

Librologie 7 : Le logos de Jamendos

Bien le bonjour, fidèles lecteurs et lectrices du Framablog !

Avec l'épisode d'aujourd'hui, ces chroniques Librologiques adoptent temporairement un format un peu plus développé que précédemment, ainsi qu'une démarche davantage documentaire... sans renoncer à notre regard critique habituel, comme l'article d'aujourd'hui vous le confirmera.

Cette semaine, les Librologies et moi-même vous invitent à (re)visiter une contrée exemplaire de la culture (censément) Libre, où nous découvrirons ensemble certains aspects pittoresques du parler entrepreneurial : bienvenue chez Jamendo™ !

V. Villenave

Librologie 7 : Le logos de Jamendos

Les zones d'intersection entre le mouvement Libre et le monde capitaliste sont nombreuses dans le domaine informatique. Pas une semaine ne se passe sans que je ne découvre de nouvelles entreprises, plus ou moins volumineuses, un peu partout en France ; au niveau international, le succès de grosses entreprises telles que Redhat n'est plus à démontrer et les plus colossaux succès de la décennie précédente (et même plus tôt) ne sauraient s'expliquer sans le logiciel Libre.

La situation est sensiblement différente en ce qui concerne les œuvres culturelles sous licences Libres : l'on aurait du mal à trouver des équivalents aux exemples ci-dessus, en termes de quantité ou d'envergure. (Nous avons d'ailleurs présenté, dans la chronique précédente, quelques facteurs d'explication : un retard d'environ quinze ans du mouvement Libre dans le domaine culturel par rapport à l'informatique, un relatif désintérêt de la communauté Libriste par rapport à ce qui sort du champ de la culture de consommation, et l'opinion répandue que, de façon générale, l'art est d'une moindre *utilité* que les logiciels.) Et pourtant, quelques entreprises se font jour dans le domaine culturel, qui tentent de transposer, à une échelle réduite, certains *business models* de l'informatique

Libre.



Un exemple parlant, sur lequel je voudrais m'attarder aujourd'hui, est à trouver auprès du site jamendo.com, dont nous tout d'abord allons voir comment il se présente sur sa page Wikipédia au moment où je rédige cette chronique :

Jamendo est un site Web qui propose des albums de musique en téléchargement gratuit. Les artistes, qui autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes, peuvent, s'il le souhaitent, être rémunérés grâce aux dons des utilisateurs, au partage de 50 % des revenus publicitaires de Jamendo, ou encore grâce à la vente de licences d'utilisation commerciales de leur musique.

Le site Internet Jamendo est l'un des principaux acteurs du mouvement des musiques libres en France, avec un positionnement annoncé comme « le Red Hat de la musique libre ». Jamendo est une start-up, basée au Luxembourg. Elle a été financée fin août 2006 par Mangrove Capital Partners, les investisseurs de Skype. Fin 2008, Jamendo est entré en concurrence avec la SACEM et les éditeurs traditionnels en créant Jamendo Pro, un site annexe basé sur le principe de CC Plus qui propose des licences pour l'utilisation commerciale de la musique à des prix compétitifs.

Pour approximative et maladroite qu'elle soit, cette description — qui a d'ailleurs peut-être été mise à jour depuis que je l'ai relevée — n'en mérite pas moins d'être citée et commentée avec soin.

Jamendo est un site Web qui propose des albums de musique en téléchargement gratuit.

Notons que nulle part dans cette phrase, pas plus que dans la suivante, n'apparaît le mot « Libre ». On parle de gratuité, terme très différent et éventuellement orienté (j'y reviens). Je remarque par ailleurs, ce qui pourrait sembler évident mais ne l'est pas nécessairement, que sur Jamendo l'unité de mesure de la musique est l'album.

Les artistes, qui autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes, peuvent, s'il le souhaitent, être rémunérés grâce aux dons des utilisateurs, au partage de 50 % des revenus publicitaires de Jamendo, ou encore grâce à la vente de licences d'utilisation commerciales de leur musique.

Avec la gratuité, la « rémunération » : un vrai catalogue des mots interdits de Richard Stallman. Je tique quant à moi sur le terme « artistes », qui est le terme employé à l'envi par une certaine propagande gouvernementale. Comme je l'ai déjà exposé, être « artiste » est un statut social, pas une profession : les termes « musiciens », « auteurs », « interprètes » auraient ici été plus précis et moins orientés.

Le mot « Libre » est encore une fois absent, remplacé par des « licences ouvertes », traduction peu élégante (sinon impropre), du terme *open* dans l'expression *open-source* ; en fait, la tournure de cette proposition est tellement maladroite et révélatrice que je vous propose de la lire à nouveau :

Les artistes ... autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes.

Nous y sommes : en un mouchoir de poche sont mis en rapport la gratuité et les « internautes » (implicitement désignés comme seuls détenteurs d'une supposée « idéologie du tout-gratuit » que j'ai déjà amplement pourfendue), et la « licence » n'est plus que le moyen qui permet d'autoriser cette mise en rapport.

Sur 62 mots dans ces deux premières phrases, plus de 40 ont été consacrés exclusivement à des aspects monétaires (gratuité et rémunération). Ce champ lexical économique/entrepreneurial se poursuit dans le second paragraphe, avec des termes tels que « positionnement », « start-up », « investisseurs », « concurrence avec la SACEM » (*sic !!*), « utilisation commerciale à des prix compétitifs ».

Bref, Jamendo est une entreprise sérieuse et veut que cela se sache. L'influence du modèle Red Hat est revendiquée et effectivement perceptible... Mais peut-être faudrait-il précisément étudier de plus près l'image même dont bénéficie cette dernière société auprès des communautés Libristes. En effet, l'enthousiasme et la confiance du monde Libre vis-à-vis de Red Hat me semble s'expliquer moins par son succès en tant qu'entreprise, que par ses *contributions* actives au monde du logiciel Libre : Red Hat figure parmi les plus gros contributeurs au noyau Linux, développe une distribution GNU/Linux et quelques outils précieux, et surtout emploie quelques-unes des personnalités prééminentes du logiciel Libre : Lennart Poettering, Adam Jackson, David Airlie, Tom Calloway, Richard Fontana ou Adam Williamson, pour n'en citer que quelques-uns... Avant de qualifier Jamendo de « Red Hat de la musique Libre », il conviendrait donc de chercher d'abord où se trouvent ses contributions au mouvement Libre en général.



C'est ce que nous allons tenter de faire ici, avec une chronique sensiblement plus longue que d'habitude (oui, tout ce qui précède n'était que l'entrée en matière !). Avant d'aller plus loin, je me dois de préciser céans que je n'ai jamais été impliqué dans aucune polémique concernant Jamendo ; je n'ai eu qu'une seule occasion de rencontrer l'un de ses dirigeants, je n'ai contribué qu'à un seul album et n'ai posté qu'un seul message sur le forum — quant à mes propres pratiques musicales, elles se situent à peu près aux antipodes de tout ce que Jamendo peut connaître. Je ne suis pas proche de blogueurs anti-jamendistes, et j'ai moi-même eu l'occasion de promouvoir des « artistes Jamendo » notamment dans le cadre de mon engagement au Parti Pirate jusqu'en 2010. Comme dans toutes ces chroniques, je ne cherche ici qu'à relater méthodiquement de quelle façon Jamendo m'apparaît aujourd'hui et pourquoi je parviens à ce point de vue.

La figure publique du site est le jeune français Sylvain Zimmer, nommé Jeune Entrepreneur de l'année 2009 au Luxembourg pour le succès de Jamendo. Derrière lui se trouvent les (moins jeunes) entrepreneurs luxembourgeois Pierre Gérard et Laurent Kratz, déjà associés auparavant dans plusieurs start-ups sans aucun rapport — pour autant que je puisse en juger — avec la musique ou les licences alternatives.

S'il ne brille pas par sa transparence, le montage financier derrière Jamendo peut

être reconstitué au prix d'une recherche dans le Mémorial C du Grand-Duché. Fondée en novembre 2004, la société éditrice du site se nomme originellement Peermajor, au capital de 12.500€ dont seulement 500€ détenus par M. Zimmer, le reste étant investi par la société N4O, fondée le même jour par MM. Gérard et Kratz, au capital de 50.000€ (laquelle, si je comprends bien, sert également de parapluie pour leurs autres entreprises Neofacto ou Neonline — qu'ils vendront par la suite à New Media Lux). En 2007, M. Zimmer constitue sa propre entreprise, (judicieusement) nommée BestCaseScenario, et rachète un tiers des parts. Quelques semaines plus tard, Peermajor suscite l'intérêt de l'investisseur capital-risque (*venture capitals*) Mangrove, lequel porte capital de l'entreprise à 21.600€ (dont 1.100€ investis par Bryan Garnier Holdings). Fin 2007 est créée la société Jamendo S.A., au capital de 31.000€ (qui sera porté en 2009 à 38.600€, toujours par Mangrove). L'affaire s'avérant moins rentable qu'espéré, Jamendo est au bord du dépôt de bilan au printemps 2010... lorsqu'elle trouve en la société MusicMatic un investisseur motivé qui, avec 500.000€ euros supplémentaires (sur deux millions initialement demandés !), en prend le contrôle total.



De tout cela, il me semble ressortir plusieurs choses. La première est que M. Zimmer, s'il est la figure publique la plus visible et celui dont la *success story* est mise en avant, n'a en réalité jamais eu de véritable pouvoir dans le projet. La deuxième est que dès son origine, Jamendo a pour finalité d'être, au moins à moyen terme, financièrement rentable ; et la troisième enfin, que cet objectif n'a cessé, au fil des ans et des investissements, de se faire plus pressant. Cette évolution n'a pas été sans être perçue par les contributeurs au site (chanteurs et musiciens), particulièrement ceux des premiers temps qui avaient initialement cru trouver en Jamendo un projet essentiellement communautaire et en adéquation avec leur éthique.

Ainsi des tentatives de « monétisation » du site, sous des formes plus ou moins voyantes : l'arrivée d'encarts publicitaires sur les pages du site, par exemple, souleva en 2006 des parodies mordantes et critiques enflammées mais non dépourvues de fondement. D'un point de vue juridique tout d'abord, comment concilier cette démarche avec la présence sur Jamendo de nombreuses œuvres sous licences interdisant les usages commerciaux ? Mais la véritable question

était d'ordre éthique : difficile pour des contributeurs ayant fait le choix (difficile et ingrat, nous y reviendrons) des licences alternatives, de voir leur travail servir de revenu monétaire à une entreprise en laquelle ils se reconnaissaient de moins en moins. Cette dimension éthique (aussi bien que les subtilités juridiques, d'ailleurs) sembla échapper aux dirigeants : pour citer M. Zimmer dans le texte (ce n'est pas moi qui souligne), « *il faut savoir aller jusqu'au bout de ses idées. « libre » ca veut dire que demain SFR prend le CD et le met dans une de ses pubs sans demander l'autorisation.* » Euh, pardon ?

En fin de compte, la seule réponse de l'entreprise fut d'ordre ni éthique ni juridique, mais financier : en offrant aux contributeurs la possibilité (sic) de toucher la moitié des revenus publicitaires, Jamendo acheva de montrer quelle était son optique... Tout en s'achetant — littéralement — l'image d'une entreprise agissant « pour les artistes ». (Ce qui n'est d'ailleurs que partiellement vrai, dans la mesure où Jamendo ne redistribue de pourcentage des dons et recettes que lorsque ceux-ci atteignent un certain plafond, excluant donc de fait une large part des contributeurs.)



Bannière apposée en 2006 sur certaines jaquettes

La bannière en question fut enlevée par les administrateurs. *Bien joué.*

C'est peu dire qu'il existe, dans le milieu Libriste, plusieurs voix de dissension vis-à-vis de Jamendo. Certaines, autant le dire, ne sont pas toujours très élaborées, ou se contentent parfois d'une posture anti-capitaliste, voire d'un brin de nationalisme lorsque l'on suggère qu'il n'est pas innocent que Jamendo ait choisi son pays de résidence hors des frontières de la France natale de M. Zimmer. Je passerai très vite sur cette critique de fort mauvais goût : n'ayant jamais eu le bonheur de m'y rendre, je ne peux douter que le Luxembourg soit une contrée

très agréable dont les apps ne sauraient se résumer à son régime fiscal et bancaire notoirement paradisiaque — par une touchante et merveilleuse coïncidence, c'est également ce pays qu'a choisi la firme Apple (dont on connaît trop peu la sensibilité aux charmes des grand-duchés d'Europe), pour y implanter son service iTunes un an avant Jamendo.

D'autres encore se sont concentrés sur le rejet de la publicité, les violations de licences (notamment non-commerciales). Ou encore, la désinvolture des administrateurs vis-à-vis du droit d'auteur, qui n'hésitent pas à modifier la licence d'œuvres sans même en informer leurs auteurs, ou à tenter de censurer des opinions peu favorables à la société (outre l'exemple ci-dessus, nous en verrons un autre plus bas).

D'autres enfin dénoncent, à juste titre, le manque d'information de nombreux « artistes » qui choisissent des licences non-Libres, ou encore s'inscrivent à la fois à la SACEM et sur Jamendo, montrant par là qu'ils voient en ce site comme une simple plateforme de diffusion comme une autre, branchée et « sociale » — quand de fait, tout les y invite. Enfin certaines critiques de Jamendo me semblent mériter une attention particulière, qu'elles se concentrent sur le vocabulaire employé par le site à des fins promotionnelles (comme nous le ferons ici-même) ou fassent feu de tout bois de façon caustique.

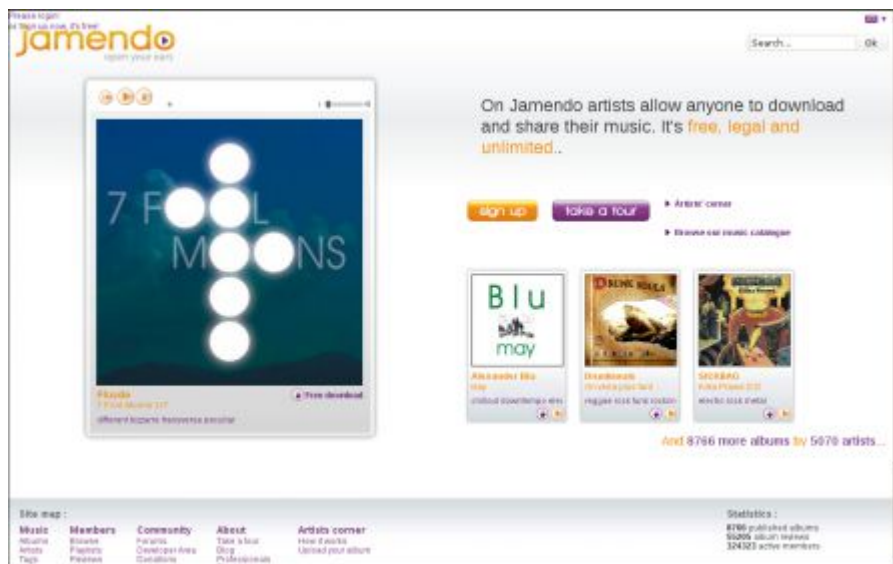
S'ils se trompent certainement en considérant que Jamendo a « mal tourné » (nous avons vu que la recherche de profit était inscrite dès le début, comme dirait son PDG actuel, dans *l'ADN* de Jamendo), il est compréhensible que ces commentateurs aient été frappés par la façon dont le site a évolué au cours des ans :



Jamendo en 2005



Jamendo en 2006



Jamendo en 2008



Jamendo en 2009



Jamendo en 2011

Coins arrondis, dégradés, gros boutons, évolution des couleurs et du logo : le *design* se modernise et surtout, pour reprendre le langage des sites d'entreprise, se *professionnalise*. Ce qui frappe également, c'est la *conquête de l'image* : les photos, dans un premier temps, se multiplient, puis s'agrandissent. Elles changent également de nature, des jaquettes d'« albums » soumises par les utilisateurs, on passe à quelques jaquettes sélectionnées, puis aujourd'hui à des photos illustratives « de stock » entièrement choisies par les responsables du site. Cependant, pour révélateur qu'il soit, l'habillage importe peu ; le *logo* de Jamendo

m'intéresse moins que son *logos*, c'est-à-dire le message qu'il propage, volontairement ou non, à travers ses choix terminologiques.

À l'heure où j'écris ces lignes, la première information visible (et mise en avant) sur le site, est le nombre de pistes sonores disponibles : il s'agit là du vertige des grands nombres que nous évoquions récemment, et de cette manie de la quantification des *contenus* culturels. Le slogan, après cinq ans de *Ouvrez grand vos oreilles*, a été remplacé par *Le meilleur de la musique libre*, dans une formulation inspirée par les radios commerciales et les hits-parade en tous genres.

Mais qu'entend-on ici par « libre » ? Comme l'admet volontiers M. Zimmer lui-même, parler de « musique libre » comme l'on parle de « logiciel Libre » n'a « pas beaucoup de sens » à ses yeux : « *c'est un débat valide*, dit-il — ce qui n'est pas mon avis —, *mais peu intéressant*. » Est-ce à dire que le site-phare du Libre... se soucie peu de savoir *s'il l'est* ? Nous y reviendrons dans un instant.

Comme toute entreprise moderne, Jamendo se doit de faire oublier qu'elle est une entreprise : merveilles du *branding*, l'on ne dira plus (comme dans une interview de M. Zimmer en 2005) « les artistes de Jamendo », « les artistes qui sont sur Jamendo » ou « les artistes présents sur Jamendo »... Mais l'on dira : « les artistes Jamendo », « l'expérience Jamendo », « de la musique Jamendo » et, il fallait s'y attendre, « du contenu Jamendo ». Oubliez l'entreprise : Jamendo est une *marque* (dépôts 948744 et 4425021 à l'INPI).

Nous avons établi clairement, à ce stade, que Jamendo™ se définit — dès ses origines même — par sa démarche entrepreneuriale, au détriment d'une (re)connaissance des licences Libres et du mouvement qui les sous-tend. Dans l'interview de 2005 déjà mentionnée, M. Zimmer avance les arguments « culturels » classiques (« *la musique, c'est avant tout une passion avant d'être une histoire de thunes* »), et laisse échapper quelques idéologèmes révélateurs : « *La propriété intellectuelle, ça existe. (...) les sanctions (pour téléchargement illégal) ne devraient pas dépasser l'amende pour vol d'un CD à l'étalage* » — mais pourquoi diable ? — ou encore « *La moitié de l'équipe de Jamendo bosse sous Mac ! iTunes c'est bien, sinon ça ne marcherait pas autant* », et enfin l'immanquable « *un balayeur est un balayeur, mais un artiste local n'est pas inconnu* » — euh, comment dire...



En admettant que la recherche du profit n'est pas une idéologie en soi (voire !), il me semble qu'on est amené, lorsque l'on voit Jamendo™ comparé par M. Kratz à un « Wikipédia de la musique », à se demander si ses dirigeants ont véritablement compris les tenants et aboutissants du mouvement Libre. M. Gérard est plus décomplexé sur son blog (où l'on appréciera par ailleurs le jargon entrepreneurial : « deal », « fourniture », « le shop » et j'en passe) : « *L'objectif principal pour nous est bien sûr le développement commercial, notre ambition est de mettre en place de meilleurs canaux commerciaux et aussi des flux musicaux d'encore meilleure qualité. Car avant tout ne l'oublions pas, Jamendo c'est de la musique et souvent de la bonne musique en libre téléchargement gratuit et légal pour le grand public !* ».

« Libre téléchargement » étant bien sûr à prendre ici au sens de « libre de droits », expression abusive sur laquelle nous reviendrons. Quant à l'expression « téléchargement gratuit et légal » (adjectifs auxquels s'ajoutera à l'occasion « illimité », voir ci-dessous), elle est simplement calquée sur les argumentaires publicitaires de fournisseurs d'accès ou de sites commerciaux.

Jamendo™ se définit lui-même comme *fournisseur* de musique (ainsi l'on ne parlera ni de « répertoire » ni de « catalogue », mais d'« offre »), et son « cœur de cible » est moins à chercher parmi les mélomanes que parmi les échoppes et salons de coiffure, où la musique se diffuse au kilomètre et se vend au poids : « **des milliers d'heures de musique sans interruption** » (ce n'est pas moi qui souligne). On comprend mieux, dès lors, l'intérêt de MusicMatic pour Jamendo™ :

MusicMatic gère et diffuse des flux musicaux et vidéo pour les réseaux de points de ventes (et leur offre) une réelle solution innovante de diffusion de musique et de contenu.(...)

Aujourd'hui la maturité des technologies de transmission de données, un hardware performant et une suite de logiciels propriétaires (sic) ont permis à MusicMatic de concevoir une plateforme unique qui crée, diffuse et gère en temps réel des centaines de programmes.

Revoilà donc l'idéologie du contenu, sur laquelle nous avons déjà dit tout ce qu'il y avait à dire : Jamendo™ est, en définitive, un exemple parmi d'autres de la marchandisation de *l'User-Generated Content* que nous décrivions il y a peu.

Je dis ici « parmi d'autres » de façon très littérale ; si je devais placer ici une référence à Roland Barthes, je parlerais du motif de *l'identification* qui consiste à dire qu'après tout, les autres civilisations sont « comme nous ». Étant établi que « iTunes c'est bien », alors de Jamendo™ à Deezer il n'y aura qu'un pas, et l'on essaiera même très, très, très, très fort de s'intégrer à Facebook™ :

Vivez à fond l'expérience Jamendo sur Facebook !

Installez l'application Jamendo sur votre profil Facebook et profitez de Jamendo dans un environnement Facebook ! (...)

En outre, vous disposerez d'un onglet Jamendo sur votre profil Facebook sur lequel s'afficheront vos albums favoris. Quoi de mieux pour afficher les perles rares que vous avez découvertes sur Jamendo !

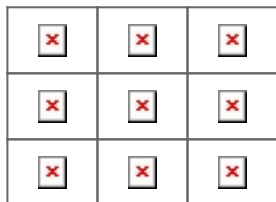
N'attendez plus, installez l'application Jamendo pour Facebook dès aujourd'hui !

(Petit jeu : à votre tour Jamendo™, maîtrisez le *branding* Facebook™ et apprenez à faire de la publicité Jamendo™ ! En toute simplicité Facebook™, il vous suffit de faire des phrases Jamendo™ normales puis d'adjoindre derrière chaque substantif Facebook™, tantôt le mot Jamendo™, tantôt le mot Facebook™. Étonnant, non ?)

Ce qui me frappe le plus, c'est à quel point cette terminologie est en fait, au mot près, celle du système traditionnel, des majors du disque (auquel M. Zimmer se

réfère explicitement, comme en témoigne le nom de sa société *Peermajor* ou cette charmante expression de « concurrence avec la SACEM » sur la page Wikipédia) au gouvernement en passant par la SACEM et la HADCEPI. Nous avons déjà évoqué le substantif « artistes », l'expression « propriété intellectuelle » ou le « contenu », le jargon publicitaire et entrepreneurial stéréotypé, les procédés de *branding* et l'emphase constante sur les aspects monétaires et quantifiables ; nous avons vu également que ce *logos* n'était pas dû à l'évolution du site, mais présent dès son origine.

(Autre petit jeu : parmi les réclames suivantes — bourrées de prénoms — se cachent deux publicités datant de janvier 2005. L'une concerne un site (censément) Libriste, l'autre une action de propagande gouvernementale anti-« piratage ». Saurez-vous trouver lesquelles ?)



De fait, Jamendo™ semble entretenir avec la législation un rapport complexe, voire *borderline*. Au moment de l'élaboration de la loi dite dadvsi en 2006, si de nombreux contributeurs voient naturellement en Jamendo™ un allié « Libre » contre le gouvernement, le site (d'ailleurs de droit luxembourgeois et non français) se montre en fait d'une discrétion remarquable. En 2009, Jamendo™ semble vouloir corriger le tir en se « positionnant » contre la loi dite hadopi, qualifiée d'« idiote » (suivant en cela le positionnement d'autres entreprises censément Libres, telle ILV à qui une large part du présent article pourrait d'ailleurs également s'appliquer). Les deux initiatives successivement lancées à cette occasion auront en commun de parodier des actions du gouvernement, et d'aborder la problématique, de nouveau, sous un aspect exclusivement économique.



Pendant ce temps, le même Jamendo™ s'emploie en fait à cultiver de bonnes relations avec le gouvernement français et la SACEM : par exemple, en 2011 le site se précipitera pour demander une accréditation officielle. S'il n'est pas le seul à entreprendre cette démarche, sa justification quelque peu embarrassée et à teneur enrichie en idéologèmes, vaut le détour :

Nous avons critiqué la loi Hadopi qui, pour nous, est une mauvaise réponse à un vrai problème.

Lequel « vrai problème » n'est pas, comme nous l'aurions naïvement cru, la volonté des puissants d'assujettir les citoyens-internautes, mais... le comportement des « nouvelles générations » ; comportement qu'il n'est d'ailleurs pas dangereux (ou dommageable à la démocratie) de vouloir réprimer, mais simplement « illusoire » :

Il est, à notre sens, illusoire de vouloir imposer aux nouvelles générations des règles de comportements complètement dépassées. De nombreux artistes, des labels et des plate-formes Internet ont également critiqué cette loi et surtout son aspect répressif. L'avenir nous permettra de juger.

La répression n'est donc pas le but de cette loi, mais — comme le gouvernement nous l'a doctement expliqué — seulement un « aspect » ; d'ailleurs pourquoi s'en faire, puisque cette loi ne fonce pas droit dans le mur, mais ouvre un « avenir » — que rien n'empêche d'être radieux... Admirons maintenant la figure de gymnastique rhétorique par laquelle le locuteur aboutit à une conclusion qu'il présente (à ses propres yeux ?) comme logique :

Demander le label Hadopi n'est donc (sic !) pas pour Jamendo un revirement de position. Si nous obtenons ce label cela permettra aux artistes diffusant leur

musique sur notre site et aux internautes qui les écoutent, de savoir que cette offre est totalement légale. (...) Être présent aux côtés des plus grands acteurs de la musique comme les Majors et des start-ups les plus dynamiques ne peut que valoriser notre démarche et garantir la diversité de l'offre musicale.

« Diversité » : encore un terme idéologiquement très chargé, emprunté directement au logos gouvernemental. Quant à la « valorisation » évoquée, il faut bien évidemment l'entendre au sens de valeur monétaire et c'est bien là, on est prêt à le croire, la motivation de l'entreprise.

Lorsque l'on ne peut décemment expliquer que tout le monde est en fait d'accord depuis toujours — ce serait un peu gros —, la solution de rechange est ce procédé rhétorique de *fausse concession* que Barthes décrit sous le nom de « vaccine » (notamment dans son analyse des publicités pour la margarine Astra). En l'occurrence, cela revient à dire aux internautes : « *certes, nous avons eu nos divergences par le passé ; mais elles étaient finalement inessentiels, et de toute façon tout cela est derrière nous aujourd'hui.* » C'est ainsi que les Assises du piratage proposées par le gouvernement français en janvier 2009, avec les bons soins de l'agence publicitaire Aromates, se sont transformées en assises... de la Réconciliation ! Assises au demeurant sponsorisées par...

(Un dernier petit jeu : parmi les sponsors de ces « assises », se cache une entreprise censément Libre. Saurez-vous trouver où ?)



La présente chronique, si longue soit-elle, ne prétend pas à l'exhaustivité. Cependant elle serait certainement incomplète si je n'abordais pas ici le point saillant terminologique qui m'a à l'origine, disons, vivement incité à l'écrire : j'aimerais comprendre **ce que PRO veut dire**.

Début 2009, alors même que M. Kratz explique doctement que « (son) *métier, c'est la désintermédiation d'artistes autoproduits* », Jamendo™ lance une nouvelle opération commerciale intitulée (ou *brandée*) Jamendo Pro. L'activité de cette subdivision, si je comprends bien, se nomme *licensing* et consiste à vendre des

exceptions de licence, réinventant d'ailleurs une pratique du milieu informatique Libre : moyennant finance, le client s'exonère des clauses de la licence de l'œuvre (Libre ou non-Libre, *copyleft* ou non, non-commerciale ou pas). En d'autres termes, nous ne sommes plus dans le Libre mais dans le *libre de droits* et c'est d'ailleurs comme cela que le site se présente initialement :



Ce qui soulève plusieurs questions. Tout d'abord, les artistes sont-ils pleinement informés et conscients de l'exploitation qui sera faite de leur travail ? Pour certains, la réponse est non et la démarche de Jamendo™ confine à l'escroquerie. Une pétition sera même lancée, un mouvement de contestation se fait jour avec le mot d'ordre « **No Pro** », que Jamendo™ tentera, à nouveau, de censurer. D'un point de vue juridique ensuite, rendre une œuvre « libre de tous droits » étant absolument impossible en droit français, il n'est possible de s'en approcher que moyennant un contrat très précis entre le récipiendaire et l'ayant-droit principal (l'auteur, auquel Jamendo™ se substitue ici). Par ailleurs, je reste particulièrement dubitatif quant à la valeur juridique de ces « certificats » de Non-Sacemité que prétend délivrer Jamendo™ : outre qu'ils n'exonèrent pas, par exemple, des redevances dites de rémunération dite « équitable », ils s'ajoutent de façon parfaitement superflue aux licences alternatives déjà appliquées aux œuvres. Certes, nous avons pu voir qu'en matière de licences Libres Jamendo™ n'en est pas à une approximation près...

Enfin d'un point de vue éthique : l'idéologie du mouvement Libre (que j'ai amplement décrite ailleurs) vise à *rendre* aux auteurs le contrôle et la place dont tout un système d'intermédiaires les avait dépossédés, et ce que fait ici Jamendo™ est... *très exactement l'inverse*. Cependant, il me semble que toutes ces critiques, si méritées soient-elles, laissent de côté le plus ahurissant, qui à

mon sens se trouve dans *l'intitulé* même : **Jamendo Pro**.



La première lecture que j'en fais (au-delà de l'aversion que m'inspire la dichotomie arbitraire amateur/professionnel) est tout simplement que, pour un « artiste », la seule façon d'être « pro » est de renoncer à sa licence Libre. La propagande du gouvernement, des industriels et de la SACEM ne dit pas autre chose : « nous ne reconnaissons pas l'existence de licences alternatives, car nous nous adressons aux *vrais* professionnels » — je ne compte plus les fois où des interlocuteurs me l'ont affirmé en face.

Deuxième lecture possible, ce vocable « Pro » ne qualifierait pas les auteurs et musiciens eux-même, mais la clientèle potentielle de Jamendo™ : commerçants, restaurateurs, salons de coiffure. En y réfléchissant bien, c'est peut-être encore pire : cela reviendrait à diviser la société en deux. D'un côté, les « professionnels » : ceux qui coiffent, ceux qui tiennent boutique, en un mot ceux qui *vendent*. Et de l'autre... eh bien de l'autre les « artistes » : comme je l'expliquais au début même de cet article, ce mot-idéologème désigne un statut social, et non une profession.

Enfin, la dernière lecture possible — si elle ne rend guère hommage à l'intelligence et l'intégrité des tenanciers de Jamendo™ — est peut-être la moins dégradante et la plus probable : il s'agirait *tout simplement* d'une marque, d'un slogan destiné à appâter le chaland de même que l'on ne compte plus les entreprises qui proposent des produits « pro » sans nécessairement définir ce qu'elles entendent par là.

Admettons donc, comme nous l'avons fait depuis le début de cet article, que Jamendo™ n'est qu'une entreprise parmi d'autres, qui tente de survivre et se développer dans l'écosystème capitaliste moderne. De fait, son existence même n'est pas sans présenter quelque intérêt : *success story* édifiante (dont on ne peut que souhaiter qu'elle se perpétue), tentative de définir un modèle alternatif (même si ledit modèle s'avère fortement similaire au système antérieur)... Le site même de Jamendo™, dont nous avons souligné — peu innocemment — l'aspect *professionnel*, offre à de nombreux musiciens et auteurs, Libristes ou non, un

espace prêt-à-l'emploi, d'allure sympathique et à forte *visibilité* — ce qui constitue d'ailleurs l'argument principal et le moins contestable, pour le meilleur et pour le pire, du projet Jamendo™. Comme je le disais plus haut, il m'est moi-même arrivé d'en faire usage et de le recommander ; si certaines de ses initiatives me laissent indifférent, j'en trouve d'autres originales et brillantes, telle cette page qui permet aux mélomanes de trouver des alternatives « Libres » aux musiciens les plus célèbres, exactement comme il en existe du côté des logiciels (je ne suis pas choqué par l'idée de ne pas considérer les œuvres d'art différemment des logiciels).

Cependant, je suis saisi (comme d'autres avant moi) par l'ambiguïté du choix de Jamendo™, ou plutôt de son refus de choisir explicitement, entre « faire des affaires » (comme le père de Prévert), et se faire l'avocat des licences Libres. (Tout particulièrement lorsque ce dernier domaine semble ici si mal maîtrisé.) Cette posture de « Libriste malgré soi », Jamendo™ l'a plus ou moins assumée à ses débuts, porté par un élan de sympathie de la communauté Libriste qu'il n'a ni su, ni voulu, rejeter ; aujourd'hui encore il ne se passe pas un trimestre sans que Jamendo™ soit cité en exemple, par exemple dans le récent dépliant publicitaire de la fondation Creative Commons *The Power Of Open* (du reste entièrement financé par Google®), ou encore dans des colloques ou salons. J'ai moi-même eu l'occasion de me retrouver à un débat public, seul représentant — légitime ou non — du mouvement Libre dans un traquenard pseudo-« indé » organisé à la gloire de la S.A.C.E.M. et des industries culturelles, au côté de M. Gérard qui faisait ici office d'alibi « alternatif » alors qu'il n'était venu que dans l'espoir très modeste de promouvoir ses produits...

Serait-ce à dire que, délibérément ou non, Jamendo™ jette le discrédit sur la « culture Libre » toute entière ? Ce risque, s'il me semble réel, ne m'inquiète pas outre mesure : l'histoire nous a montré que l'évolution de l'art et de la culture appartient aux auteurs davantage qu'aux intermédiaires. À mon sens, le principal intérêt du site jamendo.com est l'espace de côtoiement qu'il constitue, fortuitement, entre différents modes de pensée et de consommation culturelle, et qui nous a ici permis d'examiner de nombreux points de frictions et de divergences.

Le — relatif — succès commercial et entrepreneurial que représente aujourd'hui Jamendo™ n'est ni une victoire, ni une défaite du Libre : ce sont deux phénomènes indépendants. Quelque sentiment d'agacement l'on puisse ressentir

devant le discours de ses responsables (propos inélégants, imprécisions conceptuelles ou terminologies orientées), Jamendo™ ne me semble mériter d'autre antagonisme que celui de ses concurrents, et d'autre enthousiasme que celui de ses actionnaires ; quant à son attitude envers le mouvement Libre, elle témoigne moins d'un mépris que d'une méconnaissance profonde. L'éthique Libre n'est pas indésirable chez Jamendo™ : elle lui demeure seulement, ontologiquement et irréductiblement, étrangère.