

## «Un bruit qui coûte cher»

**Author :** vo

**Date :** 10 novembre 2008

**C4 : Le «principe de gratuité» est en train de révolutionner l'industrie musicale, entend-on souvent. La musique peut-elle vraiment être gratuite? «Vaut»-elle encore quelque chose?**

A.B.: Il faut rappeler que la gratuité n'est la plupart du temps possible que sur des sites illégaux ou bien grâce au «peer-to-peer». Sur certains sites, les services «gratuits» ne constituent qu'une forme d'offre d'appel pour des services payants, parfois très onéreux. De plus, il est nécessaire d'effectuer de nombreuses dépenses avant d'avoir un accès gratuit: achat d'un PC, ligne ADSL ou autre avec large bande passante, etc. Sans parler de la mise à disposition forcée des cerveaux, pollués par des annonces publicitaires envahissantes. Une gratuité venant de l'industrie ne peut être que suspecte. Jamais celle-ci ne s'est faite le porte-parole d'un accès démocratique à la culture, qui est la mission d'un service public.

**C4 : Comment réagit le marché face au comportement des «consommateurs» de culture?**

A.B. : Pour l'industrie culturelle, qui «offre» (mais de manière intéressée) de plus en plus de produits gratuits, la musique est une marchandise comme une autre. Elle réagit aux changements d'habitudes des consommateurs et aux effets de «longue traîne» qui affectent le marché de la culture.

**C4 : C'est-à-dire?**

PhD. : Chris Anderson, l'auteur de ce concept de «longue traîne»<sup>1</sup>, prétend que les articles les plus visibles sur le marché vont avoir une importance économique de moins en moins grande, alors que le nombre d'articles bénéficiant d'une visibilité moins grande mais intéressant chacun un nombre restreint de consommateurs va aller croissant. Ce qui se vérifie sur le marché du disque, bien qu'il aille mal, il y a tous les jours des nouveaux labels et de nouveaux disques qui sortent.

**C4 : Certains préfèrent parler de «musique libre»?**

PhD. : La question ne se pose que pour les musiques enregistrées, sur support, celle que l'on fait chez soi est et restera (espérons-le) libre et gratuite.

**C4 : La MCFB a-t-elle vocation à faire découvrir les musiques «émergentes» ou les artistes «locaux»?**

PhD. : Depuis longtemps, un certain nombre d'outils existent pour «pousser» les artistes émergents. Le politique y tient beaucoup. Comme de mettre à disposition du public les démos

que les artistes nous envoient. C'est la direction du futur, tenir un discours, c.-à-d. affirmer des choix et les assumer, pour élargir les chapelles

#### **C4 : Comment allez-vous vous y prendre ?**

PhD. : Par l'écrit qui «accompagne». La «sélec» mettra en exergue 30 à 40 médias, présents simultanément dans les 17 centres. Pour certains médias «pointus», au lieu de miser sur 5 exemplaires qui feront 30 sorties par an, on en mettra 10 dont en espère 80 sorties. La «sélec» sera accompagnée d'un nouveau journal gratuit, dont la diffusion excédera largement les centres de prêt.

A.B. : Ces «sélecs» sont le résultat d'un tri sévère permettant de distinguer des productions plus confidentielles et de guider le mélomane perdu face à l'offre pléthorique d'un marché de plus en plus consensuel, résultat du diktat d'une presse paresseuse, conservatrice ou à la solde de l'industrie. Du fait même de l'évolution de ce marché, le support physique va perdre sa primauté. La tendance est déjà très nette. Les focus sur le site, la plateforme numérique, le podcast sont appelés à se développer de plus en plus. Cela fait partie de nos missions de valorisation du patrimoine culturel. Avec comme « philosophie générale », un décloisonnement des collections. Les regroupements de médias seront repensés, ce qui nous permettra de mieux dialoguer, en interne, dans nos « conseils d'achats » [ndr : l'organe qui regroupe les responsables d'achats de médias à la MCFB].

PhD. : Le service pédagogique a récemment tenté des expériences très encourageantes, en allant dans des écoles dites « défavorisées » pour les familiariser avec des contenus très pointus.

#### **C4 : Le mode de financement de la Médiathèque est mixte. C'est une société privée, qui vit pour une part sur des ressources propres, pour le reste, sur des financements publics. Le destin du patrimoine culturel est-il plus d'être porté par la collectivité, ou de dépendre du marché ?**

PhD. : Paradoxalement, ce qui rend la MCFB unique et fait son aura est lié au fait que c'était payant, ce qui a permis ce mode de financement mixte et de développer nos collections. Il y a certes là un jeu d'équilibre parfois inconfortable, comme pour toute asbl. Si les pouvoirs subsidants continuent à nous faire confiance sans mettre leur nez dans les contenus, le jeu pourra continuer. Au fond, malgré l'ampleur prise par la MCFB, notre situation n'est pas très différente de celles des petites salles de concert, des fanzines, radios associatives ou des petits labels...

A.B. : En Flandre, la trajectoire a été différente. A l'origine, en 1956, la Médiathèque, qui s'appelait encore Discothèque nationale de Belgique, était unitaire, comme le pays, du reste... Lors de la communautarisation de 1971, elle s'est scindée en deux entités, dont la partie flamande a fini par être absorbée par le réseau des bibliothèques

#### **C4 : L'industrie du disque a longtemps reproché à des outils comme la Médiathèque d'être le principal auxiliaire du piratage. Aujourd'hui que se sont fortement développés**

**les réseaux d'échanges de fichiers musicaux sur internet, cette accusation est un peu retombée. La Médiathèque deviendrait-elle un musée pour nostalgiques de la musique sur support physique?**

A.B.: D'un point de vue juridique, la MCFB a toujours été autorisée à mettre à disposition nos médias. Le seul frein posé par l'industrie du disque est de respecter un délai de deux mois de présence d'un média sur le marché avant de la mettre à disposition de notre public. En Belgique, la copie privée est autorisée. Quant à savoir si nous avons encouragé le piratage, je dirais que chez nos voisins où n'existe pas de réseau comparable au nôtre, on copie tout autant... Les distributeurs ne nous ont par ailleurs jamais boycotté... Car beaucoup d'utilisateurs finissent par acheter le média emprunté chez nous.

PhD. : On peut dans une certaine mesure considérer que la MCFB joue un peu le rôle de dépôt légal pour la musique, qui n'existe pas en Belgique. Pas plus que pour le cinéma, où la Cinémathèque royale y fait office. En France, il existe un dépôt légal pour le cinéma

**C4 : Un concept de droit aussi abstrait que celui de « propriété intellectuelle » est-il le plus à même de protéger la création musicale ?**

PhD. : C'est surtout un outil pour protéger l'industrie. Il a été pensé pour « professionnaliser » la musique. Concrètement, la MCFB ne paie pas pour la mise à disposition. Seulement pour la diffusion de musique « en ambiance » dans les centres de prêts, à la SABAM, comme doit le faire n'importe quel salon de coiffure qui passe de la musique. Depuis 2004, les membres paient une cotisation de 1 € qui alimente un fonds « copie privée » reversé à un gestionnaire de la rémunération pour prêt public

**C4 : Certains parlent d'une « vocation naturelle de la musique à la dissémination » ?**

A.B. : Il y a une dimension évidente de communication dans la musique, même si le créateur solitaire qui compose tout seul dans sa chambre sans rien diffuser peut sans doute se considérer comme musicien. Notre institution est un des outils dans ce processus de migration perpétuelle de la musique, qui peut être cyclique : un auteur en herbe loue un disque, il transforme cette expérience musicale que sera l'écoute du disque au point de créer une nouvelle œuvre, qui, fixée sur un support, atterrira chez nous...