous êtes sur Deezer, sur FNAC.com et Itunes.com en France, et qu'il y en a un qui n'a pas le même taux de TVA que l'autre...

Et n'oubliez pas que l'offre légale existe si à un moment donné, vous acceptez de payer. Parce que si vous avez une plateforme uniquement financée par la pub, il n'y a pas de modèle. Donc, à partir de ce moment là, vous êtes dans la situation où la problématique elle doit aussi être posée entre payant/gratuit ou payant/risqué. Gratuit, mais risqué. C'est ça l'HADOPI. C'est que le choix il est toujours le même. Simplement, c'est dire, dans un cas, t'as pas le choix, je sais pas c'est un euro pour avoir un titre ou je l'ai gratuitement mais j'ai pas le droit de le faire. Donc j'ai un risque. Est-ce que ce risque vaut un euro et il est très marrant de voir dans les études qu'on a faites qu'il y a une partie des gens qui dit "non, mais le risque vaut un euro, je ne me pose pas la question" y'en a d'autres qui disent "j'attends d'avoir reçu mon premier e-mail" d'autres qui disent "j'attends la lettre recommandée" et là le risque il vaut toujours un euro, et puis il y en a 4% qui disent "allez vous faire foutre je ferai ce que je voudrai"... Vous voyez ce que je veux dire ? C'est plus compliqué que ça.

Vous croyez sincèrement à ça ? A son efficacité ? Ou alors est-ce vraiment pour le message ?

J'ai juste un problème. On peut me dire que c'est le pur hasard, mais c'est vrai que depuis le mois d'octobre dernier où a été votée cette loi, depuis, le marché, qui faisait -10 -15, il est flat.

En même temps que les offres légales sont apparues et ont commencé à être utilisées...

Bah les offres légales existaient déjà, et là elles sont en train de se développer. Est-ce que l'un n'est pas lié à l'autre ? S'il y a plus de gens qui sont prêts à payer, à ce moment là vous développez des offres qui sont plus importantes. Si une personne est prête à payer, plus vous allez avoir un business du digital, plus à ce moment vous aurez des gens qui vont investir dans ce business là. Pourquoi n'y a-t-il pas eu beaucoup de plateformes légales au début ? [Les industriels se disaient] "Tout est pirate, qu'est ce que je vais vendre ?". "Je fais la même offre, saf qu'en face c'est gratuit."

Après y'a iTunes qui arrive, mais lui il a un autre modèle : il vend des appareils. C'est comme ça que démarre la première grande plateforme légale. Si vous voulez avoir des investisseurs sur les plateformes, il faut un marché. Plus y'a un marché qui grossit, plus vous allez avoir une offre de plateformes qui va se développer, c'est juste normal. Et je dis qu'on est qu'au début. Vous allez voir dans l'année qui arrive le nombre de plateformes qui vont se développer.

Le développement s'est aussi fait plus rapidement aux Etats unis car il n'y a pas de taxe pour les développeurs de nouvelles technologies...

Je pense que le problème des Etats-Unis, ce n'est pas ça. C'est qu'il n'y a pas de TVA. Donc quand vous vendez un titre à un dollar ben... y'a pas de TVA ! D'ailleurs ils ont la chance d'avoir un marché qui s'appelle "le marché américain" et qui concerne 300 millions de personnes. Donc quand vous avez développé votre plateforme, que tout à coup elle fonctionne, que vous avez fait des ajustements, après, qu'est ce que vous faites ? Vous la trimballez dans le monde entier. Ils sont dans un coût marginal et à ce moment là ils gagnent beaucoup d'argent. Quand vous êtes en France vous avez un marché plus petit, c'est plus compliqué et après il faut aller se développer à l'international. Et puis vous avez un système de capital-risques aux Etats Unis qui n'est pas le même qu'en France, c'est clair. Et pour couronner ça, les distorsions de concurrence européennes font qu'en plus vous favorisez la plateforme américaine, vous favorisez pas la plateforme française. On a fait un papier sur le blog...

... je viens de le lire...

... vous l'avez vu, sur le Huron. On est quand même chez les fous !

... Totalemment...

... Non mais c'est vrai ! Et après on me dit "mais c'est de votre faute à vous"....

... Justement, qu'est ce qu'ils vous répondent ?

... Ben que c'est Européen. J'ai raison. Donc il faut que l'Europe s'entende. Et ce sera pas avant 2015. Que voulez-vous, c'est l'Europe, je suis le premier à en pleurer.

... Ca fait longtemps que ça aurait du être fait, comme aux Etats Unis en fait.

... Eh ben oui mais que voulez-vous que je vous dise ? Là dessus on est complètement d'accord. D'ailleurs il y a plein de points sur lesquels on est complètement d'accord.

... Mais absolument, moi je suis là pour vous taquiner

... Oui, mais comprenez bien que ce que j'explique c'est que, si vous regardez la relation entre musique et internet d'abord 1) on a une image d'hommes préhistoriques, alors qu'on est à l'inverse des pionniers, c'est à dire qu'on est les premiers à avoir essuyé les plâtres, qu'on est

en train de travailler, de trouver les modèles, à la fois de “comment je vais vendre, comment je vais diffuser et monétiser”, parce qu’on a besoin de ça, et parallèlement à ça, on est d’une modernité absolue dans la manière dont on travaille aujourd’hui, le community management... Pour vous dire, ça fait un certain nombre d’années que ça existe chez nous, comment on travaille, comment on crée des blogs, comment on fait monter la sauce...

... Oui mais Off TV par exemple, ça a six mois, et une web TV ça n’a rien de révolutionnaire en 2010.

... (intervention de la responsable web : a terme oui)
... Mais c’est super compliqué...

... On n’en doute pas une seconde... Mais ce genre de choses aurait pu être mis en place plus tôt, non ? D’aller suivre des artistes, de proposer des contenus vidéo exclusifs et de valoriser une sortie ou un artiste...

... C’est pas que ça ! Vous avez oublié l’autre pan qui est toujours la monétisation. C’est à dire qu’effectivement, c’est créer des contenus, pour faire parler de nos artistes, mais c’est aussi les monétiser. On marche avec les deux jambes ! Parce que créer des contenus, c’est facile, mais si à un moment je crée des contenus et que ça me coûte une fortune ... Vous voyez ce que je veux dire. Effectivement, Off c’est peut être pas très original mais j’ai l’impression qu’on est les premiers à faire ça...

... C’était le sens de ma remarque... Personne n’a fait ça avant, c’est fou !

... Et puis on essaie de trouver un business model. Alors on va peut être pas gagner d’argent sur les contenus mais au moins on va essayer de ne pas en perdre. Donc si vous voulez c’est toute cette réflexion, et on avance... On aurait pu dire qu’on aurait du faire ça y’a dix ans, sauf que y’a dix ans la pub sur internet, ça ne rapportait pas grand chose. Et c’est vrai que j’ai le sentiment qu’on est en pleine mutation. On est en pleine recherche de créer de nouveaux outils, des nouveaux modèles etc. Y’en a qui marchent, y’en a qui marchent pas, puis on remet ça. En 2001 on avait lancé “Balance le son”. “Balance le son”, c’était : “T’es pas signé, envoie ta musique et on verra si on peut te signer”. Bon, à l’époque ça n’a pas marché.

... C’était la même année que les débuts de Popstars et Star Academy...

Oui, mais c’était pas la même chose. D’ailleurs je le dis dans mon livre. Ya eu les Popstars et qui ont aussi créé... Vous savez quand y’a un courant dans un sens y’a toujours un courant dans l’autre. Bon. La preuve, c’est que y’a l’explosion de la piraterie et en même temps les gens se remettent à acheter du vinyle. Et je dis que ça a créé une génération artistique. Toute la “nouvelle chanson française” est née aussi à ce moment là. C’était l’anti Star Ac, Popstars. Bah oui ! L’auteur compositeur qui est dans sa chambre... Plutôt que celui qu’est en train de chanter des reprises dans une chambre filmé 24/24. Voilà. Donc si vous voulez, moi c’est ma réalité professionnelle. quand je signe huit artistes, y’en a un qui connaît le succès, et y’en

a sept qui se ramassent. Donc nous, l'échec, on le vit tous les jours. Et de tous temps. Donc nous aujourd'hui, sur internet, on essaie des choses. Ya des trucs qui marchent, et ya des trucs qui marcheront pas. Ya des trucs qui vont marcher un moment et puis qui ne marcheront plus après. C'est notre capacité à s'adapter, modéliser, et surtout, j'insiste, c'est trouver des modèles qui ont un monétisation parce que sinon on est morts.

... Le marketing c'est bien, mais il faut le monétiser derrière.

... Clairement. Sinon ça n'a pas de sens. J'y vais ! (P. Negre se lève enfile son manteau et se sauve après nous avoir salués et dit "vous auriez quand même pu m'interroger sur mon métier de producteur").

