

Ce qu'Internet a changé pour les artistes

Avant, une maison de disques¹ pouvait lancer un chanteur avec une seule chanson. Une mélodie entêtante², un clip attrayant, une voix et un charisme suffisaient à faire tomber le jackpot. Sur la base d'un titre, sur la foi d'un air martelé³ à la télé et à la radio, on achetait un album complet au prix fort, et on découvrait les onze ou douze autres chansons en posant le disque sur sa chaîne. Producteurs et artistes y trouvaient leur bonheur : le disque était leur source principale de revenus.

Aujourd'hui, Internet et l'enregistrement numérique ont changé la donne⁴. Sur le site Deezer, on peut écouter, sans déboursier un centime, nouveautés et classiques du rock, de la pop, du rap, etc. Celui qui veut se lancer dans la musique n'a pas forcément⁵ besoin de céder dès le départ 20% de ses recettes à un manager ou à une maison de disques : il peut se faire connaître sur YouTube et MySpace, communiquer avec une communauté de fans. Seul souci : comment en vivre ? Si ce n'est plus le disque qui donne un revenu aux artistes, d'où pourrait venir l'argent ? Les professionnels ont des premières réponses... Les gagnants et les perdants ne sont pas forcément ceux que l'on croit.

Sammy Decoster > Le Net lui a permis de faire du buzz⁶.

En 2006, 122 nouveaux artistes signaient un contrat avec une maison de disques. Deux ans plus tard, ils étaient 69. Alors, comment exister ? Réponse de Sammy Decoster :

« Cet été, j'ai proposé aux gens, via Facebook et MySpace, de venir jouer chez eux, dans les cours de récré, sur les terrasses des villages, au bord des péniches... Un concert en duo, avec mon contrebassiste, en échange d'une participation aux frais d'essence. Le jeu⁷ était aussi d'être logé ou de planter la tente chez l'habitant. Je voulais replacer la musique dans son vrai contexte, c'est-à-dire parmi les gens, partager la musique comme le gîte et le couvert. » Et faire également du buzz... Après un échec sur la scène du Festival de Bourges, cette expérience a permis à Sammy Decoster de faire parler de lui. Avec Facebook, Twitter et MySpace, les artistes deviennent leurs propres attachés de presse. Ça prend du temps, mais ça peut marcher.

Cocoon > Le groupe a su varier ses sources de revenus.

« La scène est la source principale de revenus des artistes, petits ou moyens. On semble le découvrir aujourd'hui, mais c'est rare de ne vivre que du disque », dit Jean-François Dutertre,

délégué général de l'Adami. Les ventes de disques représentaient 1,3 milliard d'euros il y a quelques années, 600 millions aujourd'hui. Forcément, leur part dans le revenu des artistes chute⁸. Parmi les autres sources, la radio : or, leur chiffre d'affaires baisse (la pub rapporte de moins en moins), du coup les artistes sont moins rémunérés.

De nouveaux revenus commerciaux apparaissent donc. Ainsi, Cocoon s'est fait connaître en vendant ses chansons dans des pubs Volkswagen et Taillefine. « Certains y trouvent leur compte⁹. Des alliances avec des marques, des chaînes de vêtements, oui, c'est une tendance. »

Radiohead > Il a inventé son propre business.

Le 10 octobre 2007, Radiohead mettait en ligne son nouvel album In Rainbows en proposant à l'internaute de fixer lui-même son prix - une révolution. L'album sortit plus tard en CD à prix fixe, devenant indisponible en téléchargement. Une prise de risque voulue par le groupe lorsqu'il s'est débarrassé¹⁰ de sa maison de disques, « où il fallait obtenir l'accord de nombreuses personnes avant de prendre une décision. » S'ils ont perdu de l'argent au départ, l'affaire a été rentable : « A partir de cette gratuité, on fidélise¹¹ un public à qui l'on peut vendre CD, places de concerts, collectors¹², etc. Les maisons de disques qui restent focalisées sur une seule activité compromettent¹³ la carrière de leurs artistes. La gratuité fait désormais partie du 'music business' », rapporte Brian Message, un des managers du groupe. Un modèle qui fonctionne surtout pour ceux qui ont une base de fans importante. Dernièrement, Nine Inch Nails a mis gratuitement en ligne neuf titres, suivis d'un double CD avec livret à 10 dollars et d'une version « Deluxe » à 300 dollars. En une semaine, l'opération a rapporté 1,6 million de dollars.

© Bayard Presse – Phosphore – David Groisen, 2010

1 une maison de disques Plattenfirma - 2 entêtante, hartnäckig - 3 sur la foi d'un air martelé auf eine eindringlich wiederholte Melodie vertrauend - 4 la donne (ici) la situation - 5 forcément automatiquement - 6 un buzz (ici) = une forme de publicité (marketing) s'appuyant sur des réseaux sociaux - 7 un jeu (ici) une action - 8 chuter diminuer beaucoup - 9 y trouver son compte en profiter - 10 se débarrasser de qc (ici) quitter qc - 11 fidéliser qn (ici) (Kunden) binden - 12 un collector Sammelobjekt (hier CD-Alben) - 13 compromettre qc mettre qc en danger

Questions sur le texte (compréhension)

- 1 Rédigez un résumé du texte.
- 2 Expliquez le changement de rôle des maisons de disques.

Explication (analyse)

- 1 Comparez la situation de Sammy Decoster et de Radiohead.
- 2 Est-ce qu'il est devenu plus facile ou plus difficile pour les artistes d'aujourd'hui de gagner de l'argent ? Appuyez-vous dans votre argumentation sur le texte.

Commentaire/Travail d'écriture

- 1 « La gratuité fait désormais partie du ‚music business‘ ». (l. 34-44) Donnez un autre exemple où on offre quelque chose gratuitement ou pour peu d'argent pour mieux gagner de l'argent ensuite.
- 2 La musique et moi
Rédigez un texte structuré dans lequel vous répondrez aux questions suivantes :
 - Quelle musique aimez-vous ?
 - Vous faites aussi de la musique ou vous en écoutez seulement ?
 - Quelle importance la musique a-t-elle dans votre vie ?
 - Comment est-ce que vous vous en procurez ?
 - Combien d'argent dépensez-vous pour la musique ?

Lösungsvorschläge

Questions sur le texte (compréhension)

- 1 Dans l'article « Ce qu'Internet a changé pour les artistes », paru le 28 février 2010 dans le magazine « Phosphore », l'auteur explique comment les artistes peuvent vivre aujourd'hui de leur musique grâce ou malgré Internet. Avant, le disque était la source principale de revenus des artistes. On écoutait un seul titre et achetait l'album complet. Aujourd'hui, Internet a changé la situation. L'auteur donne trois exemples. Sammy Decoster s'est fait connaître par Facebook, Twitter et MySpace. Il propose aux gens de venir chez eux pour faire de la musique. Le groupe Cocoon utilise plusieurs moyens pour gagner de l'argent. Il vend p.ex. ses chansons pour des publicités. Radiohead a inventé encore une autre source de revenus. Les gens pouvaient d'abord télécharger l'album du groupe sur Internet en payant la somme qu'ils voulaient. Après, le CD correspondant est sorti à un prix fixe et le téléchargement n'a plus été possible.
- 2 Autrefois, les maisons de disques jouaient un rôle très important. C'était surtout grâce à elles que les artistes gagnaient leur argent. Mais ils devaient aussi payer un certain pourcentage de leurs revenus aux maisons de disques. Aujourd'hui, les maisons de disques ont moins de pouvoir. Moins d'artistes signent des contrats avec elles car ils ne peuvent plus vivre de la vente des disques. Mais c'est aussi un avantage pour eux : la maison de disques avait une forte influence et les artistes devaient accepter les décisions et les idées de leur maison de disques. Maintenant, ils peuvent prendre les décisions quant à la vente de leur musique eux-mêmes.

Explication (analyse)

- 1 Sammy Decoster n'est pas très connu, il a échoué sur scène au festival de Bourges et doit trouver une autre méthode pour se faire connaître. Pour cela, il utilise les réseaux sociaux. Radiohead par contre est un groupe connu. Les gens cherchent sa musique sur Internet et veulent l'acheter. Ainsi, le groupe peut leur faire aussi des offres gratuites pour augmenter la demande et gagner plus d'argent, « un modèle qui fonctionne surtout pour ceux qui ont une base de fans importante » (l. 45-46).
- 2 D'une part, il est devenu plus difficile pour les artistes de gagner de l'argent car les maisons de disques ne font plus tout le travail de marketing pour eux. Sur ce point, ils doivent être plus créatifs et varier leurs sources de revenus. Le groupe Cocoon par exemple y est arrivé. D'autre part, les maisons de disques sont aussi parfois très strictes et rigides dans leurs décisions. Dans ce cas, la nouvelle situation peut être une chance pour les artistes. En plus, ceux qui ne trouvent pas de maisons de disques ont ainsi une possibilité de se faire connaître (comme p.ex. Sammy Decoster).

Commentaire/Travail d'écriture

- 1 Il y a par exemple des offres de magazines dont les premiers exemplaires coûtent peu d'argent, mais si on ne résilie pas l'offre pas dans un certain délai, l'offre se transforme en abonnement et on paie beaucoup plus. Parfois, on dit aussi que les 100 premiers clients qui commandent reçoivent un cadeau. Alors les gens commandent sans beaucoup réfléchir, juste pour obtenir ce cadeau. Beaucoup de supermarchés offrent aussi des articles en promotion pour attirer les gens qui y achètent alors d'autres produits.
- 2 J'aime le rap, mais j'écoute aussi Peter Fox et Clueso. Parfois, je joue aussi de la guitare. La musique, c'est pour moi surtout un moyen de me détendre. J'allume la radio quand je me lève le matin, parfois j'écoute de la musique dans le bus (sur mon lecteur MP3) ou quand je fais mes devoirs. En plus de la radio, j'achète parfois des CD et mes amis m'envoient des titres connus sur mon portable. Et je télécharge aussi des albums, p.ex. sur iTunes, c'est moins cher qu'un CD. On m'offre aussi des CD à mon anniversaire ou à Noël, ainsi je ne dépense pas beaucoup d'argent pour ma musique préférée.