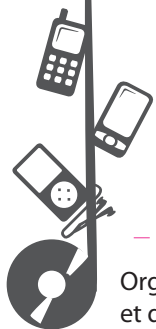


Lundi 18 janvier 2010

Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord

Quelles formes de valorisation pour la musique aujourd'hui ?



Maison des Sciences de l'Homme
Paris Nord

gratuit streaming major numérique label téléphonie hadopi
autoproduction intermédiaire ringtone
valorisation crowdtagging indépendant
crowdsourcing fédération valorisation indépendant
hadopi web 2.0 éditeur gratuit

Organisée à l'initiative d'un groupe de jeunes chercheurs des universités de Bordeaux 3, Grenoble 3, Paris 8 et Poitiers, et grâce au soutien financier et logistique du réseau des MSH et de l'Université Paris 8, cette journée d'étude invite universitaires et professionnels du secteur à participer à une réflexion transversale autour des mutations de l'industrie phonographique à l'ère des réseaux numériques. L'objectif principal est de dégager des tendances socio-économiques de fond parmi les nombreuses initiatives qui ont vu le jour au cours des dernières années. Cette journée s'organisera autour d'exposés et de débats où les derniers apports de la recherche sur ces différentes thématiques seront croisés avec les témoignages de professionnels de la filière.

Afin de mieux cerner les formes de valorisation à l'œuvre aujourd'hui, la journée se décomposera en deux ateliers transversaux successifs. Il s'agira dans un premier temps de se placer à un niveau plus général en interrogeant les mutations des modèles économiques au sein de la filière musicale. Dans un second temps, l'objectif sera de revenir de manière plus systématique sur la restructuration de la filière et notamment sur l'arrivée de nouveaux entrants qui viennent remettre en cause certaines positions acquises.

Atelier 1. Mutations des modèles économiques...

A une époque où l'accès à la musique enregistrée n'a jamais été aussi aisé pour les auditeurs, les acteurs historiques de l'industrie se trouvent engagés dans un processus de remise en question des modalités de valorisation de leurs productions. La dématérialisation des contenus culturels permet aux consommateurs d'évoluer dans ce qu'il convient d'appeler une profusion de musique jamais vue auparavant. Parallèlement à cette tendance, le modèle basé sur la vente à l'unité ne semble plus en mesure de recouvrir la diversité de modes de consommation apparus au cours des dernières années. De plus, cette profusion de musique numérisée accessible selon différents moyens a favorisé l'émergence de nouveaux intermédiaires tentant d'exploiter les opportunités offertes par Internet.

Du point de vue de la valorisation économique des contenus musicaux, la tendance semble être à la mise en œuvre de stratégies de diversification des sources de revenus pouvant intégrer une forme de gratuité pour le consommateur final. Sans pour autant compenser la constante baisse des ventes de phonogrammes depuis le début des années 2000, l'apparition de nouveaux intermédiaires tels que les plateformes de streaming offre des possibilités inédites de valorisation aux productions musicales (agrégateurs, radio streaming, abonnement à des catalogues, ventes numériques, auditeur/prescripteur etc.). Les labels s'inscriraient donc de plus en plus dans des stratégies dites à 360 degrés intégrant aussi bien la vente à la pièce, la gestion des droits d'exploitation sur les différents canaux de diffusion, que le merchandising ou le live. Face à ces stratégies industrielles, les indépendants proposent eux aussi de nouvelles perspectives de valorisation financière et symbolique qu'il s'agit d'interroger (VPC par Internet, marketing viral, blogging, réseaux sociaux etc.).

Ces modèles à géométrie variable posent la question de la place et du rôle accordée aux différents acteurs de la filière (auditeur, artiste, producteur, manager, nouveaux entrants...) dans un secteur en pleine reconfiguration. Au-delà des espoirs et des craintes suscités par les innovations technologiques et des nombreux discours qui les accompagnent, ce premier atelier permettra donc d'offrir des pistes de réflexion afin d'appréhender de façon lucide les nouvelles formes de valorisation de la création musicale.

Atelier 2. Nouvelles structurations industrielles...

Avec le développement du numérique et du web, ainsi que la chute concomitante des ventes de supports physiques, nous voyons apparaître de nouveaux entrants qui participent de l'économie de la musique enregistrée sans être impliqués directement dans la production de contenus. On relève par exemple des mutations significatives du côté de la distribution qui voit arriver de nouveaux entrants privilégiant pour certains une stratégie de pure players. On note par ailleurs le développement des agrégateurs de contenus dont l'activité se tourne à la fois vers la promotion multi-supports des artistes tout en intégrant massivement la dimension marketing. Le cas des réseaux sociaux comme les sites de blogging viennent peu à peu s'ajouter aux prescripteurs d'information traditionnels. S'appuyant sur cette réactualisation des processus de légitimation, d'autres acteurs tentent de faire le lien entre ces nouveaux leaders d'opinion et les producteurs de contenu. Certaines agences de communication et de marketing se spécialisent dans le buzz sur les réseaux numériques, alors que d'autres acteurs, en sollicitant les internautes pour le financement de la production de contenus (crowdfunding), tentent de réorganiser les modèles économiques. Dans cette profusion de nouveaux acteurs, le cas des plates-formes de diffusion de musique libre de droits est également intéressant, ces structures se plaçant de fait sur un segment singulier du marché qui ne s'appuie pas sur l'exclusivité des droits.

De manière générale, se pose notamment la question du financement de la création à l'heure actuelle dans la musique enregistrée. Symbole d'une supposée restructuration industrielle du secteur, les intérêts principaux des groupes de production se diversifient. Aujourd'hui des majors rachètent des activités de spectacle vivant pendant que des entreprises de spectacle vivant s'introduisent dans d'autres secteurs de la musique comme la production phonographique, le merchandising et le publishing.

A l'heure où l'industrie musicale voit émerger nombre de nouveaux acteurs, l'objectif de ce second atelier sera donc d'observer comment ces derniers participent d'une réorganisation profonde du secteur, dans une redistribution des cartes entre créateurs de contenus, producteurs, diffuseurs et auditeurs. Il s'agira de mieux comprendre en quoi l'avènement d'Internet et l'achèvement du processus de numérisation des contenus est susceptible d'engendrer une profonde restructuration industrielle du secteur de la musique enregistrée.

Lundi 18 janvier 2010

Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord

Quelles formes de valorisation pour la musique aujourd'hui ?

major streaming gratuit numérique label téléphonie hadopi autoproducteur intermédiaire ringtone indépendant valorisation crowdtagging indépendant valorisation indépendant fédération hadopi web 2.0 éditeur gratuit



- 9h00 Accueil des participants et présentation de la journée par **Jacob T. Matthews**, chercheur à l'Université Paris 8.
- 9h45 - 12h00 **Atelier 1. Mutations des modèles économiques...**
table ronde réunissant chercheurs et professionnels (MyMajorCompany, Believe, Daily Motion, La Maroquinerie, CD1D, sous réserve : Deezer), puis discussion libre avec la salle.
- 12h00 - 13h30 Déjeuner (libre).
- 13h30 - 15h45 **Atelier 2. Nouvelles structurations industrielles...**
table ronde réunissant chercheurs et professionnels (Warner, Musiwave, Jarring Effects, FEPPIA, The Orchard, sous réserve : Le Zénith), puis discussion libre avec la salle.
- 15h45 - 16h15 Pause café.
- 16h15 Mise en perspective internationale, communication d'**Alexandros Baltzis**, chercheur à l'Université Aristote de Thessaloniki (Grèce).
- 17h00 Conclusion de la journée, communication de **Gérôme Guibert**, chercheur à l'Université Paris 3.