

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 N40, 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 appas 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 :



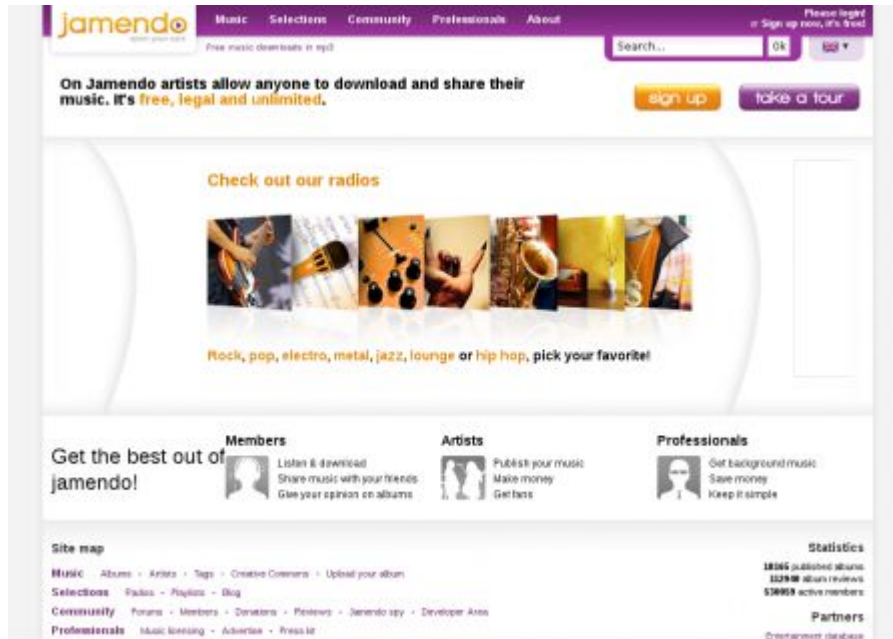
Jamendo en 2005



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'adjoindra 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 HADÉPI. 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'ambigüité 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.

Crazy As de Julandrew, Hope de Kendra Springer + 98 autres chansons à découvrir

Qu'est-ce que j'écoute en ce moment ?



Je n'ai qu'une seule source : le **top 100** de la semaine du site Jamendo^[1], ce qui me permet de découvrir d'un seul clic de souris^[2] plein d'artistes intéressants dont le dénominateur commun est de proposer leur musique en libre diffusion sous licence Creative Commons ou Art Libre.

La sélection correspond donc à ce préfèrent à priori les utilisateurs de la plateforme musicale. Et c'est idéal pour accompagner une session Internet, d'autant que, dans l'ensemble, le style est plutôt tranquille et « cool » (à la limite du easy listening diront ses détracteurs).

Ainsi j'aime bien cette la ballade Crazy As de Julandrew ainsi que le piano doux et apaisant de Hope par Kendra Springer (imaginez-vous tomber nez-à-nez avec cette fée au détour du bois !).

Le premier morceau est sous licence Creative Commons By-Nd et le second sous Creative Commons By-Nc-Sa. On a donc le droit de faire commerce du premier et de modifier le second sans pour cela demander d'autorisation à l'auteur.

Évidemment, et à l'opposé d'un « esprit Hadopi », tout ceci favorise la Remix Culture chère à Lawrence Lessig. Du coup on retrouve ces deux chansons sur de nombreuses vidéos YouTube. Ma préférée est certainement celle de MisStrawberryFields, une jeune et spontanée italienne (qui ressemble à mes élèves) ayant choisie de nous présenter divers objets qui jonchent sa chambre !

Mais il y a aussi des « œuvres culturelles libres » parmi la sélection (c'est-à-dire compatibles avec les quatre libertés des licences des logiciels libres). J'ai ainsi pu relevé Emptiness par Alexander Blu, Winter princess par Zero-project, Struttin' par Tryad, Cellule par Silence, Me and my submarine par Kämmerer, ou encore Effortless par Josh Woodward.

Faites passer le mot à votre voisin qui « nicke les industries culturelles en téléchargeant illégalement », il y a de la qualité en dehors des majors du disque.

À bon entendeur de musique en libre diffusion, salut...

Notes

[1] Startupattitude vs Rockattitude, quand on évoque Jamendo on ne peut s'empêcher de penser à son « frère ennemi » Dogmazic. Ils vont bien (cf le dynamisme de l'extraordinaire projet Automazic) et vous invitent même à rejoindre leur

association qui a fait peau neuve. Si je m'amusais à faire des comparaisons douteuses, je dirais que, dans le milieu de la musique ouverte, Dogmazic est à Jamendo ce qu'Arduino est à l'iPad, ou encore ce que le disquaire du coin est à la FNAC !

[2] En lançant un player flash qui streame du mp3, ce qui implique de ne pas être allergique à ces deux formats controversés du Web.

L'avenir d'Internet selon Laurent Chemla

Écrivain, informaticien et cofondateur du registrar français Gandi, Laurent Chemla est l'une des rares personnes en France capables de véritablement « penser l'Internet », et ce depuis ses origines ou presque.



Je me souviens ainsi avoir particulièrement apprécié son livre *Confessions d'un voleur : Internet, la liberté confisquée* et la vision pertinente qu'il donnait alors du réseau. Et son article, plus de dix ans déjà, *Internet : Le yoyo, le téléporteur, la carmagnole et le mammoth* demeure pour moi une solide référence.

C'est pourquoi je félicite InLibroVeritas d'avoir eu la bonne idée de le solliciter pour conclure l'excellent livre chorale **La bataille Hadopi**. Et pour se rappeler que ce livre, tout comme l'Agenda 2010 Wikimedia d'ailleurs, est plus que jamais disponible à la vente (et au bénéfice de La Quadrature du Net), nous avons choisi d'en reproduire donc ci-dessous ce

deuxième extrait, après La neutralité du réseau de Benjamin Bayart.

L'article est, par sa longueur (et non sa pertinence), à la limite du format blog, puisqu'il dépasse allègrement, pensez-donc, la centaine de messages Twitter à lui tout seul ! Mais, que vous le parcouriez ici ou ailleurs, il vaut la peine de s'extirper quelques minutes du flux pour faire le point et tenter d'anticiper ensemble un avenir qui s'annonce mouvementé pour les uns et passionnant pour les autres^[1].

Analyse, Synthèse, Prospective

URL d'origine du document

Laurent Chemla – Octobre 2009 – La Bataille Hadopi (InLibroVeritas)

Licence Creative Commons By-Sa et Licence Art Libre

Je l'avoue, j'ai vu le film « *District 9* » un mois avant sa sortie en France, en version Hadopisée.

Certes, les extra-terrestres étaient sous-titrés en russe, mais la bande-son était bien en français. Et il s'agissait d'un « *cam* », c'est à dire d'une capture faite dans une salle de cinéma dans des conditions plus ou moins bonnes et un cadrage quelquefois défaillant.

Est-ce que je le regrette ? Pas davantage que quand je regardais sur ma petite télévision noir et blanc d'étudiant des films que je n'avais pas pu aller voir sur un grand écran en couleurs. Dans les deux cas, l'œuvre est dénaturée, redécoupée, adaptée à un usage qui n'est pas celui que l'auteur avait prévu.

J'ai économisé le prix de la place : pour un film que je n'ai pas aimé et que je n'aurais pas été voir en salle, je ne vois pas très bien où est le problème. Il me semble d'ailleurs que le *statu quo ante*, même s'il était passé dans les mœurs,

n'était peut-être pas si normal que ça : quand j'achète un produit qui s'avère défectueux, ou qui ne convient pas à l'usage que le vendeur m'avait promis (ici : me divertir), je suis en règle générale remboursé... Payer pour voir, je veux bien le faire au poker – c'est un jeu – mais pas pour mes loisirs : quand je paie ma place de cinéma, je ne vois pas au nom de quel droit je devrais avoir une chance de perdre.

Pourtant, c'est illégal. Aujourd'hui.

Les lois changent. Elles naissent, vivent, et meurent. Elles suivent l'évolution des pratiques sociales et des connaissances scientifiques. L'esclavage a existé pendant des millénaires, et le statut de l'esclave a fait l'objet de bien des lois, mais personne, aujourd'hui, n'oserait s'attribuer la propriété d'un autre être humain. Le droit d'auteur n'existe comparativement que depuis peu, mais les tenants de l'ordre établi semblent vouloir absolument qu'il n'évolue que dans le sens où l'auteur aurait toujours plus de droits sur son œuvre et la société toujours moins. Est-ce bien raisonnable ?

À première vue ça semble une évidence : l'auteur est le propriétaire de ce qu'il crée. Mais si on creuse un peu ?

Sans tous ceux qui l'ont précédée et inspirée, une œuvre pourrait-elle exister ? Et sans la société qui l'entoure, ses modes, ses espérances et ses souffrances, l'auteur pourrait-il puiser dans sa seule expérience ce qui fera que son émotion sera partagée par le plus grand nombre ? Bien sûr que non, et c'est la raison pour laquelle les premières lois encadrant le droit d'auteur, à commencer par le *statut d'Anne* en 1710, étaient des lois d'équilibre entre les intérêts de l'auteur et ceux de la société.

Depuis, loi après loi, siècle après siècle, cet équilibre a largement été rompu au profit non seulement des auteurs mais aussi de tous leurs représentants, au point peut-être de nuire – bien plus que le piratage – à la diffusion de la culture.

Que penser par exemple de la durée de protection des œuvres après la mort de l'auteur : passée de 5 ans à l'époque de Mirabeau, 50 ans au 19ème siècle et dans la convention de Berne, puis 70 ans en Europe aujourd'hui, ces durées excessives créent des rentes de situation pour des éditeurs qui ont, du coup, bien d'avantage intérêt à rééditer des ouvrages déjà rentabilisés que de risquer la publication d'œuvres nouvelles. Elle est loin l'époque du Front Populaire où Jean Zay prévoyait – avant d'être assassiné par la milice de Vichy – de limiter de nouveau à 10 ans cette durée avant laquelle un livre pouvait être diffusé par n'importe qui.

Il semble pourtant qu'un tel rééquilibrage soit non seulement devenu nécessaire, mais surtout résolument inévitable.

Et pour commencer : si les privilèges excessifs des auteurs n'étaient pas si criants, il est probable que je me sentirais bien plus coupable lorsque je bafoue leurs droits. Car la loi ne fait pas tout, et l'éthique, ici, pourrait jouer un bien plus grand rôle si seulement le public ne se sentait pas lui-même bafoué. Devenu par la volonté des producteurs un simple consommateur d'une œuvre transformée en produit de supermarché, comment s'étonner s'il ne respecte pas davantage une chanson qu'une pomme tombée d'un étalage ? Et quand a-t-on vu un chanteur ou un acteur remercier lors d'une remise de prix – au-delà de sa famille et de ses amis – la société qui a rendu sa création possible ?

Les droits de paternité de la société sur les œuvres qu'elle produit sont niés, refusés, abrogés au point que l'on oublie jusqu'à leur existence. Mais ils se rappellent d'eux-mêmes au bon souvenir de chacun par le biais de la morale. Car qui se sent aujourd'hui coupable de pirater une chanson dont l'auteur a vendu des millions d'exemplaires et qui fera la fortune de ses enfants et de ses petits-enfants après lui, quelle que soit la quantité de copies illicites qui seront diffusées ? Qui se sent coupable de regarder sans payer un *blockbuster* qui a déjà plus que largement été un succès outre-atlantique ?

On aura beau agiter l'épouvantail ridicule de la fin de toute création (il suffit de s'être connecté un jour à Internet pour constater de soi-même l'inanité de cet argument, la création est partout et n'a jamais été aussi vivante) : le public, lui, sent bien qu'il ne commet là rien de répréhensible, et aucune loi ne peut aller contre un tel sentiment de justice.

Il faudra donc, si le monde de la culture ne veut pas se couper définitivement de sa base populaire et voir ainsi disparaître le lien qui fait qu'on a envie de rémunérer celui qui nous montre une image de ce que nous sommes, que quelque chose change. Et justement, quelque chose a changé.

Par sa seule existence, Internet a plusieurs effets incontournables : la disparition des intermédiaires, la disparition des frontières, un modèle déflationniste et une nature décentralisée qui le rend non régulable.

D'abord, il tend à faire disparaître les intermédiaires. Ce qui aura surtout des effets dans le monde de la musique et de l'édition. Pourquoi en effet s'encombrer d'un éditeur ou d'une maison de disque quand on peut distribuer soi-même son livre, ou son album, à la terre entière ? Et se faire connaître sur YouTube en filmant un clip suffisamment décalé pour créer du *buzz* ; et en multipliant ses contacts sur Facebook et ses *followers* sur Twitter, et en publiant des billets bien cinglants sur son blog de manière à préparer la sortie de son livre sur InLibroVeritas ?

Bien sûr, ces pratiques ne concernent pas encore la grande majorité des œuvres. Mais la tendance est là pourtant. Sans vouloir être exhaustif, on peut citer des artistes comme Yelle, les Artic Monkeys, Lilly Allen, Lorie et encore beaucoup d'autres qui sont arrivés dans le *show business* sans passer par les voies habituelles. Et ça ne fait que commencer bien sûr.

Et que dire de la diminution drastique des ventes de musique

physique : ironiquement ce sont les majors qui ont initié le mouvement. En préférant la grande distribution aux réseaux de petits disquaires (ils étaient près de 3000 dans les années 70, il n'en restait que moins de 300 à l'aube du 21ème siècle), l'industrie musicale a choisi de pouvoir mieux contrôler les offres de têtes de gondole sans avoir à passer par la critique d'un vendeur passionné. Seulement voilà : Internet se développe, et la logique de concentration de l'offre disparaît du jour au lendemain. à l'espace physique limité dans les bacs des hypermarchés et des FNAC répond la mise à disposition de tous les trésors de nos discothèques, depuis longtemps sortis des stocks et introuvables légalement. Ces albums, qui auraient pu continuer à être vendus par des petites échoppes spécialisées, ont disparu partout, sauf sur Internet. Et Internet fait, bien sûr, de la concurrence à ces chaînes de distribution contrôlées, menant à une réaction toute logique de la grande distribution : ce qui ne se vend plus n'est plus mis en rayon. Le disque se vendant moins, la surface qu'il occupait dans les supermarchés diminue, créant de nouveau un appel d'air pour la distribution en ligne. C'est un cercle vertueux qui lui aussi ne fait que commencer.

On peut sans grand risque parier que, dans un futur proche, l'offre physique aura ainsi presque totalement disparu. Mais elle ne disparaîtra pas seule.

Car qui dit disparition des intermédiaires dit aussi et très logiquement baisse des coûts. Là où il fallait presser des milliers de disques pour être présent dans tous les points de vente physiques en nombre suffisant, il n'y aura plus que de petits pressages, destinés aux passionnés qui ne se satisferont pas de la dématérialisation totale de l'œuvre numérique. Un stock réduit, donc, qui entraînera avec lui quelques industriels spécialisés dans le packaging des CD. Et puisque les majors n'auront plus à leur service une chaîne de distribution captive, il leur deviendra bien difficile de diriger le client vers le dernier chanteur sorti du néant pour

vendre de la soupe industrielle préformatée. Alors, que va-t'il se passer ?

D'abord, il faudra bien que soit répercutée sur le prix public la disparition des intermédiaires et des stocks. Le client n'est pas idiot, et si on persiste à vouloir lui vendre de simples fichiers de musique compressée au prix où on lui vendait dans le passé un objet physique de qualité supérieure et disponible immédiatement là où il avait l'habitude de faire ses courses, il n'aura pas de scrupule à aller voir du côté de l'offre pirate. Faire payer autant pour un service et une qualité moindres, c'est à l'évidence un non-sens commercial qui ne pourra que se retourner contre ses tenants.

Ensuite, il faudra bien que les majors acceptent de s'adapter à la réalité plutôt que de vouloir plier celle-ci à des modèles dépassés. Quand dans le passé un artiste devait accepter des contrats léonins pour avoir une chance de convaincre une maison de disque de le « signer », il est probable que dans le futur le rapport de force soit inversé.

L'auteur, surtout celui qui aura pu commencer à se faire un nom sans l'aide de personne, sera dès lors courtisé par des éditeurs qui auront grand intérêt à écumer le web pour ne pas rater la future star. Et il faudra lui offrir autre chose qu'un simple réseau de distribution pour le convaincre : si elle ne lui offre pas des services bien réels, un musicien talentueux n'aura aucune raison de traiter avec une major. Il faudra que celle-ci lui accorde non seulement de bien meilleures conditions, tant matérielles que techniques, mais aussi qu'elle assure sa promotion autrement qu'en lui promettant la tête d'une gondole qui aura coulé depuis longtemps.

C'est ainsi que, probablement, on verra les petits labels indépendants prendre de plus en plus d'importance. Ironiquement, ce sont ceux qui souffrent le plus de la situation actuelle – ils sont bien plus précaires que ces

intermédiaires inutiles qui se plaignent de voir fondre leurs bénéfiques – auront leur revanche. Une infrastructure moins lourde et plus à même de naviguer dans les réseaux sociaux et les nouveaux médias à la mode, une spécialisation qui leur permettra de cibler un public moins large, mais plus fidèle, et qui leur sera reconnaissant de faire le tri entre le bon grain et l'ivraie, des packagings innovants pour ceux qui souhaitent posséder un objet physique et une qualité d'enregistrement supérieure pour ceux qui se satisferont de musique dématérialisée, tels seront les atouts de nouveaux *intermédiaires à valeur ajoutée*.

Encore plus important pour l'avenir : la disparition des frontières de l'information.

On mesure encore mal toutes les implications d'une telle révolution. Encore aujourd'hui, il n'est pas rare par exemple de trouver le même disque, le même DVD, pour un tarif 2 ou 3 fois moins élevé sur la version grand-bretonne d'Amazon que sur son équivalent français (le dernier disque du duo « Basement Jaxx, « Scars », sorti le mois dernier, coûte 11 euros sur amazon.co.uk contre 17 euros sur amazon.fr). La preuve est ainsi faite que l'internaute moyen n'est pas encore très au fait du fait qu'il est libre de comparer les prix bien au-delà de ses propres frontières nationales, puisque les marchands n'hésitent pour le moment pas à établir des tarifs en fonction des marchés nationaux.

Mais les choses changeront vite et j'en veux pour preuve l'émergence de services tels que « myus.com », qui permettent aux plus malins de déjouer les tentatives des marchands d'interdire l'achat à qui ne dispose pas d'une adresse postale sur leur territoire. Il semble bien que – même pour les biens matériels – la notion de territoire n'en ait plus pour très longtemps.

Et dans les nombreux effets qu'une telle disparition va causer, il y aura la révolution de ce qu'on appelle la

« *chronologie des médias* », qui va toucher de plein fouet l'industrie cinématographique.

Mise en place dans les années 1980 pour protéger les exploitants de salles de cinéma de la concurrence de la télévision et des supports enregistrés, cette « *chronologie* » établit une durée minimale entre la sortie d'un film en salle et sa diffusion sous forme d'abord de DVD ensuite télévisuelle.

Dans un monde de frontières intangibles, il fallait pour voir un film avant sa sortie en France se déplacer physiquement dans un pays où il était déjà diffusé (et de préférence en comprendre la langue). Dans le monde où Internet abolit toute notion de frontière physique pour les contenus culturels, il ne passe pas 24 heures avant qu'un petit malin n'enregistre discrètement sur sa caméra vidéo ce qui passe sur le grand écran qu'il regarde. Et pas plus d'une semaine avant que des équipes de toutes nationalités ne sous-titrent le film ainsi mis à la disposition de tous sur les réseaux P2P.

Et c'est ainsi que je peux regarder « *District 9* » un mois avant sa sortie en France.

Alors, bien sûr, on pourrait mieux surveiller toutes les salles obscures de tous les pays en y mettant quelques forces de l'ordre chargées d'interdire l'enregistrement du film, on pourrait ensuite faire fermer tous les sites web qui diffusent des liens vers la copie pirate, on pourrait enfin interdire la traduction et punir les gens qui auront téléchargé le film.

On pourrait faire tout ça, mais force est de dire que ce serait très difficile, pour ne pas dire impossible. Alors qu'il serait si simple d'abolir, purement et simplement, toute cette notion de « *chronologie des médias* ».

C'est entendu : le producteur d'un film ou d'une série américaine aurait dès lors bien du mal à vendre son produit aux télévisions étrangères pour une diffusion décalée dans le

temps. Mais ce type de commerce avait un sens lorsqu'il n'existait pas de moyens de diffusion planétaire : aujourd'hui qu'est-ce qui empêcherait – sinon les usages établis – la chaîne Fox de diffuser via son site web des versions de bonne qualité, et sous-titrées dans toutes les langues, de sa série « *Dr House* » ? Des accords commerciaux, d'accord, mais nul n'oblige cette chaîne à passer de tels accords dans le futur pour ses prochaines séries.

On verrait alors des coupures de publicité – pourquoi pas spécifiques à telle ou telle langue – dans les fichiers librement diffusés par leurs auteurs, sur des serveurs à fort débit. Rien de bien différent de ce qui se passe sur leur télévision nationale, donc. Quant aux diffuseurs des autres pays, il leur restera la possibilité de diffuser des versions doublées plutôt que sous-titrées, ou mieux encore ils feront le choix de créer eux-mêmes des séries d'une qualité suffisante pour attirer un public devenu mondial. C'est la conséquence logique d'une disparition des frontières, et tout mouvement pour contrer cette pente naturelle finira tôt ou tard par se heurter au réel. La chaîne CBS semble l'avoir compris la première, elle qui a récemment annoncé qu'elle n'avait pas l'intention de demander le retrait des séries diffusées sans autorisation sur YouTube : selon elle, la diffusion pirate n'a causé aucun préjudice à l'audience.

Quant aux films de cinéma, qui font de plus en plus souvent l'objet de sorties mondiales, il deviendra de plus en plus difficile de retarder de plusieurs années leur diffusion sur d'autres médias : il existera toujours une attente pour voir sur petit écran des films même pendant qu'ils seront diffusés en salles obscures. L'évolution la plus probable est peut-être à chercher du côté du film de Yann Arthus Bertrand : « *Home* » a en effet été diffusé dans le même temps à la télévision et sur grand écran, et cela dans tous les pays à la fois. Ce qui ne l'a pas empêché d'être un succès en salle, et d'être pendant plusieurs semaines en tête des ventes de DVD à la FNAC

alors même qu'il était parallèlement disponible gratuitement sur Internet. De quoi réfléchir à un futur de la diffusion cinématographique moins sclérosé ?

On entend souvent, comme justification pour la loi Hadopi, qu'il faut absolument empêcher le piratage pour qu'une offre légale puisse se développer. Selon les tenants de cet argument, il serait impossible d'offrir une offre payante s'il existe en face une offre gratuite.

Ca semble logique, mais est-ce pour autant recevable ? Cet état de fait n'est nullement limité aux industries culturelles. Partout, depuis l'avènement du Web, les offres payantes sont concurrencées par des alternatives gratuites. L'information, en premier lieu, en sait quelque chose : toujours à la recherche d'un modèle économique qui tienne un peu la route, les sites d'information payants doivent tous faire face à la diversité et à la gratuité des sources. Et que dire de l'industrie du logiciel commercial, qui doit faire face à la concurrence de plus en plus importante du logiciel libre ? Faudrait-il aussi interdire Linux pour que Windows puisse rester payant ? Et quid des sites de petites annonces, de comparaison des prix et de la qualité des produits... La liste serait aussi longue que celle des activités commerciales au-delà des seuls biens matériels.

Il est bien rare qu'il n'existe aucune contrepartie gratuite, créée par des passionnés, ou financée par d'autres moyens, d'autres modèles économiques, à un site payant. Pour autant, nul n'oserait affirmer qu'à cause de cette concurrence aucun site payant ne peut exister : là encore le réel viendrait démentir lourdement l'argument. Mais il est certain que cet état de fait pousse l'offre commerciale vers la plus grande valeur ajoutée possible – pour se démarquer des offres gratuites moins étoffées – et vers des tarifs toujours plus bas : c'est l'effet déflationniste d'Internet.

Alors, bien sûr, on rétorquera que Linux n'est pas une copie

de Windows et qu'à ce titre il n'enfreint pas les lois sur la propriété intellectuelle. Outre qu'une telle affirmation devrait être fortement nuancée (on vient par exemple d'apprendre que certains brevets de Microsoft avaient été rachetés par les grands groupes qui soutiennent Linux pour éviter de futurs procès), la question n'est pas tant la contrefaçon en elle-même que dans le mensonge sous-tendant l'argument de l'impossibilité d'une offre dite « légale » en face de l'offre dite « pirate ».

En 2003 – 6 ans déjà – Philippe Chantepie, alors chargé de mission au ministère de la Culture, affirmait « Il ne s'agit pas d'interdire le P2P, mais d'imaginer une offre alternative cohérente ». On mesure là non seulement l'immense recul de la réflexion politique depuis que le problème se pose, mais surtout le retard pris par l'industrie du disque dans la mise en place d'une telle offre.

Car si l'on reprend les différents modèles des services payants d'Internet, il n'est pas difficile de voir comment une offre légale cohérente pourrait prendre toute sa place sans pour autant légiférer dans l'urgence pour interdire toute alternative comme condition d'une telle offre.

D'abord, le maximum de valeur ajoutée, ensuite un tarif cohérent avec l'existence d'une offre gratuite. Or, que manque-t'il à l'offre « pirate » ? Pas mal de choses en réalité.

À l'évidence, sinon une centralisation de l'offre contraire aux usages d'Internet, au moins la mise en place d'un index centralisé permettant de savoir où acheter la version numérisée du disque que l'on cherche : que ce soit sur le site de l'artiste ou chez un revendeur, il sera nécessaire de faciliter l'achat en laissant à Google le soin de se charger – forcément moins bien – de l'offre concurrente.

Ensuite il faut bien entendu qu'à chaque titre de l'album

soient attachées les paroles (s'il y a lieu), mais aussi l'index du titre dans l'album, la date de publication, le genre musical... Et qu'à chaque album soient attachés l'image de la jaquette ainsi que tous les textes et photos présents dans le boîtier du CD physique. Bref, tout ce qui fera la différence entre une offre professionnelle et la numérisation faite au bon gré des amateurs qui ne prendront jamais le temps d'être aussi complets que des professionnels.

Il faudra aussi passer aux oubliettes le format MP3 : quelle que soit la qualité de numérisation choisie, ce format implique une perte de qualité par rapport à l'original numérique. Or si la compression des fichiers ainsi obtenue avait une raison d'être il y a quelques années, l'énorme augmentation de la taille de stockage des disques durs ainsi que de la bande passante des accès modernes ne nécessite plus depuis longtemps qu'on se contente d'une qualité moindre. Il faudra donc que les industriels se mettent d'accord sur un format « sans perte » qui sera adopté n'en doutons pas très rapidement par les fabricants de lecteurs portables.

Enfin, bien entendu, il faudra revoir à la baisse le prix d'un album numérique. Outre le fait qu'il coûte moins cher à produire que le disque physique – fait qui à lui seul devrait impliquer un tarif largement moindre – il faudra aussi que ce prix prenne en compte la disparition des intermédiaires que l'on a déjà vue, et qu'en soit donc déduite la part qui leur revenait.

Ainsi, si l'industrie musicale cessait de croire qu'elle pourra forcer le monde à faire marche arrière, on voit aisément la forme que devrait avoir la fameuse « offre légale » pour concurrencer avec succès tout ce que le monde de la flibusterie pourra lui opposer : l'exhaustivité de l'offre, des albums numériques aussi complets que leur équivalent physique, d'une qualité numérique irréprochable et à un prix « *défiant toute concurrence* ». Là sera le salut du modèle payant, et certainement pas dans la lutte illusoire pour faire

disparaître toute concurrence.

Gageons qu'un jour viendra bientôt où nos majors cesseront de dépenser leur fortune en lobbying pour enfin se mettre au travail et nous présenter une alternative payante digne de ce nom. Il est plus que temps. Car, pendant qu'elles combattent des moulins à vent, l'offre pirate de qualité s'étoffe et – surtout – les artistes, auteurs, interprètes qu'elles avaient laissés de côté ont bel et bien commencé à s'organiser pour diffuser leurs albums sur les plates-formes de musique libre (dogmazic, jamendo, magnatune...) et pour mettre en place des systèmes de rémunération innovants (SARD).

Pourtant, quoi qu'elles fassent, l'essor de la culture libre semble largement irréversible aujourd'hui, comme l'était celui du logiciel libre il y a 10 ans.

Si les informaticiens ont compris les premiers que le partage de l'information était nécessaire à la création de logiciels toujours plus innovants, ce n'est peut-être pas un hasard. Le droit d'auteur dans le domaine du logiciel est récent, et avant les années 1970 il n'était même pas certain qu'il s'y applique. D'autant plus que les fabricants d'ordinateurs, en concurrence les uns avec les autres, se devaient d'offrir à leurs clients une base logicielle la plus large possible, et à cet effet n'hésitaient pas à diffuser très largement les outils permettant de développer ces logiciels (y compris le code source de ceux qu'ils avaient eux-même développés). Aujourd'hui encore, il n'est guère surprenant de voir des fabricants comme IBM soutenir le logiciel libre : la main-mise d'un unique vendeur de logiciel – Microsoft – sur le marché qui le fait vivre est un risque industriel qu'une grande entreprise ne peut pas se permettre. Il se doit donc de faire en sorte que la concurrence s'exerce au maximum pour ne pas dépendre d'une offre unique.

L'art libre, au-delà des aspects philosophiques qui président à sa nécessaire existence, n'est lui-même pas étranger à ces

notions économiques. Entre des majors toutes-puissantes et des indépendants peu connus qui ont du mal à exister dans un marché en pleine crise, les artistes ont peu de choix s'ils n'ont pas eu la chance d'être remarqués par les uns ou les autres. Ainsi, l'image du musicien qui se déplaçait avec sa maquette pour tenter d'obtenir quelque passage à la radio est désormais remplacée par celle du génie qui, par son seul talent, va émerger de la masse anonyme qui diffuse ses œuvres sur Internet.

L'histoire n'est évidemment pas si simple, et il ne suffit pas d'être excellent pour être remarqué. Il faut aussi savoir se servir de cet outil, en connaître les moteurs, comprendre comment faire du « buzz » ou disposer du temps nécessaire pour se créer peu à peu une audience, bref : être un bon commerçant de sa propre image. Là où dans le passé l'artiste se reposait sur ses producteurs pour être mis en avant, il doit désormais apprendre à faire ce travail préalable seul, à peine aidé par les plates-formes de diffusion de culture libre. Sans même parler de vendre assez pour vivre, l'urgence sur Internet est de savoir se faire connaître. Et dans cette optique, il sera mal vu de demander à ses futurs clients de payer d'abord. La culture « libre » a de beaux jours devant elle, de la même manière qu'à mon époque il fallait, pour se faire un nom dans le milieu de la programmation, faire des « démos » largement diffusées pour prouver son talent.

À cet égard, la nouvelle génération née avec un clavier d'ordinateur entre les mains aura à court terme un avantage décisif sur ses parents, et il est probable que de plus en plus de nos idoles soient issues de cette culture du libre. Rompues aux réseaux sociaux, disposant depuis toujours d'une base « d'amis » et de « suiveurs », habituées à partager leur quotidien, nos nouvelles stars n'auront pas à apprendre ces notions pour atteindre une renommée que les anciens espéraient à peine. Élevés dans la logique de partage d'Internet, nos enfants n'hésiteront pas à diffuser librement leurs œuvres

tant qu'ils n'auront pas atteint la notoriété nécessaire pour vivre de leur passion. Et même alors, ils sauront sans doute éviter les pièges d'une logique entièrement commerciale tant qu'ils seront eux-mêmes concurrencés par leurs pairs et l'offre gratuite qui persistera.

Loin de risquer la sclérose annoncée par les hérauts du tout-marchand, la culture va connaître, grâce à Internet, une nouvelle Renaissance.

Reste que pour qu'il soit le moteur annoncé de l'évolution du droit d'auteur, ainsi que d'une offre culturelle plus large, moins chère et de meilleure qualité, il faudra qu'Internet ne soit pas bâillonné par des lois rétrogrades visant à empêcher son essor.

Il ne passe guère de jour sans que tel ou tel homme politique ne nous assène qu'il faut – à tout prix – réguler ce « far-west » où seule la loi du plus fort s'appliquerait.

Bien sûr, cette caricature tient beaucoup au fait que la plupart d'entre eux n'apprécient guère de se voir porter la contradiction par de simples citoyens sur la place publique, habitués qu'ils étaient à disposer seuls de l'attention des médias anciens. Mais pour certains cela va plus loin, et la volonté de contrôler tout l'espace médiatique est telle qu'ils n'hésiteront pas à tenter de museler un espace de liberté qu'ils considèrent comme un vrai danger.

Ils ont raison.

Non pas qu'Internet soit un espace de non-droit : cette idée ridicule a toujours été battue en brèche tant les divers procès qui ont accompagné son évolution ont montré que le droit s'y appliquait avec toute sa rigueur. Quant aux fantasmes du pirate néo-nazi pédophile, nos élites sont plus promptes à les dénoncer dans le cyberspace (où la très grande majorité d'entre nous ne les a jamais croisés) que dans les rangs de leurs amis politiques ou médiatiques... La démagogie a

du mal à exister dans un lieu où la contradiction est accessible à tout un chacun et où rien ne s'oublie.

Non : le vrai danger, pour eux, est dans la démonstration quotidienne de leur aveuglement. Plus ils crient que la gratuité n'existe pas et que le marché est tout-puissant, plus leurs concitoyens constatent l'inverse dans ce vaste réseau de partage des connaissances et des opinions. Plus ils affirment que la liberté de parole est dangereuse pour la démocratie, plus le succès des blogs politiques augmente. Plus ils expliquent qu'ils ne maîtrisent pas ces nouveaux outils – relégués à d'obscurs assistants parlementaires, plus le nombre de familles connectées croît.

Alors ils légifèrent. Depuis 1995 et la première émission de télévision traitant du phénomène Internet, on ne compte plus les lois qui ont tenté de « réguler » (lire « contrôler ») ce nouveau média. Le premier, François Fillon avait tenté en 1997 déjà de créer un « Conseil Supérieur de l'Internet » qui devait avoir la haute main sur tout ce qui était publié sur le Web. Déjà, il fut censuré par le Conseil Constitutionnel. Vinrent ensuite diverses tentatives, de droite comme de gauche, toutes avortées. La Commission Beaussant (qui cherchait à imposer aux hébergeurs, par contrat, l'obligation de respecter les décisions d'un comité Théodule chargé de censurer les sites irrévérencieux) dont le rapport fut mis au panier. L'amendement Bloche, tellement remanié par nos deux assemblées qu'il n'en est presque rien resté après son passage devant les mêmes sages. La LCEN de 2004, si stricte dans la forme qu'elle en est presque inapplicable. Et la DADVSI de 2006, qui impose le respect de mesures de protection anti-piratage abandonnées depuis par quasiment tous les industriels...

Une longue suite d'échecs patents qui – forcément – ridiculisent par avance les tentatives futures.

Car il n'est pas facile de faire des lois (forcément

nationales) pour encadrer Internet (fondamentalement international). Le réseau est mouvant, il change quotidiennement et ses usages sont loin d'être établis. Il mute bien plus vite que nos législateurs ne sont capables de le prévoir. Hadopi n'était pas encore adoptée que ses contre-mesures étaient déjà en place. Et la future LOPPSI, dernière resucée de ces tentatives de créer une police privée chargée de la censure du réseau, se heurtera sans doute et malgré le volontarisme affiché de notre Président aux mêmes écueils que ses prédécesseurs : l'article 11 de notre Constitution est difficilement contournable, et Internet n'a jamais été prévu pour être centralisé de manière à permettre quelque contrôle que ce soit.

Cependant, ces essais ont bel et bien un effet. Mais sans doute pas celui que nos gouvernants espèrent...

Il y a à ce jour 28 millions d'abonnés à Internet en France. Plus d'un foyer sur deux est connecté. Très bientôt, la majorité de nos concitoyens auront goûté à la liberté d'expression que permet (enfin) cet outil. Qui peut dire aujourd'hui ce que signifie le fait que 28 millions de personnes aient désormais, dans ce pays, accès à la parole publique ?

Que deviendront les mondes associatifs et politiques quand ils verront arriver le flux de millions de gens désormais habitués à prendre la parole ? Que sera cet avenir où tout citoyen pourra non seulement débattre publiquement de ses opinions, mais aussi apprendre à les confronter à d'autres, mais encore réussir à se convaincre que sa parole est toute aussi importante que n'importe quelle autre. Que sera un monde dans lequel les enfants n'auront plus à demander la parole pour l'obtenir, au gré des parents et des maîtres, puis des médias et des politiciens ?

En s'attaquant à la liberté d'expression sur Internet, comme ils le font en critiquant, légiférant et Hadopisant, ils ne

font pas que se heurter à une technologie définitivement non régulable. Ils lèvent aussi, contre eux, toute une génération de futurs acteurs qui seront devenus conscients de leur pouvoir et de leurs actes, et qui auront été formés comme jamais au fonctionnement de nos institutions, comme le sont tous les gamins qui ont suivi les débats et les méandres du feuilleton d'Hadopi.

Ils élèvent, de fait, tous ceux qui les enterreront par des compétences acquises à la dure – et autre part que sur les bancs bien sages de Science-Po et de l'ENA. Car que dire sinon la désolation que provoque l'écoute de ces politiciens professionnels, visiblement dépassés par un dossier qu'ils ne maîtrisent pas, qui avouent leur méconnaissance totale de cet outil pourtant utilisé par la majorité de leurs électeurs, et qui tremblent de peur devant cette évolution qu'ils n'ont ni voulue ni prévue ?

Comment croyez-vous que va réagir l'étudiant né dans le monde numérique quand il écoute un député annonçant des arguments débiles (« dans 20 ans plus personne n'achètera de CD », quel visionnaire !), mauvais orateur, répétant à l'envi des antiennes largement démontrées comme étant de purs mensonges ? Que croirez-vous qu'il se dira, sinon qu'un député grassement payé à ne presque rien faire ne mérite pas son poste ?

Car c'est vers ça qu'on se dirige, si vous m'en croyez. La révolution ne viendra pas des urnes, ou pas seulement, mais bien surtout de la réaction non aux idées mais à l'indigence des débats publics quand on les compare à la richesse des débats numériques.

Combien de bloggeurs d'aujourd'hui seront nos penseurs de demain ? Et quel talent, si l'on les compare à nos tristes habitués des plateaux télé. Quel verbe que celui d'un simple utilisateur de Twitter, habitué à faire passer son opinion en seulement 140 caractères, quand on le compare aux discours mal rédigés par des attachés parlementaires bien pâlots.

Et que croyez-vous que pensent tous ces utilisateurs d'Internet, lorsqu'ils s'envoient des adresses de billets tous plus intelligents les uns que les autres, quand ils constatent la bêtise flagrante de ceux qui sont sensés les représenter mais ne représentent finalement que les intérêts des grands industriels pourvoyeurs de financements politiques et de futures reconversions dans des postes de parachutistes dorés ?

Certes, il faudra du temps. On ne passe pas du jour au lendemain de MSN à la politique. Mais ce temps-là sera passé en lutte, et ces luttes accoucheront d'hommes d'État, je veux le croire, plutôt que d'hommes politiques. Elles seront menées contre la réaction à une évolution nécessaire et inéluctable de nos sociétés, et parce qu'elle se heurteront à cette réaction, elles ne feront guère de réactionnaires. Et les premiers mouvements comme les différents « partis pirates » d'Europe ne sont que les prémices d'un futur qui balayera je l'espère la caste des parlementaires, idiots inutiles de la République.

C'est vrai : nul ne peut dire ce qu'il adviendra. Mais je peux sans trop de risque, après avoir observé l'évolution d'Internet depuis plus de 17 ans maintenant – déjà – prédire que le futur ne sera pas rose pour ces politiciens qui n'ont jamais connu de réelle concurrence et qui vont devoir s'y résigner.

Notes

[1] Crédit photo : Roby Ferrari (Creative Commons By-Sa)

Petit passage télé pour Framasoft, Creative Commons et Jamendo

Le mardi 26 mai, on a parlé de culture libre^[1] au cours de l'émission *C'est mieux le matin* de France 3 Rhône-Alpes Auvergne, en citant donc les Creative Commons, Jamendo et Framasoft.

Je vous laisse apprécier la pertinence (ou non) du propos !

Mais l'angle de tir est intéressant : Hadopi a stigmatisé le téléchargement illégal, qu'à cela ne tienne, parlons du téléchargement légal en associant trois exemples issus de la culture libre.

Bonne idée également de rappeler la possibilité de faire un don lorsque l'on insiste de trop sur la gratuité (cf mon billet précédent).

Le tout se terminant dans le joyeux délire d'une sélection musicale prise sur Jamendo^[2] (pour l'anecdote on entend trois notes de ce que je suis justement en train d'écouter en moment, la chanson Do it over par le groupe Amélie, sous CC By-Nc-Sa).



-> La vidéo au format webm

Notes

[1] Mouvante, voire fuyante, la « culture libre » est un concept difficile à définir. Il n'empêche que l'article Wikipédia dédié mériterait selon moi une sérieuse mise à jour. Des volontaires pour tenter d'améliorer ensemble la chose ?

(me contacter)

[2] Félicitations au passage à Jamendo pour ses vingt milles albums atteints récemment.

3 000 jours de retard pour Hadopi

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



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

3 000 jours de retard pour HADOPI

Sylvain Zimmer – 12 avril 2009 – Jamendo

Paru initialement dans le supplément TV du Monde

Licence Creative Commons By-Sa

Pour comprendre pour quel Internet a été pensée la loi Hadopi, il faut revenir seulement 3 000 jours en arrière. Un disque dur de 15 Go coûtait 100 euros. Les réseaux peer-to-peer

n'étaient pas encore cryptés, on pouvait rêver de les contrôler un jour. Je n'avais que 16 ans à l'époque, mais je me souviens encore du peu de gens dans la rue qui portaient des écouteurs. Forcément, l'iPod n'existait pas. Wikipédia, Facebook et YouTube non plus. Trois des sept sites les plus fréquentés aujourd'hui, tous gratuits.

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

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

Tous les jours, des milliers d'artistes comprennent ce qu'ils ont à gagner dans la diffusion gratuite. La fidélité accrue de leurs fans crée de la valeur. Soyons cyniques : peut-être que la loi Hadopi servira à accélérer cette transformation de l'économie culturelle, cette éducation des artistes au monde

numérique. Quand arriveront les premières lettres recommandées, les premières coupures d'Internet, quel cadeau pour le gratuit et légal ! Quelle remise en question pour l'artiste constatant que ses fans, punis, n'ont plus accès à Wikipédia !

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

Notes

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

La douce musique de Maya Filipic

Le punk hardcore (de préférence californien), c'est pas mal mais c'est pas l'idéal si vous souhaitez tranquillement écouter un peu de musique tout en vous livrant à une activité intellectuelle intense, comme par exemple la rédaction de votre blog quotidien (quand bien même ce ne soit pas véritablement intense).



Dans ce cas précis, la délicatesse du piano de l'album *Between two worlds* de Maya Filipic (Creative Commons By-Nc-Nd) me convient mieux et je tenais à vous le faire partager^[1].

Extrait 1 : « *Stories from Emona I* » (télécharger au format OGG)

Voici la traduction de la courte présentation de l'artiste sur Jamendo :

Née à Ljubljana, en Slovénie, Maya a toujours grandi auprès d'un piano. Lorsque à l'âge de 8 ans elle est entrée au conservatoire, elle savait déjà jouer du piano et du violon, mais s'est aperçue dès le début que le piano était pour elle le meilleur moyen de s'exprimer.

Elle s'est initiée à la composition au début de ses études, et a commencé très tôt à composer et interpréter ses propres mélodies. Mais ce qui l'intéresse le plus dans la musique reste l'improvisation.

Très vite, elle s'est rendu compte que l'enseignement académique ne répondait pas à ses attentes, et bien qu'ayant consacré deux tiers de sa vie à l'apprentissage du piano, elle a interrompu ses études à la faculté de musique au bout de deux ans. Elle aspirait à être plus qu'un pianiste jouant de façon machinale, formé pour finir enseignante dans un conservatoire pour le restant de ses jours, en appliquant le

style que lui auraient inculqué ses professeurs. Cette perspective ne correspondait pas à sa façon de concevoir la musique.

Après une période passée à voyager de par le monde, à parfaire ses connaissances, à découvrir de nouveaux lieux et de nouvelles façons d'appréhender la vie, elle a commencé à intégrer ses expériences à sa musique. Dans son premier album, elle tente d'exprimer les sentiments que lui inspire de revenir sur le moment charnière où son ancienne façon de voir les choses a cédé la place à la nouvelle. D'où le titre, « Between two worlds ».

Extrait 2 : « Stories from Emona II » (télécharger au format OGG)

PS : Comme c'est de la Creative Commons et que c'est susceptible de bien se marier avec des images, on ne s'étonnera pas de commencer à la retrouver sur pas mal de vidéos YouTube dans le plus pur esprit de la Remix Culture chère à Larry Lessig.

Notes

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

Musique : Brad Sucks et Jamison Young

Grâce aux pionniers du logiciel libre, grâce aux errances de l'industrie du disque, grâce à des sites web comme Dogmazic, Jamendo, Magnatune ou Opsound, grâce à des licences comme

l'Art Libre et les Creative Commons, et enfin et surtout grâce aux... artistes de plus en plus nombreux à participer à l'aventure, le mouvement pour une musique alternative *en libre diffusion* est désormais lancé et bien lancé.

La qualité, la diversité mais également un certain état d'esprit (perdu depuis les années soixante ?) sont en effet déjà au rendez-vous alors même que, à mon humble avis, nous n'en sommes encore qu'au début d'une sorte de nouveau paradigme musical.

Bien que je ne sois pas, loin de là, un spécialiste (et puis le goûts, les couleurs, tout ça...), je compte puiser de temps en temps dans cette diversité pour vous présenter ma petite sélection subjective du moment. Avec, culture Framasoft oblige, le choix assumé de se restreindre aux licences qui ne proposent *ni clause non commerciale (ND)* ni *clause non dérivable (ND)*, autrement dit uniquement des oeuvres approved for free cultural works.

Merci à ces artistes d'oser de telles licences qui nous permettent d'user de leurs œuvres avec un grand degré de liberté. Mais que ceci ne nous empêche surtout pas de communiquer avec eux, de leur dire tout le bien que l'on pense de leur travail, etc. et éventuellement de les soutenir d'une manière ou d'une autre pour entretenir le cercle vertueux.

Brad sucks

Brad Sucks est présent sur Wikipédia. Je ne sais si c'est un gage de qualité mais c'est la musique qui m'accompagne en ce moment sur mon iPod trafiqué sous Rockbox. On notera que son premier album était sous *CC-By-Nc-Sa* alors que le dernier *Out of It* est sous *CC-By-Sa*.

- Brad Sucks : site officiel
- Brad Sucks sur Jamendo et Magnatune,
- Interview de Brad Sucks sur CCMixer (en)

- Vidéo : *You're not Going Anywhere* de l'album *Out of It* sous CC-By-Sa

« A lot's changed since I started putting music on the Internet way back in 2001. Artist-endorsed free downloads were shocking. Flexible pricing was still an untested novelty. It was rare to find source files from artists and sharing music wasn't encouraged by new artists. Recently I was asked if I'd do anything different this time around ... and I honestly couldn't imagine why I'd do things different. The only reason I, a dude who made an album by himself in a country basement, has had any sort of success is because people took it upon themselves to share my music with their friends. They remixed it, they used it in their videos, they played it on their podcasts, they included it in software and games and it took on a life of its own. » Brad Sucks – CC blog

Jamison Young

Jamison Young j'aime bien aussi (je suis très fort pour introduire les artistes je trouve !). Une de ces chansons, *Memories Child*, a été choisie pour être dans le film *The X-Files: Regeneration*, comme quoi on peut être sous Creative Commons et dans la B.O d'un blockbuster américain...

- Jamison Young – site officiel
- Jamison Young sur Dogmazic et Jamendo,
- Interview de Jamison Young sur le blog des Creative Commons (en)
- Vidéo : *Crush* de l'album *Shifting Sands Of A Blue Car* sous CC-By

« I licensed the songs from the album "Shifting Sands Of A Blue Car" under a Creative Commons Attribution license. When

I look at the amount of self published art that is used commercially compared to published content and then look at how much quality self published content is available online, less restrictions for my music makes more sense for me. Also, a lot of home creators that use a song might want to use the content in conjunction with a services like youtube or myspace, and who can say if these services are a commercial or non-commercial from the user of the contents point of view. » Jamison Young – CC blog