

Mardi 29 octobre 2002

Jean-Michel Cornu: «Le tandem Pressplay-Musicnet ne doit pas se couper de toute la production hors majors.»

Expert en sociétés et technologies de l'information, Jean-Michel Cornu s'est fait connaître dans l'étude des stratégies qui relient les aspects techniques et les usages d'Internet. Directeur scientifique de la Fondation Internet Nouvelle Génération (FING), il a travaillé comme consultant international pour la Commission Européenne, British Telecom et IBM. Dernier ouvrage paru: "Internet - Tome 1 : Les technologies de demain", Les Cahiers de l'Internet, Fondation Internet Nouvelle Génération, 2002.

Par Nidam Abdi.

Grandlink Music News: Quel est votre point de vue sur le rapprochement entre Pressplay et Musicnet, à travers les accords de distribution croisés entre les différentes majors qui développent ces deux services ?

Jean-Michel Cornu: C'est peut-être la meilleure et la pire des choses. La meilleure des choses, si ce rapprochement permet de parvenir à un système unifié. Car il n'y a aucun intérêt à avoir plusieurs systèmes qui compliquent la vie des utilisateurs, au moment où le web touche un public de plus en plus large. Mais à condition que ce système unifié soit ouvert à d'autres systèmes plus alternatifs, de manière à ce qu'il ne soit pas uniquement un trust des majors. Il faut que ce soit un système qui permette de gérer des droits à la fois pour les majors, mais aussi pour d'autres acteurs de l'industrie musicale. Le pire serait que le tandem Musicnet-Pressplay se coupe de toute la production hors majors. La meilleure des choses qui puisse arriver aux majors est de parvenir à développer une interface unifiée. Cela voudrait dire qu'il pourrait y avoir plusieurs plates-formes utilisant les mêmes standards, et ce serait une très bonne chose.

GMN: Est-ce que cette initiative va contre-carrer la domination actuelle du peer-to-peer ?

J-M C: Je crois que le sens de l'histoire du net est cyclique. Au début, Internet a été conçu pour relier des machines entre elles, et toute l'intelligence du réseau résidait dans



Jean-Michel Cornu

de pouvoir s'adapter. Dans la profession, beaucoup n'ont pas compris qu'avec Internet, la valeur s'est dématérialisée. Les règles du jeu sont maintenant différentes, car une fois qu'on a créé une oeuvre artistique, multiplier par 1 000, 10 000 ou plus sa diffusion ne coûte pratiquement plus rien. C'est ainsi, que l'utilisateur devient de plus en plus important. Avant, les innovations (78 tours, microsillon, CD) se développaient à l'intérieur du métier. Aujourd'hui, c'est l'utilisateur qui innove et invente des nouveaux systèmes tel que le peer-to-peer.

GMN: En tant qu'observateur des technologies, quels sont d'après vous les nouveaux systèmes qui vont bouleverser le milieu musical ?

J-M C: Il y a une deuxième révolution qui se

ces machines. Ensuite, des intermédiaires se sont mis en place, comme les fournisseurs d'accès à Internet, les opérateurs de télécommunication, et l'intelligence s'est déplacée vers le milieu, des machines vers les infrastructures de ces intermédiaires. Avec le peer-to-peer, on transfère l'intelligence à la périphérie des réseaux. Les routeurs des opérateurs ne sont plus que des instruments techniques. Et à la périphérie, on

«Il n'y a aucun intérêt à avoir plusieurs systèmes qui compliquent la vie des utilisateurs, au moment où le Web touche un public de plus en plus large. Mais à condition que ce système unifié soit ouvert à d'autres systèmes plus alternatifs, de manière à ce qu'il ne soit pas uniquement un trust des majors.»

peut avoir aussi bien un particulier qui produit sa propre musique qu'une major comme Sony Music ou Vivendi Universal. Si on a une vision des choses qui favorise l'échange entre les artistes indépendants et leur public, comme dans le peer-to-peer, c'est qu'on va dans le sens de l'histoire. Mais je ne crois pas que les plates-formes développées aujourd'hui par les majors aillent dans ce sens.

GMN: Est-ce la seule solution aux problèmes actuels de l'industrie du disque ?

J-M C: Voyez-vous, dans le terme "industrie du disque", il y a deux erreurs cachées. La première, c'est de croire que la musique se résume à des bouts de plastique. Et la deuxième, que c'est une industrie. Pour produire du plastique, il faut une industrie. Mais pour gérer de l'information, il faut des systèmes où le service est plus important que l'aspect industriel. L'expression même, "industrie du disque", résume à elle seule tous les problèmes qu'elle rencontre.

GMN: La profession semble aussi buter sur les questions de planification ?

J-M C: Bien sûr... l'industrie était basée sur la planification, la prévisibilité et à partir de là, elle gérait la rareté des moyens de production et de la matière première. Aujourd'hui, sur les réseaux, dans le domaine de la musique, on a une abondance de création. Il va falloir apprendre à gérer l'abondance et là, nous sommes dans un système complètement imprévisible. Ainsi, le jour où l'industrie du

prépare, c'est celle de la diffusion de masse sur Internet. Le MP3 a permis d'aller chercher telle ou telle musique à la demande sur le réseau. Mais aujourd'hui, il existe un nouveau protocole, qui s'appelle IPv6, qui permet de toucher un grand nombre d'utilisateurs avec un seul flux. C'est ce qu'on appelle le "multicast". Et il y a une troisième évolution qui se prépare, celle des méta-données, avec l'arrivée du format MPEG7. Ce format permet le transport d'informations associées à la musique. Ces dernières deviennent plus importantes que la musique elle-même, dans la mesure où elles définissent le droit que l'on a ou non d'écouter cette musique.

GMN: Quelles sont selon vous, dans le domaine de la musique, les méthodes commerciales les plus efficaces sur Internet ?

J-M C: Pour arriver à faire du business sur Internet avec la musique, il faut impérativement avoir une vision centrée sur l'utilisateur. Les utilisateurs veulent de plus en plus être actifs dans l'écoute de la musique sur les réseaux. On remarque qu'ils cherchent de plus en plus à communiquer entre eux. A avoir une vision uniquement centrée sur la distribution de musique vers les consommateurs, sans prendre en compte l'échange entre les utilisateurs eux-mêmes, on se coupe complètement d'un grand nombre d'acheteurs potentiels.

GMN: Comment voyez-vous la relation entre les différentes professions concernées par la distribution de musique sur Internet ?

J-M C: On a affaire à quatre types d'acteurs qui ont du mal à se comprendre. Les gens de l'industrie du disque pensent dans les termes suivants: "j'ai quelque chose que je veux proposer au plus grand nombre", dans une logique de communication de un vers tous. La philosophie des opérateurs de télécommunication est de connecter les gens ensemble, dans une logique de communication de un vers un. Quant aux informaticiens, ils réfléchissent dans une logique de communication de tous vers tous. Enfin, la dernière corporation, celle des fabricants de produits électroniques grand public, veut faire converger plusieurs systèmes vers un seul, dans une logique de communication de tous vers un. Finalement, on a absolument besoin de tous ces acteurs, mais malheureusement, aujourd'hui, ils ne parlent pas le même langage et ne se comprennent pas encore.■

disque se transformera en une industrie de service, elle aura toutes les chances