

Libre.fm deviendra-t-il le Last.fm (ou le Deezer) de la musique libre ?

[Deezer](#), [Last.fm](#)... sont des services en ligne autour de la musique très appréciés des internautes. Ils sont souvent rangés dans la catégorie « [web 2.0](#) » dans la mesure où la richesse des sites provient avant tout du [contenu généré par les utilisateurs](#).



Leur modèle économique est en construction mais généralement il s'agit d'offrir au départ la complète gratuité pour faire venir un maximum de monde et se rémunérer avec la publicité, sachant de plus qu'ils doivent composer avec les ayant-droits de la musique qu'ils proposent en [streaming](#)^[1].

Le problème c'est qu'en situation de crise économique, la publicité rapporte moins et les ayant-droits sont plus exigeants. Du coup on a vu tout récemment Last.fm changer de politique pour annoncer que [désormais il en coûterait 3 € par mois](#) aux utilisateurs hors de la zone USA, Angleterre, Allemagne (où l'audience et les négociations avec les ayant-droits garantissent, mais pour combien de temps encore, la gratuité). Il est d'ailleurs amusant de voir les français crier à l'injustice, trop habitués que nous sommes à bénéficier de tous ces services « gratuits » sur Internet. Détruire ce mythe de la gratuité permettrait assurément de faire avancer la cause du Libre...

Justement à propos de Libre. N'y a-t-il pas moyen de procéder autrement ?

On pourrait par exemple libérer le code, permettant ainsi de

travailler collectivement en confiance à l'amélioration de la plate-forme tout en offrant à chacun la possibilité d'installer son « Last.fm libre » sur son propre serveur. On pourrait ne s'occuper que des artistes sous licence libre et mettant l'accent sur le format ouvert [Ogg Vorbis](#). La question de la gratuité et des ayant-droits se poserait complètement différemment (en fait elle ne se poserait même pas). Il faudrait alors bien entendu faire le deuil de tous les artistes qui ne sont pas sous licence libre (ce qui en fait tout de même un bon paquet) mais après l'épisode [Hadopi](#) je ne serais pas étonné de voir de plus en plus de monde se rabattre presque exclusivement sur du [Jamendo](#) ou du [Dogmazic](#).

On pourrait, on pourrait... Quittons le conditionnel parce que, cela tombe bien, c'est justement le modèle choisi par le projet [Libre.fm](#). Encore en phase de test, il sortira très bientôt mais à lire la présentation ci-dessous il semble plus que prometteur.

Un topo rapide sur Libre.fm

[A quick interview about Libre.fm](#)

*Mattl – 2 avril 2009 – Libre.fm Ideas Wiki
(Traduction Framalang : Don Rico)*

Je suis en train d'écrire un article sur Libre.fm, en espérant qu'il permettra de promouvoir le projet et de diffuser la nouvelle. Je me demandais si tu pouvais me décrire rapidement les raisons qui t'ont poussé à te lancer dans ce projet et/ou quel est le but de la manœuvre ? Pas besoin d'écrire un roman, quelques lignes à insérer dans mon texte, ce serait déjà excellent. Je sais que tu dois être pas mal débordé, alors pas de souci si tu n'as pas le temps, mais je préférais demander au cas où. □

Pas de problème.

L'idée de créer Libre.fm m'est venue alors que je fermais mes

comptes pour des services tels que Facebook, MySpace, LinkedIn, etc. Il m'est apparu que je pouvais mettre en place une solution de remplacement libre à Last.fm – un service que beaucoup de monde utilise.

Last.fm, en fait, c'est la combinaison de deux éléments. Audioscrobbler, qui récupère vos données depuis des programmes tels que Rhythmbox ou Amarok, et Last.fm, qui propose des radio en streaming et de la musique au téléchargement.

Pour l'heure, Libre.fm espère fournir une solution de remplacement pour ceux qui souhaitent archiver leurs habitudes d'écoute, en implémentant l'API Audioscrobbler (qui semble être complètement ouverte) et des clients modifiés pour différentes plateformes.

Le but à plus long terme est en lien direct avec mes autres centres d'intérêt, tels que la Free Culture, la promotion et l'enregistrement de musique d'artistes issus de la Free Culture. Sur Libre.fm, ce seront ces artistes qu'on pourra télécharger, mais des membres de la communauté s'emploieront à convaincre d'autres groupes de distribuer des morceaux sous une licence libre, telle que la licence Creative Commons By-Sa, de sorte qu'on puisse les proposer sur le site. La promo gratuite ne peut faire de mal à aucun groupe – nous ajouterons peut-être une boutique de musique en ligne où nous vendrons des téléchargements de musique libre. Les morceaux seront au format Ogg Vorbis.

Le Ogg Vorbis, ce n'est peut-être pas ce à quoi les gens s'attendent, vu que les services similaires penchent en général pour des formats du genre MP3, mais à mes yeux il s'agit d'un moyen formidable de promouvoir l'utilisation du Ogg Vorbis. Plus tard, nous intégrerons peut-être aussi des clips vidéo au format Theora.

En plus de tout ça, beaucoup de monde semble avoir envie de développer des trucs sympas autour de Libre.fm – ça va des

gars qui font dans le Web sémantique au W3C à ceux qui voudraient que soient pris en charge Laconi.ca et XMPP.

Bien sûr, le succès du projet dépendra de la motivation de chacun. J'espère en tout cas que des tas de gens vont bidouiller pour le faire avancer – je réfléchis toujours pour savoir si on doit utiliser Subversion ou un quelque chose comme Git pour le code. Pour l'heure, je pencherais plutôt pour Git, en partie parce que j'ai envie d'apprendre à m'en servir, et aussi parce que ça me paraît plus adapté pour la construction de ce genre d'outil. Mais qui sait... si ça se trouve je vais me dégonfler et revenir à SVN.

Ce projet a reçu un accueil dingue... moins d'une demi heure après que j'ai annoncé mon désir de le poursuivre, j'ai reçu des dons pour l'achat du nom de domaine, j'ai monté vite fait un site Internet, et je suis parti au cinoche. À mon retour, ma boîte mail débordait de messages de gens qui me faisaient part d'idées et me témoignaient leur soutien.

J'encourage tout le monde à nous rejoindre et à nous filer un coup de main – je veux tout essayer pour que ça fonctionne. Bradley, Mike et Evan d'autonomo.us m'ont déjà fait des suggestions et donné des pistes pour des wikis et des bug trackers. J'ai établi une feuille de route sur le wiki, que les participants peuvent aller voir, fouiller et modifier.

Comme d'habitude, les retours sont les bienvenus. Qu'on me les envoie par tous les canaux possibles : IRC, sur le canal #libre.fm sur Freenode, via identi.ca/mattl, sur le wiki ou par courriel.

Notes

[1] Crédit photo : [Aloshbennett](#) (Creative Commons By)

Doit-on vendre son âme pour télécharger de la musique ?

Voilà. Le projet de loi [Création et Internet](#) a été adopté hier. Mais c'est une véritable [victoire à la Pyrrhus](#) pour le gouvernement et ceux qui l'ont soutenu.



Il existait déjà une [fracture numérique sociale](#), il y aura désormais une fracture numérique « sociétale » profonde et durable entre ceux qui ont soutenu le projet de loi et ceux qui s'y sont opposés^[1].

De quel côté se trouve notre ami [Cory Doctorow](#), dont nous vous proposons ci-dessous une nouvelle et intéressante traduction ?

Connaître par avance la réponse ne vous dispense nullement de la lecture ☐

On ne devrait pas être obligé de vendre son âme pour télécharger de la musique

[You shouldn't have to sell your soul just to download some music](#)

*Cory Doctorow – 26 février 2009 – The Guardian
(Traduction Framalang : Poupoul2, Yonnel et Don Rico)*

Les activités délimitées par les accords de licence de téléchargement vont du ridicule au douteux.

Voici l'accord de licence le plus court, le plus juste et le plus simple qui puisse exister : « N'enfreignez pas le droit d'auteur ». Si cela ne tenait qu'à moi, chaque œuvre numérique proposée au téléchargement, qu'il s'agisse de musique sur iTunes ou sur la plateforme de vente de MP3 d'Amazon, de livres électroniques pour le Kindle et le Reader de Sony, ou encore de jeux pour une console, porterait cette mention – et cette mention seule – en guise d'accord de licence.

« N'enfreignez pas le droit d'auteur » est une mention qui présente de nombreux avantages, mais son meilleur atout, c'est ce qu'elle explique à l'acheteur, à savoir : « On ne va pas vous entuber ».

La guerre du copyright a parfois eu de drôles de conséquences, mais la plus loufoque, à mon sens, a été la campagne menée par l'industrie du disque afin que l'on éduque davantage la population au problème de copyright sous prétexte que les jeunes gens grandissaient sans la sensibilité morale nécessaire pour devenir des citoyens responsables.

Les mêmes entreprises qui depuis des décennies expliquaient aux législateurs qu'ils ne voulaient surtout pas être les gardiens de la morale des jeunes – et qu'on ne pouvait les juger responsables de la culture « sex, drugs & rock'n'roll », du gangsta-rap et des raves où abondait la drogue – ont opéré un virage à 180 degrés et se sont mises à dénoncer à qui mieux mieux l'influence néfaste du téléchargement sur nos chères têtes blondes.

Bon, ils n'avaient pas tout faux : le fait que les ados – et un paquet d'adultes – ne voient pas de mal à mettre à genoux les maisons de disques est certainement une mauvaise nouvelle pour les maisons de disques. Aux débuts de Napster, voici quel était le sentiment général : les maisons de disques méritaient de crever pour nous avoir imposé leurs boys-bands en boîte, pour avoir cessé de vendre des singles, saccagé le catalogue, s'être entendu sur la fixation du prix des CDs, et enfin pour

les contrats notoirement scandaleux qu'ils faisaient signer aux artistes.

Puis vinrent les DRM, les procès (d'abord contre ceux qui fournissaient les outils, tel Napster, puis contre des dizaines de milliers d'amateurs de musique), puis l'utilisation de programmes malveillants pour combattre la copie, le vote de lois inéquitables, la destruction des radios Internet. Petit à petit, les maisons de disque ont rendu légitimes les attaques à leur encontre (les studios de cinéma, les diffuseurs, les éditeurs de livres électroniques et les entreprises de jeux vidéo n'étaient pas en reste). À mesure qu'ils luttaient pour la défense du copyright, démolir l'industrie du divertissement devenait de plus en plus tentant.

Dix ans plus tard, l'industrie du disque a finalement repris la production de singles, et il semblerait qu'on soit revenu à un semblant de concurrence pour les prix (les contrats imposés aux artistes et l'existence de boys-bands figurent toujours dans la colonne des points négatifs, bien sûr). Ils se sont même débarrassés des DRM pour la majorité des ventes de musique, et le catalogue est bien plus fourni qu'à l'époque on l'on achetait sa musique dans un magasin de disques.

Et voilà ce qu'on nous serine, à présent : « Vous avez eu ce que vous vouliez, vous nous avez mis à genoux. Arrêtez donc de nous dépouiller et recommencez à acheter de la musique... c'est un marché équitable ». Mais il suffit d'étudier leur discours de plus près pour se rendre compte de ce qu'il cache : encore un appât pour nous attirer dans un autre piège.

Le piège, c'est cette saleté d'accord utilisateur. Dans les quelques magasins de disques qui restent, il n'y a aucun employé posté à côté de la caisse pour déclamer « En achetant ce support musical, vous acceptez les termes et conditions suivantes », avant de déballer une liste interminable de droits auxquels vous renoncez pour avoir eu la témérité de

payer la musique que vous écoutez au lieu de la télécharger.

Si leur laïus pour le téléchargement évoque « un accord équitable », alors cet accord doit l'être vraiment. Les activités circonscrites par ces accords de licence vont du ridicule au douteux, alors que toute personne sensée pourrait à mon sens estimer qu'il n'est pas équitable de vendre ou de louer sa collection de musique numérique.

Mais il n'appartient pas à l'industrie du divertissement de me dire ce que sont ou pas des conditions de vente équitables pour mes téléchargements. Si prêter un MP3 devait être illégal, qu'ils fassent voter une loi en ce sens (apparemment, ils sont très doués pour cela – le fait qu'ils n'y soient pas encore parvenu en dit long sur l'aspect aberrant de la proposition). L'accord de licence inéquitable et arbitraire tapi derrière la mention « Cochez cette case pour indiquer que vous avez lu et accepté nos termes de service » représente une vision du processus d'achat d'industriels qui prennent leurs désirs pour des réalités (voire qui se bercent d'illusions).

Si l'on veut nous rebattre les oreilles qu'il s'agit « d'un accord équitable », alors le CLUF devrait être le suivant : « Vous êtes autorisé à faire ce que bon vous semble de ce produit, à la seule condition de ne pas enfreindre la loi ».

Non pas « Toi qui achètes ici, abandonne tout espoir » (*NdT : Référence à la Divine comédie de Dante*).

Notes

[1] Crédit photo : [Littledan77](#) (Creative Commons By)

De quelques causes réelles de l'effondrement des Majors

Voici un article d'[Ars Technica](#) qui parle d'un [livre](#) qui n'a que peu de chances d'être traduit.



Il nous a semblé pourtant intéressant de vous le proposer ici en ces temps d'Hadopi dans la mesure où la thèse est d'expliquer que la crise de l'industrie musicale cherche ses causes bien en amont du problème du « piratage » et du P2P.

N'oublions pas en effet par exemple que lorsque nous sommes passés du vinyl au CD, les prix ont plus ou moins doublé^[1] alors que la part réservée aux artistes n'a elle pas bougé !

Edit : Cet article a été reproduit dans le journal [Vendredi](#) du 15 mai 2009 ([image scannée](#)).

Crever le p***** d'abcès : comment le numérique a tué la musique à gros sous

["Lancing the f***ing boil": how digital killed Big Music](#)

*Nate Anderson – 24 mars 2009 – Ars Technica
(Traduction Framalang : Olivier et Don Rico)*

Dans son livre *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age* (NdT : *Envie d'auto-destruction : la chute spectaculaire de l'industrie du disque à l'ère du numérique*), Steve Knopper se penche sur le *music business*. Ars se plonge dans le livre, qui affirme que l'effondrement des majors n'est pas (essentiellement) dû au

P2P.

Contrairement aux idées reçues, même les grands pontes du music business ont le sens de l'humour, comme cela transparaît souvent dans le nouveau livre de Steve Knopper, *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*. Dans l'histoire que raconte Knopper, la cause du déclin des maisons de disques n'est pas seulement la technologie ou les programmes de partage ; c'est surtout une question de personnalités, et son livre regorge d'anecdotes dépeignant les dirigeants des majors.

En voici une que l'on trouve vers la fin du livre :

La tension autour du SDMI atteignit un pic à la fin août, à la Villa Castelletti, un somptueux hôtel dans un vignoble vallonné à une trentaine de kilomètres de Florence. Tous les cadres étaient réunis dans une cour de la villa, au loin, on entendait de temps à autre des coups de fusil destinés à éloigner les oiseaux des vignes. La réunion suivait son cours et Al Smith (Vice-président de Sony Music), comme à son habitude, était en rogne, en désaccord avec une proposition du président de session, Talal Shamoon. Finalement, Smith quitta la réunion. À peine trois secondes plus tard, un énorme Pan ! retentit. Les membres de la SDMI se regardèrent fébrilement. Shamoon dit alors du tac au tac : « Je crois qu'une place vient de se libérer chez Sony Music ».

C'est amusant, mais aussi assez navrant – pas à cause des oiseaux et des fusils, mais parce que cette réunion se tenait dans le cadre de l'extrêmement coûteuse Secure Digital Music Initiative, que les majors ont initiée en 1998 pour coller des DRM sur la musique. Ces grandes réunions se sont tenues partout dans le monde (dans des lieux comme la Villa Castelletti qui sont loin... d'être donnés) pour finalement accoucher d'un procédé de tatouage numérique soi-disant "inviolable". Le groupe a alors lancé un concours et invité

des équipes à cracker SDMI ; le professeur d'informatique Ed Felten a rapidement mis à mal quatre procédés de tatouage numérique différents. La SDMI la ensuite menacé pour le dissuader de rendre ses résultats publiques, le professeur a alors riposté en les attaquant en justice, et pour finir toute l'affaire a été finalement abandonnée. Tout comme la SDMI.

Si l'industrie du disque avait abordé la musique numérique comme elle a abordé le CD, sans cette obsession pour les protections anti-copies, en acceptant un nouveau format et en amassant de l'argent à la pelle, elle se porterait peut-être encore pour le mieux. Mais l'industrie en a décidé autrement, et, comme le raconte Knopper, elle en a payé le prix.

Bienvenue dans la jungle

L'industrie du disque n'est pas une industrie comme les autres et ne l'a jamais été. Prenons par exemple, juste pour illustrer, une anecdote à propos du label Casablanca dans les années 70 :

Danny Davis, le gars qui s'occupait de la promo, se souvient d'une fameuse discussion téléphonique avec un programmeur radio pendant qu'un collègue, muni d'un club de golf, détruisait tout sur son bureau avant d'y mettre le feu, et ce n'était pas une hallucination due aux drogues.

« On pouvait s'attendre à tout, chez Casablanca », raconte Bill Aucoin, qui était alors manager du groupe de rock le plus connu chez Casablanca, KISS. « Nos premiers bureaux étaient en fait une maison avec un cabanon à côté de la piscine. Dans ce cabanon, à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, que vous fussiez promoteur de disque ou DJ, vous pouviez vous envoyer en l'air quand vous le vouliez. »

L'industrie a appris à frapper des hits (et donc de l'argent) dans les années 60 et 70, mais c'est le CD qui a fait des maisons de disque les monstres que l'on connaît. Knopper

consacre la moitié de son livre à expliquer le boom du CD, et n'évoque Napster qu'au bout de 113 pages. C'est parce que, de son point de vue, on ne peut comprendre la chute des labels à l'ère de la distribution numérique qu'en étudiant le précédent changement de format majeur et les énormes profits qu'il a apportés à l'industrie.

Si vous avez suivi Battlestar Galactica récemment, ou si vous lisez Nietzsche, vous connaissez les théories traitant de la nature cyclique de l'Histoire, et c'est sous cet angle que Knopper présente son histoire. À l'arrivée du CD, nombreux furent les dirigeants des maisons de disque à le détester. L'un d'entre eux raconte, même maintenant : « Je pensais que (les ingénieurs qui l'avait produit) aurait pu trouver un moyen d'éviter le piratage ».

Mais avec du recul, ces petits disques de plastique ont été une véritable mine d'or. Les gens ont adoré ce nouveau format, et nombreux furent ceux qui rachetèrent toute leur collection en CD, et les prix de la musique enregistrée grimpèrent en flèche. Comment l'industrie a-t-elle répondu à cette aubaine ? En entubant les artistes.

Knopper raconte comment les labels ont écrit de nouveaux contrats pour ce nouveau format, des contrats où figuraient des « réductions d'emballage » et des « indemnités de marchandise gratuite » plus élevées. En plus de ces déductions, les taux de royalties touchés par les artistes ont été réduits. « Après que les labels ont inventé ces nouvelles déductions », ajoute Knopper, « l'artiste moyen touchait 81 cents par disque. À l'époque des vinyles, les artistes touchaient un peu plus de 75 cents par disque. Donc les labels vendaient les CD huit dollars plus cher que les vinyles, mais les artistes ne gagnaient que six cents de plus par album. »

Ces pratiques ont alimenté un boom du CD qui a duré de 1984 à 2000, date à laquelle le sol a commencé à se dérober sous les pieds de l'industrie. Après deux décennies de musique à prix

d'or, et d'investissement minimum pour des singles de bas-étage, les labels se sont engraisés en pondant à la chaîne des albums ne contenant que deux tubes. Les autres chansons pouvaient être médiocres, mais les fans qui cherchaient un tube particulier achetaient l'album quoiqu'il arrive (j'en veux pour exemple le fait que j'ai un jour eu en ma possession un exemplaire de l'album Tubthumper de Chumbawamba).

Le succès de Napster a bien montré à l'industrie du disque que le nouveau format majeur était arrivé. Avec tout le blé qu'ils s'étaient fait lors du précédent changement de format, on aurait pu croire que l'industrie serait enchantée de voir débarquer un nouveau système à même de faire consommer plus de musique à plus de fans encore plus vite. Leur priorité numéro 1 aurait dû être de faire de la musique numérique leur nouveau CD, mais ça ne s'est pas passé comme ça. L'industrie a simplement souhaité la mort du numérique.

Une spirale infernale

Le nombre d'interviews que Knopper a réalisées pour le livre est impressionnant ; elles lui permettent de mettre à nu les personnalités qui se cachent derrière l'industrie du disque. Par conséquent, il a aussi à sa disposition de nombreuses anecdotes aussi obscures qu'instructives, comme celle du dirigeant de Liquid Audio (vous vous souvenez de ça ?), Gerry Kearby. Kearby voulait créer l'anti-Napster, un distributeur de musique en ligne légal, qui utiliserait donc des DRM. Mais au moment de négocier avec les labels, personne n'a vraiment voulu s'engager.

Kearby raconte à Knopper l'instant où il a compris que ça ne marcherait jamais. « Un jour, dans un moment de pure sincérité, (un représentant de Sony) m'a dit, « Écoute Kearby, mon rôle, c'est de te couler. Nous ne voulons pas que tu réussisses, à aucun prix. » Certains étaient plus curieux que les autres, pas de doute là-dessus. Mais, au fond, on aurait dit des vendeurs de carrosses cherchant à repousser

l'avènement de la voiture aussi longtemps que possible. »

Un des défauts de ce livre, c'est que cette triste histoire d'incompétence numérique est déjà largement connue. *Appetite for Self-Destruction* n'apporte rien de nouveau pour ceux qui suivent les sites comme Ars Technica. En voici un résumé : après l'affaire Napster, les labels ont commencé à faire joujou en traînant les pieds avec leurs propres services tout pourris (si je vous dis PressPlay ?) mais ne se sont jamais sérieusement mis à la distribution numérique. Il a fallu que Steve Jobs et l'iPod propulsent Apple aux commandes, une position qui leur a permis de lancer l'iTunes Music Store avec le contenu des maisons de disques et d'offrir les chansons pour 1\$. Les DRM, que les labels ont imposés, ont assis la position de leader d'Apple sur le marché de la musique aux USA (ils refusaient de mettre leur système Fairplay sous licence, et l'iPod était le lecteur le plus vendu). Les labels n'ont compris que tardivement ce qui s'était passé, après quoi ils ont tenté de mettre des bâtons dans les roues d'Apple en permettant à des magasins comme Amazon de vendre de la musique sans DRM. Il parle aussi un peu de Kazaa, du fiasco que fut le rootkit de Sony BMG, et de la futilité de la campagne de poursuite lancée par la RIAA.

Mais pour l'essentiel des ces informations, on les trouve ailleurs, et pas seulement sous forme d'articles sur les différents blogs ou sites d'information qui ont couvert les événements. Des auteurs comme Steven Levy dans le livre [The Perfect Thing](#) (iPod) ou Joseph Menn dans [All the Rave](#) (Napster) abordent les mêmes sujets, mais de manière bien plus détaillée.

Mais même si *Appetite for Self-Destruction* ne nous sert essentiellement que du réchauffé, ce qui le différencie, c'est l'accent qu'il met sur les personnes, un aspect trop souvent ignoré par les articles techniques. Après lecture, vous n'éprouverez certainement aucune compassion pour les maisons de disque, mais vous comprendrez mieux les grands pontes qui

tiraient les ficelles, et les choix qu'ils ont fait à la lumière de leur propre histoire dans l'industrie de la musique.

Knopper réussit aussi très bien à établir un parallèle entre l'épisode Napster/iTunes/P2P et les grandes années du CD (même s'il en résulte un chapitre long et parfois fastidieux sur les *boys band* qui semble secondaire par rapport au sujet traité). C'est délibéré, et il le fait pour étayer sa propre thèse comme quoi la majorité des problèmes que rencontrent les maisons de disques avec la musique dématérialisée prennent leurs racines dans ces deux décennies passées à s'engraisser sur les ventes de CD. Ils n'étaient tout simplement pas prêts ou pas désireux de s'adapter à un nouveau monde où la musique s'achète à la carte et où les morceaux sont moins chers.

Knopper cite Robert Pittman, co-fondateur de MTV. « Voler de la musique, ce n'est pas tuer la musique », d'après Pittman. « Quand je discute avec les gens de l'industrie de la musique, ils admettent pour la plupart que le problème est surtout qu'ils vendent des chansons et plus des albums. Le calcul est vite fait. »

« Je me suis rendu compte que dans le milieu, nous étions tous à côté de la plaque », confiait Barney Wragg, cadre chez Universal après avoir quitté le label en 2005 (Wragg est entré l'année suivante chez EMI comme responsable de la musique numérique).

Et James Mercer, chanteur du groupe indépendant the Shins, y va encore plus franchement. « Vous voyez tous ces articles à propos de la débacle de l'industrie du disque », dit-il. « Quand on se penche sur toutes les erreurs commises, c'est un peu comme crever ce putain d'abcès et le désinfecter. Merde, c'est vraiment pas une catastrophe pour les groupes. »

Le piquant de ces citations et l'énorme travail d'interview réalisé font de *Appetite for Self-Destruction* une lecture

passionnante. Pas grand chose de neuf pour les inconditionnels de technologie ou les fanas de droit, mais il résume bien quarante ans de personnalités et d'histoire de l'industrie de la musique pour qui veut comprendre comment l'industrie en est arrivée là.

Notes

[1] Crédit photo : [Hryck](#) (Creative Commons By)

The Copyright Song

[Nina Paley](#) est la femme à tout faire du film d'animation *Sita Sings the Blues*, que nous évoquions récemment [dans un billet](#) annonçant aussi bien sa « libération » que ses rocambolesques déboires avec les ayant-droits de la bande musicale.



Elle nous offre ici un petit refrain tout à fait charmant qui, sait-on jamais [en ces temps d'Hadopi](#), pourrait bien devenir aussi célèbre et fédérateur que la [Free Software Song](#) de Richard Stallman !

Vous en trouverez les paroles ainsi que leur traduction ci-dessous. Et dans la mesure où Nina nous invite à créer nos propres interprétations de sa chanson, j'ai mis mon [écrivain](#), [blogueuse](#), [musicienne](#) de sœur à contribution pour initier le mouvement. Sous l'œil bienveillant (et parfois un peu décalé) de sa webcam artisanale, elle nous en propose trois « copies » : un version « soft », une version « hard » et une

version française de sa composition.



-> La [vidéo](#) au format webm

The Copyright Song

[URL d'origine du document](#)

*Nina Paley – 17 mars 2009 – Licence Creative Commons By-Sa
(Traduction et sous-titrage Framalang : Joan et Yostral)*

Copying isn't theft
Stealing a thing leaves one less left
Copying it makes one thing more
That's what copying's for.

Copying isn't theft
If I copy yours, you have it too
One for me and one for you
That's what copies can do.

If I steal your bicycle,
You have to take the bus
But if I just copy it,
There's one for each of us!

Making more of a thing
That is what we call copying
Sharing ideas with everyone
That's why copying...
...Is fun!

Traduction

Copier n'est pas voler
Voler une chose en enlève une
La copier en rajoute une
C'est à ça que sert la copie.


Copier n'est pas voler
Si je copie la tienne, tu l'as toujours
Une pour moi et une pour toi
C'est le pouvoir des copies.

Si je vole ton vélo,
Tu devras prendre le bus
Mais si je ne fais que le copier,
On en aura un chacun !

Multiplier une chose
C'est ce qu'on appelle copier
Partager ses idées avec tout le monde
C'est ce qui fait que copier...
...Est fun !

Premiers remix par Daphné Kauffmann


Version « soft » :

→ La [vidéo](#) au format webm 

Version « hard » :

→ La [vidéo](#) au format webm 

Version française :

→ La [vidéo](#) au format webm 

Copier n'est pas voler
Si on me vole, je n'ai plus rien
Si on copie, je n'ai pas moins
Copier c'est partager

Copier n'est pas voler
Je copie le tien, tu en gardes un

Et on a chacun le sien
C'est tout l'art de copier

Si je te vole ton vélo
Tu dois prendre le métro
Mais si j'en fais une copie
Tu en gardes un aussi

Faire d'une chose deux
C'est ce qu'on appelle la copie
On partage ses idées ainsi
C'est pourquoi copier...
...c'est mieux !

Paroles sous licence Creative Commons By-Sa par [Daphné Kauffmann](#)

Et les artistes dans tout ça ?

Le choix actuel de la répression et des verrous numériques est peut-être une solution à court terme pour l'industrie musicale mais il place les artistes en position plus que délicate vis-à-vis de leurs fans. Difficile en effet de ne pas réaliser que, le temps passant, les intérêts des uns et des autres sont de plus en plus divergents.



Dans le très tendu climat du moment (crise des ventes, « piratage » généralisé...), il est alors assez logique de voir des musiciens prendre ouvertement leur distance avec la

logique des Majors et se regrouper pour faire entendre leur voix (sic !). C'est déjà le cas en Angleterre où quelques grands noms de la chanson britannique^[1] se sont tout récemment réunis au sein de la [Featured Artists Coalition \(FAC\)](#) afin de « prendre le contrôle de leur musique et défendre leurs droits d'auteur face aux opportunités que représentent les technologies digitales ». C'est l'objet de notre traduction ci-dessous issue d'un article dédié du journal [The Independent](#).

« La révolution digitale a balayé le vieux business de la musique des années soixante et a changé pour toujours la relation entre les artistes et les fans », explique le batteur du groupe Blur, David Rowntree. « Nous sommes à la recherche d'une nouvelle donne, basée sur l'équité, avec nos fans, l'industrie du disque et les gouvernements ». À rapprocher de ce que disait Mike Masnick dans [sa très éclairante conférence](#) consacrée au « cas Trent Reznor ».

Et en France, me direz-vous, où sont donc nos artistes, alors même qu'ils sont les premiers impliqués dans le projet de loi [« Création et Internet »](#) qui se discute en ce moment même à l'Assemblée ?

Force est de constater qu'on ne les entend pas beaucoup, comme si la majorité d'entre eux restaient prostrés dans une sorte de silence gêné, ayant par trop conscience des effets dévastateurs produits par des discours dont [Thomas Dutronc offre une magnifique caricature](#).

Quitte à tomber dans l'excès inverse, nous lui préférons les propos du documentariste [Grand François](#) qui donnent peut-être plus à réfléchir :



-> La [vidéo](#) au format webm

Mais revenons à nos anglais qui se rebiffent...

Ce n'est pas un crime de télécharger disent les musiciens

[It's not a crime to download, say musicians](#)

*Arifa Akbar – 12 mars 2009 – The Independent
(Traduction Framalang : Poupoul2)*

Des musiciens, dont Robbie Williams, Annie Lennox, Billy Brag, David Rowntree (Blur) et Ed O'Brien (Radiohead) ont déclaré hier soir que le public ne devrait pas être poursuivi pour avoir téléchargé illégalement de la musique sur Internet.

la Featured Artists Coalition, qui intègre 140 des plus grandes stars pop et rock de Grande Bretagne a indiqué, lors de son inauguration, que des entreprises telles que MySpace ou Youtube devraient être mises à contribution, lorsqu'elles utilisent leur musique à des fins publicitaires.

Brag a déclaré à The Independent que la plupart des artistes ont voté contre toute tentative visant à criminaliser le téléchargement illégal de musique par le public.

Les musiciens exprimeront leur point de vue à Lord Carter, qui a suggéré que les particuliers qui se livrent au téléchargement illégal devraient être amenés devant les tribunaux.

Alors qu'Annie Lennox n'a pas pu assister à l'inauguration, elle a adressé un message de soutien, tout comme Peter Gabriel, tandis que David Gray, Fran Heal (Travis), Nick Mason (Pink Floyd) et Mick Jones (The Clash) ont fait une apparition.

Brag s'est exprimé comme membre clé de cette coalition, qui a été créée afin de donner une voix collective aux artistes qui veulent défendre leurs droits dans le monde numérique. Elle s'engage en faveur d'un marché plus équitable pour les musiciens, au moment où il peuvent utiliser Internet pour

créer des liens directs avec leurs fans. « Ce que j'ai déclaré pendant l'inauguration est que l'industrie culturelle en Grande Bretagne poursuit son chemin vers la criminalisation de notre public, celui qui télécharge illégalement des mp3 », a-t-il déclaré.

« Si nous suivons l'industrie culturelle sur cette voie, nous ne ferons rien d'autre que de participer à ce mouvement protectionniste. Cela revient à essayer de remettre le dentifrice dans son tube ».

« Les artistes devraient être détenteurs de leurs propres droits, et devraient décider à quel moment leur musique peut être utilisée gratuitement, et à quel moment ils devraient être payés. »

Les artistes souhaitaient dire à Lord Carter : « Nous voulons nous ranger aux côtés du public, des consommateurs ».

O'Brien a déclaré « qu'il s'agit d'une période charnière pour l'industrie », ajoutant que « de nombreux droits et sources de revenu sont charcutés, et nous avons besoin de faire entendre notre voix. Je pense que tous les intervenants principaux veulent entendre ce que nous avons à dire. »

Notes

[1] Crédit photo : [Dno1967](#) (Creative Commons By)

Un autre monde musical est

possible nous dit Trent Reznor

On peut voir le document que nous vous présentons aujourd'hui comme la majeure contribution du Framablog au débat actuel sur le trop fameux projet de loi « Création et Internet », qui porte si mal son nom. Nous sommes en effet fiers de vous proposer la traduction (sous-titrage et transcription écrite ci-dessous) d'une conférence qui apporte comme un grand bol d'oxygène à la période tendue et crispée que nous sommes en train de traverser.

Oui, avec du talent et de l'imagination, on peut (économiquement) réussir dans la musique en dehors des circuits traditionnels (comprendre avant tout [les Majors du disque](#)) en utilisant à plein les extraordinaires potentialités d'Internet pour se mettre directement en relation avec son public.

C'est ce que démontre le parcours de l'artiste [Trent Reznor](#), chanteur des [Nine Inch Nails](#), brillamment analysé ici par Mike Masnick, dont le blog décrypte les tendances des nouveaux médias sociaux.

Cette conférence d'une quinzaine de minutes a été donnée en janvier dernier au [MIDEM](#) 2009 de Cannes. L'étrange équation énoncée, « $CwF + RtB = \$\$\$$ », tient de la formule magique mais elle est pourtant simple à comprendre pourvu qu'on accepte la nouvelle donne et surtout les nouvelles règles du jeu.

N'ayez pas peur, disait l'autre. Nous ne sommes plus ici dans le monde des « pirates » à éradiquer mais dans celui, passionnant, de ceux qui ouvrent la voie d'un nouveau paradigme...



-> La [vidéo](#) au format webm

Trent Reznor et l'équation pour de futurs modèles économiques de la musique

[Trent Reznor And The Formula For Future Music Business Models](#)

Mike Masnick – 17 janvier 2008 – TechDirt

(Traduction Framalang : Don Rico, Joan, Yostral)

Je suis Mike Masnick, mon entreprise s'appelle [Floor64](#). Voici notre site web : nous avons diverses activités, travaillons avec différentes entreprises, les aidons à comprendre les tendances des nouveaux médias sociaux et à établir un lien avec les communautés auxquelles elles s'adressent.

On me connaît surtout, quand on me connaît, pour [TechDirt](#), le blog que nous publions sur Floor64. Voilà à quoi ça ressemble. Sur ce blog, j'aborde très souvent le sujet de l'industrie musicale et de l'industrie du disque, et j'ai notamment beaucoup écrit sur les initiatives de [Trent Reznor](#) et les modèles économiques qu'il applique et expérimente depuis quelque temps. Ces billets sont bien sûr à l'origine de cette intervention : « Pourquoi Trent Reznor et [Nine Inch Nails](#) représentent l'avenir de l'industrie musicale ».

Nous sommes un peu en retard car nous devions commencer à 11h45. Chez moi, en Californie, il est 2h45 du matin. Je souffre du décalage horaire, comme d'autres ici je pense, alors pour qu'on reste éveillés, je vais faire défiler que 280 diapos au cours de cette intervention, car je pense qu'en gardant un rythme soutenu on ne s'endormira pas trop vite. Mais pendant ces 280 diapos je vais quand même aborder quelques points importants sur les actions de Trent Reznor et expliquer pourquoi les modèles économiques qu'il expérimente représentent vraiment l'avenir de la musique.

Sans plus attendre, rentrons dans le vif du sujet.

Chapitre 1

Que ce soit volontaire ou pas, je n'en sais d'ailleurs rien, il semblerait que Trent Reznor ait découvert le secret d'un modèle économique efficace pour la musique. Ça commence par quelque chose de très simple : CwF, qui signifie « Créer un lien avec les fans ». Ajoutez-y une pincée de RtB : « Une Raison d'acheter ». Associez les deux, et vous obtenez un modèle économique. Ça paraît très simple, et beaucoup pensent que ça n'a rien de sorcier. Mais le plus stupéfiant, c'est la difficulté qu'ont d'autres à combiner ces deux ingrédients afin de gagner de l'argent, alors que Trent Reznor, lui, s'en est sorti à merveille, à de nombreuses reprises, et de nombreuses façons.

Tout a commencé quand il était encore signé chez une major. Il a appliqué ce modèle de façon très intéressante sur l'album [Year Zero](#), en 2007. Avant la sortie de l'album, il a établi un lien avec ses fans en organisant une sorte de chasse au trésor, ou un jeu de réalité virtuelle. Voici le dos du t-shirt qu'il portait pendant la tournée de 2007. Certaines lettres des noms de ville sont en surbrillance : en les isolant puis en les remettant dans l'ordre, on obtient la phrase « I am trying to believe ». Certains ont été assez futés pour assembler la phrase et y ajouter un « point com ». Puis ils sont allés sur le site « [Iamtryingtobelieve.com](#) » et se sont retrouvés dans un jeu de réalité virtuelle, qui était assez marrant. Voici qui a apporté un gros plus à l'expérience générale pour les fans et permis d'établir avec eux un lien qui allait au-delà de la seule musique.

Du coup, les fans étaient plus impliqués, motivés et impatients. Il est allé plus loin encore : vous approuverez ou pas, tout dépend de l'endroit où vous êtes assis dans la salle. Ça a mis en rogne la maison de disque de Reznor, parce qu'il s'est amusé à mettre de nouveaux morceaux sur des clés USB qu'il abandonnait ensuite par-terre dans les toilettes à chaque concert qu'il donnait. Les fans trouvaient ces clés USB

dans les différentes salles de concert, les ramenaient chez eux, les branchaient sur leur ordinateur et y trouvaient de nouveaux morceaux de Nine Inch Nails, et bien sûr ils les partageaient.

De cette façon, le groupe a impliqué les fans, les a motivés et les a mis dans tous leurs états. Les seuls à ne pas avoir été ravis, c'était la [RIAA](#), qui a envoyé des messages d'avertissement pour de la musique que Trent Reznor lui-même distribuait gratis. Ça, ce n'est pas un moyen d'établir un lien avec les fans, mais plutôt de se les mettre à dos.

Trent Reznor continuait donc à donner aux gens des raisons d'acheter alors qu'il refilait lui-même sa musique. Quand l'album est sorti, le CD changeait de couleur. On le mettait dans le lecteur, et en chauffant la couleur du disque changeait. C'est gadget, mais c'était assez sympa et ça donnait aux fans une raison d'acheter le CD, parce qu'on ne peut pas reproduire ça avec un MP3.

C'était un exemple simple datant de l'époque où il était encore sous contrat avec une major, mais passons au...

Chapitre 2

Après cet album, il n'avait plus de maison de disque, et a préféré voler de ses propres ailes, s'aventurant alors sur les terres soi-disant dévastées de l'industrie musicale d'aujourd'hui. Pourtant ça ne lui a pas posé problème, car il savait qu'en créant un lien avec les fans et en leur donnant une raison d'acheter il pouvait créer un modèle économique efficace. Il a donc commencé par l'album [Ghosts I-IV](#), et il a créé des liens avec ses fans en leur offrant plusieurs choix, au lieu d'essayer de leur imposer une façon unique d'interagir avec sa musique. On avait différentes options, et il leur a donné une raison d'acheter en proposant une offre améliorée.

Je vais rapidement énumérer ces options. À la base, il y avait un téléchargement gratuit. L'album comptait 36 morceaux. On

pouvait télécharger gratuitement les 9 premiers, et les 36 étaient sous licence Creative Commons, donc il était possible de les partager légalement. Bref, quand on voulait les télécharger gratuitement sur le site de NIN, on n'avait que les neuf premiers. Pour 5 dollars, on recevait les 36 morceaux et un fichier PDF de 40 pages. 5\$ pour 36 morceaux, c'est beaucoup moins cher que le modèle d'iTunes à 1\$ par chanson. Pour 10\$, vous receviez une boîte avec deux CDs et un livret de 16 pages. 10 \$ pour une boîte de 2 Cds, c'est pas mal. Mais ça, beaucoup d'autres le font, tout le monde applique ce principe de musique offerte et de vente de CDs à prix raisonnable sur le site.

Ce qui est intéressant, c'est ce qu'il a proposé en plus. Là, on commence par un coffret édition deluxe à 75 dollars, qui contenait tout un tas de choses. C'était une sorte de coffret, mais centré sur ce seul album et qui contenait un dvd et un disque blu-ray, un beau livret, le tout fourni dans une boîte sympa. 75\$, bonne affaire pour des fans qui veulent vraiment soutenir Reznor. Mais le plus intéressant, c'était le coffret ultra deluxe édition limitée à 300 \$.

Comme on le voit sur ce site, tous ont été vendus. Il y a tout un tas de suppléments dans ce coffret. Voici à quoi ça ressemblait.

Là encore, on trouve le contenu du coffret de base, plus d'autres trucs. Mais ce qui est vraiment important, c'est qu'il n'a été tiré qu'à 2500 exemplaires, et que tous étaient dédiés par Trent Reznor. Le tout coûtait 300\$, mais c'était exceptionnel, unique, et ça ajoutait de la valeur à la musique. Les 2500 ont été vendus, ce qui n'a rien d'étonnant. Mais ce qui est impressionnant, c'est la vitesse à laquelle ils sont partis. Moins de 30 heures. Faites le calcul : ça donne 750 000 dollars en 30 heures pour de la musique qu'il donnait gratuitement.

Rien que la première semaine, si l'on inclut les autres

offres, ils ont encaissé 1,6 million de dollars, là encore pour de la musique qu'ils distribuait gratuitement, sans label, mais c'était vraiment une façon de créer un lien avec les fans, de leur donner une raison d'acheter, et de trouver un modèle économique efficace. Même si c'était gratuit et qu'on pouvait tout télécharger légalement une fois les morceaux mis en ligne sur des sites de Torrent ou de partage de fichiers, voici ce qu'a publié Amazon la semaine dernière : la liste de leurs meilleures ventes d'albums au téléchargement en 2008, où Ghosts I-IV arrive en tête.

Donc, voici un album gratuit qui en une seule semaine a rapporté 1,6 million de dollars, et qui a continué à bien se vendre sur Amazon tout le reste de l'année. On se rend bien compte qu'ici, la question ce n'est pas le prix. Le fait que l'album soit disponible gratuitement ne signifie pas la fin du modèle économique, il n'y a pas lieu de s'inquiéter. Tant que l'on crée un lien avec les fans et qu'on leur donne une raison d'acheter, il y a de l'argent à se faire.

Chapitre 3

Dans cette série d'expériences, deux mois seulement après Ghosts I-IV est sorti [The Slip](#), et cette fois-ci c'était complètement gratuit, il suffisait de donner son adresse e-mail et on pouvait le télécharger en entier. Un lien de plus avec les fans. Les téléchargements étaient de qualité, on avait le choix entre des versions MP3 ou lossless. Pas du tout le principe « on vous file gratis la version merdique, passez à la caisse pour une meilleure version ». Encore une fois, il a essayé d'innover pour créer un lien plus fort avec les fans.

Voici les données de TopSpin, qui fournissait l'infrastructure pour les téléchargements, et qui a créé ces cartes sympas sur Google Earth pour qu'on voit d'où tous les autres téléchargeaient. Pas forcément utile, mais c'était chouette, et ça contribuait à construire la communauté, à créer un lien avec les fans. En parallèle, le jour de la sortie de The Slip,

ils ont publié la liste des concerts pour la tournée 2008. On pouvait donc télécharger la musique, l'écouter, et aussitôt acheter des places.

Bien entendu, Reznor et NIN ont toujours veillé à ce qu'il y ait une raison d'acheter des billets : ils ne donnent pas de simples concerts, mais offrent un spectacle complet. Ils jouaient devant un grand écran et amenaient plein d'idées afin d'en faire une expérience passionnante pour les fans, et les fans en redemandent. Ils sont emballés à l'idée d'aller à ces concerts, et pas seulement parce qu'ils vont voir Trent Reznor jouer. Bien sûr, Reznor n'en faisait pas profiter que NIN. Il y avait des premières parties sur la tournée, et il a enregistré un disque samplé, téléchargeable gratuitement lui aussi, avec des fichiers de bonne qualité de morceaux des différents groupes qui jouaient en première partie, permettant ainsi aux fans de créer un lien et leur donnant des raisons d'acheter des places de concerts pour aller voir ces groupes s'ils leur plaisaient.

Là encore, même si l'album était gratuit, il a donné d'autres raisons d'acheter en pressant l'album sur CD et vinyl, avec un tas de contenu supplémentaire dans une édition limitée et numérotée. On en revient au procédé de Ghosts I-IV, avec des tas de suppléments. J'insiste sur ce point parce que c'est vraiment important.

Chapitre 4

On n'a parlé que de sortie d'album, mais ces règles ne s'appliquent pas seulement quand on sort un album. Il faut créer un lien avec les fans tout le temps, sans discontinuer. Voici le site Web de Reznor, où il a mis en place des tas d'idées intéressantes, et je vais passer vite dessus parce qu'il y a beaucoup de choses, mais le lien se crée en permanence. Quand on se connecte, on voit les nouveautés, et puis on trouve les fonctions habituelles : de la musique à écouter, des outils communautaires comme les forums, les

tchats. Mais il y a aussi des éléments moins évidents. Par exemple ce flux de photos, qui proviennent de Flickr. Ces photos ne sont pas toutes des clichés du groupe prises par des pros, mais ceux que les fans mettent sur Flickr sont regroupés sur le site. Ainsi on peut voir ce que les autres voyaient aux concerts où vous êtes allés, ou à ceux que vous avez manqué.

Il offre aussi des fonds d'écran que l'on peut télécharger, sous licence Creative Commons. On peut les retoucher, et d'ailleurs vous remarquerez que les images d'illustration que j'utilise sont justement tirées de ces fonds d'écran, légèrement modifiés pour que ça rentre sur les diapos. Dans le même esprit que les photos Flickr, il y a les vidéos. En gros, les fans filment des vidéos avec leur téléphone mobile, les mettent en ligne sur YouTube, et elles sont toutes regroupées sur le site. Pas de problème de procès, pas d'avertissements, pas de réclamations de la part de YouTube, les vidéos servent juste à créer du lien avec les fans, à leur donner une raison d'acheter.

Sur le site, on peut aussi télécharger des fichiers bruts, et NIN encourage les fans à les remixer, à les écouter, à les noter, à les échanger, ce qui implique vraiment les fans.

Autres idées amusantes : des concours, par exemple des tickets cachés qu'il faut trouver sur le site, des coordonnées indiquant l'emplacement de places gratuites pour un concert que NIN donnait dans un tunnel d'égout à Los Angeles. Il a mis sur son site une enquête de 10 pages à remplir, ce qui a permis d'élaborer un profil complet de ses fans. Mais le plus intéressant, c'est le courriel qu'il a envoyé, assez long comme vous le voyez, qui a montré que Reznor est proche de ses fans, ce qui hélas est rare dans l'industrie musicale.

À suivre

Passons au dernier chapitre. Je l'intitule « À suivre » plutôt que « Dernier chapitre », parce que c'est loin d'être fini.

Reznor continue en permanence à expérimenter de nouvelles idées. Pas plus tard que la semaine dernière, j'ai dû compléter cette intervention, en espérant qu'il allait calmer le rythme de ses expérimentations, parce que ça commençait à être dur de maintenir cette présentation à jour. Il a publié un billet sur son blog expliquant sur le ton de la plaisanterie avoir été contacté par un mystérieux groupe d'agitateurs qui avaient filmé trois concerts et mis en ligne les rushes, des rushes en haute définition. Il y en a pour 450 gigas de rushes. La plupart des disques durs n'ont pas une telle capacité, et ça m'étonnerait que beaucoup d'entre vous ici aient 450 Go sur votre portable. Et puis il y a les fournisseurs comme ComCast qui limitent la bande passante à 250 Go par mois, voire TimeWarner qui descend encore plus bas, à 5 Go par mois. Et voilà Reznor qui refile 450 Go de vidéo HD et déclare : « Je suis sûr que des fans entreprenants vont nous mitonner un truc sympa ». Ça c'est vraiment un super moyen de créer le lien avec les fans, de leur donner une raison d'acheter, et c'est ce qui donne le modèle économique.

On peut voir ça sous un autre angle : au lieu de signifier Connect with Fans, CtW pourrait être l'acronyme de Compete With Free (*NdT : le Gratuit Compétitif*) et Rtb, au lieu de Reason to Buy, peut être l'abréviation de Retour au Business. Au lieu de se plaindre sans cesse du piratage et de diaboliser les nouvelles technologies, il vaut mieux s'efforcer de trouver un modèle économique qui fonctionne.

Ce qu'il faut retenir, c'est que ça fonctionne pour de bon, sans qu'il y ait besoin de recourir aux licences collectives, aux DRM ou aux procès. Techniquement parlant, et c'est ce qui agace certains, il n'y a pas besoin de recourir aux droits d'auteur pour que ça marche: il suffit de créer le lien avec les fans et de leur donner une raison d'acheter.

Ce qu'il faut retenir aussi, c'est que ça vaut pour tous les musiciens, connus ou moins connus. Je me suis concentré sur Reznor, parce que c'est le sujet de mon intervention, mais des

tas de petits groupes appliquent ce même modèle. En gros, Reznor ne fait qu'ouvrir la voie pour des tas d'autres et permettre que ça fonctionne. Quant aux autres, ils ne plagient pas, ils ne se contentent pas de copier les idées de Reznor. Ils partent de la recette de départ pour l'adapter à leur façon, et ça fonctionne aussi pour eux sans qu'ils aient à se soucier des licences, des DRM ou des procès. Pas de problème de copyright. Ils ne leur reste qu'à se concentrer sur l'avenir, sur la musique, et à inventer les modèles économiques qui fonctionnent de nos jours.

Voilà, j'ai expliqué dans cette intervention pourquoi Trent Reznor et NIN représentent l'avenir de l'industrie musicale. Si vous souhaitez me contacter, voici mes deux adresses e-mail.

Merci.

Musique, industrie et industrie musicale

Nous le savions déjà : « musique » et « industrie musicale » sont deux entités distinctes. La révolution numérique n'a fait que nous le rappeler mais en apportant un petit quelque chose en plus : la possibilité pour le premier de ne pas être obligé d'en passer forcément par le second pour exister. Surtout si cette industrie musicale renonce à s'adapter et préfère mettre son énergie à chercher des mesures coercitives pour ramener ses clients dans le droit chemin de la rassurante situation



d'avant (qui n'est déjà plus).

Et si nous commençons par prendre conscience des évolutions avant que d'envisager une éventuelle réconciliation ?

La traduction de ce court extrait du blog de [Seth Godin](#) y participe modestement.^[1]

Musique vs L'Industrie Musicale

[Music vs. the music industry](#)

*Seth Godin – 13 février 2009 – Blog
(Traduction Framalang : Claude le Paih)*

Quelques extraits d'une [interview](#) sur le futur de l'industrie musicale. J'abordais une industrie spécifique, mais je pense que cela peut être généralisé.

L'industrie musicale privilégie surtout l'aspect « industrie » et moins l'aspect « musique ». C'est le meilleur moment de l'histoire de la musique si votre rêve est de distribuer autant de musique que possible à un maximum de personnes, ou si votre objectif en tant que musicien est d'être écouté par une large audience. Il n'y a jamais eu une telle époque auparavant. Donc si votre intérêt est la musique, c'est génial.

Mais si votre intérêt penche vers le côté industriel et ses limousines, ses acomptes, ses juristes, son polycarbonate et ses vnyls, c'est tout simplement horrible. Le changement actuel étant que les personnes persistant à vouloir garder le monde tel qu'il était avant, seront de plus en plus contrariées par la nouvelle donne, ce qui peut aller jusqu'à la perte de leur emploi. Ceux qui veulent inventer un nouveau cadre, de nouvelles règles du jeu, un nouveau paradigme, n'en reviennent pas de leur bonne fortune et réalisent combien ils sont chanceux que le monde de l'industrie ne remarque pas une telle opportunité...

Je définis une tribu comme un groupe de personnes partageant une culture, un but, une mission commune, et aussi souvent un leader commun. Il y a des tribus de gens, sortant parfois des sentiers battus, qui se sentent en phase parce qu'ils veulent repenser l'industrie musicale. Il y a ainsi la tribu de ceux qui suivent Bruce Springsteen et paient des sommes déraisonnables pour l'écouter en concert et comparer les titres.

Cela n'a plus rien à voir avec les anciennes habitudes des labels musicaux occupés à conquérir de l'espace commercial à la radio et dans les magasins de disques. L'industrie musicale a désormais besoin de se redéfinir et d'œuvrer à la recherche, l'interconnexion et la direction de tribus d'individus désirant suivre un musicien et se connecter avec ceux qui souhaitent en faire de même...

Dans les années soixante-dix et quatre-vingt, vous écoutiez une chanson car « tous les autres » l'écoutaient aussi. C'est la définition de la pop music. À cette époque, nous définissions « les autres » comme des personnes de notre université ou des gens écoutant la radio WPLJ^[2].

Aujourd'hui, « les autres » ne sont pas définis par le lieu de résidence ou la radio écoutée. Ils sont définis par le segment vertical ou horizontal du monde auquel vous vous connectez. Je peux écouter [Keller Williams](#)^[3] parce que ma tribu connaît des Deadheads désenchantés^[4]. N'ayant plus de nouveau Grateful Dead à écouter, nous écoutons Keller Williams : c'est de la pop music pour nous. Il n'est pas populaire chez les jeunes du collège qui n'ont jamais entendu parler de lui, n'est-ce pas ? Ainsi vous vous retrouvez avec une multitude de niches qui sont autant de manières différentes de regarder le monde...

Le tout numérique est en train de surpasser le CD, et une fois le mouvement amorcé cela va de plus en plus vite. Le plus intéressant pour moi est de connaître celui qui contrôlera la programmation musicale (*NdT : la playlist*). S'il y a une

quantité infinie de musique offerte (et dès que la quantité de musique excède le temps disponible d'une vie, elle est infinie !), quelqu'un sera-t-il assez influent pour me suggérer quoi écouter ? Ce quelqu'un sera-t-il payé pour me le dire ou bien paiera-t-il pour me le dire ? La question reste pour le moment ouverte mais les réponses sont dans toutes ces niches. Qui sont les personnes influentes et comment se diffusent cette influence ?

L'analogie que j'aime donner est que si vous êtes un écrivain et qu'Oprah Winfrey^[5] vous appelle, vous ne dites pas : « combien allez vous me payer pour participer à votre show et présenter mon livre ? » En fait, si vous le pouviez, vous paieriez pour collaborer avec Oprah.

Pendant très longtemps, l'industrie musicale a eu deux grandes idées : d'un côté, payer pour passer sur Clear Channel^[6] ou MTV, de l'autre, faire payer pour écouter sa musique en concert ou sur votre chaîne Hi-Fi. Ces temps sont tous en train de se diluer actuellement. « Si je suis le directeur des programmes de ma propre radio, que devient mon bakchich ? »^[7].

Notes

[1] Crédit photo : [Notsogoodphotography](#) (Creative Commons)

[2] [Radio](#) populaire aux USA

[3] [Keller Williams](#) est un chanteur américain un peu « décalé »

[4] Les [Deadheads](#) sont des fans du groupe Grateful Dead

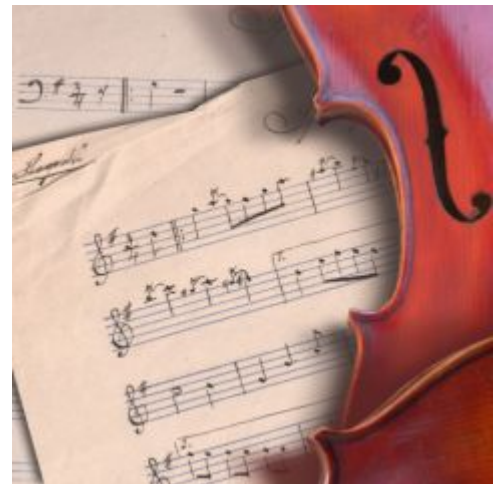
[5] [Oprah Winfrey](#) est l'animatrice du célèbre talk-show qui porte son nom

[6] [Clear Channel](#) est un groupe de médias américains possédant de nombreuses radios et télévisions

[7] Bakchich ou [payola](#) dans le texte

J'avais vingt ans, je voulais écrire un opéra et changer le monde

J'aurais pu intituler ce billet « Affaire étrangère, l'opéra très libre de Valentin Villenave » mais j'ai préféré garder la première phrase issue de l'article du [blog de son auteur](#) présentant [le projet](#), article qui m'a tant séduit que je me suis permis de le reproduire en intégralité ci-dessous.



Pour ce qui est de changer le monde, nous attendrons encore un peu (mais nous acceptons d'ores et déjà bien volontiers de l'accompagner). Par contre il ne lui aura pas fallu plus de quatre ans pour voir le rêve se concrétiser puisque la ville de [Montpellier](#) vient tout récemment d'accueillir les premières représentations de son opéra (dont vous trouverez tous les détails dans [ce document](#)).

Pourquoi évoquer cette œuvre sur le Framablog ? D'abord parce qu'il y a des outils et des licences libres dans les coulisses. En effet c'est sous l'éditeur musical [LilyPond](#) qu'ont été conçues les partitions de l'opéra^[1]. Et puis surtout l'ensemble de l'opéra est placée sous une licence originale, créée m'a-t-il semblé pour l'occasion, la [Libre Opera License v.0.2](#), savant mélange de GNU GPL et de Creative Commons By-Nc-Sa (on se retrouve avec cette double licence parce que, à ce que j'ai compris, LilyPond fonctionnant un peu comme [LaTeX](#),

les sources sont sous GPL mais les compilations sont sous CC By-Nc-Sa).

Mais au delà du choix des logiciels et des licences libres (ou ouvertes), c'est surtout l'état d'esprit de Valentin qui m'a impressionné. Je n'en ferai pas un quelconque porte-drapeau mais à 24 ans il témoigne je crois de cette nouvelle génération qui souhaite profiter des nouvelles technologies bien plus pour partager que pour consommer, n'en déplaise à ceux qui aujourd'hui se cramponnent aux rênes de toute l'industrie culturelle et musicale.

PS : Je crois savoir que Valentin Villenave est un lecteur assidu du Framablog. Autrement dit n'hésitez pas à l'encourager et/ou lui poser quelques questions dans les commentaires (par exemple sur son choix de la clause non commerciale), je suis certain qu'il se fera la gentillesse de venir y répondre.

Chronique d'une étrange affaire

[URL d'origine de l'article](#)

Alors, voilà.

J'avais vingt ans; je voulais écrire un opéra. Et changer le monde.

De l'influence déplorable du cinéma de René Clair sur une jeune âme trop imaginative.

Dans [un de mes films préférés](#) (Les Belles de nuit, René Clair, 1952), Gérard Philipe incarne un jeune professeur de piano, en décalage avec une société contemporaine bureaucratique, conformiste, inhumaine ; tout change subitement le jour où l'on apprend qu'il a écrit... un opéra. Comme par magie, le monde s'illumine alors, les regards se font respectueux, et le héros trouve enfin sa place parmi les personnages, unis dans une même allégresse.

Tel est pour moi l'opéra : un mot magique. Une légitimité, des lettres de noblesse : devenir quelqu'un.

À l'âge de vingt ans (c'était il y a quatre ans), j'avais écrit quelques pièces instrumentales d'envergure très modeste, et qui n'avaient pour ainsi dire jamais été jouées. Je gagnais ma vie – c'est encore le cas – en donnant des cours de piano dans une obscure banlieue parisienne, et j'écrivais chaque année, littéralement, des centaines de petits morceaux dans les cahiers de mes élèves, qui partaient ensuite à tous les vents.

Depuis des années, j'avais été pour ainsi dire adopté par [une petite compagnie d'opéra](#), dont j'avais été le tourneur de pages puis l'accompagnateur en titre, et qui montait chaque année des pièces du grand répertoire, le plus souvent en partenariat avec les écoles du voisinage (où les écoliers, après avoir assisté à une répétition lyrique, posaient souvent des questions judicieuses telles que « pourquoi le monsieur crie comme ça ? »).

Sans vraiment y croire, je caressais l'envie de leur écrire un opéra, en signe de gratitude. Je m'étais mis à la recherche d'un livret qui soit percutant et rythmé – pas évident à trouver dans le théâtre contemporain.

Entrée en scène de Lewis Trondheim, et ce qui s'ensuivit.

Je connaissais l'œuvre de [Lewis Trondheim](#) depuis l'âge de dix ans, où j'écumais chaque semaine les rayons bande dessinée de la bibliothèque municipale. Des formidables aventures de Lapinot, qui revisitaient la bande dessinée animalière enfantine avec un humour absurde et satirique, j'étais passé à ses œuvres les plus avant-gardistes -- car Lewis n'était pas que drôle et accessible à tous, mais également en perpétuelle quête de renouveau et d'expérimentation formelle, toujours dans un esprit ludique.

Cet auteur complexe et attachant avait une propension à susciter chez ses fans un véritable culte, auquel je n'ai pas échappé. À vingt ans, j'avais méticuleusement lu la totalité de son œuvre, au besoin en téléchargeant ses albums illégalement sur Internet. Je poursuivais à l'époque, à tout hasard, une maîtrise de Lettres modernes consacrée à son œuvre ; un jour il m'apparut comme une évidence que je ne souhaitais pas tant travailler sur Lewis Trondheim que travailler avec lui.

Peu d'auteurs confirmés et reconnus répondraient à un jeune inconnu qui leur propose de participer à l'écriture d'un opéra ; c'est pourtant ce qui se produisit. Lewis Trondheim accepta immédiatement et avec enthousiasme, et me proposa de partir de l'album Politique étrangère qu'il avait réalisé en 2001 avec [Jochen Gerner](#). Dans son œuvre, toujours influencée par la bande dessinée animalière, c'était une exception : les personnages étaient des êtres humains. De plus, cette histoire de château me renvoyait à toute une tradition opératique ([La Clémence de Titus](#) de Mozart, par exemple), entrecroisée en l'occurrence avec Jarry, Ionesco... et un tantinet des Marx Brothers.

Bref, nous nous retrouvions à pied d'œuvre, sans aucune certitude quant à une hypothétique concrétisation du projet, faute de moyens, et en tentant de limiter le nombre de décors et de personnages.

Le livret faisait l'objet d'un véritable ping-pong de courriers électroniques entre Lewis et moi-même (nous ne nous étions jamais rencontrés ni téléphoné). Ouvert à mes suggestions mais sans complaisance, il avait très vite compris la problématique bien particulière de l'opéra, genre tout aussi hybride que la bande dessinée : le texte et la musique participent de façon complémentaire à la construction du sens, et il faut constamment veiller à ce que l'un n'affaiblisse pas l'autre (soit parce que trop insignifiant, soit au contraire parce que trop chargé de sens).

En peu de temps, deux événements vinrent changer complètement la tournure du projet. Le premier fut le décès tragique, à l'été 2005, du metteur en scène de la compagnie, Michel Blin, à qui je dois tout ce que je sais sur l'opéra, et à qui cette œuvre est dédiée. Le second, plus insignifiant, fut que Lewis Trondheim se vit récompenser, début 2006, par le Grand Prix du festival de bande dessinée d'Angoulême.

Les chanteurs de la compagnie eux-mêmes me pressèrent de profiter de cette occasion pour présenter mon projet à une structure plus officielle, et lui donner ainsi une nouvelle envergure. Un dimanche de février, j'envoyai sans trop y croire un mail à l'[opéra de Montpellier](#) (simplement parce que c'était la ville de mon librettiste) ; deux heures plus tard, M. René Koering me répondait que l'Opéra se ferait une joie de créer ce projet...

Éléments (en vrac) d'une esthétique (en chantier).

Je ne m'acquitterais pas du minimum syndical sans insérer ici quelques mots sur mon écriture, quitte à enfoncer pas mal de portes ouvertes. Suivant les (rares) personnes à qui j'ai pu la montrer, ma musique suscite les réactions les plus diverses, tantôt qualifiée de dissonante et inaudible, tantôt à l'inverse, de facile, insipide et réactionnaire. J'imagine que mon esthétique (s'il y en a une) se situe quelque part entre les deux – sans espoir de savoir où.

Les répertoires que j'ai joués et lus, certainement, transparaissent, à commencer par les opéras du XVIIIe siècle (Mozart), dont je me sens plus proche que ceux du XIXe siècle. En particulier, la rigueur formelle est pour moi une obsession ; toutes les structures de la pièce, du nombre de tableaux, de mesures, de temps, aux dispositions vocales et instrumentales, ont donné lieu à des contraintes et des jeux mathématiques.

La mise en valeur du texte est un travail avant tout

rythmique : dégager de la prosodie les accents, les structures rythmiques, les gestes de tension et de détente (c'est la base de toutes les musiques parlées, de la mélopée antique au rap) ; je les ordonne ensuite suivant des principes très formels, puis les renforce par des motifs mélodiques et harmoniques, toujours suivant des contraintes arbitraires : modes, rapports d'intervalles, etc.

Un autre de mes soucis est de tout faire pour faciliter la vie des interprètes. À commencer par la notation : une partition doit faire sens au premier coup d'œil, sans nécessiter de mode d'emploi. Une certaine musique « contemporaine » arbore sa propre complexité avec fierté, et fait appel à des notations extrêmement complexes (en particulier d'un point de vue rythmique) ; même si je ne suis pas indifférent à la beauté étrange de tels objets, et que je ne nie aucunement leur apport au renouveau des langages musicaux, je crois qu'il est important que la musique « savante » n'en vienne point à se réduire à de telles écritures : faute de quoi elle cessera inéluctablement d'être pratiquée et appréciée par les « simples » citoyens, pour ne demeurer que l'apanage d'une poignée de spécialistes. L'idée d'« être compliqué pour être moderne » n'est ni sage, ni courageuse.

Où l'auteur se hasarde à quelques considérations coupablement politiques.

Je ne sais si je peux me prétendre compositeur ou même musicien ; mais je veux vivre et agir en citoyen.

Puisque j'en suis à accumuler les clichés, je veux mentionner qu'il m'a été donné d'avoir vingt ans à Paris en étant payé deux fois moins que le seuil de pauvreté ; il m'a été donné de chercher un logement des mois durant, en expliquant que j'étais prof de piano, ou bien étudiant, à tout hasard et sans plus de succès ; il m'a été donné de connaître de près notre beau pays où se fait chaque jour plus palpable la peur et la haine des uns à l'égard des autres : riches et pauvres, vieux

et jeunes, et ainsi de suite.

De tous ces écartèlements, celui de la culture et de la création m'interpelle le plus. Les dichotomies arbitraires n'y manquent pas : culture du passé contre culture dite actuelle, pratique amateur contre prétendu professionnalisme, art contemporain contre art soi-disant populaire, j'en passe et des meilleures.

J'aimerais croire que de tels morcellements ne profitent à personne. Ce serait hélas ignorer les nombreux enjeux politiques, économiques et médiatiques ; la culture est un champ de bataille où toute initiative doit être défendue pied à pied contre les clichés, les entreprises de ringardisation ou de récupération.

En faisant appel à un auteur de bande dessinée, j'étais bien sûr mû par l'espoir mal dissimulé, sinon de faire sauter quelques barrières, d'amener à l'opéra (et à la musique contemporaine) des publics « non-initiés ». Mais cela ne suffisait pas.

Pour un renouveau des modèles de création.

Nous nous trouvons aujourd'hui face à une situation inédite et merveilleuse : les données immatérielles sont potentiellement accessibles à tous et en tous lieux. Cet immense progrès pourrait être pour les citoyens du monde la promesse de se réapproprier la culture et la connaissance ; au lieu de quoi une poignée d'intérêts privés font de la technologie un outil d'asservissement et de propagation des inégalités. En particulier, [l'escroquerie baptisée Propriété Intellectuelle](#) consiste à nous vendre des idées comme l'on vendrait des saucisses.

Hélas ; sans-doute suis-je d'une génération qui ne peut plus se satisfaire d'impostures, à commencer par le terrifiant processus qui conduit aujourd'hui les citoyens à se voir privés de leurs libertés fondamentales, au nom d'une prétendue

« protection » des auteurs. Il importe d'agir, non seulement pour que la culture puisse continuer à vivre et à se diffuser, mais également pour préserver notre démocratie même.

Pour ces raisons, Lewis Trondheim et moi-même avons voulu faire un geste symbolique en publiant notre ouvrage sous une [licence alternative](#), qui autorise tout un chacun non seulement à le reproduire, mais également à le diffuser et à le modifier à volonté. La partition est entièrement conçue au moyen du logiciel libre [GNU LilyPond](#), développé depuis treize ans par une communauté de bénévoles enthousiastes, qui constitue pour les musiciens du monde entier l'espoir immense d'accéder librement à toutes les musiques écrites ; plus simplement, c'est pour moi la garantie que les partitions que j'écris sont et demeureront libres et adaptables par tous les interprètes, enseignants, élèves, qui y trouveront le moindre intérêt.

Une œuvre n'appartient à personne, pas plus qu'un enfant n'appartient à ses parents. On peut l'élever du mieux que l'on peut, puis vient un jour où il faut lui souhaiter une longue vie, et le regarder s'éloigner. Je crois que ce moment est venu pour moi.

À Lewis comme à moi-même, restera le souvenir d'une expérience grandiose, et la fierté d'être parvenus à réaliser un projet irréaliste.

Et puis, faut quand même dire qu'on s'est bien marrés.

Valentin Villenave, janvier 2009

Notes

[1] Crédit photo : [Takacsi75](#) (Creative Commons By)