

Mathieu TEIXEIRA

Diplôme Professionnel Son 2^{ème} Année
2008-2009

L'HISTOIRE TECHNIQUE ET ECONOMIQUE DE L'INDUSTRIE MUSICALE



SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCTION | 3 |
| I/ ÉPOQUE DES PIONNIERS, LES PREMICES | 5 |
| 1) Les premières recherches | 5 |
| 2) Les débuts de l'industrie | 9 |
| II/ ÉPOQUE DE TROUBLES, LES GUERRES | 13 |
| 1) 14-18, l'essor américain | 13 |
| 2) L'entre-2-guerres, crise de 29 | 14 |
| 3) 39-45, la suprématie américaine | 16 |
| III/ ÉPOQUE DE PROSPERITE, L'AGE D'OR DU VINYLE | 18 |
| 1) L'incroyable croissance de l'industrie | 18 |
| 2) Les petits labels | 20 |
| 3) Le Baby-boom et la croissance économique | 20 |
| 4) L'invention du Son | 22 |
| IV/ ÉPOQUE DU NUMERIQUE, LES BOULEVERSEMENTS | 23 |
| 1) Le succès du CD | 23 |
| 2) Internet arrive | 25 |
| 3) La crise du marché | 25 |
| CONCLUSION | 28 |
| SOURCES, BIBLIOGRAPHIE | 30 |

INTRODUCTION

Aujourd'hui, la musique est omniprésente dans nos vies. Elle nous accompagne partout et on ne la remarque même plus tellement elle est encrée dans nos mœurs (ascenseurs, restaurants, salles d'attentes, hall de bâtiments publics, etc...).

Et grâce aux récents MP3, on peut écouter ce qu'on veut, où on veut et quand on veut.

Mais il y a un peu plus d'un siècle, on ne savait même pas enregistrer le son. Et l'idée même de faire de la musique un produit de consommation courant était impensable.

En effet, toutes les recherches scientifiques effectuées au XIXe siècle sur l'enregistrement sonore n'était pas du tout destinées à un quelconque usage musical; le seul et unique but était de trouver un moyen de capter la voix aussi vite que l'on parle.

On voulait enregistrer la voix pour la conserver, pour se doter d'un véritable patrimoine.

Mais alors comment la musique est-elle devenue le média de masse que nous connaissons aujourd'hui ?

C'est grâce à son industrie qui l'a portée à ce niveau.

L'histoire de la musique, c'est une évolution d'innovations technologiques mais c'est aussi et surtout des industriels qui ont cru en sa valeur commerciale et un public prêt à la consommer.

Au début du XXème siècle, à peine sortie de ses couches, l'industrie musicale prospère déjà au niveau international.

Cette rapide ascension est due à 3 principaux facteurs.

Le premier est le nouveau modèle économique de l'époque : le capitalisme. Il va toucher tous les secteurs industriels bien sur, qui explosent d'ailleurs grâce aux révolutions industriels du XIXème siècle. Puis il s'étend aux biens culturels et en fait progressivement des produits de consommation de masse. Cela sera le cas de la musique bien sur.

Le second facteur est social. Suite aux révolutions industriels du XIXème siècle et au capitalisme récemment instauré, les pays s'urbanisent et la vie des classes populaires s'améliorent, elles s'enrichissent. C'est la naissance des classe ouvrière et moyenne. Cet enrichissement leur permettront de consommer des produits culturels tels que la musique enregistrée.

Le troisième facteur est d'ordre culturel car il concerne l'évolution du mode vie de la population des pays industrialisés. Les nouvelles classes ouvrières et moyennes vues précédemment acquièrent du temps libre pour la première fois : vacances et semaines de



travail plus courte. Et donc avec ce temps libre vient le loisir qui se traduit par un besoin de nouvelles pratiques culturelles. La musique enregistrée sera une de ces nouvelles activités culturelles.

Mais pour que cette industrie musicale apparaisse, il a fallu des chercheurs qui travaillent sur la captation sonore. Puis, il a fallu que ces recherches aboutissent suffisamment pour obtenir une bonne restitution de la musique. Et enfin, il a fallu que cette musique ait un bon potentiel commercial, ce qui n'était pas gagné sur ce point.



I/ ÉPOQUE DES PIONNIERS, LES PREMICES

Quand on pense aux débuts de l'enregistrement sonore, on pense tout de suite au phonographe d'Edison.

Mais en réalité, ils commencent beaucoup plus tôt, depuis le début du XIXème siècle en fait. Tout un ensemble de recherches avait déjà été amorcé sur la phonographie, c'est-à-dire le moyen de capter la voix aussi vite que l'on parle.

Phonographie qui vient du grec phono (la voix) et graphe, graphie du grec graphein (l'écriture). Autrement dit, «écrire la voix», capter, enregistrer la voix.

A l'époque de ces recherches, la phonographie avait plusieurs sens :

- il s'agissait d'un système d'écriture simplifié qui permet d'écrire aussi vite que l'on parle.
- c'était une méthode d'apprentissage des langues étrangères.
- ou enfin c'était toutes les tentatives pour conserver la parole sans écrire manuellement. Le phonographe est une solution, tout comme la machine à écrire.

I.1) Les premières recherches

Le 1er appareil capable d'enregistrer le son est le phonautographe, inventé en 1857 par le français Léon Scott de Martinville. Cet appareil grave sur un cylindre enduit de noir de fumée, les vibrations sonores captées par une membrane vibrante placée au bout d'un tube acoustique grâce à un stilet. Mais il ne peut pas restituer les courbes ainsi dessinées sur le cylindre.

En 2008, des chercheurs américains ont réussi à restituer le son d'un des enregistrements de Martinville.

Le phonautographe



Le premier appareil vraiment abouti est le phonographe de Thomas Edison inventé en 1877. Son fonctionnement est similaire au phonographe. Les vibrations sonores captées grâce à un diaphragme sont encore transmises à un stylet mais celui-ci les grave sur un cylindre en faisant des rainures. Pour la lecture, c'est le phénomène inverse : le stylet lit les rainures du cylindre et excite la membrane.



Le Phonographe

Tout le monde, aujourd'hui, sait qu'Edison a inventé le phonographe mais c'est un peu plus compliqué.

Avril 1877, le français Charles Cros dépose un pli à l'académie des sciences décrivant son nouveau projet sur la reproduction sonore : le paléophone. Il est encore question d'une membrane reliée à un stylet qui grave le son capté. Mais il n'obtient pas de financements pour le réaliser.

Edison est publié dans une revue scientifique en aout 1877, dans laquelle il dévoile son nouveau projet. Aucun appareil n'a encore été construit à cette date. Cros apprend les ambitions d'Edison et essaie d'obtenir un brevet. Mais Edison concrétise rapidement son projet en décembre et le protège avec des brevets.

Cros, trop lent, tentera, malgré tout, tout pour faire reconnaître son antériorité mais sans espoir face au bouclier indestructible qu'est le brevet. Il se s'en remettra jamais et après avoir sombré dans l'alcool, il meurt en 1888.

Edison n'en reste pas là et continue à améliorer son phonographe. Il le présente au public européen pour la première fois à l'exposition internationale d'électricité de Paris en 1881 (Ainsi que son autre grande invention : l'ampoule à incandescence).

Mais le phonographe connaît son véritable premier grand succès aux expositions universelle de Paris de 1889 et 1900 où il est l'une des attractions majeures.

Mais il n'y a pas qu'Edison qui cherche à perfectionner le phonographe.

D'autres scientifiques s'y consacrent, comme l'écossais Graham Bell qui grâce à son téléphone, créé en 1876, obtient des subventions et modernise son laboratoire. Avec son cousin Chichester A. Bell et l'américain Tainter, il fabrique une nouvelle version du phonographe d'Edison en 1885, appelé graphophone.



Le graphophone

Seul changement notable, le cylindre recouvert d'une feuille d'étain est remplacé un cylindre en cire.

Mais le scientifique qui bouleverse le phonographe, personnage un peu oubliée face à Edison, est l'allemand Berliner avec son gramophone (1887).

Le gramophone

En effet, c'est lui qui apporte la plus importante modification : le cylindre est remplacé par le disque plat.

Il met au point également le procédé de la galvanoplastie, qui va permettre la reproduction industrielle du disque (grâce à l'électrolyse, on dépose une couche d'un métal sur une surface métallique ou pas).

Jusqu'à la fin du XIXème siècle, cylindre et disque sont en concurrence mais le disque s'impose comme standard mondiale même si le cylindre vivra encore quelque décennies.

Cros, Edison et Bell avaient tous pour but la reproduction de la parole.

Bell dirigeait une école de rééducation pour sourds-muets et voulait l'utiliser dans ce but



tandis que Edison destinait son phonographe à un usage plus administratif, un peu comme un dictaphone.

En effet, en 1878, il publie un article dans la *North American Review* dans lequel il énumère les possibles emplois du phonographe :

- écriture des lettres sans utilisation d'un sténographe
- livres sonores pour aveugle
- enseignement de l'élocution
- musique

Et Edison avait vu juste puisque les premiers phonographe (d'Edison ou de Bell, le graphophone étant par la suite également appelé phonographe, tout comme le

gramophone) commercialisés servent à dicter des messages.

A cette époque, les entreprises américaines du secteur tertiaire (banque, assurance, ...) sont en plein croissance et connaissent une révolution organisationnelle avec l'utilisation de nouveaux appareils tel que le téléphone, la machine à écrire et le dictaphone.

En Europe, le phonographe sert tout d'abord à la conservation du patrimoine oral, à enregistrer les discours des grands hommes politiques.

Plus généralement entre 1840 et 1940, on observe un développement mondiale d'archives phonographiques scientifiques et patrimoniales.

Dans de nombreux pays, des institutions sont créées pour garder ces archives.

Ce phénomène montre la volonté des hommes à vouloir graver dans le cylindre ou le disque, la parole humaine à jamais.

Même si ces vocations patrimoniales restent non négligeables, il s'avère que ce n'est pas très rentable commercialement; pareil en ce qui concerne le marché administratif.

Donc les industriels du phonographe se tournent rapidement vers une autre application possible : la musique; dès la fin des années 1880 en fait, avec l'idée de placer des cylindres dans des machines payantes.

Ces premiers « Juke-Box » remportent un grand succès très rapidement et vont inciter les sociétés à commercialiser des cylindres musicaux dès 1889.

Pour faire leur promotion, des séances d'écoute public sont organisées et des machines sont placées dans des lieux publics (gares, bâtiments publics, ...).

Le phonographe devient alors lentement mais sûrement un objet de loisir musical à la scène d'abord puis à la maison.

En effet, les premiers bénéficiaires sont les café-concert, les foires, fêtes foraines et le music-hall, divertissement en plein essor dans les années 1880 aux États-Unis et Europe.

Il est aussi utilisé pour sonoriser les premiers films.

Cette dualité est symbolisée par la société Pathé, créée ans les années 1890, par les 2 frères, Charles qui s'occupe du cinéma et Émile du phonographe. La société mène ses 2 activités de front jusqu'en 1919 où 2 sociétés distinctes seront créées.

I.2) Les débuts de l'industrie

C'est donc au cours des années 1890 que le phonographe démarre sa carrière de loisir musical, surtout grâce à Edison qui met au point une version domestique du phonographe en 1896 et ainsi ouvre une voie royale à l'industrie.

Dès l'apparition du phonographe, des compagnies destinées à son exploitation commerciale ont vu le jour. Elles travaillent sur 2 tableaux :

- la production des appareils de lecture
- la production des supports (cylindres/disques)

Dès 1878, Edison fonde sa compagnie *Speaking Phonograph Company*, mais rapidement il délaisse le phonographe, occupé par l'établissement des réseaux électrique de plusieurs grandes villes.

Mais les concurrents aussi s'y mettent.

En 1886, les cousins Bell et Tainter créent l'*American Graphophone Company* qui devient en 1888 la *Columbia Phonograph Company*.

Berliner commence à commercialiser ses premiers disques en Allemagne l'année suivante puis fonde en 1895 aux États-Unis la *Berliner Gramophone Company* avec ses associés. Rapidement, ils créent des filiales en France, Angleterre et Allemagne.

Constatant l'avancée des concurrents et le potentiel commercial du phonographe, Edison revient dans la course en 1888 en améliorant encore l'appareil. Il crée la *North American Phonograph Company*.

En 1896, il commercialise une version domestique du phonographe.

L'industrie est lancée et commence alors une redoutable concurrence entre ces sociétés ainsi que la course aux innovations techniques qui ne cessera pas jusqu'à nos jours.

En Europe, le processus est un peu plus lent. Il démarre en 1893-1895.

En France, des compagnies visant à exploiter le phonographe émergent également.

En 1895, l'horloger Lioret crée sa société pour vendre son Lioretograph.

En 1897, les frères Pathé créent la *Compagnie Générale des Cinématographes, Phonographes et Pellicules*. Ils vendent les phonographes d'Edison puis inventent et vendent les leurs.

A partir de 1900, Pathé domine le marché français.

Lioret se retire en 1905 en raison de couts trop élevés.

Le paysage français ne bougera plus jusqu'à la crise économique de 29.

Entre 1895 et 1910, les ventes démarrent vraiment : il existe vraiment un public pour le phonographe.

Aux États-Unis, en 1900, il y a environ 500 000 appareils et en 1910, 2,5 millions.



Les ventes décollent grâce à la mise au point du moulage des cylindres qui permet la production en série des cylindres. Avant cela, les artistes devaient jouer autant de fois que le nombre de cylindres à produire !

Désormais, la production de masse peut commencer.

Les disques n'ont pas eu ce problème, Berliner ayant dès le début mis au point le procédé de galvanoplastie.

Au début du XXème siècle, Cylindre et Disque cohabitent :

- Le cylindre sur phonographe, produit par Columbia, Pathé et Edison.
- Le disque sur gramophone, produit par Columbia (elle joue sur les 2 tableaux), Gramophone et Victor (créée en 1901 à cause de différends entre Berliner et ses associés).

Le disque plat (78 tours) étant plus maniable, mieux reproductible et de meilleure qualité sonore s'impose comme standard mondial dans les années 1910, et le restera jusqu'à l'apparition du microsillon 33 tours en 1948.

Columbia abandonne le cylindre en 1910; Pathé, elle, prend le disque en 1906 mais garde le cylindre, jouant sur les 2 plans mais pas vraiment bien, c'est ce qui la conduira à sa perte.

Après une lutte féroce dans les années 1890, 5 grandes compagnies dominent le marché mondiale au début du XXème siècle :

- 3 Américaines : Edison, Columbia et Victor
- 1 française : Pathé
- 1 Germano-britannique : Gramophone

En 1899, environ 15 000 cylindres sont vendus par jour dans les principaux pays : États-Unis, Russie, Allemagne, Angleterre et France. Soit 5-6 millions par an. L'exploitation et les ventes s'accroissent encore au cours de la décennie suivante.

Avant la première guerre mondiale, on estime à 50 millions le nombre de cylindres et disques vendus.

Les grandes firmes créent leurs filiales dans beaucoup de pays d'Europe ainsi qu'en Russie et au Canada, puis dans les pays émergents notamment dans les pays asiatiques (Chine, Singapour et Japon). Les colonies aussi en sont la cible et deviennent des points d'appui importants. L'exploitation des musiques locales commence. Le catalogue des sociétés s'élargit pour viser un public plus large.

Tout ça constitue le début de la mondialisation de l'industrie discographique.



A la veille de la première guerre mondiale, l'industrie du disque est bien engagée. La fonction musicale du phonographe est établie, l'industrie possède déjà un standard technique (Disque 78t) et le marché mondiale commence à émerger.

Bref tous ces éléments montrent que la musique enregistrée n'est pas un effet de mode qui va disparaître, mais au contraire qu'elle va devenir une part importante de la culture musical mondiale.

II/ ÉPOQUE DE TROUBLES, LES GUERRES

II.1) 14-18, l'essor américain

La première guerre mondiale commence et va bien sur avoir de lourdes répercussions sur l'industrie musicale.

Tout d'abord parce que l'industrie de guerre réquisitionne des usines appartenant à des sociétés comme Pathé en France et Victor aux États-Unis pour la production militaire. Et ensuite parce que la musique va servir la propagande, puisqu'elle est le deuxième média de masse derrière la presse (La radio se développe après la fin de la guerre).

La hiérarchie mondiale de l'industrie s'en trouve modifiée.

En effet, les sociétés européennes voient leur croissance chutée, alors que celle des américaines explose.

Aux États-Unis, des dizaines de nouvelles compagnies sont créées et le marché multiplie sa valeur par 5 de 1914 à 1919.

A la fin de la guerre, 200 entreprises produisent 2 millions de phonographes par an contre 500 000 en 1914, et en 1920, 100 millions de disques sont vendus.

Comment expliquer cette incroyable croissance ?

Premièrement par le succès des chansons de propagande mais c'est surtout grâce à l'arrivée d'une véritable musique nationale américaine.

Avant la guerre, les sociétés américaines dépendaient beaucoup du catalogue européen. Mais avec l'arrêt des échanges économiques avec l'Europe due à la guerre, les compagnies américaines ont du se débrouiller seules et elles réussissent parfaitement; elles se tournent vers les artistes locaux et ainsi se créent leur propre répertoire. Cette nouvelle identité musicale acquise va leur assurer la prospérité.

Leur objectif est que chaque foyer américain possède un phonographe. Elles se lancent alors, dès 1915, dans une production effrénée.

Toujours dans le but d'étendre son public et ainsi ses profits, elles s'intéressent aux minorités ethniques qui constituent une grande part de la population et donc un gros marché.

C'est ainsi que les premiers enregistrements de ragtimes et de jazz sont réalisés et un peu plus tard, de blues. C'est un succès immédiat.

Les grosses compagnies achètent des plus petits labels spécialisés dans la musique noire, s'appropriant ainsi leur répertoire et artistes et donc leur public.

Après la guerre, elles exportent le jazz en Europe.
L'industrie américaine est alors plus puissante que jamais.

A l'inverse, cette période sonne la fin de Pathé.
D'abord à cause de la mobilisation de ses usines mais aussi parce que forte de sa domination sur le marché, elle ne s'est pas montrée réceptive aux mutations de l'industrie.

Elle s'est accrochée à des solutions techniques obsolètes :

- elle continue la production de cylindres
- elle utilise le système de gravure verticale des disques qui nécessite un appareil de lecture à saphir (alors que la gravure horizontale adopté par tous les autres concurrents utilise une aiguille). Le public de Pathé est donc « prisonnier », dépendant des produits Pathé.

Pathé perd ses filiales aux États-Unis et en Russie. Elle s'en trouve grandement fragilisée et tombera 10 ans plus tard.

II.2) L'entre-2-guerres, crise de 29

Dans les années 1920, la compétition entre les sociétés repars de plus belle.
Les innovations techniques sont toujours au centre de cette course et une avancée majeure apparaît : l'enregistrement électrique !

Désormais, le son n'est plus directement gravé par le capteur sur lequel le son agit mécaniquement, mais il passe par un micro qui transforme le son en impulsions électriques et les transmet au capteur qui grave.

La première compagnie à l'acquérir est Victor en 1925, qui espère relancer les ventes un peu en baisse.

Les autres concurrents suivent peu à près, convaincus par l'incroyable qualité sonore que l'électricité procure.

En France, Columbia commercialise les premiers disques «enregistrés électriquement», ce qui va lui assurer le monopole du marché hexagonale.

Ingénieurs et auditeurs sont unanimes : l'enregistrement électrique est une véritable révolution. La qualité sonore est incroyable.

La structure des studios s'en trouvent profondément complexifiée. L'enregistrement devient une opération très technique qui nécessite désormais un ingénieur du son.

Les artistes savent désormais que pour réussir leur carrière, le passage dans un studio est obligatoire.

L'enregistrement électrique ouvre de nouvelles perspectives à la création musicale.
Il bouleverse tous les métiers de la musique.

La période de l'entre-deux-guerres confirme l'ascension de l'industrie américaine amorcée pendant la 1^{ère} guerre.

À la veille de la crise de 29, 150 millions de disques sont vendus aux États-Unis; alors qu'en Europe, on atteint 30 millions pour l'Allemagne et 10 pour la France.

Mais les ventes ne concernent pas que l'Amérique du Nord et l'Europe de l'ouest.
Le Japon devient aussi un marché important, car à partir de 1916, de nombreuses sociétés ont vu le jour.

L'Amérique du Sud aussi est concernée, notamment le Brésil et l'Argentine.

En Grande-Bretagne, en Allemagne et aux États-Unis, le disque est très répandue chez la classe moyenne et chez les ouvriers. Tandis qu'en France, il est présent chez la petite et moyenne bourgeoisie, très peu chez les ouvriers.

Victor domine le marché grâce à son avance prise sur l'enregistrement électrique.
Edison, lui, se retire du marché en 29. Il n'a jamais adopté le format du disque, certain de la supériorité du cylindre, et a été le dernier à passer en électrique (1927). De plus, il n'a jamais eu d'approche artistique et de catalogue imposant.
Ses phonographes ne servent plus qu'à être dictaphone.

Pathé, elle aussi succombe, écrasé par la domination américaine en France et affaiblie par ses choix techniques (cylindres et disque «à saphir»). En 1928, elle passe sous le contrôle de Columbia.

La crise économique arrive alors et le marché s'effondre.

Pour leur survie, les majors anglo-saxonnes fusionnent :

- le groupe radiophonique RCA contrôle Victor.
- Les sociétés anglaises Gramophone-His Master's Voice et Columbia fusionnent en 1931 pour créer EMI (Electric Musical Industries)

Toutes ces manœuvres constituent le début de l'ère des conglomérats multimédia.
Dans les années 30, dans ces conglomérats, c'est la radio qui rapporte de l'argent.
Si l'industrie du disque survit c'est grâce à la radio. Les dirigeants des compagnies américaines le savent et commencent à travailler en partenariat au lieu de se concurrencer.

Pathé perd peu à peu toute son autonomie, avec son absorption par EMI.



Les ventes de disques sont en chute libre, environ 2-3 millions par an. La production est réduite de 90 %.

De la crise, émergent 3 grands rescapés :

- EMI (qui dominera le marché européen jusqu'aux années 70)
- RCA-Victor
- Columbia

Mais de nouvelles compagnies apparaissent. Notamment, l'anglaise Decca qui se paie une 2ème place derrière EMI.

L'industrie du disque se porte plutôt bien dans les pays émergents.

Étant naissante durant la crise, elle n'a pas été touchée et la difficulté des Majors, permet aux sociétés locales de croître, même si elles prennent vraiment leur essor dans les années 50-60.

A noter également que c'est à cette période et grâce à l'évolution de la qualité sonore donnée par l'enregistrement électrique, qu'apparaît le discophile !

Les mélomanes méprisaient le son du phonographe qui dénaturaient la musique.

Revue spécialisées, disquaires et clubs d'écoute voient alors le jour !

II.3) 39-45, la suprématie américaine

À peine pas remis de la précédente guerre et de la crise, les sociétés voient arriver une 2ème guerre et une mobilisation économique et idéologique encore plus intense.

En Allemagne, comme toutes les autres entreprises, celles de la musique sont aussi contrôlées par les nazis, afin bien sûr de servir la propagande.

La principale compagnie allemande, la Deutsche Grammophon perd ses patrons et artistes juifs, contraints de fuir.

En 1941, après la déclaration de guerre, elle est intégrée par Siemens (constructeur électrique) dans le but de conquérir le marché de la future Europe Nazie.

En France, l'industrie subit de plein fouet l'occupation. Les artistes juifs furent également et leur musique sont retirées des répertoires.

Mais le rythme de production est maintenu pour divertir la population et lui donner l'illusion que tout va bien.

Aux États-Unis, le gouvernement interdit l'importation de la gomme-laque «shellac» (utilisé pour fabriquer les disques) pour les usages non-militaires, et la mobilisation a vidé les orchestres. Le juke-box fait son come-back.



Les usines sont bien sur réquisitionnées et la propagande revient. L'armée devient productrice pour garder le moral des troupes au beau fixe (les fameux V-Discs, V pour Victory). Elle va même jusqu'à créer son label, pour lequel les stars enregistrent gratuitement. Elle diffuse ensuite sa musique via son groupe de radio.

Cette période très dure pour le disque (les 2 guerres mondiales et la crise) n'a pas remis en cause l'existence du phonographe mais à au contraire véritablement encré la musique enregistrée dans le paysage culturel mondiale.

De plus, grâce à la crise, les majors ont du recentré leur marché sur leur territoire et ont donc permit l'essor de l'industrie dans les pays émergents.



III/ ÉPOQUE DE PROSPERITE, L'AGE D'OR DU VINYLE

III.1) L'incroyable croissance de l'industrie

Après la guerre de 39-45 et jusqu'à l'entrée dans l'ère numérique (CD en 1982), l'industrie du disque connaît une période de croissance sans précédent. Elle entre ainsi dans l'industrie mondiale de masse.

Cette prospérité est due principalement à 3 facteurs :

- un nouveau support arrive : le microsillon plus connu sous le nom de vinyle, offrant un son incroyable et moins cher à produire.
- La croissance démographique des pays riches, et donc un grand public potentiel
- et de nouvelles stratégies commerciales basées sur la coopération entre médias (Radio-Tv-Disque)

Après la guerre, la situation de l'industrie varie selon les pays.

Aux États-unis, elle se présente plus que bien.

Bien sûr, en Europe, c'est l'inverse, l'industrie allemande a été balayée par la guerre.

En France, la capacité de production est intacte ou presque.

En Angleterre, EMI a été épargnée mais elle a perdu ses marchés européens.

À la fin de la guerre, une nouvelle avancée technique arrive : le microsillon ou vinyle 33t.

Outre son énorme gain en qualité sonore (réduction des bruits de surface grâce au nouveau matériau vinyle), son principal avantage face à son aïeul est la durée : 20 minutes par face alors que le 78t ne dépassait pas 4 minutes !

C'est une grande avancée pour la musique classique et le jazz.

La première compagnie à développer et commercialiser le vinyle 33t est CBS en 1948.

RCA-Victor aussi développe le sien mais c'est un 45t ! Il offre une qualité sonore bien supérieure au 33t mais sa durée équivaut à celle du 78t (4 minutes).

Mais constatant la supériorité commerciale du 33t, RCA-Victor adopte le format un an après. Cependant son travail sur le 45t n'aura pas servi à rien car il sera le support des «singles» (les 33t des albums).

Rapidement le reste des concurrents adopte le 33t et il devient le nouveau standard mondial et le restera jusqu'à l'arrivée du CD en 1982.

Au cours des années 50 et 60, l'industrie connaît une croissance de 10 à 20% par an.

Cette forte croissance est due aux nouvelles qualités du standard : durée d'écoute prolongée et qualité sonore accrue; mais aussi à la très bonne situation économique qui

fait du vinyle un produit de consommation courante.

Aux États-unis, la production passe de 250 millions en 1946 à 600 millions en 1973.

Ailleurs, on observe le même phénomène mais à une échelle plus modeste :

- Au Royaume-Uni, 60 millions à 177 millions.
- En Allemagne, 40 millions à 110 millions.
- En France, 18 millions à 100 millions.
- Au Japon, 40 millions à 150 millions en 10 ans.
- Dans les pays communistes, notamment URSS 130 millions à 190 millions entre 1964 et 1973.
- Dans les pays émergents, le Mexique double sa production de 1968 à 1973 et le Brésil la triple.

En 1975, le marché mondial représente 1,5 milliards de vinyles vendus. Il est dominé, à cette époque, par :

- l'anglais EMI
- les américains RCA-Victor, CBS (Columbia Broadcasting System) et Warner Bros
- le néerlandais Philips

Warner Bros et Philips sont nouveaux dans le marché.

Warner est un des plus gros studios de cinéma d'Hollywood. En 1958, il lance sa filiale dans le disque : Warner Bros Records qui prend une place importante dans les années 60.

Quant à Philips, il était connu pour fabriquer des radios avant la guerre, puis en 1945 il commercialise ses tournes-disques. En 1950, il crée sa compagnie discographique. Il rachète l'usine de Siemens et le catalogue de Polydor en France pour s'implanter en Europe. Et elle investie le marché américain en s'associant à CBS.

En 1962, elle s'associe à Siemens pour bénéficier de son catalogue prestigieux de musique classique, puis en 1972 elles fusionnent et donnent PolyGram.

Les compagnies Américaines et Européennes ont des accords pour distribuer leur catalogue sur le continent de l'autre.

Mais à partir du milieu des années 50, les américaines changent de stratégies en créant leur filiales en Europe, où la musique américaine a beaucoup de succès.

Les européennes, elles, rachètent des sociétés aux États-unis.

Mais il n'y a pas que les majors qui se partagent le marché. Aux États-unis, de moyennes compagnies vont gagner en succès et grignoter les parts de marché des majors américaines en enregistrant la musique noire la plus populaire : rythm & blues et soul et funk. Trois compagnies se distinguent des autres : Motown, Staw et Atlantic. Elles vont produire des artistes tels que Aretha Franklin, Ray Charles, Stevie Wonder et Marvin Gaye.

Dans les années 60, la musique pop connaît un succès immédiat, qui va profiter aux 2



grandes compagnies anglaises : EMI et Decca.

En 1962, EMI engage les Beatles et Decca qui les avait refusé, réagit et signe les Rolling Stones un an plus tard.

En 1970, les Stones partent et fondent leur label, ce qui provoquera une crise chez Decca.

Dans leur sillage, des dizaines d'autres groupes vont être signés dans les années 70 et ainsi graver leur nom dans l'histoire de la musique pop anglaise, comme les Who et les Pink Floyd.

III.2) Les petits labels

L'essor économique des années 50 permet à des petits labels de voir le jour. Ils sont des centaines, généralement spécialisés dans un type de musique précis.

C'est le cas en France d'Eddie Barclay qui crée la Blue Star après la fin de la guerre et qui devient Barclay en 1957. Son catalogue se résumait uniquement au jazz, mais grâce à son succès, elle produit de la variété et se paie une belle part du marché français.

Ces petits labels assurent la promotion de nouveaux styles musicaux et développent ainsi la diversité musicale.

III.3) Le Baby-boom et la croissance économique

L'énorme croissance économique et démographique sont les principales sources du succès du disque.

Après la reconstruction des pays touchés par la guerre, l'économie démarre son envol et les pays industrialisés entrent dans « la société de consommation ».

Pour l'industrie discographique, cela signifie l'augmentation d'appareils dans les foyers : radios et tourne-disques.

Alors qu'aux États-unis ces appareils sont courant dans les ménages, en Europe c'est l'inverse, bien sur à cause de la guerre. Mais les ventes explosent très rapidement.

C'est chez les jeunes (15-20 ans) que l'objet est le plus populaire. La musique devient alors capital dans leur culture, et l'est encore de nos jours. Ce sont eux qui vont donner au disque son succès planétaire. Comment ?

Non seulement, ils représentent une grosse part du marché mais ils disposent d'un avantage que n'avaient pas leurs parents : l'argent de poche.

La jeunesse est à l'origine du succès du rock'n'roll aux États-unis dans les années 50, de la musique pop anglaise des années 60 et de tous les grands festivals.

L'implantation de la musique dans les foyers va encore être accentué grâce à l'arrivée d'un nouvel appareil : le magnétophone.

Développé en 1936 par les allemands, il eu un rôle important durant la guerre. 89 Les américains le récupèrent et l'étudie, donnant ainsi un coup de fouet aux recherches déjà entreprises sur la bande magnétique. En 1948, le premier magnétophone est commercialisé aux États-unis par la société Ampex. D'abord utilisé par les professionnels de la radio et du cinéma, il s'exporte dans les foyers peu après. Outre sa bonne qualité sonore et son long temps d'écoute, on gros avantage est de permettre l'enregistrement des disques.

Mais les ventes décollent littéralement en 1963, grâce à Philips qui met au point la cassette compacte : 300 millions d'unités vendues dans le monde dont 200 aux États-unis.

Après la fin de la guerre, la coopération entre les médias (radio et disque) s'amplifie, surtout grâce à l'apparition de la Tv dans les années 60.

Cette stratégie commerciale va permettre à des artistes de connaître de véritables succès et d'en faire les premières stars. Elvis Presley en est le parfait exemple, tout comme les Beatles en Angleterre qui voient leur popularité monter en flèche suite à leur passage dans une émission de Tv.

En Europe aussi, on assiste au même phénomène mais moins spectaculaire.

Dans les années 60, les programmes musicaux apparaissent sur la radio. Ils visent surtout les jeunes puisque 72% d'entre eux écoutent la radio tous les jours.

Rapidement, la Tv s'y met aussi et devient un élément capital dans la promotion des disques.

III.) L'invention du Son

Dans les années 1960, la perfection des techniques d'enregistrement liée à des instruments eux aussi de plus en plus complexes (orgues, guitares, basses et effets) ouvrent de nouvelles voies artistiques aux artistes et rendent l'enregistrement d'un album difficile, long et cher.

Les labels essayent de se doter d'une identité sonore propre en ayant leur propre arrangeurs, musiciens et techniques d'enregistrement. Dans le but d'acquérir cette identité, le producteur devient de plus en plus important. Il devient un personnage central dans l'industrie du disque où plus rien n'est laissé au hasard. Les labels sont de véritables machines de guerre qui investissent d'énormes sommes d'argent. La structure du studio devient comme on la connaît aujourd'hui.

Le producteur Georges Martin illustre le mieux ce changement. Il est considéré comme le 5ème Beatles, et ce n'est pas exagéré puisqu'il est pour beaucoup sur le son du groupe. Lui et ses ingénieurs du son (Geoff Emerick et Ken Townsend) multiplient les trouvailles techniques : recherche de placement des micros, réglages des fréquences et utilisation de chambre d'écho. L'histoire des innovations techniques d'enregistrement est liée à celle de la création musicale.

A la fin des années 70, l'industrie discographique est à son apogée. Même si le gros du marché est aux États-Unis, en Europe et au Japon, le disque se vend partout dans le monde et tous les styles musicaux y sont représentés.

IV/ ÉPOQUE DU NUMERIQUE, LES BOULEVERSEMENTS

Après une époque de stabilité de (de 1945 à 1982, stabilité grâce à une croissance interrompue et au succès d'un seul support : le microsillon), l'industrie du disque va connaître une période de bouleversements qui durera jusqu'à nos jours :

- l'entrée dans le monde numérique avec le CD en 1982.
- l'incorporation encore plus prononcée des compagnies discographiques dans des conglomérats multimédias
- et enfin internet qui bouleverse totalement l'industrie et la met en péril.

IV.1) Le succès du CD

En 1978, l'industrie est à son apogée avec 2 milliards de disques vendus à travers le monde. Mais les ventes stagnent et régressent au cours des 3 années suivantes.

Ce phénomène masque le fait que c'est au cours de cette période que l'industrie connaît ses plus gros succès; comme Thriller de Michael Jackson en 1982.

Le néerlandais Philips et le japonais Sony développent le CD conjointement. Sony était juste dans la production d'appareils d'écoute (Vanat) mais il entre véritablement dans le domaine discographique avec le CD. Puis, il rachète CBS.

Le CD est commercialisé en 1982 au Japon, puis dans le reste du monde en 1983. Il arrive pile au bon moment pour relancer le marché qui était alors en baisse depuis 1979. Il propose les mêmes arguments que le vinyle à sa sortie : une durée de vie accrue et une meilleure qualité sonore.

Sony et Philips dévoilent les caractéristiques techniques du CD aux autres compagnies et très rapidement il devient le nouveau standard international.

Les ventes repartent, stimulées par les vedettes des années 80 et par la réédition des vinyles. en 1987 elles sont au même niveau qu'en 1978.

Le CD fait partie d'un processus de numérisation qui englobent tous les secteurs multimédias : l'audio, l'image, l'écrit, ...
C'est grâce au développement de l'informatique (démarrée dans les années 70) que c'est opéré cette révolution. L'informatique est une solution au problème de stockage de toujours plus d'informations sur des supports de plus en plus petits.

Le processus des conglomérats multimédia continue et s'amplifie même.

Sony achète CBS en 1988 et BMG s'offre RCA-Victor en 1986.

A la fin des années 80, Il y a 5 grands groupes qui possèdent les $\frac{3}{4}$ du marché :

- Sony Music Entertainment
- BMG
- EMI
- Polygram
- Warner-Elektra-Atlantic

Le dernier quart appartient aux nombreux labels indépendants.

Les maisons de disques sont de moins en moins autonomes au sein de ces énormes sociétés dont la musique est juste une activité parmi d'autres. Exemple, Sony fait du cinéma, des jeux-vidéos et toute sorte de matériels électroniques.

BMG appartient à Bertelsmann qui fait aussi dans la presse, la Tv et le livre.

L'association des labels avec la Tv continue jusque dans les années 90.

Pendant les années 90 et les vents du CD ne font qu'augmenter :

- 3,2 milliard d'albums vendus en 94
- 3,6 en 1998

A la fin des années 90, Universal fait son entrer dans le « G5 ». Il résulte de la fusion entre Philips et MCA Music Entertainment Group.

Mais il ne faut pas oublier les nombreux petits labels qui continue d'apparaître depuis les années 70.

Ils deviennent indispensables dans l'industrie pour la découverte de nouveaux talents.

Les majors ne prennent plus de risques artistiques; ils misent tous sur leurs principales vedettes et investissent des sommes énormes sur eux.

Les fusions et intégrations entre compagnies continuent jusqu'au début du XXIème siècle :
En 2004, Sony et BMG donnent : Sony BMG.

Le G5 devient alors le G4 :

- Universal Music Group
- Sony BMG
- EMI
- Warner Music Group



IV.2) Internet arrive

Toutes ces nouvelles fusions ont pour but de lier la production discographique et le nouveau média qui monte : internet.

Les majors comptent utiliser le net pour diffuser leur catalogue mais l'équipement des foyers est plus lent que prévu. Leurs recettes chutent sévèrement.

Elles renoncent à se servir d'internet pour diffuser leur musique en téléchargement, mais l'utilisent juste pour faire de la publicité.

C'est une grosse erreur : le Peer-to-peer (P2P) arrive et les prend de cour.

Le P2P consiste à pouvoir télécharger le contenu qu'un autre internaute accepte de partager sur son ordinateur. Cette nouvelle pratique est possible grâce au nouveau format de compression audio-numérique : le MP3.

Il fut créé en 1992 dans le cadre de recherches sur la radio numérique. Mais il devient un nouveau standard international officialisé par norme ISO en 1995.

A cet époque (1995), l'écoute de la musique sur les ordinateurs n'en est qu'à ses débuts; mais ça s'accélère rapidement grâce à l'évolution de l'informatique et l'apparition des premiers logiciels de lecture audio.

Très vite, le P2P compte environ 350 millions d'utilisateurs.

Les bénéfices de l'industrie baisse dès 2001 puis s'accélère en 2002 avec l'augmentation des foyers ayant internet.

IV.3) La crise du marché

On parle alors de crise du disque. Cette crise est mondiale et touche les majors comme les indépendants.

Entre 2002 et 2007, le chiffre d'affaires de l'industrie chute de 50% !

Les gros groupes envisagent de céder leur filière musicale devenu des poids financier.

Cet épisode nous rappelle l'extrême fragilité de l'industrie du disque qui est très dépendante des innovations techniques qui peuvent du jour au lendemain remettre en cause le secteur.

En l'espace de cinq ans, une industrie florissante et aux profits colossaux se retrouve au bord du gouffre et doit repenser l'ensemble du modèle économique sur lequel elle est bâtie depuis la fin de la seconde guerre mondiale.

Cette crise concerne le support actuel, le CD, puisque l'informatique et ses disques durs d'une capacité gigantesque rendent les disques obsolètes; mais également le système de distribution : le téléchargement de musique sur internet les distributeurs de musique et en particulier les disquaires.

Cette crise est due à la dématérialisation du support :
Pourquoi s'encombrer de centaines de disques alors que l'on possède un disque dur de plusieurs centaines de Go dont la maniabilité est infiniment meilleur.
Et pourquoi aller dans un magasin alors que l'on peut tout avoir sans bouger de chez soi.

Les compagnies discographique réagissent en plusieurs temps face à cette crise.

Elle demande d'abord aux fournisseurs d'accès à internet d'interdire aux internautes d'utiliser les logiciels de partage (P2P). Mais ils refusent.

Puis elles s'en prennent aux concepteurs de ces logiciels et aux internautes en leur faisant des procès. La loi est en effet de leurs cotés avec la propriété intellectuelle des œuvres.

Pour essayer de limiter les téléchargements illégaux, elles commencent à proposer leur musique en téléchargement payant.
Apple réalise un bon coup en signant des accords avec les majors pour également permettre le téléchargement payant.
La firme à la pomme devient le leader sur les téléchargements payants grâce à son portail de téléchargement, à son logiciel d'écoute Itunes et à son Ipod.

Pendant ce temps là, les ventes de CD continuent de chuter, rendant évident sa fin proche.

Mais internet n'en a pas fini avec les majors. Le « streaming arrive ».
Les sites de streaming permettent aux internautes d'écouter en ligne la musique, sans la télécharger. Néanmoins, ces sites sont payants.

Ils posent de nouveaux problèmes juridiques concernant les droits d'auteur et compositeur.

En 2007, les négociations entre Deezer et la Sacem sont très difficiles.

La situation se complexifie davantage avec les sites participatifs comme Myspace et youtube.



Mais après une réaction de crainte, les majors y voient un avantage et veulent s'en servir pour faire de la publicité et pour tester les nouveaux produits auprès du public.

Sony BMG et Warner signent avec Youtube en 2007 un accord pour diffuser leurs contenus et être payer quand ils sont regardés.

Les fournisseurs d'accès à internet se mettent eux aussi à signer des accords pour permettre à leurs usagers de disposer gratuitement de catalogue.
Neuf Cégétel signe avec Universal; Free avec Deezer.

Dans cette situation confuse, les compagnies discographique ont profondément évolué depuis le début des années 2000.

Non seulement, Elles ont établi dans la difficulté et la tension, un dialogue avec des nouveaux acteurs du secteur de la musique (fournisseur d'accès, sites streaming et autres) mais elles ont également développer de nouvelles activités qui témoignent du bouleversement introduit par Internet dans leur économie.

Tout est à repenser :

- Le support actuel, le CD
- Les magasins de disques
- Les politiques commerciales
- La promotion
- La découverte des artistes

Quelque soit le futur de l'industrie musicale, il se fera avec internet. On ne peut pas lutter contre ce nouveau média «rouleau-compresseur».

La nouvelle grande implication des fournisseurs d'accès à internet dans le domaine de la musique fait que l'avenir de l'industrie musicale n'est plus aux seules mains des majors à présent.

L'industrie musicale est à un moment charnière de son histoire.

CONCLUSION

Cette rapide étude de l'industrie musicale nous permet de voir facilement le chemin parcouru, les ruptures et les permanences, ainsi que les éternels problèmes qui reviennent tout le temps sous des formes différentes.

L'industrie a connu 2 principales évolutions.

La première est le changement et l'apparition de nouveaux métiers. La manière de créer la musique (les techniques d'enregistrement en somme) est une évolution permanente qui a commencé dès le tout début et qui ne finira jamais. Ces innovations techniques ont profondément changé les métiers du son et en ont créés des nouveaux. L'histoire de ces métiers est intimement liée à celle du studio et des supports audio d'enregistrement. Les musiciens sont sans doute ceux qui ont le plus changé puisqu'ils étaient là dès le début. Les inventions technologiques ont complexifié le fonctionnement du studio et alors l'ingénieur du son est apparu. Le développement de plus en plus coûteux et complexe des albums a fait émerger le directeur artistique et le producteur. Voilà les plus importants mais il y a aussi ceux qui ont travaillé à la conception des machines et ceux à la distribution de la musique.

La deuxième évolution est l'incroyable diversité musicale. La mondialisation du disque a permis aux musiques locales des pays émergents et des colonies de se faire connaître du population «occidentale». De plus, l'enregistrement en studio a été un super laboratoire d'essai pour la musique ce qui a conduit à un véritable métissage des genres musicaux. L'industrie a amplifié la diversification du paysage musical au cours de XXème siècle.

Mais il y a aussi des permanences que la vue sur le long terme rend évidentes et qui permet de relativiser les récents bouleversements. On peut en retenir 3.

Premièrement, il s'agit de la mondialisation du marché du disque. On peut penser que cette mondialisation est plutôt récente mais non, comme nous l'avons vu, dès le début du XXème siècle, juste avant la première guerre mondiale, le marché est international. Après avoir lancé le marché sur leur territoire, les majors américaines et européennes ont rapidement créé des filiales dans les pays émergents et dans les colonies. Elles ont produit la musique locale pour viser ce nouveau public bien sur. Autrement dit, le marché du disque s'est presque immédiatement tourné vers le monde.

Deuxièmement, cela concerne le caractère polyvalent et multimédia de l'industrie. Dès le début de leur création, les industries étaient polyvalentes puisqu'elles produisaient la musique, les supports audio et les appareils de lecture. Elles étaient

également multimédia, comme Pathé qui faisait aussi du cinéma. Suite à la crise économique de 1929, l'industrie s'est retrouvée extrêmement fragilisée et c'est grâce à la radio qu'elle a survécu. Les compagnies discographiques ont fusionné avec des compagnies radiophoniques (RCA-Victor). L'ère des conglomérats multimédia commence alors. L'apparition successive de nouveaux médias (Radio, Tv, internet) va complexifier ces conglomérats dans lesquels le disque, d'abord partenaire unique, deviendra un élément parmi d'autres et pas forcément le plus important.

Troisièmement, les supports techniques audio. Vous allez me dire, les supports techniques ont tout le temps changé au cours de l'histoire, mais je veux parler de la redondance de ces changements. L'industrie discographique en a connu : du cylindre au disque fin du XIX^{ème} siècle, le vinyle en 1948 et le CD en 1982. Le problème d'internet n'est donc pas nouveau. C'est une ré-actualisation du même combat que les sociétés discographiques ont connu. À chacune de ces évolutions majeures, les problèmes ont été presque identiques et chaque fois, ils ont été résolus assez rapidement par l'adoption dans l'ensemble du monde du disque par un standard unique.

On peut s'interroger sur la vitesse à laquelle ces mutations sont intervenues au cours de l'histoire de l'industrie. La rapidité avec laquelle Internet s'est imposé comme support majeur de l'activité musicale peut paraître étonnante (tout s'est joué en 1998 et 2004) mais elle ne l'est pas. Toutes les nouveautés successives se sont implantées en quelques années également. Néanmoins, l'ancien standard ne disparaît pas complètement. Aujourd'hui les vinyles (33, 45 et 78 tours) connaissent un nouvel élan de popularité. C'est le goût pour l'ancien, la collection et son son qualifié de « plus chaud » que le CD.

Mais il est vrai qu'Internet est plus qu'un nouveau support. Il empiète sur le terrain de la distribution (magasins de disques, disquaires). C'est un nouveau défi bien plus important que l'industrie musicale doit relever.

Depuis le début du XIX^{ème} siècle, elle est entrée dans une nouvelle phase de son histoire. L'ère du disque est maintenant close, le CD a déjà cédé sa place au nouvel arrivant : Internet.

SOURCES, BIBLIOGRAPHIE

**Du phonographe au MP3 , XIXème-XXIème siècles
une histoire de la musique enregistrée**
par Ludovic Tournès, paru en 2008 aux éditions Autrement

L'histoire du disque et de l'enregistrement sonore
par Daniel Lesueur, paru en 2006 aux éditions Alternatives