LA RÉVOLUTION a commencé le 6 février 2007. Événement inattendu, Steve Jobs, le patron d'Apple, a publié mardi soir, à la une du site Web du fabricant de l'iPod, un appel en faveur de la musique sans systèmes de protection (DRM), prenant ainsi à revers l'ensemble des majors de la mu-sique, fervents partisans de la sécurisation des fichiers musicaux. Un coup médiatique de haute volée de la part de l'inventeur du Macintosh, qui peut se prévaloir de faire la pluie et le beau temps sur la mu-sique en ligne, son magasin en ligne iTunes s'étant emparé de 80 % du marché.

Steve Jobs règle donc ses comptes avec l'industrie de la musique, en affichant son désaccord sur la question des protections anticopie. De quoi susciter la sympathie des internautes encore réticents à acheter une musique sous scellés numériques. Mieux, le fabricant américain fait d'une pierre deux coups. D'une part, il coupe l'herbe sous le pied de ceux qui hurlent contre le monopole d'Apple sur la musique, bâti, selon ses détracteurs, en faisant fi de la compatibilité d'iTunes avec les autres fabricants de baladeurs numériques. D'autre part, le PDG d'Apple explique en substance que les majors sont seules responsables de la mise en place des DRM. Une exigence de sécurité voulue par Universal Music, Sony BMG, EMI et Warner, pour lutter contre la piraterie, mais qui se révèle un échec, selon Steve Jobs. En effet, les échanges sur les réseaux pirates n'ont jamais réellement baissé, et les ventes de CD ont continué de dégringoler dramatiquement. En quatre ans, le marché de la musique enregistrée s'est réduit de 40 % dans le monde.

4 % du contenu des iPod acheté en ligne

L'argumentaire développé par Steve Jobs dans cette lettre ouverte semble frappé au coin du bon sens. Le PDG d'Apple estime que les majors de la musique appliquent une stratégie de protection de la musique incohérente. D'un côté, elles exigent des protections anticopie sur les fichiers vendus par Internet ; de l'autre, elles écoulent sur le marché de la musique phy-sique des disques compacts qui n'opposent aucune résistance lorsqu'il s'agit d'en extraire les chansons afin de les mettre à disposition sur les réseaux P2P d'échange gratuit. Les chiffres de 2006 sont éloquents : 2 milliards de chansons sont vendues sur le Net équipées de DRM, pour 20 milliards de titres commercialisés sur CD. De ce fait, remarque Steve Jobs, la musique achetée sur iTunes ne représente que 3 % du contenu effectif des iPod dans le monde. Le solde provenant du piratage et des CD.

En France, la Fnac, Virgin Megastore et les labels indépendants ont compris depuis l'année dernière que la santé du marché de la musique ne pouvait pas s'améliorer sans une certaine « libéralisation » des règles sur le Net. Ces deux enseignes ont décidé de vendre de la musique sans DRM pour s'assurer une compatibilité avec tous les baladeurs numériques du commerce. Actuellement, sur Fnacmusic et Virginmega, on peut acheter 200 000 morceaux au format MP3.

Quelle sera la réaction des majors ? Steve Jobs rappelle que trois des quatre plus grosses sont la propriété d'actionnaires européens. « Peut-être que ceux qui ne sont pas satisfaits par la situation actuelle devraient s'efforcer de convaincre les labels de vendre de la musique sans DRM », conclut-il.

Publié le 08 février 2007