

Spotify est (toujours) dans le rouge : stop ou encore ?

Les chiffres 2014 du leader mondial du streaming sont déficitaires. La question de la viabilité du modèle économique se pose. Les musiciens européens le remettent en cause.



Thom Yorke de Radiohead est un des plus fervents critiques de Spotify et de son modèle économique.

© D.R.

P

Preuve de l'ascendance du streaming dans l'industrie musicale, le leader mondial Spotify a, en 2014, engrangé 1,08 milliard d'euros, dépassant à la fois la barre symbolique du milliard d'euros et affichant une impressionnante progression de 44,5 % par rapport à 2013. Le problème, c'est que les pertes se sont envolées de façon similaire...

Face à ce milliard d'euros de rentrées, l'entreprise suédoise a flambé 1,25 milliard d'euros

(dont plus de 880 millions en droits d'auteur et d'exploitation et près de 365 millions de dépenses marketing, de développement...). Soit environ 160 millions de pertes en net (contre 60 en 2013). Se pose ainsi logiquement la question : alors que le streaming est annoncé comme l'avenir du disque, son business modèle est-il viable - non seulement pour les artistes et ayants droit, mais pour l'entreprise même ?

Pour Spotify, il n'y a pas péril en la demeure. Bien au contraire, le modèle fonctionne à merveille si on l'examine par le prisme du long terme. C'est ce qu'expliquent les directeurs Martin Lorentzon et Pär-Jorgen Pärson dans un rapport accompagnant ces chiffres : « Nous pensons générer des revenus substantiels au fur et à mesure que notre portée s'étend et ainsi améliorer nos marges. Nous allons donc continuer d'investir dans nos produits et dans les initiatives marketing pour atteindre le plus rapidement possible cette portée. »

C'est aussi peu ou prou ce que prédit la revue *Music Business Weekly* qui dégage trois pistes pour que Spotify engendre du profit, à savoir : payer moins de droits d'auteur, limiter les dépenses marketing et de développement et passer en modèle payant. En clair : trois tabous qui ne font pas partie des priorités de l'entreprise.

1 Payer moins de droits d'auteur et d'exploitation ou d'avances aux maisons de disques. Spotify reverse 70 % de ses revenus aux ayants droit, à hauteur de 0,005 euro le stream (en moyenne) (1). En 2014, l'entreprise a ainsi distribué 757,5 millions d'euros de droits d'auteur et d'exploitation, ce qui équivalait à... 81,5 % de ses reve-

nus. Qu'est-il advenu des 125 millions d'extras ? Selon MBW, ils ont été versés comme avances aux maisons de disques et il suffirait de diminuer cette part à 65 % pour rendre Spotify bénéficiaire.

Mais les artistes se sentent déjà à ce point lésés qu'il est improbable que Spotify choisisse cette voie. Récemment encore, Geoff Barrow, de Portishead, s'est plaint dans un tweet que 34 millions de streams n'ont généré que 1.700 livres (2.350 euros). Question : où va l'argent reversé ? Spotify étant assez transparent sur le sujet et pouvant difficilement redistribuer plus que 70 % de ses revenus, c'est vers les maisons de disques (principalement les trois majors détentrices des droits sur la grande majorité des catalogues) que les regards devraient logiquement se tourner.

2 Geler les dépenses marketing, de développement. Spotify a dépensé 364 millions d'euros dans le marketing, le développement, en consultation... Selon les estimations de MBW, si la croissance continue au même rythme soutenu et que la boîte gèle ces dépenses, en 2017, elle devrait avoir une marge bénéficiaire de 500 millions d'euros. En théorie...

Le marché du streaming est en telle ébullition qu'il est très peu probable que Spotify diminue ces dépenses marketing. La concurrence arrive à grandes enjambées. Le nouveau service de streaming d'Apple est attendu (normalement) pour juin et celui de Google avant la fin de l'année. Les questions au sujet d'une éventuelle concurrence déloyale de la part d'Apple ont déjà été posées aux cours de justice européenne et américaine. Bref, la guerre est lancée.

Et face de ce qui risque bien d'être une invasion Apple, Spotify s'apprête à tirer le premier. L'entreprise suédoise a en effet annoncé une conférence de presse le 20 mai, lors de laquelle elle devrait dévoiler la prochaine étape de son développement : l'apport de vidéos dans son offre streaming.

3 Devenir essentiellement payant. C'est le nerf de la guerre... La concurrence (Apple/Beats en tête), des artistes de premiers plan (Taylor Swift) et la première major, Universal, réclament cet abandon du modèle *freemium* (le double volet gratuit - financé par la publicité - et payant). Spotify rejette absolument cette idée, clamant haut et fort que le modèle uniquement payant n'a encore jamais fonctionné tandis que 25 % de ses clients *premium* y sont venus grâce à l'attrait de la gratuité.

Spotify a d'ailleurs un nouvel allié sur la question, et non des moindres : Stephen Cooper, patron de Warner, troisième major du disque qui a vu au premier semestre 2015 les revenus issus du streaming dépasser ceux des téléchargements. Son observation est simple. Pour lui, le streaming financé par la pub est préférable à la piraterie : « Il est aujourd'hui évident que lorsque la musique n'est pas disponible de manière générale, les gens vont la trouver sur des sites internet qui

vont l'offrir gratuitement, et ce sans modèle économique. Avant de brûler le modèle *freemium* sur le bûcher, on devrait sérieusement penser aux conséquences. »

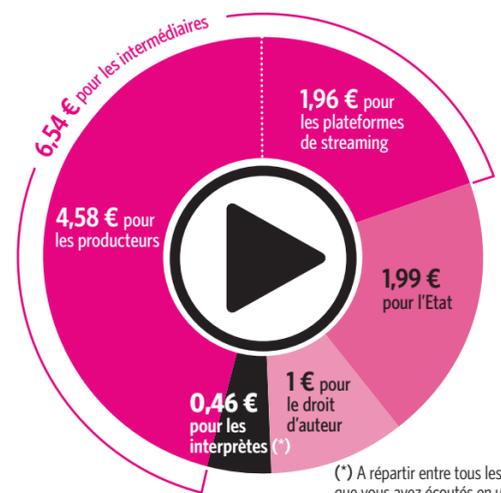
Reste qu'en 2014, 91 % des revenus de Spotify sont venus de ses clients payants, contre seulement 9 % de la pub. A savoir exactement le même ratio qu'en

2013. Une stagnation qui peut inquiéter alors que, sur la même durée, le service a vu le nombre de ses utilisateurs passer de 36 à 60 millions. De quoi faire pression sur Spotify pour, si pas abandonner complètement sa gratuité, du moins la limiter dans le temps. A suivre... ■

Didier Zacharie

Pour une souscription de service en streaming à 9,99 € par mois

LE SOIR - 16.05.15
Source : Adami



(*) A répartir entre tous les interprètes que vous avez écoutés en un mois.

Les artistes européens exigent un revenu juste

Un seul clic pour écouter une de mes chansons sur YouTube me rapporte 0,004 cent », s'insurge le chanteur Kent. Comme plusieurs autres musiciens et interprètes, il est venu au Parlement européen le 13 mai dernier pour interpeller les députés sur la rémunération des artistes via les sites de streaming musical Spotify, Deezer, Youtube pour ne citer que les plus connus. « Les producteurs ont conclu des accords avec les plateformes et nous n'avons aucun droit de regard sur les chiffres, ils sont obscurs. On demande une meilleure répartition et de la transparence. »

Pour avoir plus de poids, six organisations d'artistes de six pays différents se sont rassemblées sous le nom de l'International Artists Organisation en décembre 2014. La FAC (Featured Artists Coalition) au Royaume-Uni ; parmi ses membres on retient la chanteuse Sandie Shaw, le batteur des Pink Floyd Nick Mason et le guitariste de Radiohead, Ed O'Brien. L'association française de la GAM (Guilde des artistes de la musique) avec Axel Bauer, Kent, Dominique A, Miossec. S'ajoutent les organisations CO-ARTIS pour l'Espagne, Domus pour l'Allemagne et Gramart pour la Norvège.

En Belgique, le Facir (Fédération des auteurs-compositeurs et interprètes réunis) représente les musiciens francophones.

« Nous ne sommes pas contre le streaming, déclare Paul Pacifico, le président britannique de la nouvelle fédération. C'est une évolution de l'industrie musicale. Le problème, c'est que la répartition des valeurs n'est pas équitable. La législation européenne actuelle ne prend pas en

compte les changements. Nous demandons une révision de celle-ci pour que l'artiste-interprète soit protégé et reçoive les mêmes revenus via le streaming que via la radio. Entre les deux services, il y a une différence énorme. L'artiste voit son pourcentage de bénéfices réduit de 50 % pour une création diffusée en radio à un pourcentage d'environ 5 % lorsque celle-ci est diffusée sur une plateforme en ligne. Alors qu'aujourd'hui, les deux offrent quasiment les mêmes services. On consomme la musique sur son smartphone ou sur internet. »

La société française de gestion des droits des artistes-interprètes français Adami a calculé que sur un abonnement de 9,99 euros par mois à un service d'écoute en streaming, l'ensemble des interprètes écoutés ne touche que 0,46 euro à diviser entre eux (voir infographie). « Et c'est l'avenir de la musique, constate Kent. J'aimerais que tous les artistes prennent conscience que le monde qu'ils imaginent est terminé. Pourtant, beaucoup continuent de rêver parce qu'il y a encore des grandes stars qui réussissent. C'est une illusion ! »

Le pianiste anglais Julian Joseph avait aussi fait le déplacement à Bruxelles. « Quand est arrivé le streaming, j'avais quelques réticences à l'utiliser. Finalement, je ne peux pas m'en passer et je pense que c'est quelque chose de bien pour les artistes car cela renforce le lien avec leur public. Mais le système peut s'organiser autrement. »

L'IAO souhaite dans les prochains mois intégrer d'autres pays. La Croatie a prévu de rejoindre le mouvement cet été. ■

Flavie Gauthier



21570180

"Bercot réussit un film lumineux avec une histoire âpre"
LE SOIR

CATHERINE DENEUVE AVEC BENOIT PARADOT ROLAND MAGIMEL ANITA FORESTIER

LA TÊTE HAUTE

UN FILM DE EMMANUELLE BERCOU

NOSTALGIE SEPTEMBER FILM www.septemberfilm.be #septemberfilm LE SOIR

MAINTENANT EN SALLES