

BLOCKCHAIN MY HEART

Transparente et automatique, cette base de données en ligne pourrait rénover l'économie de la musique. Mais l'industrie n'y a pas forcément intérêt...

SOPHIAN FANEN

Cet article a été publié le 18 avril 2017 sur lesjours.fr, site d'information dont vous trouverez la présentation à la fin de cet article. C'est le dixième épisode de la saison 2 de l'Obsession « La fête du stream », ainsi présentée sur lesjours.fr :
Après un siècle passé à vendre des disques à des acheteurs inconnus, l'industrie de la musique apprend à monnayer la circulation libre de ses artistes sur Internet. Mais les musiciens ont-ils encore besoin de cette vieille économie ?



© Sébastien Calvet/Les Jours



© Sébastien Calvet/Les Jours

En 2014, bien avant que le streaming ne devienne le nouveau moteur de l'économie de la musique, un événement crucial s'est déroulé sans faire de bruit : le GRD a imploré. Comme ça : pffffiiiiuuuuuu. GRD pour Global Repertoire Database, un gros projet très compliqué qui devait harmoniser et centraliser toutes les informations nécessaires à l'identification de n'importe quelle composition et n'importe quel enregistrement musical dans le monde – les métadonnées. La tâche était titanesque mais nécessaire pour répondre à la circulation de plus en plus rapide de la musique sur Internet. Pourtant, les ego autant que les intérêts divergents des maisons de disques et des sociétés chargées de gérer les droits des auteurs l'ont fait dérailler. Depuis, rien. Ou si peu. Ce problème d'identification des œuvres demeure et il est même au centre du conflit qui oppose la filière musicale à YouTube. Celle-ci accuse la plate-forme de vidéos de Google de ne pas payer la musique comme il faut ; YouTube lui répond que des revenus ne sont pas réclamés parce

que c'est le foutoir dans les métadonnées. En l'état actuel des choses, il existe une seule norme par défaut dans l'organisation de ces données et c'est celle d'Apple¹. La firme à la pomme est en effet une psychopathe de la précision et exige de ses partenaires – labels, auteurs – qu'ils se plient à un cadre très strict lorsqu'il s'agit de distribuer leur musique sur ses plates-formes de téléchargement et de streaming. Faute d'autres « guidelines » qui font sens, comme on dit dans le jargon, beaucoup de maisons de disques utilisent aujourd'hui les modes d'emploi d'Apple pour régler les mille questions qui se posent au quotidien. Où placer les majuscules dans les titres des chansons ? Faut-il utiliser des accents ? Faut-il mentionner l'année de première publication ou l'année de réédition le cas échéant ? La liste est longue et les erreurs faciles.

Le pire, c'est que ce n'est pas fini. Prenons *Comme d'habitude*, la chanson popularisée par Claude François en 1967. Les paroles sont de Gilles Thibaut, la musique de Jacques Revaux et Cloclo. Voilà pour l'auteur et les compositeurs. L'éditeur, c'est-à-dire la structure qui valorise cette chanson en la confiant à des interprètes et s'assure qu'ils n'en font pas n'importe quoi (qu'on nous explique d'ailleurs cette version de M. Pokora, merci), est une société nommée Jeune Musique². Puis il y a les interprètes innombrables. Claude François, le premier, puis dans le désordre Hervé Vilard, Mireille Mathieu, Michel Sardou, Florent Pagny, les Gipsy Kings ou les Producteurs de Porcs. À toutes ces

versions plus ou moins qualitatives, il faut ajouter la version internationale de la chanson, renommée *My Way* sur des paroles de Paul Anka. L'interprète le plus connu de cette relecture en anglais est Frank Sinatra, mais on compte aussi des versions chantées par Elvis, Nina Simone, Mike Brant et Nina Hagen... *Comme d'habitude* est bien sûr un cas extrême, mais cette chanson permet d'imaginer le très grand nombre d'associations entre auteurs-compositeurs et interprètes qui circulent aujourd'hui sur Internet – sans parler des remixes et reprises qui viennent rajouter un peu de bazar au foutoir.

Pendant un temps, le GRD est apparu comme la solution, qui aurait occupé des centaines de personnes pendant des années. Mais « on allait essayer de régler le problème de la dissémination des données en créant une base centralisée dans un monde décentralisé, estime aujourd'hui Christophe Waignier, le directeur de la stratégie de la Sacem³. Heureusement qu'on ne l'a pas fait ! Ce qui compte pour nous, c'est de suivre les usages, et ils nous montrent que les contenus sont disséminés sur la Toile. Les gens les consomment, les combinent, etc. » Adieu donc au GRD. Une nouvelle solution agite depuis quelque temps le petit monde de la musique : la blockchain. Le mot fait peur, mais ses principes ne sont pas si compliqués que ça. La blockchain est une base de données en ligne partagée par l'ensemble de ses utilisateurs, qui peuvent être une foule indéfinie ou un petit groupe de personnes autorisées. Elle est donc im-

possible à falsifier par l'un d'entre eux, puisque tous les autres en possèdent une copie au même moment. Elle a également une autre caractéristique majeure : elle conserve l'historique de l'intégralité des actions qu'elle a autorisées, qui sont inscrites sur des « blocs » validés formant peu à peu une chaîne. C'est comme si une bibliothèque de registres comptables devenait virtuelle et infalsifiable. La blockchain permet entre autres aujourd'hui à la monnaie virtuelle bitcoin⁴ d'exister ; c'est elle qui garantit que les échanges financiers entre utilisateurs sont réels en fixant le nombre de bitcoins en circulation.

Autre intérêt de la chaîne de blocs pour le monde musical : elle peut être couplée avec un système de « contrats intelligents » capable d'automatiser le paiement de chaque personne concernée par une écoute de *Comme d'habitude* – auteurs, compositeurs, éditeur, sous-éditeur, producteur, voire manager, arrangeur, chef d'orchestre, musicien soliste... Tout est possible, selon les termes des différents contrats qui organisent la vie économique d'un enregistrement.

Imaginons que, pris d'une folie Cloclo soudaine après avoir visionné une vidéo de la campagne de Jean Lassalle (oui, nous non plus on ne sait pas pourquoi ça

vous fait ça), vous décidiez de vous mitonner une playlist sur YouTube constituée uniquement de versions différentes de *Comme d'habitude* et *My Way*. C'est un scénario, ne reproduisez pas ces gestes chez vous sans la présence d'un professionnel. À chaque écoute, chaque interprète différent, c'est une cascade de droits qui est activée. Pour telle version, les héritiers de Claude François toucheront peut-être 25 % du revenu généré, Jeune

Musique 15 %, Warner/Chappell – le coéditeur de la chanson – un autre 15 %, le chanteur 30 %, le producteur du disque une autre part... On voit l'intérêt des « smart contracts », qui permettent d'automatiser le paiement de chacun selon des termes prédéfinis. La blockchain et ces contrats intelligents seraient ainsi la promesse d'un monde musical

transparent aux paiements immédiats. C'est tellement beau qu'on en verserait une petite larme.

Voilà pour la théorie. Mais comment fait-on pour appliquer ces nouvelles pistes dans une économie de la musique très dispersée, où se confrontent des entreprises – les majors en tête – qui gardent jalousement secrètes les informations sur leurs contrats et leurs artistes ? De même, difficile d'imaginer des paiements directs aux auteurs

« LA BLOCK-CHAIN ET CES CONTRATS INTELLIGENTS SERAIENT AINSI LA PROMESSE D'UN MONDE MUSICAL TRANSPARENT AUX PAIEMENTS IMMÉDIATS. »

ou aux producteurs, qui disposent de sociétés de collecte et de gestion, respectivement la Sacem et la SSCP⁵, dont c'est le travail depuis des décennies et qui ne vont donc pas se tirer une balle dans le pied. « C'est plus politique que technique, avoue Primavera De Filippi, qui travaille sur la blockchain au sein du laboratoire Cersa (CNRS et Paris II). C'est pour ça que s'est créé l'Open Music Initiative, un nouveau consortium de maisons de disques, distributeurs et sociétés de gestion qui a pour but de comprendre en quoi les technologies

de blockchain peuvent changer les problèmes actuels. » La question du contrôle des informations injectées dans cette base de données en est un premier : qui fait autorité pour tenir ce rôle ? Mais Primavera De Filippi pense que c'est le sens de l'histoire aujourd'hui. « C'est une question de crédibilité. Si ce système se met en place et que les industries culturelles refusent de l'adopter, c'est qu'elles ont des choses à cacher. Plus il y a de personnes qui l'adoptent, plus on est poussé à l'adopter. » C'est l'aspect vertueux des systèmes de blockchain.



© Sébastien Calvet/Les jours

Comme beaucoup d'acteurs de la musique en ligne à travers le monde (dont les majors et YouTube), la Sacem a rejoint l'Open Music Initiative. L'enjeu est double pour cette maison qui brasse plus de 2 millions d'œuvres, déclenchant quelque 6 milliards d'écoutes en ligne chaque année. Elle vient aussi d'annoncer une initiative commune avec ses homologues britannique et américaine, la PRS et l'Ascap, afin de travailler sur l'identification des œuvres. C'est moins risqué que de s'attaquer à l'automatisation des paiements. Le problème auquel les sociétés de collecte s'attaquent, c'est le fameux couple composition-interprétation dont je parlais plus haut. « On a par exemple 300 couples sur *My Way* à la Sacem et d'autres

sociétés ont aussi leurs couples, explique Christophe Wagnier. L'objectif, c'est de les rassembler dans une base blockchain pour regarder comment on peut se mettre d'accord sur une liste exhaustive et complète de tous les couples qui peuvent exister dans le monde. Quand tout le monde aura validé les couples, tout le monde pourra bénéficier d'une source qui fait autorité, commune et validée par tous. » L'objectif final est d'en finir avec

les conflits de droits qui bloquent beaucoup de revenus, sur YouTube en particulier. « Au lieu de faire le GRD en une fois, on va utiliser la blockchain *step by step*, continue le directeur de la stratégie

de la Sacem. Au final, un problème très complexe est une somme de petits problèmes. »

Mais la plupart de mes interlocuteurs pour cette enquête n'imaginent pas la filière bouger réellement sur la blockchain, principalement par manque de confiance les uns envers les autres. Simon Polrot porte la bonne parole de cette technologie au sein du cabinet d'avocats Fieldfisher et a cofondé Ethereum France, du nom d'une chaîne concurrente du bitcoin qui défend sa propre monnaie virtuelle, l'ether. Pour lui, « il faut

un accord pour que l'étape de répartition des droits soit gérée sur une blockchain publique. Spotify⁶, par exemple, serait l'acteur de confiance qui dirait à cette chaîne : "OK, on a écouté machin X millions de fois ; je l'inscris sur la blockchain, puis le contrat qui a été codé dans cette chaîne donne X % à machin et Y % à un autre." Vous n'avez quasiment plus d'intervention humaine dans ce cas-là, ça pourrait être utile. Mais il faut que tout le

**JEAN-FRANÇOIS MILLET :
« AUJOURD'HUI,
LA MESSE EST
DITE SUR LE
PLAN COMMERCIAL, TOUT
EST CONCENTRÉ, ALORS LA
BLOCKCHAIN RÉASPIRE CET
ESPÈCE D'ESPOIR D'ÉMANCIPATION DE
L'ARTISTE PAR RAPPORT AU
SYSTÈME. »**

monde y voie un intérêt et donc que ça fasse gagner des sous à tout le monde ». On en revient à la question insoluble de la gouvernance d'un système de blockchain qui contiendrait toutes les informations techniques et juridiques sur toutes les œuvres musicales existantes.

Il faut davantage chercher du côté des indépendants et de nouveaux venus pour observer une agitation autour de ces sujets. Pour eux, la blockchain apparaît comme un nouveau Far West, comme Internet l'a été à la fin des années 1990. Mais n'oublions pas qu'après quelques années de créativité tous azimuts entre 1995 et 2002, pendant lesquelles les indépendants pensaient profiter du nouvel espace en ligne pour mieux exister à côté des projets les plus commerciaux, les majors et grandes sociétés de gestion des droits ont repris la main pour façonner le monde de la musique en ligne que l'on connaît aujourd'hui, à leur avantage. Jean-François Millet, un éditeur qui s'intéresse à ces questions, pense malgré tout que « les indés mettent dans la blockchain l'espoir et l'espèce de vent de liberté espéré qu'ils ont placés dans l'Internet il y a quinze ans. Aujourd'hui, la messe est dite sur le plan commercial, tout est concentré, alors la blockchain réaspire cet espèce d'espoir d'émancipation de l'artiste par rapport au système. Un court-circuitage des intermédiaires et la création d'une chaîne de valeur directe entre le génie créatif et le consommateur ».

On assiste effectivement en ce moment à un feu d'artifice d'initiatives plus ou moins

construites avec la blockchain comme totem, quitte à y caser beaucoup de vide la plupart du temps. L'une des plus visibles est Ujo Music, une branche du groupe américain ConsenSys qui s'est spécialisée dans les logiciels fondés sur les chaînes de blocs. Ujo Music prend racine dans une expérience menée en 2015 par la chanteuse Imogen Heap, qui s'est construit une audience solide depuis le milieu des années 2000 avec une pop synthétique qui a tendance à faire parler d'elle davantage pour son imagerie futuriste et l'utilisation de nouveaux instruments qui clignotent que par ses fulgurances créatives. Après s'être prise de passion pour des gants capables d'interagir avec un logiciel musical dans une série de vidéos qui semblaient sorties de la série *Portlandia*, elle s'est rapprochée d'Ujo pour proposer l'une de ses chansons à la vente *via* une blockchain. *Tiny Human*, une ballade composée pour sa fille tout juste venue au monde, était disponible en version classique intégrale, mais les internautes pouvaient aussi acheter ses « stems », c'est-à-dire chaque piste sortie du studio d'enregistrement, isolée afin d'en permettre le remix.

L'objectif n'était pas de réaliser une opération commerciale grandiloquente mais de tester la capacité d'une blockchain à déclencher des paiements automatisés. C'est ce qu'il s'est passé. Comme Imogen Heap est en même temps la productrice, l'auteure, la compositrice et l'interprète de *Tiny Human*, elle a pu toucher une très large partie des revenus générés par sa chanson sur la plate-forme – comme

cela aurait été le cas sur une plate-forme de streaming classique telle que Deezer⁷, en enlevant néanmoins la part d'un distributeur numérique nécessaire pour les atteindre. Dans ce cheminement pur, c'est l'aboutissement du mouvement actuel qui voit les artistes contrôler de plus en plus leurs revenus en supprimant des intermédiaires. La technologie d'Ujo a aussi permis à la chanteuse de louer sa composition et ses enregistrements à qui voulait, ce qui a permis à plusieurs utilisateurs de réaliser leur propre interprétation ou remix de *Tiny Human* tout en assurant qu'une part des écoutes de ces nouvelles versions serait également reversée en amont de la chaîne des droits. « Imogen voulait qu'un DJ à Berlin puisse remix sa chanson sans plus de complications. C'est sa vision du futur de la musique », se réjouissait-il y a peu par téléphone Jesse Grushack, le cofondateur d'Ujo.

Derrière cette expérience de petite taille, son entreprise critique en fait le système actuel de rémunération des artistes dans le streaming. « Aujourd'hui, la technologie pour suivre la consommation de la musique en direct et assurer les paiements n'existe pas ou presque, continue Jesse Grushack. Donc, au final, les entreprises font un *deal* avec les plates-formes : une licence globale pour tout leur répertoire, qui profite aux plus gros artistes car les compagnies veulent les retenir et leur donnent une plus grosse part des paiements. » Prenons une major du disque comme Universal, Warner ou

Sony. Elle contractualise en direct avec Spotify ou Deezer pour tous ses enregistrements et touche en retour une part des revenus générés par les abonnements et la publicité. Les artistes ne sont donc pas payés en fonction des écoutes qui les concernent, mais selon la part de leurs titres dans le gâteau reçu par leur maison de disques. Et puis (et surtout) tous les artistes ne touchent pas la même chose, même si leurs titres ont été écoutés un même nombre de fois. L'un a pu négocier de recevoir 15 % des revenus numériques perçus par son label en son nom, un autre 45 %...

L'industrie de la musique bruisse en ce moment de la nécessité de réformer ce système de paiement inégalitaire. La blockchain est une piste parmi d'autres, selon Ujo, mais elle ne s'imposera pas d'elle-même. « Certains ne veulent pas changer parce qu'ils n'y voient pas de valeur et de bénéfice, estime encore Jesse Grushack. Donc, la question c'est : qu'est-ce qu'on peut faire pour la musique de demain ? » La réponse d'Ujo est une plate-forme du type Bandcamp⁸, où tout artiste ou label pourra vendre ou licencier sa musique, mais aussi permettre à ses enregistrements de circuler sur Internet tout en bénéficiant de l'immédiateté d'une blockchain pour percevoir des revenus. Il s'agit de « donner aux artistes des outils pour s'organiser » sans pour autant signer avec une grosse maison qui avalerait plus d'argent que nécessaire. Ujo Music devait être lancée en début d'année, on l'attend toujours.

Entre Londres et Chiang Mai, en Thaïlande, la plate-forme Bittunes existe pour sa part bel et bien et promet pour bientôt une V2 elle aussi basée sur la blockchain. Lancé en 2014, ce magasin de vente et de streaming repose déjà exclusivement sur des paiements en bitcoins. Son fondateur, Simon Edhouse : « Chaque chanson distribuée sur Bittunes a une DRM⁹, les mêmes qui compliquaient la vie des auditeurs dans les années 2000, sauf que cette fois-ci c'est l'inverse. Cette DRM sert à assurer un suivi de l'audio. Chaque chanson connaît son identité sur la blockchain et se signale comme ça. » Encore une fois, Bittunes, qui propose quelque 1 500 titres et compte un petit millier d'utilisateurs réguliers dans le monde, est une niche, un microcosme d'auditeurs davantage intéressés par la technologie de la blockchain ou le militantisme qui y est attaché qu'à la musique en elle-même. Ces auditeurs ne viennent pas écouter les tubes du moment, ils viennent faire un geste politique.

« BEAUCOUP D'ACTEURS CRITIQUENT AUJOURD'HUI LA PHILOSOPHIE LIBERTARIENNE DE LA BLOCKCHAIN QUI, EN PRÔNANT UNE TRANSPARENCE TOTALE ET UNE MÉCANISATION DES RAPPORTS ÉCONOMIQUES, POURRAIT AU FINAL ENFERMER SES ACTEURS DANS UN SYSTÈME QU'ILS NE CONTRÔLENT PLUS. »

À ce jour, la blockchain reste ainsi cantonnée à des expériences venues du monde de la musique indépendante, qui tente par ce biais de reprendre une autonomie économique qui lui échappe depuis quinze ans. On est très loin de voir le streaming sur

Deezer ou Spotify tourner sur une blockchain en toute transparence. « La blockchain ne fera pas d'une plate-forme le nouveau Spotify, avertit ainsi Xavier Lavayssière, l'un des juristes français qui s'intéressent de près à ce sujet. Elle est juste un serveur pour faire les choses mieux. Mais il y a un *momentum* aujourd'hui dessus, car elle est un outil pour pousser à créer des nouveaux modèles économiques avec un partage de la valeur plus clair, un système recréé à partir de zéro face à des acteurs très installés. »

Simon Polrot ne voit pas davantage cette technologie révolutionner à court terme l'industrie de la musique :

« La blockchain est un fantasme, un totem. On imagine beaucoup de choses aujourd'hui parce qu'elle offre les bases techniques qui permettent de faire ce qui était impossible auparavant, comme

l'exécution automatique de la répartition des droits. Mais ce n'est pas magique ! Elle nécessite que les acteurs se parlent. » Et ce n'est pas la spécialité du monde de la musique, comme on a pu le voir avec l'échec du GRD. « Une plate-forme comme Ujo ne vise pas le public de Beyoncé, elle se pense comme une plate-forme séparée des autres. C'est pour un public particulier, qui a envie de savoir que presque 100 % de son argent va aller à l'artiste. Mais ce n'est pas la blockchain qui va créer seule une dynamique dans les plates-formes plus visibles. » Elle aura dans tous les cas le soutien des artistes, qui sont en train de reconquérir de la liberté vis-à-vis des maisons de disques. « La blockchain promet la désintermédiation, le suivi, donc un partage de valeur adapté à la réalité », estime ainsi Suzanne Combo, auteure-compositrice et interprète qui est aussi l'une des figures de la Gam, le lobby français des artistes. Sur le papier, c'est David qui répond à Goliath. Mais ce n'est pas une panacée libératrice pour autant : beaucoup d'acteurs critiquent aujourd'hui la philosophie libertarienne de la blockchain qui, en prônant une transparence totale et une mécanisation des rapports économiques, pourrait au final enfermer ses acteurs dans un système qu'ils ne contrôlent plus. Un continent en particulier pourrait toutefois mordiller un peu les mollets des géants actuels de la musique : l'Afrique. Hormis l'Afrique du Sud, il n'y existe quasiment aucune économie officielle

de la musique depuis les années 1970 et l'arrivée de la cassette audio, puis du CD enregistrable. La musique y circule bien entendu partout et jusque dans les confins du désert du Sahel, mais *via* un marché noir structuré qui ne laisse que très peu de place à des maisons de disques qui voudraient tenter l'aventure legaliste. Les revenus des populations ont longtemps été simplement bien trop faibles pour faire émerger un marché comme nous le connaissons en Europe. Mais le streaming est en train de changer intégralement cette situation. Désormais, les téléphones portables sont partout, les réseaux s'étendent et la musique circule davantage grâce à YouTube qu'à des mp3 échangés par câble ou Bluetooth. La prochaine étape, c'est le streaming sur abonnement. Simfy Africa ou Spinlet se sont lancés sur ce créneau et les grandes plates-formes internationales attendent le bon moment pour débarquer. Mais cette agitation de surface masque mal un problème : dans chaque pays, la vie des artistes est un foutoir problématique, un terrain vague ; les structures capables de collecter et répartir les droits des artistes sont inexistantes ou déficientes, la chaîne économique est à construire.

Une petite start-up fondée par des Français à Dakar, au Sénégal, s'est lancée dans ce défi qui fait briller des dollars dans les yeux de beaucoup en ce moment. Allmade n'est qu'un embryon, un projet né des discussions de quelques jeunes travailleurs du monde du cinéma et de l'audiovisuel

qui se sont heurtés à la complexité du système de rémunération à la française, mais il prend de l'ampleur. « On s'est posé une question, explique Laura Bui, la cofondatrice d'Allmade : comment faire en sorte que cette industrie soit équitable ? Mais cette question est verrouillée en France, alors on a décidé d'aller en Afrique de l'Ouest, là où les artistes ont repris le pouvoir. Moi, je suis de la seconde génération de l'immigration en France et c'est à ce moment-là qu'on peut changer les choses. On a donc créé notre entreprise au Sénégal. » Allmade y construit Allmedia, un logiciel qui veut proposer aux labels et artistes indépendants de « gérer leurs droits de manière transparente », et qui s'appuie sur une blockchain pour centraliser les œuvres et les contrats qui y sont attachés. « Les artistes y créent un compte et n'ont rien à faire d'autre qu'accepter les paiements, continue Laura Bui. Aujourd'hui, dans un pays d'Afrique, il faut venir dans la capitale pour récupérer un chèque, c'est injuste. La blockchain permet de payer quasiment instantanément. »

Allmedia compte ainsi devenir un outil incontournable avec lequel devront faire les grandes sociétés de gestion des droits qui opèrent en Afrique au nom de leurs membres, la Sacem par exemple. Laura Bui : « L'idée, ce n'est pas de supplanter tout le monde, c'est de purifier le monde existant. On se base sur des valeurs de transparence et si des gens [comme la Sacem] n'y répondent pas, je pense que les créateurs africains seront plus à même de

choisir. Ils ont du pouvoir, aujourd'hui. » Celui de choisir sur quels principes se construit leur avenir économique, et donc artistique.

1. Apple Music : plate-forme de streaming musical d'Apple lancée en 2015.
2. En 2009, Claude François Junior a revendu les droits sur les chansons de son père à un groupe d'investisseurs emmenés par Xavier Niel (actionnaire des *Jours*), où l'on trouve aussi la maison de disques Because. Ces droits génèrent plusieurs centaines de milliers d'euros chaque année.
3. Sacem : Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique.
4. Bitcoin : la plus connue des monnaies électroniques, lancée en 2009. Elle n'a pas de matérialité, mais elle entretient une vraie économie hors du système bancaire.
5. SPP : Société civile des producteurs phonographiques.
6. Spotify : plate-forme de streaming musical lancée en 2008.
7. Deezer : plate-forme de streaming née en France.
8. Depuis 2008, cette plate-forme permet à un artiste ou un label de créer une page pour proposer sa musique à l'écoute gratuitement et la vendre directement aux fans sous forme numérique ou physique. Bandcamp est aujourd'hui, avec SoundCloud, la plus vaste plate-forme de musique indépendante et hors label. Le site, qui reverse beaucoup plus aux artistes que Spotify ou YouTube, affirme avoir distribué 133 millions d'euros depuis sa création.
9. Les « digital rights management » – ou gestion des droits numériques (GDN) – sont des bouts de code informatique attachés à un fichier musical ou vidéo, voire insérés directement dans l'œuvre. Ils peuvent être indolores et ne servir qu'à signaler une écoute, mais ils ont été dans les années 2000 un outil de verrouillage de la musique par les ayants droit, qui s'en servaient pour interdire l'utilisation de leurs fichiers sur certains baladeurs, par exemple.

POUR ALLER PLUS LOIN

- Stephen Witt, *À l'assaut de l'empire du disque*, Bègles, Le Castor astral, 2016.
- John Seabrook, *Hits !*, Paris, La Découverte, 2016.
- Steve Knopper, *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*, Shoemaker & Hoard, 2009.

Commentez cet article sur nectart-revue.fr/revue-5-fanen

NECTART

LES
JOURS
.FR



Les Jours

Les Jours est un site d'information qui couvre l'actualité sous la forme de séries appelées Obsessions. *Les Jours* est uniquement en ligne.

L'obsession n'est pas une maladie. C'est une déformation professionnelle qui pousse les journalistes des *Jours* à vouloir en savoir toujours plus, à aller au fond de l'actualité, tout au fond, pour comprendre et expliquer, contextualiser, raconter mieux et ne pas se contenter des friselis de l'info.

C'est un sujet pris dans l'actualité dont s'empare la rédaction, que nous creusons et que nous ne lâchons plus. C'est une année passée dans un collège réputé difficile (« Les années collège »), c'est une immersion auprès des jihadistes de retour en France (« Les revenants »), c'est une investigation sur les cosmétiques, là où n'enquêtent pas les médias avec publicité (« Autour du pot »), c'est une saga sur la conquête de Canal+ par Vincent Bolloré (« L'empire »), c'est une focale différente, la campagne présidentielle racontée par la communication politique (« Les communicants »), ou le fond, rien que le fond (« Idées fixes »), etc.

Les Obsessions sont mises en scène à la manière d'une série. Elles se découpent en épisodes qui peuvent être lus soit indépendamment les uns des autres (comme *Friends*), soit tous à la suite (comme *Game of Thrones*). Les personnes rencontrées dans les Obsessions sont des personnages, et il y a des bandes-son dans de nombreuses Obsessions pour accompagner la lecture.

À retrouver sur lesjours.fr