

Musique en ligne : la demande doit faire la loi...

Les plates-formes de téléchargement qui proposent des morceaux sans DRM, vendent plus de titres que les autres. Voilà donc une information qui devrait faire réfléchir les majors de l'industrie musicale qui rechignent encore à supprimer les verrous techniques ou Digital Right Management de leurs morceaux.

D'après les chiffres publiés par le magasin en ligne britannique : 7 Digital, la tendance « *non DRM* » est forte, et les internautes consomment quatre fois plus de morceaux non protégés que les morceaux bridés par les DRM.

« *Lorsqu'ils ont le choix, les utilisateurs vont naturellement préférer acheter un morceau dans un format non DRM* » explique le site Web.

Il s'agit également d'une bonne nouvelle pour le marché des albums puisque les morceaux sans DRM encouragent l'achat de l'album complet. Sur 7 Digital, 70 % des morceaux sans DRM achetés font parti d'un album et selon le patron du site « *ils encouragent à l'achat du CD complet, physique ou téléchargé.* »

En Grande-Bretagne, les ventes d'album physique ont décliné de **20%** cette année. D'après la plateforme, **78%** des pistes achetées sont en format MP3 sans DRM.

En ce qui concerne la qualité des morceaux, les consommateurs sont plus spécifiquement attirés par les morceaux MP3 dits de haute qualité, encodés en 320 Kbps. Le WMA et l'AAC d'iTunes ne connaissent qu'un succès moindre.

Le site britannique a misé sur les morceaux sans DRM. 60% de son catalogue est disponible sans les verrous techniques. D'ici l'été 2008, le site envisage de proposer l'ensemble de son offre sans DRM.

Les chiffres avancés par 7 Digital, montrent que les internautes connaissent parfaitement le marché de la musique en ligne.

Ils ne sont pas totalement perdus dans la jungle des différents formats et ils savent très bien que le format MP3 est le seul à être réellement interopérable. Le bon vieux MP3 marche sur les iPhone et sur tous les équipements mobiles.

L'industrie du disque doit comprendre que le format MP3 représente l'avenir. Pour relancer le marché de la musique, les industriels doivent impérativement comprendre que les utilisateurs du réseau souhaitent un format ouvert et des prix plus attractifs...

En France, la musique sans DRM fait son bonhomme de chemin notamment grâce à EMI qui a opté pour cette solution. Mais selon les spécialistes, la fin des DRM est une étape nécessaire mais pas suffisante pour dynamiser le marché de la musique en ligne.