

3 000 jours de retard pour Hadopi

Il y a une semaine, Sylvain Zimmer, l'un des fondateurs de la plate-forme de musique « libre, légale et illimitée » Jamendo, faisait paraître un intéressant article témoignage dans la presse (en l'occurrence Le Monde), que nous avons choisi de reproduire ici avec son autorisation (oui, je sais, c'est sous licence Creative Commons, donc il n'y a pas besoin d'autorisation, mais rien n'empêche l'élégance et la courtoisie).



3 000 jours de retard, ça nous ramène directement à l'époque de l'apogée de Napster, où il n'était quand même pas si compliqué de comprendre que nous étions à l'aube de grands bouleversements^[1] dans le monde musical...

3 000 jours de retard pour HADOPI

Sylvain Zimmer - 12 avril 2009 - Jamendo

Paru initialement dans le supplément TV du Monde

Licence Creative Commons By-Sa

Pour comprendre pour quel Internet a été pensée la loi Hadopi, il faut revenir seulement 3 000 jours en arrière. Un disque dur de 15 Go coûtait 100 euros. Les réseaux peer-to-peer n'étaient pas encore cryptés, on pouvait rêver de les contrôler un jour. Je n'avais que 16 ans à l'époque, mais je me souviens encore du peu de gens dans la rue qui portaient des écouteurs. Forcément, l'iPod n'existait pas. Wikipédia, Facebook et YouTube non plus. Trois des sept sites les plus fréquentés aujourd'hui, tous gratuits.

Que s'est-il passé entre-temps qui a manifestement échappé aux douze députés ayant voté pour la loi Hadopi ? L'innovation. Des géants sont nés dans les garages de quelques auto-entrepreneurs et ont révolutionné l'accès à la culture en la rendant gratuite pour tous. On peut les accuser d'avoir fait chuter les ventes de CD, mais déjà à 16 ans je savais que je n'en achèterai aucun de ma vie. Cela ne m'a pas empêché de dépenser plus de 8 000 euros, depuis, en places de concert. Le marché de la musique se transforme, mais globalement ne cesse de grossir. Nous passons d'une économie de stock où le mélomane était limité par son

budget CD à une économie de flux où la valeur ne se situe plus dans la musique elle-même (car elle est numérique, donc illimitée, donc gratuite), mais dans ce qu'elle représente : la relation entre un artiste et ses fans.

En 2008, la meilleure vente de musique en ligne sur Amazon a été un album de Nine Inch Nails, un groupe qui distribue pourtant sa musique gratuitement et légalement par ailleurs. Qu'ont donc acheté ces gens ? Certainement pas la musique elle-même. Comme les millions d'autres qui l'ont écoutée gratuitement, ils sont devenus fans, l'ont « streamée », partagée sur Facebook ou ailleurs, l'ont recommandée à leurs amis qui, à leur tour, ont acheté places de concert, coffrets collectors et autres produits ou services dérivés.

Tous les jours, des milliers d'artistes comprennent ce qu'ils ont à gagner dans la diffusion gratuite. La fidélité accrue de leurs fans crée de la valeur. Soyons cyniques : peut-être que la loi Hadopi servira à accélérer cette transformation de l'économie culturelle, cette éducation des artistes au monde numérique. Quand arriveront les premières lettres recommandées, les premières coupures d'Internet, quel cadeau pour le gratuit et légal ! Quelle remise en question pour l'artiste constatant que ses fans, punis, n'ont plus accès à Wikipédia !

Plus concrètement, comme les lois LCEN et DADVSI qui l'ont précédée, on se souviendra (ou pas) d'Hadopi comme d'une loi inapplicable dès son premier jour, imaginée pour une économie et des technologies déjà dépassées. Un gaspillage de temps et d'argent que le gouvernement aurait certainement mieux fait de consacrer à des lois plus pertinentes en faveur de l'environnement ou des auto-entrepreneurs. Car ce sont eux qui aujourd'hui innovent et préparent ce que sera Internet dans 3 000 jours. Quand l'industrie musicale existera toujours, mais ne vendra plus de disques. Quand télécharger un film prendra moins d'une seconde. Quand 200 ans de musique tiendront dans la poche. Quand une nouvelle génération d'artistes n'aura ni e-mail ni ADSL, mais un compte Facebook et une connexion Internet sans fil permanente. C'est pour ce siècle-là, pas pour le précédent, que nous devons penser la culture.

Notes

[1] Crédit photo : Inocuo (Creative Commons By)