

* LES * ALLUMÉS * DU * JAZZ *

Supplément du Journal des Allumés n°13 - octobre 2005

FORUM EN AVIGNON

L'AVENIR DU DISQUE :
REBATIR

CELESTIN VII 1378-1394

BENOIT XIII 1394-1423



L'AVENIR DU DISQUE : REBÂTIR



29 labels en 2004, 37 en 2005

Les 6 et 7 janvier derniers, s'est tenu en Avignon un forum sur l'état du disque (de jazz – mais il n'est guère différent de celui du disque en général) organisé par les Allumés du Jazz. Les problèmes actuels entraînent souvent découragement et consternation, les solutions imaginées tiennent rarement compte de l'histoire des relations chaotiques de la musique et de son industrie. S'il est un point sur lequel s'accordent les différents acteurs en ce qui concerne la crise du disque, c'est le cruel manque de dialogue grandissant lors des deux décennies précédentes. Nous avons donc tenté ici de retrouver de la parole en vue de rebâtir mieux les liens complexes entre les musiciens et ceux qui les écoutent. Acteurs et spectateurs de la vie musicale, musiciens, producteurs grands et petits, organisateurs, agents, représentants des sociétés civiles et des institutions, sociologues, philosophes et journalistes ont échangé points de vue et propositions.

Le forum, ouvert aux professionnels et au public, s'est tenu pendant deux jours. Le Journal des Allumés du Jazz publie aujourd'hui ce supplément au n°13, faisant état de la somme des débats. Les compte-rendus des huit commissions ont le mérite de soulever de nombreuses questions, mais il serait catastrophique d'en rester là. La discussion reste ouverte, les propositions doivent affluer, les rencontres se multiplier, la reconstruction s'amorcer. Tout reste à faire.

1 NOUVELLES TECHNOLOGIES - NOUVELLES PRATIQUES

Alors que la technologie a, pendant plusieurs décennies, suivi les exigences ou les aspirations de la musique s'accordant à ses succès (ex. : le multiple et les Beatles), à partir de la seconde partie des années 80 c'est le support qui précède la musique. C'est alors la musique qui s'y adapte, l'investissement allant généralement vers le support, délaissant la musique. On recycle plus volontiers les catalogues (compilations, bonus) jusqu'au manque. Le support disque fait place au téléchargement.

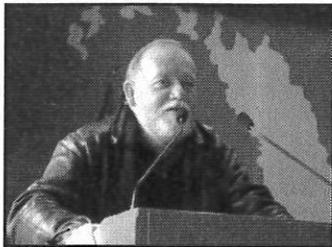
Facilitant la duplication privée, cette nouvelle technologie, mise en place par les détenteurs de la partie la plus importante de l'industrie musicale, est devenue pour beaucoup le problème principal. Ses utilisateurs, souvent très jeunes, sont montrés du doigt et rendus responsables de la crise de l'industrie phonographique. C'est aussi le rapport au monde du disque dans son ensemble. Se posent les problèmes de droits, de dislocation et de régénération des catalogues.

2 QU'EST-CE QU'UN LABEL INDÉPENDANT ?

Îlots de résistance, poissons-pilotes de l'industrie musicale, révélateurs ou simples suiveurs, les labels indépendants n'ont jamais été si nombreux et paradoxalement si désarmés devant ce que l'on nomme les majors, elles-mêmes en proie au doute. Quels sont aujourd'hui la justification, le sens et le degré de réalité de ce que l'on nomme un label indépendant ? L'auto-production est-elle un objet de dépôt ou un acte dynamique ?

3 RAPPORT DISQUE – SPECTACLE VIVANT

De la même façon qu'il est impossible de séparer le devenir du disque de jazz de celui du disque dans son ensemble, il serait peu raisonnable de nier l'interaction entre le disque et la production de concerts. Le concert est-il une simple représentation du disque le ravalant au stade de show case ? On peut jouer plus pour des organisateurs que pour le public, il est impérativement demandé aux musiciens de tourner pour vendre leur disque, sous peine de ne pas enregistrer. Le



Jean-Paul Ricard, président des ADJ



Michel Tamisier, Conseil général

disque est-il un simple objet de documentation du concert ? Comment ces deux pôles peuvent s'aider et recréer une dynamique non privative ?

4 RAPPORT AU PUBLIC

Trop souvent laissé pour compte dans les débats agités par la crise du disque, l'auditeur est pourtant la clé incontournable de tous les problèmes posés. Pourquoi s'est-il détourné du disque ? L'industrie culturelle a-t-elle tué le désir ? La culpabilisation du public est-elle allée trop loin jusqu'à une vexation irrémédiable ? Qu'attend-on d'un disque ? Que peut-il proposer ? Quels sont les moyens de retrouver confiance ?

5 ÉVOLUTION DE LA MUSIQUE ET DE L'INDUSTRIE MUSICALE



Valérie Crinière, Cécile Salle, Marie Meignan

Au fil des ans, l'industrie musicale s'est structurée d'une façon qui, petit à petit, a ignoré l'évolution et les exigences de la création musicale jusqu'à marginaliser la musique elle-même au sein de son industrie. Il ne s'agit plus d'une simple récupération des courants, mais d'une quasi totale dématérialisation de l'esprit musical et de la confiscation du désir. Aujourd'hui, l'industrie ne répond plus en temps réel, aux désirs du musicien le privant le plus souvent de son rapport au monde.

6 RAPPORT A LA DISTRIBUTION CLASSIQUE

Le passage au compact disc a aussi rendu plus compact le désir de l'acheteur souvent confronté et découragé par un océan de petits objets difficiles à identifier. L'esprit d'aventure est souvent contrarié par l'esprit d'économie (on achète sûr, même – et surtout – pour le jazz).

Les circuits de distribution se sont rationalisés jusqu'à la caricature : raréfaction des points de vente et prédominance de chaînes. Aux USA où la crise a pris de l'avance, on peut noter une recombinaison des cir-

cuits underground ; en France, on tente de diffuser les disques en librairie, on n'a plus honte de vendre à la sortie des concerts. Quelle est la réalité du distributeur dans la chaîne qui va du musicien à son auditeur ? Cette chaîne a-t-elle ses maillons brisés ? Comment recomposer et réintroduire de la fluidité ? Qu'en est-il du désir d'achat ? Quel est le présent et l'avenir du support disque ? Existe-t-il plusieurs "disques" ? Objet de création ou carte de visite ?

7 RÔLE DE L'ÉTAT ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

Depuis les années 80, l'État est largement intervenu dans la vie du jazz en France, devenue dépendante des subventions et aides publiques. Partant des modèles de la musique classique, on est même allé jusqu'à la création d'un orchestre national de jazz. Si l'aide à la création a occupé une place prépondérante, celle à la diffusion est restée beaucoup plus discrète et hésitante. Paradoxe, lorsque dans les années 80, la création n'était pas souffrante alors que la raréfaction des points de vente du disque avait entamé sa chute vertigineuse. Qu'a cherché l'État au travers de son aide au jazz ? L'institutionnalisation d'une musique qui ne s'y prête pas toujours a-t-elle participé à un déficit créatif ? L'État est-il un producteur ou simple redistributeur des deniers publics ?

8 PLACE ET RÔLE DES MÉDIAS

Les médias suscitent-ils encore le désir de l'inconnu ou au contraire, s'ajustent-ils sur les courants dominants ? Un artiste qui vend, ou qui est assuré d'une promotion conséquente, aura plus facilement la couverture. La réputation des supports ne suffit plus, il existe une crise de confiance du lecteur. La critique a-t-elle encore une valeur de défricheuse ou se situe-t-elle dans la simple représentation ? Le débat, voire la polémique, peut-il encore être ? A-t-il encore un sens ? La publicité et les connivences ont-elles définitivement brouillé les cartes ?

Les Allumés du Jazz
Rédaction : 128 rue du Bourg-Belé, 72000 Le Mans
Tél : 02 43 28 31 30 fax : 02 43 28 38 55
Abonnement gratuit : même adresse.
Dépôt légal : à parution.

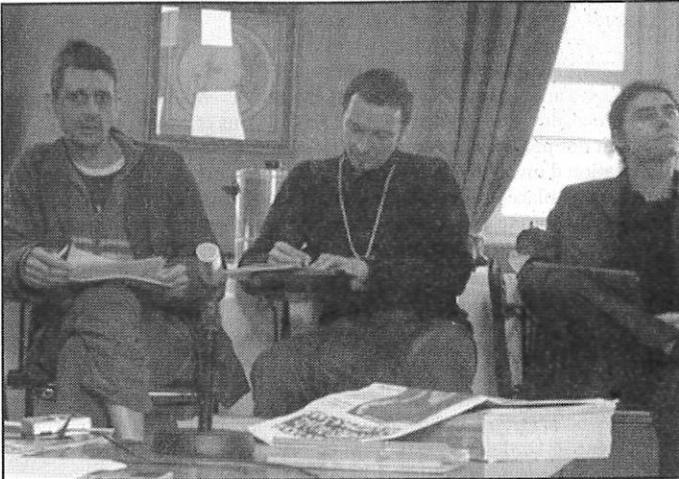
La rédaction n'est pas toujours responsable des textes, illustrations, photos et dessins publiés qui engagent parfois la seule responsabilité de leurs auteurs.

Leur reproduction est interdite (même s'il est interdit d'interdire).
Rotographie, 2, rue Richard Lenoir 93106 Montreuil cedex
Route, Sologne GMD, 2 rue de l'Erigny BP1313 41013 Blois

La réalisation de ce journal est de Valérie Crinière.
Sa conception graphique est de Daphné Postacioglu.
Les photos sont de Jean-Jacques Birgé
Merci à Marie Meignan, Madame Ricard
Christelle Raffaelli et Cécile Salle.
Cette initiative a pu voir le jour grâce à l'aide et à la collaboration
du Ministère de la Culture
de la région PACA
du Conseil Général du Vaucluse
de l'ADAMI
de la SACEM
de l'Arcade
de Courtines Voyages

NOUVELLES TECHNOLOGIES / NOUVELLES PRATIQUES

par Jacques Denis



Bruno Fleurence, Arnaud Reveillon, Xavier Gatinel

L'avenir du disque : rebâtir ? Bonne question en ces temps de crise structurelle d'une filière bousculée sur ses acquis et principes par l'émergence de nouvelles technologies, de nouvelles pratiques, et par-delà d'une nouvelle génération tant au niveau des créateurs et des producteurs que des spectateurs et des auditeurs. Bonne question qui en appelle d'autres plus qu'elle ne peut se suffire d'une réponse. L'heure n'est plus aux certitudes, aux formules décalquées et appliquées comme des recettes face à l'extension du domaine des possibles que promet et promeut l'Internet. Impossible de camper sur une position, instable en ces temps de mouvements permanents. A constamment regarder en arrière il est bien difficile d'avancer vers des lendemains qui peuvent encore et toujours swinguer différent.

Des interrogations donc, nombreuses face à ce grand réseau qui s'étend jour après jour, à la manière des rhizomes. Comment le pénétrer ? Comment en jouer ? Comment et pour quoi faire ? Diffuser à tout prix ? Gratuitement ? Mais alors comment continuer à vivre de sa musique ? Qui va honorer les droits d'auteur ? Quelle place va occuper le producteur dans ce vaste jeu où nombre de chaises – fauteuils ? strapontins ? – risquent de disparaître ? Et le catalogue, comment le rendre disponible et en tirer un profit ? Quel modèle économique défendre ? Celui de l'Adami, rejointe par d'autres depuis un an, qui vise à mettre en place une licence légale ? Celui de l'entente cordiale au sommet entre le Snep, la SCPP, la SPPF, la Sacem, qui veulent conserver leurs prérogatives et droits quasi-régaliens ? Au risque de s'allier avec des Fournisseurs d'accès soucieux d'occuper ce terrain, d'obtenir ces catalogues qui leur manquent tant pour attirer le chaland ? Surveiller et punir ? Et cela pour favoriser l'émergence de plates-formes légales dont on pressent d'ores et déjà qu'elles n'ont ni la place, ni le désir, d'intégrer dans leurs dispositifs industriels les spécificités inhérentes à la production du jazz ? Mais surtout qu'a donc à perdre un musicien, un producteur, devenu invisible dans le réseau de distribution traditionnel ? Et quelle place peut encore occuper l'objet-disque dans la circulation des idées ? Faut-il le revaloriser ? Cela passe-t-il par sa rareté, en ces temps de surproduction à l'excès alors même que la surface des linéaires se réduit dans les enseignes plus ou moins spécialisées ? Et si, au lieu de faire des disques pour exister coûte que coûte dans le circuit des concerts, on mettait en place des bandes témoins, des enregistrements dématérialisés à moindres frais ?...

Les points en suspension ne manquent pas à l'appel. On peut s'en plaindre, en regrettant le bon vieux temps. On peut s'en réjouir, en y voyant une complète révolution d'un secteur verrouillé, où le jazz est depuis bien longtemps à sa place. A la niche, comme on dit. Parions sur l'avenir, parions que des initiatives vont sortir pour faire mentir les Cassandre aux yeux rivés sur la rentabilité à courte vue. Non, le disque n'est pas décédé, mais il va falloir lui donner toute sa valeur. Non, les droits ne seront pas sacrifiés sur l'autel du Web, mais il va falloir réfléchir à qui offrir ce droit de répartir les sommes collectées, pour qu'elles soient enfin mieux redistribuées. Oui, le téléchargement offre dans sa pluralité de modalités et de fonctionnalités la capacité à ceux exclus du système actuel de pouvoir être mieux entendus, mais il va falloir s'adapter, sans pour autant perdre son identité. Oui, les nouvelles technologies sont synonymes de nouvelles pratiques, à tous les niveaux. Il est temps de rebâtir, donc de démolir des pans entiers pour mieux construire, pour faire pleinement partie de l'avenir de la musique.

PARMI LES PARTICIPANTS

Serge Adam, label *Quoi de neuf docteur*

Jean-Jacques Birgé, label *GRRR*

Guillaume Pierrat, label *Emouvance*

Bruno Fleurence, label *Vand'œuvre*

Jacques Denis, journal *Vibration*

Olivier Bernard, *SACEM*

Jean-François Dutertre, *ADAMI*

Philippe Schoonbrood, journal *Jazzaround*

Didier Levallet, label *Evidence*

Cathy Caraveo, *jazzbreak.com*

Lyliane Dos Santos, *ADDM 84*

Eric et Anne Petry, magasin *Jazz Rock Pop*

1 juriste de la *SPEDIDAM*

Jean Morières, label *nûba*

C'EST DÉJÀ DEMAIN

par Serge Adam



Didier Petit, Serge Adam

En cette année 2005, la bataille faisait encore rage entre les adeptes d'échanges gratuits de fichiers musicaux sur Internet - peer to peer (P2P en abrégé, système qui connecte le contenu des ordinateurs de tous ses adeptes) - et ceux qui rappellent que le téléchargement payant est la seule solution pour garantir les droits des créateurs, interprètes, producteurs et éditeurs. Tendence amorcée dès 2004 par Apple - qui imposait un prix de téléchargement de 0,99 \$ par titre pour une duplication maximum de 5, puis Yahoo qui propose un catalogue contre un abonnement forfaitaire... Ce ne sont plus les majors du disque qui mettent en ligne leurs catalogues en téléchargement, mais les fournisseurs d'accès et les concepteurs de logiciels système.

La force d'Apple est de lier le téléchargement à du matériel qui permet d'écouter de la musique en nomade, l'iPod. Malgré l'absence de compatibilité des fichiers proposés par Apple sur les autres lecteurs (qui lisent deux autres formats de mp3), cela ne l'empêche pas de tenter de s'imposer comme leader du téléchargement payant (le succès de son entrée au Japon cet été est éloquent).

Le succès du téléchargement payant montre que le débat entre les adeptes du P2P et ceux qui sont prêts à payer pour lire ou télécharger un fichier musical - envenimé par la volonté de pénalisation des internautes - n'est pas du tout au niveau où il devrait être.

De la même façon que les consommateurs de musique sont prêts à payer pour un service simple et efficace, il existera toujours une zone importante de non-droit de téléchargement illégal.

Dans le monde occidental, les partisans de la gratuité - qui dans une grande hypocrisie considèrent qu'il n'y a pas lieu de rémunérer les auteurs, compositeurs, interprètes et producteurs pour les œuvres dématérialisées - poussent le bouchon en oubliant que mettre à disposition des fichiers dont on ne détient pas les droits constitue un acte de contrefaçon.

Dans le monde "en développement", l'utilisation d'Internet - de façon légale ou illégale - est le seul moyen d'accéder à une culture universelle. Beaucoup de contrefaçons dans ces régions de monde, des cd gravés illégalement (30% de la production mondiale), vendus 2 \$ sur les marchés. Mais est-ce qu'un paysan, un étudiant, un ouvrier, un employé chinois, algérien, ivoirien, péruvien pourra un jour commander un cd sur amazon.com à 18 \$? Faut-il pour autant le priver d'écouter de la musique, toutes les musiques ? Le dernier rapport sur l'état de la pauvreté dans le monde est alarmant : 2 milliards d'hommes et de femmes survivent avec moins de 2 \$ par jour ! Vont-ils consacrer 0,99 \$ à télécharger un titre sur iTunes ? Ah ! Ce marché ! Si on pouvait trouver un moyen de faire payer les pauvres...

Les "riches", quant à eux, en ont assez de l'arrogance d'une certaine industrie du disque qui a affiché des bénéfices records depuis vingt ans et qui ne pense qu'à se concentrer en mégapoles, éliminant les labels et les disquaires indépendants et par là même, la concurrence, pour mieux imposer ses prix et ses marges. En quinze ans, le coût de fabrication d'un cd a été divisé par trois, mais le prix de vente en magasin reste inchangé. Les majors ont réédité tout leur catalogue vinyle sur support cd : pas d'investissement dans la création, pas de prise de risque

L'industrie du disque a raté le virage de l'évolution - très rapide - du numérique et d'Internet, en s'endormant sur une technologie vieille de vingt ans - le cd* - et en voulant faire perdurer, coûte que coûte, un système de répartition qui date de la fin du XIXe siècle : elle va disparaître très vite si elle ne se remet pas profondément en cause et continue à prendre pour cible sa propre clientèle.



Anne Guiraud, Jacques Denis, Eric et Anne Petry. Au fond Luc Bouquet

de découverte de nouveaux talents, peu d'investissements sur le suivi des carrières d'artistes : prix de vente du disque inchangé. Et les compilations ? Même le top 10 de cet été 2005 est composé à 80 % de compilations, même plus d'investissements dans la recherche de nouveaux talents pour le tube de l'été ! Étonnant ?

Alors oui, une grogne, et avec le P2P la tentation d'en découdre et de se constituer, à moindre frais, une belle discothèque, belle certainement mais pas nécessairement bonne, nous y reviendrons.

Dans la gratuité des échanges sur Internet, il existe néanmoins une vraie philosophie du partage et de la mise à disposition des fichiers et des données. Initiée à la fin des années 80 par les auteurs de logiciels libres (open source), on assiste à un phénomène assumé d'abandon de la protection juridique du droit d'auteur et du copyright. Cette tendance touche tous les créateurs d'aujourd'hui, qui préféreront diffuser leur travail sur le Net, dans le but de se faire connaître et de générer de nouvelles perspectives de développement, que de ne pas utiliser ce vecteur de communication, au prétexte que les droits attachés à leurs œuvres risqueraient d'être mal protégés.

Gratuité, droits d'auteur, est-ce compatible ?

La gratuité ne constitue pas plus aujourd'hui qu'hier, un ticket d'accès à la culture : cela n'en constitue pas moins un sujet sensible. Pour les "arts de la rue", en pleine expansion, qui investissent les lieux publics, se pose la question du rôle de la gratuité dans la réceptivité et l'attention d'un public qui n'a pas choisi, acté sa participation à un spectacle par l'achat d'un billet d'entrée. On le voit aussi dans les concerts, les pièces de théâtre, les spectacles de danse "gratuits", certains spectateurs se lèvent et partent en plein milieu d'une scène ou d'un morceau, d'autres arrivent et s'installent alors que c'est commencé : attitudes inverses du respect des œuvres et des artistes. La gratuité dans le spectacle vivant conduit le plus souvent à des attitudes récréatives, voire d'indifférence.

À l'opposé, proposer la gratuité - ou un ticket d'entrée très bas - pour permettre à un grand nombre d'accéder à des œuvres difficiles, n'attire pas forcément plus le public.

La gratuité ne paraît donc pas faciliter le partage et l'accès à la culture. Pour que l'échange se fasse, il faut au préalable un désir et un acte d'engagement.

Paradoxalement, la gratuité dans le P2P fait des millions d'adeptes. Mais sommes-nous dans le domaine de la culture ? Oui, assurément, il s'agit bien d'échanges de biens culturels.

Est-ce lié à une nouvelle attitude d'acquisition de biens de consommation courante où, pour une fois, tout serait gratuit, un effet d'aubaine en quelque sorte ? Pouvoir acquérir des biens à l'infini, sans contrepartie, comme Adam et Ève dans leur jardin d'Eden ? Même les utopistes du XIXe siècle, dans un modèle de société sans argent, étaient proches du troc, et l'échange était le point central et d'équilibre.

Dans le P2P il y a bien échange, mais à condition d'accepter l'idée, que mettre à disposition des choses qui ne nous appartiennent pas est tout à fait normal, et là, c'est très clair, dans toutes les législations du monde, il s'agit d'un acte de contrefaçon, au même titre que la propriété est un droit universel et inaliénable. J'ai le droit de donner - d'ailleurs, on l'a vu avec l'extension de la pauvreté, il y en a de moins en moins qui donnent - les choses qui m'appartiennent, pas les autres. Alors donnons, mais donnons vraiment.

Faire perdurer le système de rémunération des ayants droit est bien la question cruciale dans le P2P. Au-delà des questions d'éthique soulevées par la gratuité et les difficultés d'identification de tous les ayants droit sur un fichier musical, le problème de fond est que l'on est arrivé petit à petit à une surprotection du droit d'auteur qui conduit à un affaiblissement des ressources du milieu artistique et de l'industrie du disque. Une partie croissante des sommes réparties par les sociétés de gestion des droits ne sont plus réinvesties dans le secteur. Les changements de destination de support pour les œuvres enregistrées obligent les producteurs, avec la loi de 1985, à rémunérer les artistes-interprètes, via les sociétés civiles. La tentation est grande pour certains de ne pas respecter cette obligation légale et d'imposer aux interprètes des contrats abusifs de cession de droits, une ressource en moins pour les sociétés civiles et les interprètes. Dans un autre registre, l'allongement de la durée de protection des œuvres fait que certains ayants droit de la deuxième ou troisième génération n'ont parfois plus grand chose à voir avec le milieu artistique. Les droits qu'ils perçoivent ne sont souvent pas réinjectés dans la filière musicale, ni en investissements, ni en emplois. L'investissement est au mieux une villa sur la côte et l'emploi créé, un poste de jardinier ou de cuisinière. Par contre, l'obligation légale - grâce à la loi de 1985 - pour les sociétés de perception des droits voisins, de consacrer 25 % des sommes perçues au titre de la copie privée, à des aides au spectacle vivant, au disque et à la formation permet vraiment de consolider le secteur et de dynamiser la création artistique tout en aidant les plus fragiles à réaliser leurs projets. Paradoxalement, si les sociétés de perception des droits d'auteurs ont bien cette obligation légale, elles ne sont pas tenues d'y consacrer une partie importante de leurs ressources. Rien ne les empêche de prendre cette décision, leurs représentants sont élus démocratiquement par tous les sociétaires. Il faudra néanmoins beaucoup de courage et de conscience collective, avec un engagement de ceux qui perçoivent le plus, pour montrer la voie. Car si le secteur reste dynamique, les perceptions se maintiendront ; il y aura simplement un glissement des perceptions générées par la vente des cd vers le spectacle vivant et la diffusion d'œuvres enregistrées. Y compris par la diffusion sur Internet - le téléchargement n'est déjà plus d'actualité, on accède aujourd'hui à des banques de données, on choisit son menu musical, comme une radio dont on compose le programme, plus besoin de télécharger et de stocker des fichiers - cela sera tellement facile à manipuler et utilisable avec des machines sans disque dur (téléphones portables, agenda, le fameux tout-en-un) que la gratuité des échanges du P2P restera la triste consolation des pays pauvres. L'actuel succès d'Apple dans le téléchargement payant n'est dû unique-

ment qu'à la solution nomade qu'il propose.

Car le P2P va se développer au niveau logiciel et dans tous les secteurs - demain le livre - et va représenter un bel enjeu de développement durable et de maîtrise de l'énergie. Demain, le P2P mettra à la disposition de la toile, la puissance non utilisée des machines. Les gros consommateurs de vitesse de processeurs et de mémoire vive pourront trouver sur le Net leurs ressources nécessaires : finie la course à la puissance et au stockage.

L'inscription à des banques de données sera payante et forfaitaire, aux sociétés de gestion des droits d'anticiper et de trouver des solutions pour rémunérer leurs ayants droit : ils en ont la responsabilité et le devoir, devant tous.

L'industrie du disque a raté le virage de l'évolution - très rapide - du numérique et d'Internet, en s'endormant sur une technologie vieille de vingt ans - le cd* - et en voulant faire perdurer, coûte que coûte, un système de répartition obsolète. Elle va disparaître très vite si elle ne se remet pas profondément en cause et continue à prendre pour cible sa propre clientèle.

Au Forum des Allumés du Jazz qui s'est tenu en janvier, les intervenants et le public n'étaient pas dans une attitude polémique, bien au contraire. L'ambiance était à l'écoute, au partage et à l'échange d'infos sur un sujet vaste, technique, marqué par des prises de position qui divisent la profession. Si Internet - et le téléchargement - a été au centre des débats, l'avenir du disque était le fil conducteur et la question de fond des points abordés. Je vous les donne en vrac : la difficulté de l'harmonisation de l'utilisation et de la protection des œuvres au niveau européen, l'ampleur de la tâche de la mise en place d'un code DRM pour identifier les fichiers musicaux échangés sur Internet, la coexistence de trois formats de fichiers compressés non compatibles, l'importance

d'Internet pour accéder à l'information et pour être identifié, la difficulté d'être correctement référencé, l'importance d'appartenir à une famille, à un réseau. Les plates-formes de téléchargement payant qui reproduisent, dans leurs catalogues, les mêmes critères de sélection que la distribution classique, l'absence des musiques improvisées et de la musique contemporaine sur les sites de P2P, les différents comportements d'internautes utilisateurs du P2P - ceux qui "consomment et stockent" et ceux qui téléchargent pour découvrir, acte souvent lié à un achat en ligne plus tard, le rôle que devrait avoir l'éducation dans les comportements de téléchargements illégaux, la perte de qualité du signal audio dans les

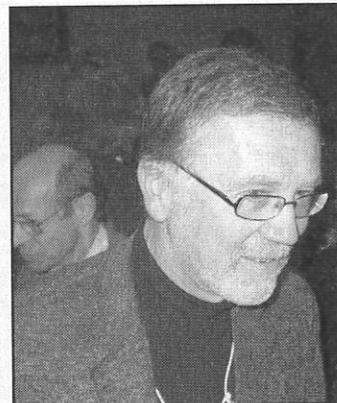
contrainte de durée et de support, les limites de la dématérialisation, l'importance redonnée à l'objet-disque, le retour du vinyle, l'apparition de conditionnements et de livrets luxueux, les formats en multicanaux.

De ce point de vue, le disque n'est pas mort, pas plus que le livre. Nous aurons toujours envie de posséder un objet de quelqu'un qu'on aime. Dans les débats, de jeunes gens précisaient qu'ils téléchargeaient illégalement de la musique, pour voir, ou plutôt pour écouter des artistes dont ils avaient entendu parler, et qu'ensuite, ils décidaient ou non d'acheter le disque. Le P2P comme un acte précédant l'achat ?

Ce ne sont jamais les ayants droit et les consommateurs qui bénéficient des avancées technologiques, mais les opérateurs qui fixent les règles unilatéralement et qui raflent la mise.

échanges sur Internet - compression mp3 - et qui, chez les jeunes, conduit à l'abandon d'une exigence de qualité d'écoute, habitués à ne percevoir la musique que dans ce format. À l'opposé, l'apparition de nouveaux supports haute définition de restitution et de diffusion de la musique en 5.1. L'analyse des positions contradictoires et les difficultés que soulèverait l'extension du champ de la licence légale aux échanges de fichiers, la rapidité d'évolution des nouvelles technologies rendant aléatoire l'efficacité de la mise en place de systèmes de protection, l'analyse des positions quand à la répression des internautes contrefacteurs, les statistiques en trompe l'œil sur les ventes de disques de jazz - dopées par les chanteuses - la difficulté de mettre en ligne des "titres" de longue durée, et à l'inverse, les nouvelles possibilités pour les créateurs de diffuser leurs œuvres sans

Les grands opérateurs qui investissent depuis toujours dans les nouvelles technologies - Apple, Yahoo - et qui sont présents depuis longtemps sur la toile, se positionnent pour la commercialisation de la musique dématérialisée en lieu et place d'une industrie du disque qui n'a pas su anticiper l'évolution des technologies et les changements de comportements que cela induisait. L'enjeu financier est de taille quand on sait que pour un téléchargement payant, entre 40% et 50% reviennent à la plate-forme de téléchargement. Pour la première semaine de lancement d'iTunes au Japon, 4 millions de titres ont été téléchargés, faisons le calcul... En une semaine ! (C'est vrai qu'il y avait quelques pages à traduire et des fichiers à encoder...). Ce ne sont jamais les ayants droit et les consommateurs qui bénéficient des avancées technologiques, mais les opérateurs qui fixent les règles uni-



Didier Levallet, Eric Petry

latéralement et qui raflent la mise. Souvenons-nous, il y a vingt ans, avec le remplacement du vinyle par le cd...

Réagissons à cette dictature des monopoles et quand nous pouvons, prenons un peu de temps pour télécharger de la musique et acheter des disques directement aux artistes et aux labels, sur leurs sites ou aux concerts : nous paierons le juste prix de cet échange en les encourageant, ils en ont bien besoin.

Serge Adam
le 28 août 2005

* les nouveaux formats de diffusion de la musique en haute qualité numérique et en multicanaux ne sont pas le fait de l'industrie du disque mais le fruit de "recherche et développement" de l'industrie du cinéma.

Si ce sujet vous intéresse, n'hésitez pas à passer une petite heure sur les sites des sociétés de collecte et de répartition des droits, toutes les données, les textes de lois, les tarifs de la musique en ligne, la copie privée et la licence légale, tout est minutieusement décrit et répertorié :

www.sacem.fr, www.sesam.org, www.adami.fr, www.spedidam.fr, www.sppf.com, www.scpp.fr, www.csdem.org, www.spre.org, www.geste.fr, www.culture.gouv.fr

PARMI LES PARTICIPANTS

Didier Petit, label in situ

Stéphane Ollivier, journaliste

Anne-Marie Parein, label Ajmi

Nicolas Netter, label Chief Inspector

Un représentant Phono Paca

Jean-Pierre Graziani, label Cismonte e Pumonti

Pascal Arnold, label Terra Incognita

Sébastien Boisseau, label Yolk

INDÉPENDANCE ?

par Stéphane Ollivier



Stéphane Ollivier, Olivier Gasnier

Ainsi, des maisons de disques continuent de se regrouper sous la bannière de l'«indépendance», de s'y reconnaître même des vertus en commun, d'y fonder en somme l'essentiel de leur identité.

Mais de quoi parle-t-on exactement ?

Que peut bien signifier aujourd'hui être indépendant ?

Et de qui — de quoi ?

De la logique ultra-libérale d'un marché de la culture de plus en plus totalitaire sous couvert de concurrence ?

De la poignée de multinationales qui le régite et incidemment le détruit à petit feu ?

Des goûts d'un public de plus en plus manipulé et acculturé par la publicité, le marketing généralisé et la production industrielle de loisirs de masse ?

Du pouvoir (ou plutôt de la perte de pouvoir) de la presse généraliste ou spécialisée ?

De la politique culturelle officielle enfin, qui tend à conforter en subventions sonnantes les structures institutionnelles fortes et installées, au détriment des petits groupes émergents ou tout simplement réfractaires à tout embrigadement ?

Comment envisager, ne serait-ce qu'un instant, que ces petits labels puissent ne pas dépendre totalement des règles et contraintes d'un jeu qui leur échappe ?

Dans les faits, être indépendant aujourd'hui, ce n'est donc pas s'enorgueillir d'une quelconque autonomie, c'est tout simplement être hors-jeu, relégué aux marges dans de petites réserves culturelles gracieusement ménagées par le système, et qui s'avèrent de plus en plus menacées.

Car outre les problèmes de survie financière chroniques et quasi consubstantiels, «l'indépendance» a à faire face à une menace nouvelle, plus pernicieuse en ce qu'elle met en péril son identité même : la récupération et la perversion par les Majors de l'idée même d'indépendance, totalement vidée de sa substance, transformée en un simple concept marketing de plus, destiné à écouler sur un marché sinistré des marchandises frelatées, soudain auréolées du prestige de l'alternatif.

Comment changer cette (mauvaise) donne ?

Comment (re)gagner cette indépendance — lui redonner un élan, un contenu, une force de frappe ?

Comment continuer de produire et diffuser, dans le cadre d'un marché libéral, des musiques vivantes, aventureuses, par nature réfractaires à leur réduction en produits de consommation, et condamnées à la marginalité du simple fait de leur exclusion de toute représentation médiatique ou publicitaire ?

En un mot comment parvenir à constituer un axe de résistance capable à terme de proposer de véritables solutions alternatives, en faisant de l'indépendance non plus un état de fait subi plus que choisi, mais un état d'esprit ?

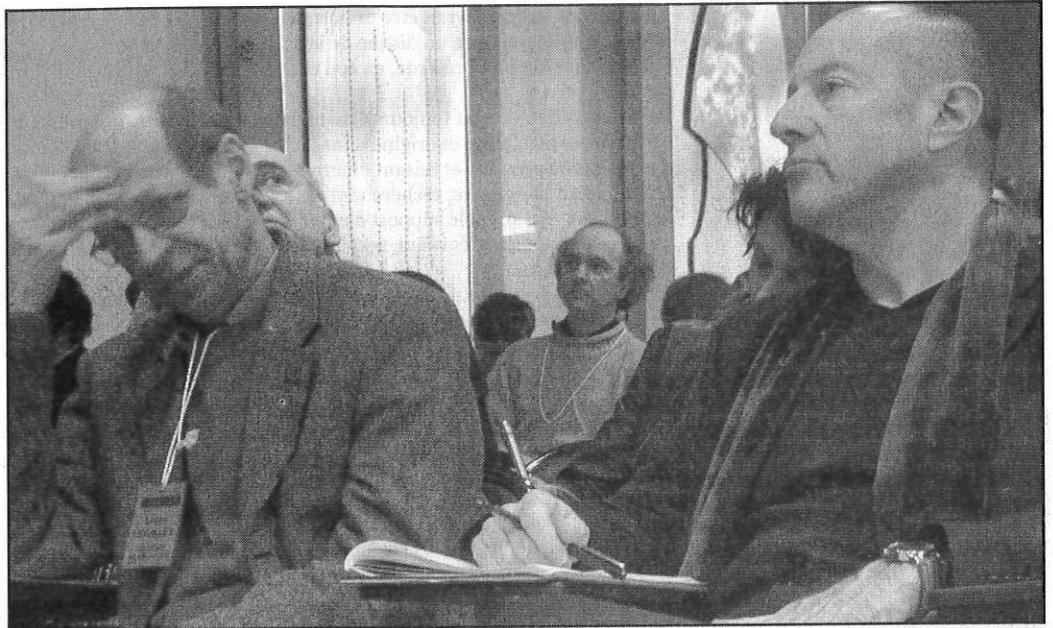
Être indépendant aujourd'hui....c'est tout simplement être hors-jeu, relégué aux marges dans de petites réserves culturelles gracieusement ménagées par le système, et qui s'avèrent de plus en plus menacées.

LA BELLE INDÉPENDANCE

par Didier Petit

Faisant écho au texte de Stéphane Ollivier qui nous rappelle qu'il est difficile de définir ce qu'est un label indépendant en dehors d'un état de fait subi plutôt que choisi, cette table ronde comme celle des Chevaliers, a apporté quelques outils de réflexion permettant d'aborder cette indépendance sans complexe. Comme le résuma l'un des intervenants, "l'indépendance est l'affirmation du plaisir plus que du dépit."

On comprendra que c'est en se définissant que l'on permet d'inventer les outils de sa propre existence. Pour cela, nous avons privilégié l'aspect politique plutôt que technique, même si nous n'avons pu totalement échapper à celui-ci. Pour plus de lisibilité, ce compte-rendu est un condensé qui fait état de trois points essentiels apparus au cours des discussions.



Didier Levallet, Olivier Bernard, François Cotinaud, Claudine Pellerin, André Cayot

L'œuvre

Un label indépendant privilégie la logique d'œuvre plutôt que de produit, et cela en relations étroites avec les musiciens dont il s'occupe. Cette affirmation n'est pas en contradiction ni en opposition avec une certaine "logique de marché" car elle se situe en amont. Elle permet simplement de se positionner dès le départ dans une logique de fabrication d'un objet singulier, et agit comme un levier pour qu'une œuvre puisse exister. Cette affirmation nous amène de fait à un soutien et une écoute attentive, afin que cette œuvre et le musicien qui la porte soient en adéquation avec le label producteur. En effet, un label indépendant n'est ni contre ni en opposition avec le marché, il est tout contre !

Le risque

Il n'y a rien d'anecdotique à souligner que, dans l'indépendance, le risque personnel du producteur est maximum. Il suffit pour cela de regarder le nombre de labels indépendants qui ont disparu depuis l'apparition de l'association des Allumés du Jazz pour s'en rendre compte. En bref, un producteur indépendant est une personne qui assume pleinement la perte d'argent, et comme on peut également le constater, avec un grand plaisir, même s'il préférerait en gagner. S'il n'assumait pas sa passion ou sa mission, inéluctablement liée à une forte probabilité de défaite financière, il n'existerait plus aujourd'hui de labels indépendants.



Jean Morières, Didier Petit

L'acte

Personne ne peut dire qu'il possède un label indépendant sans proférer un pléonasme. Ceux qui dirigent un label disent simplement "j'ai un label". Ils stipulent ensuite son nom. Il en résulte que créer un label est

déjà un acte d'indépendance.

Créer un label est déjà un acte d'indépendance.

L'indépendance, c'est le plaisir d'exister. C'est un vecteur de dialogue avec le public. À travers ces biens culturels, les œuvres des uns et des autres, chaque label défend un point de vue, pour certains artistique, pour d'autres politique... Le producteur indépendant est ainsi un médium entre l'œuvre créée par le ou les musiciens et les auditeurs.

Pour conclure, l'association Les Allumés du Jazz est une mutualisation de ces points de vues. Puisque les trois piliers de l'indépendance sont l'acte, le risque et l'œuvre, cela montre que nous ne sommes plus totalement dans une logique concurrentielle, mais celle de la création culturelle. C'est un espace étroit qui permet à la diversité d'exister.

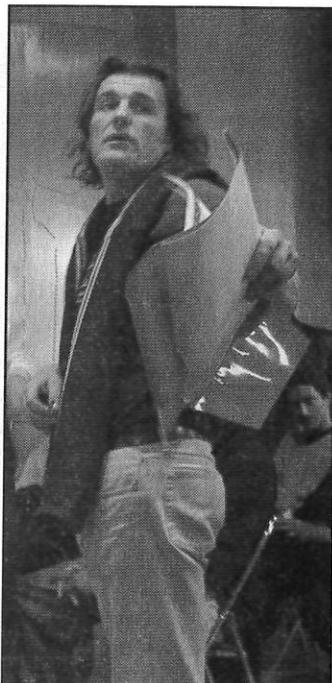
Voilà qui montre enfin que ce n'est pas "un état de fait subi plus que choisi", mais bien un état d'esprit !



Claudine Pellerin, Didier Petit

3. RAPPORT DISQUE / SPECTACLE VIVANT

par Colas Duflos et Pierre Sauvanet



Didier Petit

Nous savons ce que devrait être le jazz.
Nous savons ce que devrait être un disque.
Mais ce que devrait être un disque de jazz, nous ne le savons pas.
Car le disque-de-jazz présente, en son concept même, une contradiction.

Le jazz, en effet, devrait toujours être une musique vivante, qui prend sens, trouve lieu, place et origine dans l'ici et le maintenant, travaillant dans la durée présente et faisant émerger de la pointe extrême de l'instant ce qui n'était pas encore, recherchant ce qui va venir. Mais un disque, lorsqu'il est réussi, est le support d'une œuvre, c'est-à-dire aussi, qu'on le veuille ou non, un produit fini, bouclé, achevé, figé en tout cas dans l'éternité du plastique.

Aussi la forme adéquate du jazz est-elle par excellence le concert, et de préférence pas le concert gigantesque où les artistes sont eux-mêmes figés au loin sur une scène immense dans un spectacle préformaté, mais le concert où le temps, le lieu, les musiciens et le public sont réunis pour laisser la musique exister, se chercher, se trouver et se surprendre à l'occasion (ce qui laisse aussi ouverte la possibilité du ratage, plus difficilement envisageable devant des milliers de personnes réunies).

J'ai ainsi récupéré divers enregistrements en concert du groupe de Dave Holland. C'est un peu toujours le même (excellent) concert, mais j'ai parfois l'impression qu'il manque quelque chose. Or j'ai aussi l'enregistrement (pas très bon malheureusement) de ce même groupe en Argentine, un jour où le tromboniste était absent. Objectivement, c'est dommage, puisqu'ils jouent à quatre un répertoire écrit pour cinq. Et pourtant, en l'occurrence, un moins crée un plus : on entend très clairement qu'il se passe là quelque chose d'autre, avec le risque, de l'ordre du jeu, qui rend la musique plus vivante et plus jubilatoire encore qu'à l'ordinaire. Il faut qu'il y ait risque pour qu'il y ait jeu. Il faut qu'il y ait jeu pour qu'il y ait

jazz. Le risque du disque de jazz, c'est l'absence de risque due aux conditions d'enregistrement, de production, etc.

En un sens, on peut dire que le problème ne se posait pas dans les premiers temps du jazz, lorsqu'on était contraint d'enregistrer vraiment l'instant présent lors de séances qui ne duraient que quelques heures — encore que, déjà, il y avait des réunions assez "fictives" qui ne reflétaient pas le jazz vivant mais plutôt les désirs d'un producteur (les divers All Stars sur Verve, par exemple). De nos jours, certains artistes évacuent le problème en enregistrant systématiquement en condition de concert (tous les disques en trio de Jarrett). Ce dernier cas reflète une capacité remarquable à faire coïncider les exigences du disque et celles du concert. Mais cela ne change guère le problème, dans la mesure où, même si la coïncidence est possible — et il n'est pas dit qu'elle soit toujours souhaitable —, il est clair que l'on n'attend pas la même chose d'un disque et d'un concert : un disque doit être abouti, un concert, il doit s'y passer quelque chose. On connaît des bons disques et des concerts barbaques — le trio d'Anouar Brahem avec John Surman et Dave Holland —, on connaît aussi des artistes dont les concerts sont meilleurs que les disques — Marc Ducret par exemple.

Mais c'est pourtant peut-être à assumer cette contradiction, à la faire travailler plutôt qu'à l'éviter, que se forment les résultats les plus intéressants (In a silent way serait alors quelque chose en ce sens). Le disque vise alors à se faire autant que possible œuvre vivante. Ce serait alors une bonne contradiction, une contradiction créatrice.

Ce qui est certain en tous cas, c'est que cette contradiction, dans l'économie de la vie artistique contemporaine, produit un effet pervers qui doit être dénoncé : un groupe n'existe pas s'il n'a pas un disque à présenter (c'est vrai pour les inconnus, mais aussi pour les stars : les festivals demandent à Brecker de jouer son dernier disque, pas d'élaborer son prochain). Le résultat est qu'il faudrait idéalement que l'œuvre, l'aboutissement d'un parcours collectif ou individuel, existe avant même le parcours qui doit la rendre possible, pour permettre les conditions économiques de possibilité de ce parcours même qui aurait dû l'engendrer. C'est la mauvaise contradiction, celle qui stérilise la vie de la création, et invite à multiplier les disques d'hommages, les remake, les imitations (l'exemple serait ici le dernier disque de Stefano di Battista qui, même s'il est le résultat d'une admiration sincère et en lui-même agréable à entendre, est bien représentatif de cette création qui, faute de pouvoir accomplir le mouvement qui devrait la rendre possible comme telle, fait l'économie de ce mouvement en se contentant d'être une récréative re-création).

Pour résumer et pour simplifier, on pourrait prendre quatre cas de figure : un disque sans concert ; un concert sans disque ; un disque avant un concert (cas le plus fréquent aujourd'hui, sous peine de tomber dans le show case) ; un concert avant un disque (cas rare, mais non exceptionnel : ainsi le dernier Patricia Barber). Le cas le plus intéressant se trouverait alors comme par hasard au-delà de ces quatre-là : le cas unique du disque-concert, c'est-à-dire enregistré avec la qualité du studio et la quantité de risque du concert.

Synthèse de philosophes ?

Non : réalité de musiciens (voir Miles Davis, Steve Coleman, Yves Robert...).

Mais ce que sera vraiment un disque de jazz, nous ne le savons toujours pas.

PARMI LES PARTICIPANTS

Jean-Paul Ricard, label Ajmi

Colas Duflos, universitaire Amiens

Pierre Sauvanet, universitaire Bordeaux

Laurence Gliusti, label Ajmi

Bernard Morel, AFIJMA

Pascale Labbé, label nûba

Jean-François Dutertre, ADAMI

Xavier Prévost, Radio France

Pascal Anquetil, IRMA

Bernadette Meyer, label Emd

Olivier Benoit, musicien

Alain Rellay, label Arfi

André Tiran, ADDM 84

Luc Bouquet, Improjazz

Sandrine Andreani, Conseil Régional PACA

Bernard de Bosson, producteur

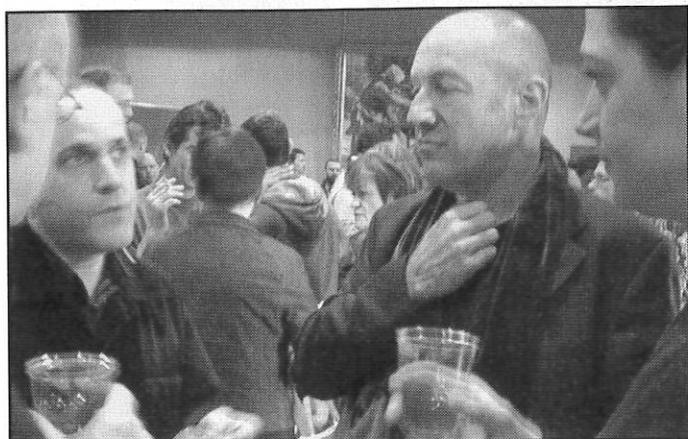
Géraldine Martin, citizenjazz.com

Yves Robert, musicien

Jean-François Pauvros, musicien

Didier Levallet, label Evidence

L'OEUF ET LA POULE



... André Cayot, Emma Roche

La discussion s'ouvre par l'explication du texte liminaire par ses auteurs et par l'exposé de leur intention :

«L'idée de départ est qu'un disque est un objet fini ; à l'inverse, un spectacle vivant, un concert, est quelque chose dont on attend qu'il s'y passe quelque chose, de l'imprévu, et cela peut être raté. À l'intérieur même de l'idée de «disque de jazz», il y a comme une contradiction qui est justement celle du jazz qui va on ne sait où et qui ne vit que dans cette imprévisibilité. C'est cette contradiction que l'on a essayé de pointer», intervient Colas Duffaud .

Émerge la question à se poser : «est ce qu'on a un disque avant le concert ? Après le concert ? Ou encore : disque sans concert ? Concert sans le disque ?» Réaction de Denis Fournier, musicien : «Malheureusement, la plupart des organisateurs de concerts se basent surtout sur le fait que l'on a réalisé un ou plusieurs disques et, pire, sur l'actualité de l'enregistrement et son impact médiatique. Plus grave pour les artistes de jazz, on nous demande souvent, dans les festivals et les grosses structures, de jouer exactement le programme du disque. Alors que, dans notre démarche, on n'en est plus forcément là et que c'est contradictoire avec l'idée de prise de risques sur scène. À long terme, cela revient à tuer le concert».

Du débat qui s'ouvre sur ces contradictions ressort quand même l'idée d'une complémentarité naturelle pervertie par un système économique qui détourne chaque partie du binôme disque / concert de sa fonction première.

D'où l'importance de souligner que le disque et le concert n'ont pas forcément la même fonction mais qu'ils sont liés, dépendants et complémentaires l'un de l'autre. La prise de risque existe dans les deux cas mais ne se situe pas au même niveau. Ne pas perdre de vue que lorsque l'on fabrique un disque ou quand on monte sur scène on le fait pour que cette production, disque ou concert, soit entendue par des gens. Il est nécessaire de se préoccuper du public. En évitant le détournement «pervers» qui consiste à laisser croire que l'on va entendre au concert la même chose que sur le disque. Ceci relève d'une éducation du public.

Outre l'incidence économique due au nombre de musiciens participant au projet artistique (ce qui est possible le temps d'un enregistrement, est difficilement viable en diffusion sur scène) se dégage l'idée d'une meilleure maîtrise de la fonction du disque : soit une œuvre d'art à part entière, autonome et spécifique, soit un support promotionnel en vue de la recherche de concerts.

La discussion s'oriente ensuite sur l'incidence du concert sur la vente des disques, et réciproquement. Un certain nombre de témoignages confir-

ment que le public présent au spectacle vivant est potentiellement le même que celui qui est intéressé potentiellement par la production discographique. La présence d'une «boutique» des Allumés du Jazz sur les festivals va dans ce sens ; l'on constate que lorsque l'artiste programmé donne un bon concert, son disque se vend bien et cela entraîne des retombées sur le reste du stock.

Suit un échange sur la fréquentation des concerts, sur l'état de la création et les moyens de la faire mieux connaître. La responsable d'une médiathèque souligne l'étroite relation entre les disques empruntés et la présence des artistes en question dans la ville. Crise du disque et crise du spectacle vivant ne sont pas de même nature, mais dans les deux cas on pointe la multiplication exponentielle des propositions en direction d'un public qui, en quantité, ne varie guère. Les politiques de formation ont contribué à l'émergence de nombreux musiciens qui ont vocation à se produire dans des lieux qui n'existent pas (ou pas encore, version optimiste).



Pascale Labbé, Jean Morières

PARMI LES PARTICIPANTS

Thierry Mathias, label La nuit transfigurée

Pascal Anquetil, IRMA

Audrey Charmasson, label Ajmi

Françoise Bastianelli, label Emouvance

Jean Rochard, label nato

Sophie Chambon, jazzbreak.com+ jazz magazine

Julien Bogenschütz, label emil 13

Andy Emler, musicien

LE DISQUE ET LE RAPPORT AU PUBLIC

par Pascal Anquetil



Xavier Felgeyrolles, Thierry Mathias, Jean-Paul Ricard, Jean Rochard, Didier Petit, Serge Adam

Plus de 2000 références de CD catalogués jazz ont été en 2004 recensées pour le seul marché hexagonal. Ce chiffre peut paraître énorme, mais il témoigne fortement de la volonté opiniâtre de quelques francs-tireurs qui, contre-vents et marées, s'obstinent à enregistrer et produire de la musique de jazz d'aujourd'hui.

Question : Pourquoi donc aujourd'hui publie-t-on en France tant des disques de jazz ?

On peut aisément imaginer les réponses multiples et variées des responsables des 150 labels de jazz recensés dans la base de données du Centre d'Information du jazz : Pour se faire plaisir et donner sa chance à un jeune talent. Pour offrir la photographie musicale la plus juste possible à un moment donné d'un groupe ou d'un projet. Pour fixer des vertiges d'improvisation. Pour participer à la reconnaissance médiatique de l'artiste ou de l'orchestre. Pour accélérer sa promotion et sa diffusion, etc.

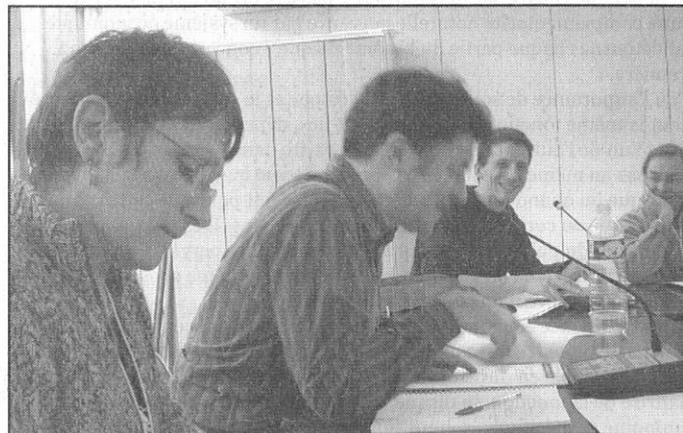
Autre question : pour qui ont-ils été produits tous ses disques ?

La réponse est moins facile. Le public est une nébuleuse aux contours toujours flous. Entre le public de Norah Jones et de Daunik Lazro, des Haricots Rouges et de Michel Portal, quels peuvent-être les rapports ? Le jazz, on le vérifie tous les jours, est riche de niches plus ou moins confidentielles ou spécialisées. Son addition fait ce qu'on appelle le public.

Dans ce public, il y a la catégorie essentielle des "amateurs de jazz", à savoir des consommateurs passionnés qui achètent chaque mois de nombreux albums.

Pour eux, le disque de jazz est d'abord un objet de désir, un tremplin à fantasmes (celui, par exemple, de découvrir dans tel album le meilleur solo d'un musicien admiré), un moyen de découvrir un nouveau talent ou de confirmer son intérêt pour un groupe, bref un espace de rêve toujours recommencé.

Dernière question : l'objet CD, par rapport au vinyl, au disque noir de notre adolescence grâce auquel nous avons par la richesse des liner notes appris l'histoire du jazz et cultivé notre passion, fait-il toujours rêver ? On peut se poser la question



Françoise Bastianelli, Jean Rochard, Olivier Benoit,...

RENCONTRE DU TROISIÈME TYPE

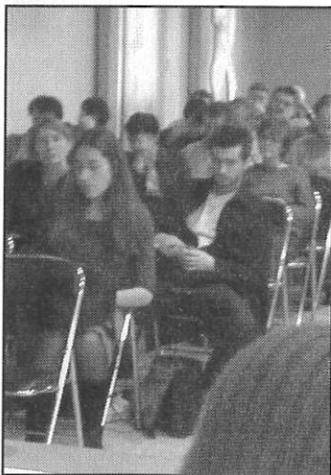
par thierry Mathias

Notre propos portait sur les liens qui relient l'objet-disque à son auditeur et plus précisément à l'acquéreur du phonogramme.

Comment nos disques "rencontrent-ils" leurs auditeurs ? Comment un disque parmi tant d'autres peut-il être remarqué ? Les intermédiaires sont-ils utiles et peuvent-ils réellement aider les labels ?

Un des éléments premier et déterminant de cette reconnaissance provient de la presse (écrite ou parlée avec un avantage certain pour la première qui entraîne une durée de diffusion plus longue), et tout particulièrement dans notre domaine, la presse spécialisée. Une fois ce fait exposé, quelles sont les possibilités de cette dernière ?

Deux solutions, pas plus, nous sont proposées par le biais de la chronique (nous incluons dans ce terme toute forme de rédactionnel) et de la publicité - qui comprend le publi-rédactionnel...



Séance plénière

Peu de labels indépendants pouvant investir dans la publicité, reste donc la chronique, celle qui déclenchera chez le lecteur l'envie d'acheter le disque. Pourtant auditeurs et producteurs s'entendent pour minimiser l'intérêt et surtout l'impact réel de ces chroniques. Les journalistes eux-mêmes reconnaissent que, si l'expérience peut être intéressante à mener, voire instructive quand il s'agit d'écrire au sujet d'un disque imposé par leur rédaction, l'exercice reste cependant trop bref pour être utile au lecteur. Ce même lecteur sera d'autant plus perplexe et perdu devant la prolifération

d'étiquettes, d'étoiles, de cœurs, mais aussi de niches, de spécialités dans la spécialisation.

On constatera ici que ces catégories dans lesquelles on veut enfermer les disques demeurent la seule préoccupation de la presse, et, à un degré moindre, celle du distributeur du label. Par ce que l'on pourrait nommer l'hyperspécialisation, nous perdons certes en lisibilité, mais notre identité n'en est pas pour autant altérée. C'est à dire qu'un magazine, selon les goûts de sa rédaction, penchera vers une esthétique musicale et "oubliera" d'en aborder une autre, par mépris, par manque de culture ou simplement par ignorance. Que doit alors faire l'auditeur qui ne lit pas telle ou telle revue pour être informé ? Situation d'autant plus dommageable qu'à de très rares exceptions près, ni les musiciens, ni les producteurs ne se reconnaissent dans cet étiquetage.

Alors bien sûr, le chroniqueur (son nom, sa notoriété) peut être à l'origine de l'achat, grâce à la confiance qu'on lui accorde, ou par le simple fait qu'il diffuse une information et que celle-ci retient notre attention, mais en règle générale l'achat reste la plupart du temps lié au conseil d'amis ou de proches, de vendeurs - il en reste quelques uns - ou suite à un concert. Mais aussi, et c'est sans doute là une partie de la réponse, ce peut être grâce à l'identité propre du label, du producteur et à la fidélité qu'on lui voue.

Nous voyons bien l'importance de l'image du label, et celle de celui qui le dirige. Les musiciens bâtissent des projets et les proposent aux labels dont ils apprécient la couleur musicale et la ligne éditoriale, ainsi ils créent des familles d'habitues et de fidèles.

Pour obtenir cette fidélisation du public, en gagnant sa confiance, il faut une ligne éditoriale forte et bien définie. Le producteur occupe la position de premier auditeur, et doit devenir le véritable partenaire du musicien afin qu'ensemble ils construisent un projet final. Bien sûr cela entraîne des contraintes pour le musicien mais qui ne doivent guère peser si l'on part du pré-supposé que l'échange est équilibré et que chacun travaille pour le même résultat : une diffusion plus étendue, une identité reconnue.

Il existe une autre alternative pour rencontrer son public : supprimer tout intermédiaire entre créateur et auditeur. Ce choix peut être une réelle position politique, affirmée comme telle et impliquant une totale liberté artistique et un contact direct avec le public. Se pose néanmoins le problème de l'emploi du temps du musicien qui se verra vite rempli par toutes sortes de tâches annexes (administration, diffusion d'informations, courriers, envois, etc.). Mais il y a aussi ceux qui ne disposent pas d'autre choix que celui de créer leur propre structure pour espérer atteindre un auditoire. Dans ce dernier cas, la contrainte est si lourde que la situation ne peut en aucun cas satisfaire le musicien qui aspire à mieux. Cette auto-production, contrainte ou choisie, amène inévitablement à une surproduction et provoque une réelle inondation du marché, ce qui ne facilite en rien le choix des auditeurs.



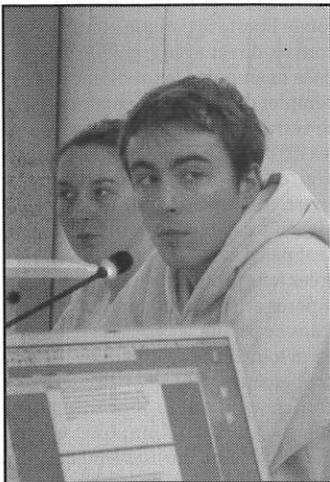
Didier Petit, Alex Grillo, Cécile Salle

Pour être tout à fait juste et précis, beaucoup de musiciens pensent que le disque est un élément indispensable pour exister, pour être entendus, mais aussi programmés dans quelques festivals et autres lieux. Il faut savoir que ce disque ne sera pas forcément commandé par les disquaires, qu'il ne trouvera pas automatiquement sa place dans les bacs des magasins, s'il parvient jamais à sortir des cartons reçus en masse et entreposés dans les réserves des boutiques spécialisées. Alors, comment conquérir un éventuel public ? On se référera donc à ce qui a été mentionné plus haut, à savoir les retombées de la presse...

Nous pouvons conclure que les liens entre producteurs et public ne sont pas définitivement rompus. Il reste encore à repenser l'objet lui-même, à s'interroger sur le pourquoi et le pour qui nous produisons, à travailler sur la curiosité de l'auditeur, à la tenir constamment en éveil, en évitant de rentrer dans les niches que l'on nous ouvre ou querelles de styles, nommées il y a quelques siècles "querelles des bouffons", bouffons toujours et encore d'actualité !

EVOLUTION DE LA MUSIQUE ET DE L'INDUSTRIE MUSICALE

par Olivier Gasnier



Gilles Pages

Le secteur du disque, avant de devenir une véritable industrie, s'est développé en suivant l'essor de la société de consommation des pays occidentaux, et a vu ses ventes progresser régulièrement à partir de la première partie des années 60 pour connaître des sommets durant les années 80 (l'album «Thriller» de Michael Jackson devenant une sorte de Graal pour les maisons de disques) et 90. La naissance de ce que l'on n'appelait pas encore un «marché» et le début de son développement ont été principalement le fait de producteurs ou découvreurs de talents ou encore de directeurs artistiques dont le rôle était prépondérant au sein de maisons de disques alors nombreuses et diverses et dont certaines,

appuyées sur des entreprises importantes en relation directe ou indirecte avec la musique (General Electric pour Rca, CBS (radiodiffusion) pour Columbia) ont pris assez vite une ampleur certaine.

Le retour, dans sa version modernisée, de l'idéologie néo-libérale pendant les années 70 aux Etats-Unis d'abord – consacré par l'avènement de Reagan en 80 – puis sa diffusion en Europe quelques années plus tard, a aiguisé l'appétit des financiers pour le disque, du fait de l'argent généré par des ventes progressant régulièrement, qui y ont vu des opportunités de taux de rentabilité importants. La prise en main des maisons de disques les plus importantes par des grands groupes industriels a accéléré et achevé la transformation du secteur en industrie musicale. Et, point non négligeable, cette prise de pouvoir s'est accompagnée, plus ou moins rapidement, par le remplacement ou la mise sous tutelle des anciens producteurs ou directeurs artistiques, au profit de «contrôleurs de gestion» au service du fameux actionnaire majoritaire.

Depuis qu'elles sont entre les mains de comptables et «technocrates» soumis à la dictature irrationnelle et artificielle du marché boursier, avec les yeux rivés sur leurs chiffres d'affaires et autres comptes de résultats, les majors ont traité l'artistique comme une banale marchandise, au point de considérer la musique comme un «produit» de grande consommation – elles ont elles-mêmes contribué à installer la vente de musique au sein des super et hypermarchés. Département marketing aidant, elles ont appliqué les recettes habituelles de promotion d'un quelconque «bien» de consommation (créations de «produits» et de besoin artificiels à grands renforts de publicité audiovisuelles, etc...), et ce à grande échelle afin de maximiser la rentabilité à court terme, devenue religion absolue de tout «bon gestionnaire».

Jusqu'à quel point l'impact d'un tel marketing (équivalent «démocratique» de la propagande totalitaire habituellement dénoncée chez les ennemis officiels), va-t-il influencer, voire modeler le goût du public et dans quelle mesure ce phénomène s'est répercuté au niveau du jazz, qui, pour partie, est aussi le reflet de ce qui se passe au niveau de l'ensemble de la musique et du disque ?

On peut également s'interroger sur l'influence de ce phénomène, massif économiquement, sur l'autre versant, aux multiples reliefs, du monde du disque représenté par les divers indépendants. Leur est-il encore possible de travailler comme de valeureux artisans, par opposition à l'industrialisation que représente le travail des majors ? Comment résister ou contourner l'apparente omniprésence des majors ? Ici, c'est le côté «ultra marché» des majors dont il est question et, bien que prépondérant dans les résultats annuels, ces dernières n'en sont pas forcément réduites à cela mais la tendance n'est pas au développement et à la recherche de talents, contrairement au passé, (on peut d'ailleurs y voir l'une des principales causes de la «crise du disque») comme semble l'indiquer, par exemple, la fusion très proche de Sony et Bmg et la probable réduction de personnel accompagnant généralement ce genre de transaction.

Cependant, dans la situation actuelle, dans quelle mesure le poids des

majors dans l'économie de la musique, et du jazz en particulier, contribue-t-il à la visibilité, voire à la survie du secteur ?

L'utilisation de la musique comme produit d'appel ou comme moyen d'accéder à la célébrité – sous-entendue richesse dans une époque où l'on tente de sacraliser l'argent – (ainsi que le montre jusqu'à la caricature la «télé-réalité»), n'est également pas sans conséquence sur la perception qu'a le public de la musique. Du fait de son ravalement au niveau de bien de consommation de masse, la musique est dévalorisée, affadie pour éventuellement toucher le plus grand nombre, et perd sa dimension culturelle, c'est-à-dire son rôle social de lien (plaisir et partage) et de critique (ouverture et évolution) dans la société, commun à toute discipline artistique, ce qui contribue à brouiller davantage les pistes pour le public, et ajoute à la difficulté lorsque l'on cherche à maintenir la musique au rang d'art. Difficulté d'ailleurs commune au producteur



Julien Bogenschütz, Olivier Bernard, ..., D' de Kabal

et au musicien qui, s'il parvient à résister au courant dominant, quel que soit le genre musical, devra se confronter à la manière de présenter sa vision des choses au risque de n'être pas entendu s'il s'éloigne tant soit peu des sentiers battus, et ce même s'il enregistre et que ses disques sont présentés au public. Dès lors, l'attitude a adopté face à un public qu'il devient difficile de convaincre, parce qu'il perd peu à peu l'habitude de l'aventure et de la découverte, et comment s'imposer face au détournement de la musique, sans tomber dans un repli sur soi sans avenir, sont quelques unes des questions qui se posent aux musiciens et producteurs.

PARMI LES PARTICIPANTS

Jean Rochard, label nato

Olivier Gasnier, FNAC Montparnasse

Françoise Bastianelli, label Emouvance

Olivier Bernard, SACEM

Claudine Pellerin, MFA

Julien Bogenschütz, label Emil 13

Jean-Jacques Birgé, label GRRR

D' de Kabal, musicien

Didier Levallet, label Evidence

Olivier Benoit, musicien

Pascale Labbé, label Nûba

André Tiran, ADDM 84

Lyliane Dos Santos, ADDM 84

EQUATEUR QUI TROPIQUES

par Jean Rochard

Si les rapports entre l'industrie musicale et la musique ont toujours été complexes et difficiles, il est indéniable que le disque a été un vecteur stimulant de la musique. L'histoire du jazz est parallèle à celle du phonographe.

Alors que l'auditeur semble, nous dit-on, se désintéresser aujourd'hui du disque, le public du jazz semble aussi montrer une forte frilosité. Les grands succès du jazz actuel sont plutôt ceux d'une sympathique (parfois) variété jazzifiée n'ayant plus grand rapport avec le jazz, excitante musique à la pointe de nos rêves et de nos combats.

Même si les rapports entre le jazz et l'industrie musicale ont souvent été conflictuels, ils n'avaient pas atteint ce point de manque de confiance entre les différents acteurs et cet isolement de l'artiste.

On peut noter qu'au sein des Allumés du jazz, en 1995/1996 lors de la création, les maisons de disques adhérentes de cette association sortaient entre 3 et 8 nouveautés par an, et étaient toutes représentées par un distributeur.

Aujourd'hui, alors que plusieurs des labels des Allumés du Jazz ont fermé boutique, les nouveautés se font plus rares et les productions un tant soit peu ambitieuses relèvent du tour de force.

Les échanges internationaux, plus fréquents il y a encore 20 ans semblent s'être raréfiés au profit d'une régionalisation aboutissant parfois à un certain repli.

Quelles soient celles des musiciens, producteurs, distributeurs, vendeurs, journalistes partenaires et autre semeurs et moissonneurs, les forces enthousiastes du jazz ont vieilli. Le public aussi a vieilli.

Qu'inspire le mot jazz à un jeune public ? Devons-nous nous séparer de ce terme parfois lourd à porter ou au contraire veiller à lui redonner son sens ?

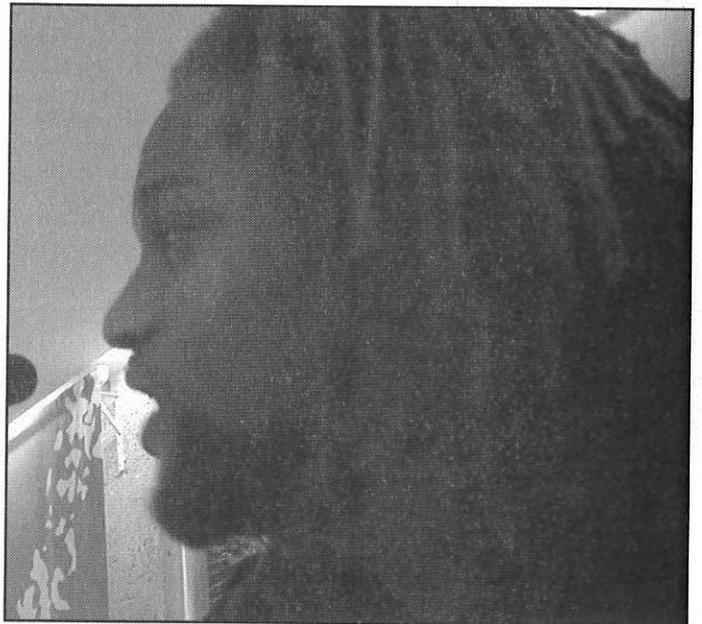
Si le disque n'est qu'un moyen, la perte de confiance à son égard va de paire avec la banalisation du jazz. Comment réinspirer confiance en l'objet disque et redonner du mouvement au désir ? Comment encourager une relève certes timide mais réelle ? Les Allumés du Jazz accueillent avec plaisir les jeunes maisons de disques comme Chief Inspector ou Emil13, porteurs d'une vision plus artisanale et solidaire.

C'est le sens même de la musique que nous produisons qui est en jeu, le sens même de son exception et de sa vie.

Nous avons besoin d'actualiser notre ouvrage afin de savoir qui nous sommes vraiment et faire ensemble un état des lieux véritable.



Jean Rochard, D' De Kabal



D' de Kabal

MON DISQUE

par D' de Kabal

*Mon disque est sorti,
Je l'aime, c'est mon disque.
En lui j'ai tout mis,
Mes rêves, mes bouts de vie.
Je ne sais pas où il va, dans quel rayon, dans quel bac,
Je ne sais pas quel mot le désignera, l'enfermera dans une boîte.
Si tu n'as pas de boîte, tu n'existes pas,
Si tu n'existes pas, ton disque meurt hors des bacs.
Je suis pour la vie, trop de disques sont mort-nés,
Qu'est-ce qu'un bon disque si ce n'est celui qu'on ne peut raconter ?
Alors, je vais continuer, je vais me poursuivre,
Je vais encore offrir des bouts de moi dans mes disques, mes concerts et mes livres.
J'irai encore et toujours dans les disques des autres pour signifier qu'on est plein,
Je ne suis pas le messager d'une musique, mais de La Musique, elle me tient.
Il faut synthétiser, extraire le positif de nos échanges,
Le disque n'est pas un objet, c'est un nourrisson qu'on enveloppe dans un doux linge.
Robuste mais fragile, sa force relève du domaine de l'étrange,
Il fera sa vie sans nous et c'est peut-être ce qui nous dérange.
Rien n'y fait, nous sommes créatifs et fertiles,
Nous ne cesserons de procréer n'en déplaise aux vendeurs de pilules contraceptives,
Rien n'y fait, notre existence s'appuie sur la prise de risque,
Rien n'y fait nos ébats sont torrides et artistiques.
Mais... Méfions nous des MST
Maladie des Systèmes de Transmission.
Discutons, adaptions-nous et réinventons.*

PARMI LES PARTICIPANTS

Xavier Felgeyrolles, label Space Time Records

Vincent Bessières, Jazz Man

Anne Guiraud, label Quoi de neuf docteur

Olivier Gasnier, FNAC Montparnasse

Xavier Gatinel, label Night And Day

Pascal Arnold, label Terra Incognita

Jean-François Dutertre, ADAMI

Sébastien Boisseau, label Yolk

Jean-Pierre Graziani, label Cismunte e Pumonti

Eric et Anne Petry, magasin Jazz Rock Pop

Bernard De Bosson, producteur

LA DISTRIBUTION

par Vincent Bessières

Parler de l'état de la distribution des disques de jazz en France revient à évoquer un secteur en pleine mutation. Liée à leur obsession du retour sur investissement à court terme, la désaffection des majors pour le jazz (qui ont réduit leur département à une peau de chagrin ou à la réédition de fonds de catalogue) a laissé le champ ouvert aux indépendants mais aussi, indirectement, aux distributeurs dont les rôles dans le marché ainsi que les acteurs sont en forte mutation. Quatre d'entre eux pratiquent désormais la vente en ligne de CD (Abeille Musique, Night & Day, Nocturne, Orkhêstra) et ont pour ce faire ouvert des plates-formes de vente fonctionnelles ; un quatrième (Harmonia Mundi) a constitué un réseau de boutiques dans les grandes et moyennes villes de France où sont vendus exclusivement les labels en distribution. C'est dire que, bien qu'ils soient toujours obligés de négocier avec la Fnac (qui accroît sa position de force en mettant en place le TCA, «tronc commun d'assortiment», une méthode de gestion des stocks inspirée de la grande distribution), les distributeurs ont développé des moyens de vente parallèles, en direct, et se substituent, pour certains, aux disquaires traditionnels en jouant la carte de l'information et de la disponibilité. D'abord appliqué au secteur du CD classique, l'exemple d'Abeille Musique (qui, à la consommation de masse, préfère le "butinage" éveillé) a montré qu'en proposant une offre de qualité (des labels choisis pour leurs exigences dans les choix de production) au travers d'un site Internet performant à une clientèle fidélisée par le biais de promotions, de conseil, d'événements, de prix attractifs, et même d'un service après-vente, le distributeur avait un autre rôle à jouer que celui de grossiste. Jusqu'à



Xavier Felgeyrolles, Xavier Gatinel

quel point, cependant, peut-il assumer objectivement la fonction de disquaire ? Comment continuera-t-il de faire accepter aux grandes enseignes des références «à faible rotation» comme celles du jazz ?

Autre évolution notable, les distributeurs ont mis un pied dans la production : à ce titre, l'exemple de Nocturne est patent, qui, en quelques mois, a construit un catalogue d'artistes français de premier plan (dont une partie était autrefois sous contrat avec des majors) et affiché son ambition de devenir un label à part entière. Clé de voûte de ce système : le contrat de licence. L'essentiel du risque financier initial est assumé par l'artiste qui est son propre producteur, le label-distributeur se chargeant du marketing, de la fabrication et de la promotion. D'autres distributeurs ont adopté, à des degrés divers, la même méthode de «label intégré» : Bee Jazz (Abeille Musique) ou Midnight Sun (Night & Day) ou encore Le Chant du monde (Harmonia Mundi). Les artistes sous contrat y gagnent en visibilité, mais n'y a-t-il pas un contrecoup pour les labels en distribution ? Et surtout, est-ce à l'artiste d'assumer le coût de sa production ?

Dans le même temps, avec l'apparition de la vente de fichiers en ligne, l'offre se «dématérialise». Six acteurs, à cette heure, se partagent le marché (e-compil, Fnac Music, iTunes Music Store, OD2, Sony Connect, Virgin Mega) mais le jazz n'est pas leur priorité, même si certaines plates-formes ont approché des labels français pour commercialiser leur catalogue numérisé. Les distributeurs traditionnels n'ont pas encore pris pied sur ce nouveau marché (pour cause d'investissements structurels trop élevés), mais ils pourraient bien, comme ils ont commencé de le faire sur le CD, servir à mutualiser et promouvoir l'offre éparpillée des labels (et la gestion des droits numériques) pour une clientèle qui ne trouve pas son compte dans les sites marchands du téléchargement légal qui misent, encore et toujours, sur des catalogues généralistes et grand public. Il y aura là, comme sur le disque, le lieu d'un échange entre indépendants qui travaillent ensemble à la défense de la musique en laquelle tous deux croient.

VERS UNE NOUVELLE DISTRIBUTION

par Xavier Felgeyrolles

Lors du forum, nous sommes partis de l'existence des magasins. Nous avons la chance d'avoir parmi nous d'une part Olivier Gasnier, responsable du rayon jazz de la FNAC Montparnasse, et d'autre part M. et Mme Pétry qui dirigent le magasin Jazz Rock Pop et les Autres à Tours, indépendant depuis 25 ans. En analysant le fonctionnement de ces magasins, on comprend comment les distributeurs eux-mêmes fonctionnent, et pourquoi ceux-ci acceptent ou n'acceptent pas de diffuser certains labels.

Le jazz en 2004 représente 6 à 7% des ventes, essentiellement portées par les voix de quelques chanteuses en vogue. Comme la vente de n'importe quel produit culturel, c'est 20% de ceux-ci qui font 80% du chiffre d'affaires, et le jazz n'échappe guère à cette loi.

À Paris, le distributeur passe généralement une fois par mois dans les magasins indépendants. En province, même dans un magasin important, le distributeur ne passe pas obligatoirement. Le commerçant est alors obligé de faire de la télécommande car les distributeurs n'ont pas toujours les structures adaptées pour visiter tous les magasins existants, bien que leur nombre ait considérablement réduit depuis 20 ans !

Les FNAC, importantes à Paris, peuvent avoir une politique tout à fait en adéquation avec des distributeurs indépendants et les labels qui leur sont associés, tandis qu'en province un gros magasin indépendant peut avoir de très bonnes relations avec une major et des remises que les petites distributions indépendantes ne peuvent hélas pas lui octroyer.

En province, un magasin ne peut pas renvoyer les disques comme il veut. Les FNAC n'ont pas ce problème. À Paris, les FNAC peuvent choisir des produits très ciblés alors qu'ils sont obligés de faire un choix de l'offre, c'est le fameux TCA que nous expliquait Bessière, c'est un choix de la direction de la grande chaîne d'un magasin qui dispose des 80% du marché en France et qui décide unilatéralement avec l'aide de conseils "avisés" ce qui peut intéresser les petites structures et FNAC de province !

Les magasins se plaignent, et particulièrement les indépendants, de la pratique des prix de la distribution : on retrouve parfois des disques dont le prix oscille de 10 euros d'une semaine sur l'autre. Une idée avait été proposée il y a quelques années, mais cela aurait-il amorti le choc, d'un crédit du CD... Mais cela n'arrivera probablement jamais.

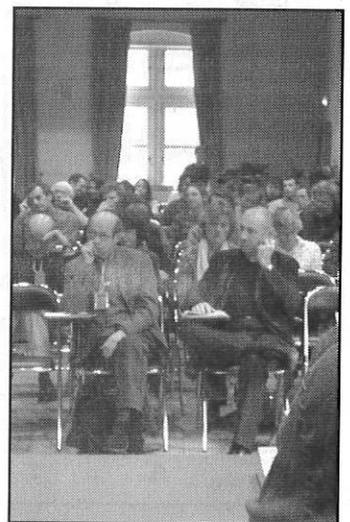
À la lueur de ces quelques données, quels sont les contrats que les labels indépendants peuvent passer avec les distributions ? Pour les distributeurs les plus puissants, c'est quasiment exclu ! Quelques distributions indépendantes arrivent à avoir un contrat d'achat, d'autres un contrat de dépôt-vente, d'autres, enfin, un contrat de licence, difficile depuis que les distributeurs ont de plus en plus souvent leur propre label et n'ont donc pas forcément intérêt à développer autre chose...

Alors ? Certains labels indépendants sélectionnent leurs points de vente et s'occupent eux-mêmes de leur distribution, mais c'est évidemment lourd à gérer. D'autres essaient de signer directement avec la FNAC pour avoir un contrat de distribution FNAC. Il est à souligner que pour prétendre à certaines aides des sociétés civiles, il est indispensable d'être distribué en magasin.

On comprendra que la distribution classique, telle qu'elle existe encore,

n'est plus du tout adaptée à bon nombre de labels indépendants qui n'auront d'autre ressource que de se tourner vers les nouvelles technologies.

On pourra enfin se demander si la distribution classique, se coupant de toute initiative indépendante, n'est pas tout simplement en train de se saborder. Pourquoi fréquenter des grandes surfaces dites culturelles si on n'y trouve plus un choix suffisamment large et qu'on nous y propose seulement les produits qui se vendent le mieux ? Les grandes surfaces non spécialisées menacent



Olivier Bernard, Didier Levallet, A.M.Parein,
André Cayot, Sylvie Castel, P.H. Ardonceau

déjà ce marché. Les indépendants n'auraient plus qu'à investir d'autres lieux de diffusion avec des méthodes nouvelles qui leur seront mieux adaptées.

Les Allumés du Jazz n'œuvrent-ils pas dans ce sens par la vente par correspondance, leur site Internet où l'on peut maintenant commander en ligne, un futur site de téléchargement ou leur présence pendant les festivals ?

ROLE DE L'ETAT ET DES
COLLECTIVITES LOCALES

PARMI LES PARTICIPANTS

Didier Petit, label In situ

Anne-Marie Parein, label Ajmi

André Cayot, Ministère de la culture,
conseiller Musiques Actuelles
DMDTS

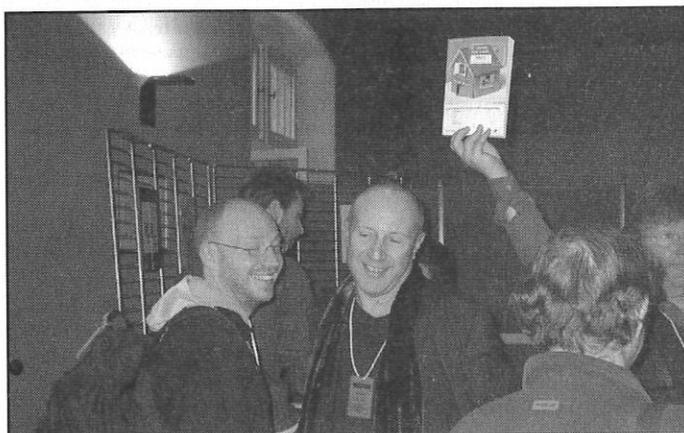
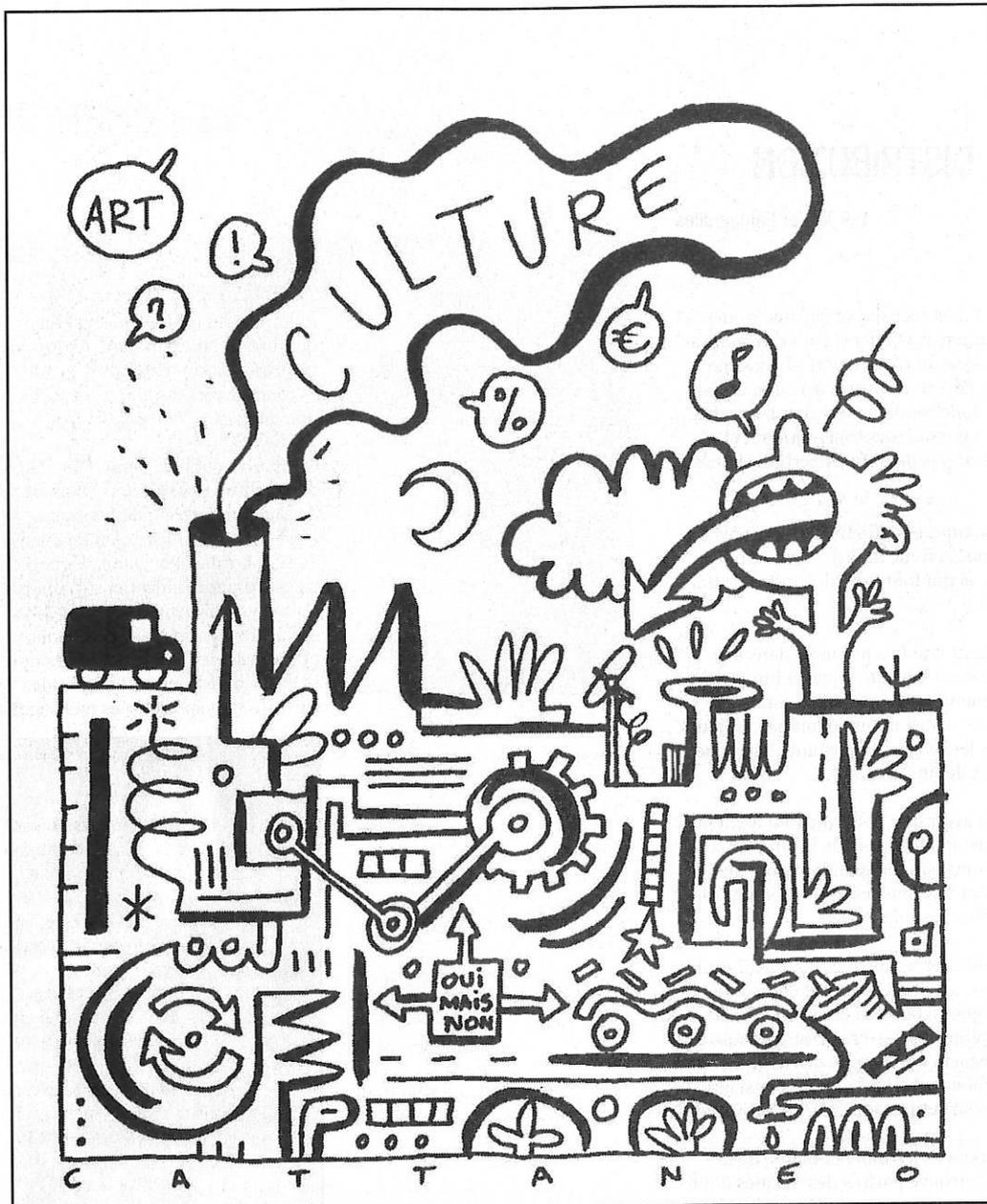
Pascal Anquetil, IRMA

Serge Adam, label Quoi de neuf
docteur

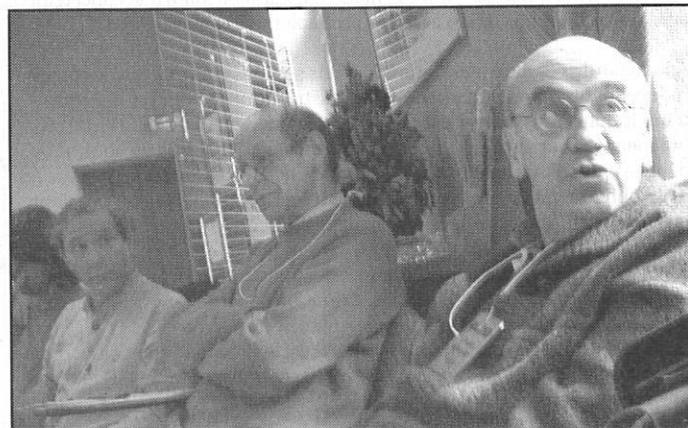
Bernadette Meyer, label EMD

Sandrine Andreani,

Conseil Régional PACA



Sébastien Boisseau, André Cayot, Pascal Anquetil



Jean-François Dutertre, Didier Levallet, Olivier Bernard

DES TAS D'ETATS

par Didier Petit

Dans son introduction à notre table ronde, Franck Langlois soulevait deux questions : à propos " des difficultés rencontrées par les producteurs et les éditeurs phonographiques, comment les pouvoirs publics pourraient-ils intervenir dans un secteur exclusivement privé sans distordre la libre concurrence de ce secteur économique puissant et mondialisé depuis longtemps ? " La seconde : " l'institutionnalisation n'a-t-elle pas eu pour effet d'amoindrir la libre créativité artistique ? "

En ce qui concerne la première question, il est avant tout important de noter ce qui a déjà été fait par les pouvoirs publics depuis les années 80, soit depuis l'arrivée de Maurice Fleuret, directeur de la musique et de la danse au Ministère de la Culture de 1981 à 1986. Le chemin parcouru depuis, même s'il peut être apprécié avec un œil critique, est très loin d'être négligeable.

En effet, depuis la création des grandes écoles associatives d'initiatives privées telles que l'IACP et le CIM qui ont vu le jour en 1976, le Ministère de la Culture ne s'était pas encore préoccupé de la structuration du jazz. André Cayot, conseiller pour les musiques à la DMDTS, nous rappelle qu'une première commission nationale a été organisée dès 1983. Cette concertation a été à l'origine de l'ONJ en 1986, ainsi que de la création du Centre Info Jazz et de la création du certificat d'aptitude ainsi que du diplôme d'Etat de professeur de jazz.

Parallèlement, les festivals, les clubs et les écoles se sont développés et organisés. Ils ont créé leurs fédérations dans les années 90, AFIJMA, FNEIJma, FSJ, alors que le département jazz se structurait au CNSMD de Paris sous la direction de François Jeanneau. Après deux commissions à nouveau réunies cette fois sous la présidence de Michel Orier, en 1993 et 1997, le constat a été établi que le jazz était partie intégrante des musiques actuelles mais devait bénéficier d'une politique renforcée notamment en direction des grandes formations. Un dispositif a été conçu pour accompagner 15 formations par an. Ce dispositif a été récemment ajouté à celui plus global en direction des ensembles professionnels.

Le soutien du Ministère de la Culture au jazz représente environ



André Cayot, Didier Petit

1% des crédits en faveur du spectacle vivant.

S'agissant de l'aide que l'Etat peut apporter aux producteurs phonographiques, des dispositifs économiques de financement à court terme sous forme d'avances remboursables auprès de l'IFCIC et de crédits d'impôts sont en cours de validation. Les questions liées aux problèmes dus à la distorsion de la libre concurrence qui pourrait exister du fait de soutien de l'Etat à la filière phonographique n'ont dès lors pas lieu d'être, dans le cas de dispositifs tels que ceux-ci.

Par ailleurs, avec l'accélération de



la décentralisation de ces dernières années, le rôle de l'Etat pourrait manquer de clarté tandis que les collectivités territoriales prennent une importance croissante. L'intervention de Sandrine Andreani de la région PACA va dans ce sens : une volonté politique forte de la région, en collaboration avec la DRAC (Délégation Régionale à la Culture), et plusieurs dispositifs incitant fortement les artistes à développer des projets globaux dans lesquels le disque est une des facettes, ainsi que des aides au développement de carrières professionnelles. Avec la décentralisation, la nouvelle politique de l'Etat est surtout axée sur le soutien aux initiatives qui émanent de différents acteurs territoriaux et qui sont soutenues par des collectivités territoriales. Ainsi, il apparaît que le rôle de ces collectivités devient de plus en plus important dans les politiques culturelles.

Le temps manquant, la question concernant l'amoindrissement de la créativité dû à une institutionnalisation n'a pu être abordée. Pour ma part, je serais tenté d'affirmer que la création, et particulièrement la création musicale, a besoin, quoi qu'il arrive, de financements pour

exister. Ces financements ne sont pas si nombreux. Ils sont soit privés, soit publics, soit du public ! Aujourd'hui, les trois à la fois semblent de plus en plus nécessaires !!! S'il y eut jamais une période où l'artiste était seul face à son œuvre (à se référer à la petite chronique d'Anna Magdalena Bach on peut en douter !), celle-ci est bien révolue. L'artiste est évidemment au contact de cette complexité, et il sera d'autant plus libre créativement qu'il sera capable d'en jouer, faisant son chemin au milieu de la forêt de papier et réussissant le grand schlem de la communication ! L'artiste est donc forcé d'évoluer, en intégrant dans sa démarche les contraintes de son époque pour ne pas avoir à les subir.

L'AVENIR DU DISQUE : LE RÔLE DES MÉDIAS

◇
Pour ne plus penser en rond ou quand un point peut être carré !

par Philippe Schoonbrood

Perspective historique

Aborder le rôle des médias, dans le cadre de la problématique de l'avenir du disque, c'est inévitablement s'interroger sur le rôle de la critique musicale. Il est donc utile de rappeler que la critique musicale remonte au 16ème siècle.

Mais, c'est en 1772 qu'en Allemagne paraîtra « Critica Musica », la première revue consacrée à la musique. Et, c'est à partir du 18ème siècle que les philosophes vont se passionner pour les rapports entre la musique et la société. Le rôle de la critique musicale suivra ensuite l'avènement du journalisme, en occupant, petit à petit les pages de journaux, autant que celles des périodiques spécialisés. Enfin, c'est surtout avec la période romantique que la critique musicale va occuper un statut à part entière, en donnant le « la » de la vie musicale, aux côtés de la composition et de l'exécution. La plume du critique musical s'y opposait déjà au pouvoir de la baguette des chefs d'orchestre.

Le journalisme musical était en somme, voici à peine plus d'un siècle, la seule fenêtre possible sur l'œuvre musicale, en dehors de son exécution publique et de la lecture, beaucoup plus aléatoire, des partitions. On ne s'étonnera donc pas de la présence active, dans ce champ intellectuel, de nombreux compositeurs : Weber, Berlioz, Liszt, Wagner...

A l'heure des grands moyens de communication

Jusqu'au début du 20ème siècle environ, les textes consacrés à la musique ne toucheront qu'un petit cercle d'initiés, composés d'aristocrates et de grands bourgeois. L'avènement des masses médias, tels que la radio et la télévision, va démocratiser l'accès à la critique musicale. Petit à petit, tous les styles musicaux vont être l'objet d'analyses, de prises de position, de commentaires et de polémiques. Et, c'est probablement avec la naissance des grands groupes de production musicale – ces fameux majors – que la critique se transformera, de plus en plus, en courroie de transmission d'une industrie, voir en représentant de commerce d'intérêts financiers. Les perspectives historiques et les considérations de type musicologique vont céder du terrain, et paradoxalement ne plus s'adresser qu'à une élite intellectuelle. En musique comme ailleurs, l'accès à l'information connaît aujourd'hui au moins deux vitesses.

Un exemple : au mois d'octobre dernier, un journaliste d'un grand quotidien de la capitale belge participait à une écoute « privée et exclusive », du nouvel album de U2 (« How To Dismantle An Atomic Bom »). Quelques semaines plus tard, ce même journaliste réagit aux appréciations peu enthousiastes de ses confrères belges et français. Il publie un papier dont le titre principal, en caractères gras, demande : « U2 : bombe ou pétard mouillé ? », avec un surtitre en italique ; « Le dernier album divise l'opinion ». A partir de cet exemple, on peut se demander si les journalistes musicaux doivent se reconnaître comme faiseur d'opinion. Mais si on pousse cette logique dans ses développements aujourd'hui, le critique musical ne pourrait-il devenir un simple relais de l'industrie du disque. Le final de l'article précité nous incite à le craindre :

« ... en quelque sorte, en plus de Bono qui cherche à sauver la planète et, en particulier, l'Afrique malade et endettée, U2 tient également à sauver l'emploi au sein de sa propre firme de disques. On ne peut que les en remercier. » CQFD !

Intellectuel ou bon soldat ?

De cela, il ressort que le rôle des médias dans l'avenir du disque dépend inévitablement du statut accordé aux critiques musicaux, à l'intérieur de ces médias. Critique ou journaliste ? Salarié ou « free lance » ?

Enseignant à la retraite ou demandeur d'emploi « bénévole » ?

En outre, est-il possible d'établir une hiérarchie de valeur entre le titre de critique musical – qui maîtriserait plutôt les outils de la musicologie – et celui de journaliste musical qui s'évertuerait à vulgariser le message musical ?

C'est à un vaste débat, dont l'éventuelle profondeur ne doit pas évacuer un programme commun minimum et vital, entre autres dans l'écriture de chroniques de cédés :

Situer le cédé dans les grands courants musicaux

Donner des informations sur les musiciens

Décrire les orientations stylistiques de l'œuvre, le climat du cédé

Terminer par une appréciation dans laquelle se reconnaîtrait le lecteur

Cependant, un examen rapide des chroniques hebdomadaires, publiées dans les principaux quotidiens francophones belges, révèle l'impossibilité d'une mission qui consiste à informer le lecteur dans une écriture fragmentaire qui ne dépasse que très rarement 500 signes !

Combiné avec une certaine forme de paresse intellectuelle, ce formatage s'accompagne souvent d'une répétition ad libitum de concepts dangereux, parfois simplement déclinés à partir de variations : « jazz pur », « le rythme dans la peau », « musique cérébrale », « dans le plus pur style ECM », « cette musique évoque Keith Jarrett » etc.

Evolutions technologiques

Peut-on encore penser la presse écrite en ignorant les évolutions technologiques, ainsi que les pratiques nouvelles des « consommateurs » ? Poser la question c'est y répondre.

Si dans un premier temps, la presse périodique s'est lancée dans l'édition de suppléments sous la forme de

PARMI LES PARTICIPANTS

Jean-Paul Ricard, label Ajmi

Philippe Schoonbrood, Jazz around

Laurence Giusti, label Ajmi

Sophie Chambon,
jazz break.com+ Jazz magazine

Arnaud Reveillon, Octopus en ligne

Xavier Prevost, Radio France

Gérard Rouy, Jazz magazine

Jacques Denis, Vibrations

Bruno Fleurence, label Vand'œuvre

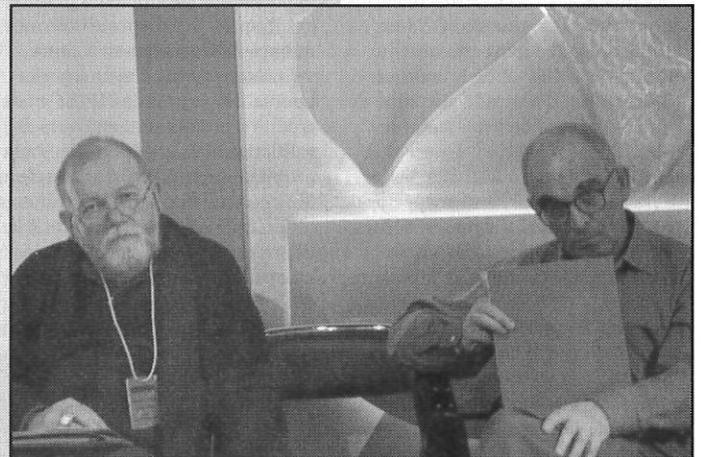
Alain Rellay, label Arfi

Cathy Caraveo, jazzbreak.com

Luc Bouquet, Improjazz

Pierre-Henri Ardonceau,
Jazz magazine

Géraldine Martin, citizenjazz.com



Jean-Paul Ricard, Xavier Prevost

LA RAISON D'ÊTRE

par Jean-Paul Ricard

cédés catalogues ou d'inédits, elle complètera ensuite son arsenal par un site sur la Toile. Dans le meilleur des cas, le site proposera des compléments d'information (discographies, bibliographies...) et des exclusivités (entretiens, dernières nouvelles, brèves...). Une innovation qui associe ces deux approches consiste aussi à proposer un cédérom, souvent réservé aux abonnés, qui donne accès à des informations audiovisuelles sur la Toile.

Enfin, au mois de novembre dernier, le mensuel « Wired » ouvrait une nouvelle fenêtre en direction de ses lecteurs. Il proposait un cédé 16 titres, à partir duquel le lecteur accédait à la Toile pour pouvoir mixer les matériaux sonores du cédé : « Here are 16 songs that encourage people to play with their tunes, not just play them » !

Encore quelques questions pour la route

Les écoles de journalisme enseignent-elles la spécificité du journalisme musical ?

L'aide à la presse écrite et aux médias audiovisuels – via la redevance – ne devrait-elle pas être subordonnée au respect d'un cahier des charges consacré, entre autres, au statut social et pécuniaire des journalistes culturels ?

Les codes de déontologie des journalistes s'appliqueraient alors aussi aux critiques musicaux : pas de voyages offerts, pas de cadeaux, pas de tapis rouge aux festivals etc.

Les ministres chargés de la culture et de l'audiovisuel ne pourraient-ils pas réguler la pratique des « playlists », des exclusivités, des annonces publicitaires dans les médias subventionnés ?

Les associations professionnelles de journalistes ne pourraient-elles pas ouvrir des sections spécifiques au journalisme culturel ?

Ces questions partent d'un même principe : le journalisme musical ne sera pris au sérieux que lorsque le traitement de l'information culturelle disposera du même statut que celui de l'information politique ou économique.

Pour une conception de la culture non comme un loisir, mais comme la manifestation la plus probante de notre condition humaine.

Est posé dès le début le problème du statut du journaliste musical qui assume souvent son travail de manière bénévole, ce qui reflète l'état économique de la presse spécialisée.

Constat est fait que la presse tant spécialisée que généraliste consacre peu de place aux musiques dites innovantes, au profit de la politique commerciale et agressive des majors.

Les chroniqueurs semblent manquer de liberté au sein de leurs médias respectifs, notamment face au formatage des articles qui se fait à partir d'une idée souvent préconçue de l'attente du lecteur. On a l'impression qu'ils sont en but à une espèce de consigne de s'en tenir à des choses dont on juge que le lecteur est habilité à les comprendre et à les recevoir, ce qui pourrait sembler une attitude assez détestable.

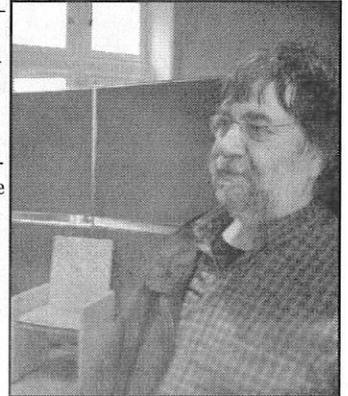
Mission pédagogique : on a pointé la mission pédagogique des médias, ce qu'elle devrait être, en direction du public, en soulignant que même une critique négative se devait d'être argumentée par une mise en perspective historique ; essayer de développer l'intention du musicien, la cohérence de son projet, les différentes facettes ; on regrette que les médias soient trop souvent strictement inféodés à l'actualité, sortie de disque ou concert.

Apparaît qu'est souhaité aussi un retour au débat interne au sein d'un même média qui puisse permettre éventuellement de multiplier les points de vue sur un même sujet, que ce soit sur un disque ou sur un musicien. Constat est fait, par ailleurs, du peu d'incidence des récompenses, choc, émoi, étoiles diverses sur la vente des disques. On constate qu'actuellement seules les clés de Télérama semblent conserver une légère influence, même si elles seraient, elles aussi, en diminution.

La radio apparaît comme un média plus à même d'élargir le public. Malheureusement les créneaux consacrés aux musiques actuelles restent peu nombreux et mal placés dans la grille.

Est exprimé le regret que le réseau des locales de Radio France ne joue plus son rôle de service public.

Enfin, apparaît que le complément d'un média sur un site internet pourrait constituer une solution pour rendre plus d'indépendance aux chroniqueurs.



Gérard Rouy



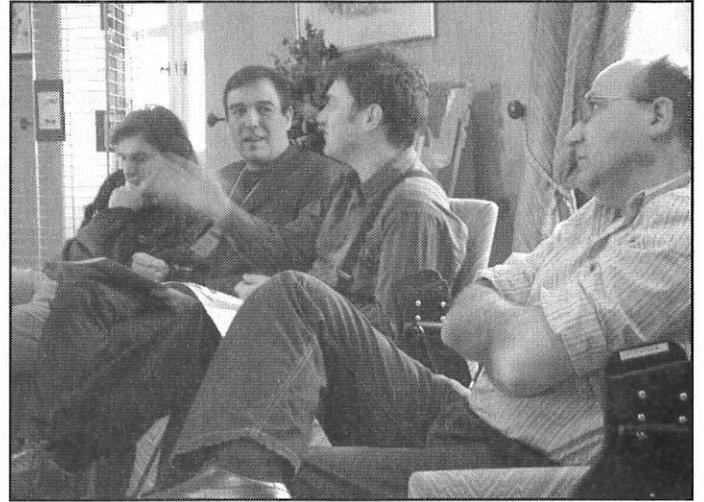
Jacques Denis, Xavier Prévost



Cécile Salle, Olivier Gasnier, Sébastien Boisseau, Pierre-Henri Ardonceau



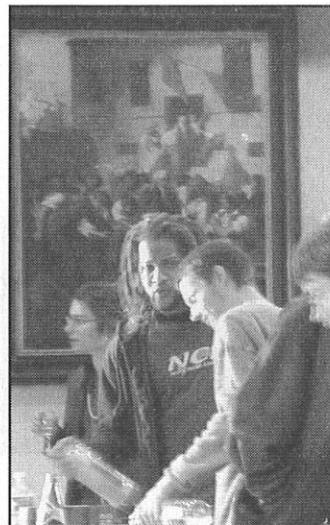
Colas Duflos, Bernard Morel



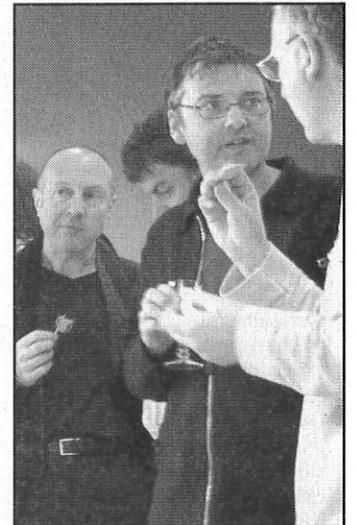
Didier Petit, Serge Adam, Jean Rochard, Xavier Felgeyrolles



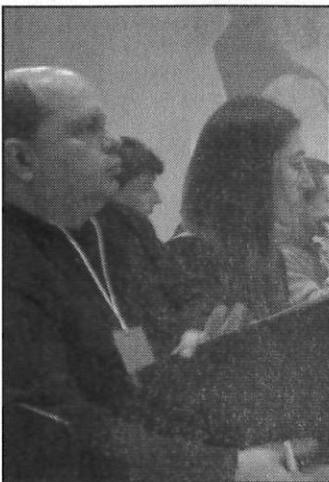
Thierry Mathias, Jean-Paul Ricard, Jean Rochard, Didier Petit, Serge Adam



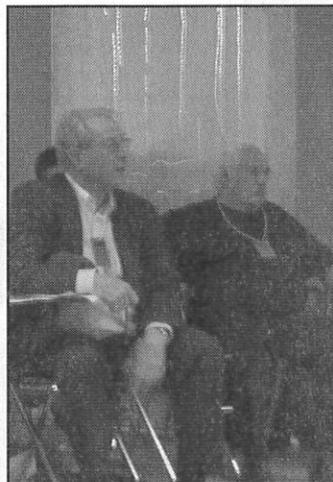
X. Gatinel, D'de Kabal, O. Gasnier, B. Meyer



A. Cayot, J. Rochard, S. Olivier, Y. Robert



Luc Bouquet, Géraldine Martin



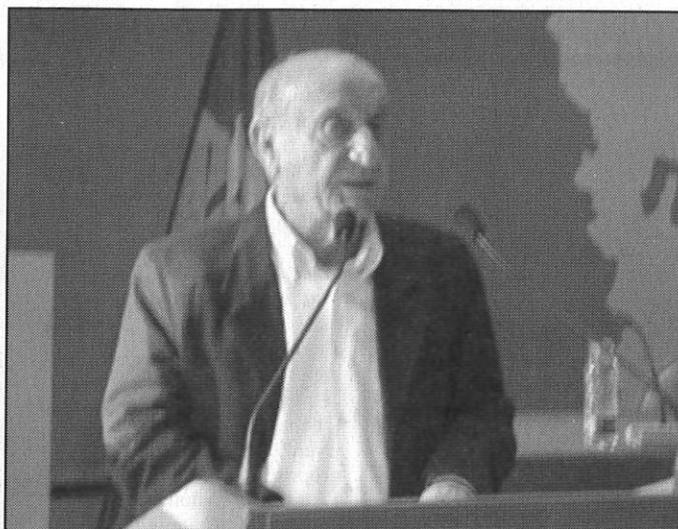
Bernard Bosson, Alain Rellay



Xavier Felgeyrolles, Thierry Mathias, Jean-Paul Ricard, Jean Rochard, Didier Petit, Serge Adam



Bernadette Meyer, Philippe Schoonbrood



Michel Tamisier

T'as vu les nouveaux lecteurs m3 incorporés aux téléphones portables ? Avec bientôt, d'un côté un lien direct avec la boutique Internet, et de l'autre une liaison sans fil vers ta chaîne hi-fi ? Il paraît que les nouveaux formats de compression sont à tomber par terre...

Euh, va falloir se relever, parce que c'est à nous de décider comment ça va bouger, on n'a pas le choix, on devra résister de façon constructive. Faire ses choix en se demandant comment se faire un max de fric a toujours été une vue à court terme. Ce n'est pas ainsi qu'on a commencé, ce n'est pas comme ça qu'on devrait terminer. A moins qu'on ait envie d'en finir. Mais ce genre de pensée morbide est incompatible avec les rêves d'un musicien.



Claudine Pellerin, Olivier Bernard



Petit Buffet entre amis

T'as raison, il faut qu'on continue à rêver. C'est la seule manière d'avancer. L'intégrité a toujours payé. Pas toujours génialement, mais au moins tu gardes le goût, le goût de faire. Sinon, tu perds tout puisque tu te perds toi-même. Le pire des risques est de n'en prendre aucun...

Le professionnalisme, c'est la mort de l'amour. On a commencé pour le plaisir, on a gagné notre vie avec, on s'est coincés tous seuls dans notre machin.

Vive les amateurs de métier, les dilettantes incontinents ! Le vrai problème, c'est la musique. Quelle musique faire aujourd'hui. C'est une question vachement plus grave que l'état du marché, non ?

C'est de plus en plus difficile de se remettre en question en vieillissant. On s'accroche à ses petites manies. Il ne faut jamais désarmer, ne pas s'agrir. C'est une sacrée chance de faire le métier qu'on a choisi. On n'a jamais l'impression de bosser, même si on se tue au travail. Sept jours sur sept, douze heures par jour.

Je comprends ce que signifie durer. C'est pour ça que les Allumés ont organisé ce forum, pour pouvoir continuer.

Pour rêver et donner à rêver.

C'était chouette de te parler. On pourrait peut-être se voir et essayer de jouer ensemble. J'ai la nostalgie des jam-sessions, des bœufs, des impros libres...

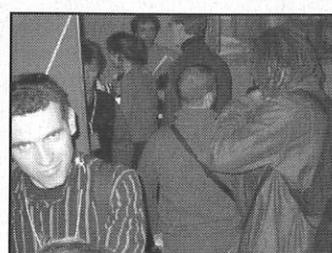
Ça ne tient qu'à toi...



Françoise Bastianelli, Anne Guiraud



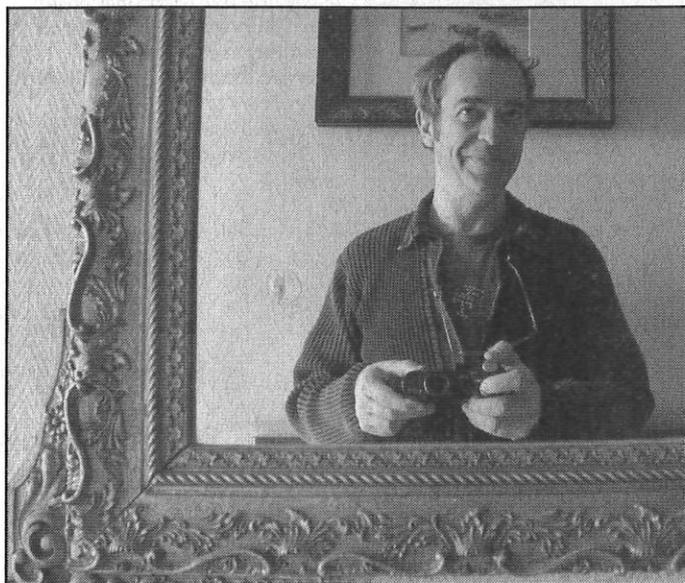
Stéphane Olivier, Yves Robert



Pierre-Henri Frattat

MAX LA MENACE

par Jean-Jacques Birgé



Jean-jacques Birgé, autoportrait

Allo, ça va ?

Pas facile cette année. J'ai tout juste mes heures pour pouvoir prétendre à toucher mes Assedic. Les taux ont baissé, on n'est indemnisé que huit mois au lieu de douze, mais c'est toujours mieux que rien. C'est la première fois depuis vingt ans que ça va si mal. Et toi ?

J'ai dû abandonner mon appartement et aller vivre dans une petite baraque que possèdent mes parents en Normandie. On bouffe des patates et des pâtes. La techno, ça paye encore moins que le jazz. Mais j'ai un disque qui va sortir sur un petit label.

Je croyais que tu étais tiré d'affaire depuis que tu avais signé avec ta major !

Sans promo, c'est du carnage. Je n'ai même pas d'exemplaires à vendre à la fin de mes concerts. Les directeurs artistiques tiennent quelques mois et sont virés. Il n'y a aucun suivi.

Je me suis toujours demandé comment faisaient les producteurs indépendants pour vivre de leur travail.

Ils n'en vivent pas. Certains sont au RMI, je crois qu'on dit RMA maintenant, mais je ne suis même pas certain qu'ils le touchent encore. D'autres avaient de l'argent familial qu'ils ont claqué, mais ils n'en ont plus, alors ils ont mis une sourdine, ou ils ont arrêté le label. Il y a la solution de trouver un distributeur qui accepte de

prendre les disques en licence...

C'est quoi, la licence ?

Ce n'est pas poétique, ça permet seulement de ne pas payer le respect. Le producteur paye, ou pas, les musiciens, il va jusqu'au mixage et au master. Après, c'est une autre boîte qui prend en charge les coûts de fabrication.

En tant que musicien, j'ai plutôt l'impression de subir les coups du sort.

En définitive, ceux qui s'en sortent le mieux sont les musiciens qui produisent eux-mêmes leurs disques. Ils ne comptent pas dessus pour vivre, mais ça les aide à vendre des gigs. Ce ne peut être qu'une activité périphérique. C'est pourtant important de faire des disques, ça reste quand on t'oublie. Tout ça, c'est du long terme. Tu dépenses avec les disques ce que tu gagnes ailleurs, mais ce qui est important c'est de durer, tu le sais bien, toi.

C'est vrai que, même lorsque tu fais une musique bizarre, les gens finissent par penser que si tu es toujours là, c'est qu'il doit bien y avoir quelque chose. Parfois j'aimerais mieux être qu'avoir été.

Il faut compter sur les revivals. Il n'y a plus que ça, les prods ne prennent plus aucun risque. Ça asphixie la création. Il ne s'est pas inventé grand chose depuis la techno et le hip hop.

Non, on fait juste des mélanges, des

cross-overs ! Un peu de sons électroniques dans le rock, du jazz dans la variété, on mondialise les musiques traditionnelles... Ils vont peut-être bientôt symphoniser tout ça, avec le prix que leur coûte un orchestre en Europe de l'Est !

Tu veux dire que les Polonais ne sont pas tous plombiers ?

T'es con, mais quand tu vois combien sont payés les musiciens à l'étranger, tu te dis qu'on a été plutôt épargnés. Les potes anglais vivent comme des clodos. On m'a proposé de jouer à New York, mais c'était pour 50 dollars et il fallait que je prenne au moins deux américains dans l'orchestre ! Parfois, t'es juste aux entrées, et les boîtes sont toutes petites. On comprend pourquoi les jazzmen sont venus jouer en Europe. Ici ils sont rois, chez eux ils sont obligés d'avoir un second métier.

Pas celui de producteur en tous cas ! Il faut vraiment être passionné pour y laisser sa chemise. Les musiciens râlent souvent contre eux, mais se font-ils du fric sur notre dos ? A-t-on jamais vu un producteur indépendant toucher le jackpot ? C'est vrai que j'en connais pas mal qui ne payent qu'avec des élastiques, ils ont des dettes, les huissiers, on leur fait des procès parce qu'ils n'ont pas payé les droits d'une photo pour une réédition en cd, mais les musiciens bouffent tout de même mieux, même si c'est de plus en plus dur. Un musicien, ça peut jouer tout le temps, ça peut siffler sous sa douche, hurler dans le noir... Mais un producteur, ça ne peut avoir que des interdictions bancaires. Ce qui est marrant, c'est que c'est aussi comme ça que tu reconnais les vrais pros ! Il y a beaucoup plus d'amateurisme dans ce métier que dans le nôtre.

Tu vas fort. Tu oublies les escrocs notoires.

Mais ça fait longtemps qu'ils ne produisent plus de nouveautés, non ? Je me demande si je ne préfère pas une fripouille à un mauvais. Ça fait moins de mal.

Bof, c'est comme pour les programmeurs et les journalistes, ils ne savent plus où ils en sont. Il y en a encore quelques uns qui cherchent. Ça se compte sur les doigts d'une seule main. Et puis, il sort tellement de disques chaque mois... Il y a aussi de plus en plus de musiciens. Les jeunes jouent de mieux

en mieux. Ils savent tout jouer, mais ils ont beaucoup plus de mal à trouver leur propre voie. L'été dernier dans Le Monde, René Urtréger (c'est le pianiste qui jouait sur Ascenseur sur l'échaffaud avec Miles, il a accompagné aussi pas mal de chanteurs de variétés) disait que les jeunes étaient redevenus très conformistes, qu'ils avaient peur des fausses notes. C'est marquant, il défendait le free comme ayant été un espace de liberté formidable...

Tu m'as dit un jour que la virtuosité était un frein à la création. Ça m'avait étonné, mais ça se tenait. Tu prétendais que les classes de jazz dans les conservatoires ne fabriquaient qu'un nouvel académisme.

Tu peux admirer le résultat. Qu'est-ce qu'on s'emmerde !

C'est vrai qu'entre les chanteuses de jazz bien blanches et le néo bop on n'est pas vernis. C'est sans tâche. Moi j'aime bien les trucs roots, que ce soit le blues ou les sons hardcore. J'ai écouté Madeleine Peyroux et Norah Jones, c'était à pleurer, mais pas des mêmes larmes qu'avec Bessie ou Billie !

Faute de grives, on mange des merles. Il ne faut pas tout confondre. Nombreux producteurs indépendants essaient de sortir de là. Sauf qu'ils ne vendent plus grand chose. Sorti des gros machins qui se paient les têtes de gondole à la Fnac, personne ne vend plus grand chose. Le revers de leur médaille, c'est que dans ces hypers on ne trouve vraiment plus rien à se mettre sous l'oreille.

Non, c'est plutôt sur l'oreiller. Ça m'endort. Et quitte à recevoir une médaille, j'en préférerais une en chocolat. Au moins, ça se mange.

Il va falloir inventer de nouvelles façons de vendre. De toute façon, tout va changer très vite. La dématérialisation des supports ne me semble pas un argument paranoïaque. Quel intérêt y a-t-il à acheter dans un magasin, où il n'y a pas de vendeur compétent, un disque à peine moins cher qu'ailleurs, et surtout où on te propose de commander ce que tu cherches parce qu'ils ont tout sur leur ordi mais rien en réserve ?

suite p. 23