

Piratage : les professionnels français veulent 'sortir le bâton'

Le message d'Hervé Rony, manager du SNEP, est très clair : si le chiffre d'affaires des ventes de disques en France baisse, c'est de la faute au piratage numérique et il faut »

sortir le bâton » ! Le SNEP, Syndicat National de l'Édition Phonographique, regroupe 48 membres issus de l'industrie française musicale et du disque. Pour Bertelsmann, Sony Music, Universal Music ou Warner Music, la cause est entendue : la baisse significative des ventes de musique en France enregistrée par le syndicat ? 2,1 milliards d'euros en 2003, en baisse de 14,6% – prend sa source directement dans la démocratisation d'Internet. **Adapter la législation** Pour faire face au piratage via internet, le SNEP veut pouvoir faire comme son homologue américain, la RIAA, et demande à pouvoir lancer des actions en justice, afin de réduire les téléchargements illégaux par la menace. Mais le système législatif français ne semble pas adapté à de telles actions, et le syndicat va devoir convaincre les politiques. Déjà, le ministre de la culture, Jean-Jacques Aillagon, leur est acquis. **L'arbre qui cache la forêt !** Si le phénomène du piratage en ligne est réel, l'industrie du disque va cependant un peu vite en besogne en lui associant tous les maux? Quand Hervé Rony veut favoriser le téléchargement payant en ligne, sur le modèle d'iTunes, il oublie de rappeler que ces services n'existent pas en Europe, ou tout du moins sont embryonnaires, et que ses adhérents avancent en ordre dispersé, voire pour certains à reculons. Mais surtout l'industrie ne prend pas en compte l'évolution des habitudes de consommation du marché. Tout d'abord l'affectation du pouvoir d'achat des plus jeunes – la part la plus importante des consommateurs ? se répartit de plus en plus sur des produits d'image ou de communication, téléphonie mobile ou fringues, comme l'a souligné Richard Branson, le patron de Virgin, et ce au détriment des ventes de disques. **Les médias en cause** Les médias sont aussi à pointer du doigt, car les ventes de disques établissent des records sur des produits médiatiques dont la qualité reste souvent douteuse (les star'ac, pop stars, etc.), ainsi que sur une sélection restreinte de titres, qui monopolisent le marché au détriment de la production musicale en général qui y perd de l'audience, et donc des parts de marché et du chiffre d'affaires? S'attaquer au piratage Internet est une cause juste, mais l'industrie du disque devrait cesser de se réfugier derrière cette seule démarche pour justifier de la chute des ventes qui cache peut-être un mal plus profond.