

Le disque en Wallonie et à Bruxelles

Le monde de l'édition phonographique fait l'objet, depuis une quinzaine d'années, de recherches spécialisées de la part de sociologues, d'économistes ou de chercheurs en communication (1). Une des premières de ces recherches systématiques a été menée par un sociologue liégeois, Michel De Coster, qui, sous le titre *Le disque, art ou affaire?*, met en évidence les aspects contradictoires de l'idéologie des éditeurs de musique classique et la polarisation de ceux-ci en deux types aux logiques opposées: les industriels et les artisans. Les recherches ultérieures se sont plutôt orientées vers les analyses de stratégies des firmes multinationales, sur base de données financières, commerciales et culturelles, en vue de rendre compte de leur approche et de leur pénétration des marchés nationaux, ainsi que de leur adaptation aux nouvelles technologies de diffusion de la musique.

Il est difficile, en effet, d'esquiver l'analyse du rôle joué par un oligopole de cinq firmes (C.B.S., PolyGram, E.M.I., W.E.A. et R.C.A.) qui se partagent entre 75 à 80 % du marché mondial.

La puissance de ces firmes est d'autant plus remarquable qu'elle s'inscrit dans ce qu'il est convenu d'appeler des stratégies multimédias de groupes de communication. Cette insertion dans des conglomérats aux champs d'activités variés est loin d'être fortuite, à l'époque où se diversifient les modes de diffusion de la musique (reproduction sur cassette, cinéma musical, télévisions musicales transmises par câble et

(1) On trouvera une bibliographie détaillée de ces recherches dans notre ouvrage, *Stratégies de la Musique*, à paraître, en février 1986, aux Editions Pierre Mardaga, Liège.

Tableau I. Partage du marché mondial du disque (1980)

C.B.S. (Groupe C.B.S.-Etats-Unis)
 PolyGram (Philips-Siemens - P.B.-R.F.A.)
 E.M.I. (Groupe Thorn-E.M.I. - G.B.)
 W.E.A. (Groupe Warner - Etats-Unis)
 R.C.A. (Groupe R.C.A. - Etats-Unis)

Source: IFPI.

satellite, vidéo musicale, disque compact). La maîtrise des technologies de support double la maîtrise de la production de programmes. E.M.I. a des intérêts dans l'électronique militaire et médicale, notamment dans les réseaux câblés, les antennes de réception de signaux transmis par satellite et la programmation de chaînes de télévision transmissibles par satellite (Premiere, Music Box, Children Channel); Warner Communications est une firme leader sur les marchés de la vidéo, du matériel de la télévision à péage (M.T.V., VH-1); R.C.A. détient l'essentiel des intérêts dans l'électronique grand public et la télévision (NBC). PolyGram était, jusqu'il y a peu, une filiale commune des géants de l'électronique Siemens et Philips. Datant du début des années 80, la concentration de l'industrie phonographique n'est cependant pas totalement rigide: ainsi, le groupe Warner — quasi absent de la musique au début des années 60 — s'est imposé comme un des plus grands par son seul investissement dans la musique rock. La concentration tend cependant à s'accroître: seule l'opposition de la Federal Communication Commission (F.C.C.), chargée, aux Etats-Unis, de faire respecter la législation anti-monopole en matière de communication, a empêché, en 1984, la fusion de PolyGram et de Warner Communications. En France, un accord de coopération a été conclu entre la division disques de R.C.A. et Ariola, troisième firme européenne de disques et filiale du groupe allemand Bertelsmann, premier groupe européen de communication par le chiffre d'affaires. De même que pour l'industrie cinématographique, l'enjeu de la domination, pour les firmes phonographiques, est la coordination de l'action sur les marchés nord-américain et européen. La baisse générale des ventes sur le marché mondial, perceptible depuis 1979, les pertes provoquées par la piraterie, particulièrement sur les marchés du Tiers-Monde, le copiage privé, l'augmentation des coûts de promotion en raison de la démultiplication des radios sur la bande F.M. et surtout le phénomène du «clip» nécessitent, de plus en plus, des économies d'échelle, donc la globalisation des marchés. Les artistes ayant — tels les Beatles, Gees, Michaël Jackson ou Julio Iglesias — un potentiel de vente mondial sont cependant rares et une approche tenant compte de la spécificité des grands marchés nationaux est devenue indispensable.

Sur les marchés nationaux, les multinationales recourent à deux types de filiales: les «filiales-relais» et les «filiales-ateliers». Les premières sont établies dans chacun des principaux marchés nationaux. Les secondes comptent chacune plus de 40 filiales de ce type. Elles ont pour but: adapter aux goûts nationaux les phonogrammes, par exemple par l'impression de pochettes «français»; promouvoir et produire un certain nombre d'artistes locaux. Le tableau II donne une idée de l'importance du rôle de ces filiales dans les ventes de E.M.I., C.B.S. et PolyGram sur les marchés nationaux.

Tableau II. Répartition du répertoire national en pourcentage de ventes occupées par les firmes multinationales en 1979 et 1980

	E.M.I. (*)	C.B.S. (**)	PolyGram (***)
1979	25 %	17,3 %	15 %
1980	12 %	1 %	7 %
1979	27 %	24,1 %	24 %
1980	51 %	17,4 %	51 %
1979	41 %	13,2 %	39 %
1980	66 %	n.c.	57 %
1979	48 %	—	49 %
1980	33 %	4 %	23 %
1979	17 %	21 %	13 %
1980	n.c.	n.c.	22 %
1979	44 %	22,2 %	37 %
1980	34 %	23 %	25 %
1979	12 %	—	7 %
1980	67 %	37,2 %	38 %

(*) année 1979 (**) année 1979 (***) année 1980.

Source: IFPI.

Les «filiales-relais», les «filiales-ateliers» n'assurent que la partie finale du cycle de production (enregistrement, pressage, stockage), avant de réexporter une partie importante de la production vers les autres filiales du groupe. Cette situation est, par exemple, particulièrement marquée dans le tableau III, en ce qui concerne les Pays-Bas, dont les ventes de disques sont particulièrement marquées.

Pour approcher les marchés nationaux, les multinationales recourent à deux types de filiales: les «filiales-relais» et les «filiales-ateliers». Les «filiales-relais» sont établies dans chacun des principaux marchés (E.M.I., C.B.S. et PolyGram comptent chacune plus de 40 filiales de ce type) et le rôle est double: adapter aux goûts nationaux les phonogrammes importés (par exemple par l'impression de pochettes «françaises», «allemandes», etc.) et produire un certain nombre d'artistes locaux pour le marché local. Le tableau II donne une idée de l'importance du répertoire national dans les ventes de E.M.I., C.B.S. et PolyGram sur le marché européen.

Tableau II. Importance du répertoire national en pourcentage de la part du marché occupée par les firmes multinationales en Europe.

	E.M.I. (*)	C.B.S. (**)	PolyGram (***)
Autriche	25 %	17,3 %	15 %
Belgique	10 %	1 %	7 %
Danemark	27 %	24,1 %	24 %
France	51 %	17,4 %	51 %
R.F.A.	41 %	13,2 %	39 %
Grèce	66 %	n.c.	57 %
Italie	48 %	—	49 %
Pays-Bas	33 %	4 %	23 %
Norvège	17 %	21 %	13 %
Portugal	n.c.	n.c.	22 %
Espagne	44 %	22,2 %	37 %
Suède	34 %	23 %	25 %
Suisse	12 %	—	7 %
Royaume-Uni	67 %	37,2 %	38 %

* années 1982-83 (**) année 1979 (***) année 1980.

Source: G. Davies (IFPI).

À la différence des «filiales-relais», les «filiales-ateliers» n'assurent qu'une partie du cycle de production (enregistrement, pressage, stockage, etc.) avant de réexporter une partie importante de la production vers les autres filiales du groupe. Cette situation est, par exemple, perceptible dans le tableau III, en ce qui concerne les Pays-Bas, dont les activités d'exportation sont particulièrement marquées.

Tableau III. **Rapport Exportation/Importation (en pourcentage) (1980)**

Etats-Unis	310 %
Pays-Bas	166 %
Canada	131 %
France	117 %
Royaume-Uni	97 %
R.F.A.	86 %
Italie	39 %
Union économique belgo-luxembourgeoise	29 %
Japon	28 %

Source: G. De Murard (DAFSA).

La lecture comparée de ces deux tableaux permet de saisir ce qui caractérise le marché belge: le plus faible taux de production nationale par les multinationales en Europe et le plus fort déséquilibre de la balance export/import. La Belgique apparaît ainsi, en ce qui concerne la musique enregistrée, comme un pays dominé à la fois économiquement et culturellement.

La domination économique se caractérise avant tout par le rôle prépondérant des filiales de multinationales sur le marché. Ni relais, ni atelier, elles ne consistent guère qu'en des antennes de commercialisation. Cette activité de commercialisation est elle-même en diminution depuis

Tableau IV. **Répartition des parts du marché belge entre firmes**

	1978	1983
<i>Filiales de multinationales</i>		
PolyGram (P.B.-R.F.A.)	33,8 %	26,4 %
E.M.I. (G.B.)	19 %	11,3 %
C.B.S. (E.U.)	9,7 %	15,5 %
Barclay (F)	5,2 %	—
Vogue (F)	4,6 %	6,3 %
R.C.A. (E.U.)	—	7,3 %
W.E.A. (E.U.)	6,2 %	7,1 %
Ariola (R.F.A.)	4,6 %	14,7 %
Carrere (F)	—	6,5 %
<i>Firmes nationales</i>		
Fonior	8,3 %	—
Inelco	11,8 %	4,8 %

Source: SIBESA.

que diverses firmes (W.E.A., Ariola, PolyGram) organisent leur stockage et leur distribution à partir de la société hollandaise Record Service Benelux (RSB). On estime généralement que les multinationales occupent 95 % du marché du disque en Belgique. La concentration est importante, mais fluctuante, comme l'indique le tableau IV.

Les deux firmes nationales de quelque importance, Fonior (déclarée en faillite en 1980) et Inelco (devenue Indisc en 1984), contribuaient elles-mêmes à la pénétration des produits étrangers sur le marché belge: la première représentait le catalogue Decca tandis que la seconde a distribué, jusqu'en 1979, les disques R.C.A. L'histoire de ces deux firmes est fortement marquée par leur dépendance vis-à-vis de leurs partenaires. Il en va de même des petites firmes locales de pressing, qui pratiquent la sous-traitance, et dont les activités fluctuent en raison du cours des changes.

La dépendance culturelle est plus délicate à saisir. On peut l'évaluer en examinant le déséquilibre de la balance des paiements de droits d'auteur aux compositeurs (tableaux V et VI). La dépendance est particuliè-

Tableau V. **Balance des paiements de droits d'exécution (principales régions mondiales — en millions de FB)**

	1980	1981	1982	1983	1984
<i>A. Droits payés</i>					
C.E.E.	128	119	147	118	134
Etats-Unis	36	32	43	39	42
Japon	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Pays de l'Est	2	3	2	2	4
Reste du monde	12	15	17	13	15
	178,1	169,1	209,1	172,1	195,1
<i>B. Droits reçus</i>					
C.E.E.	36	31	40	57	40
Etats-Unis	2	1	3	3	3
Japon	2	2	3	3	3
Pays de l'Est	—	1	1	0,5	0,5
Reste du monde	5	7	8	13	6
	45	42	55	76,5	52,5

Source: SABAM.

que diverses firmes (W.E.A., Ariola, PolyGram) organisent leur stockage et leur distribution à partir de la société hollandaise Record Service Benelux (RSB). On estime généralement que les multinationales occupent 95 % du marché du disque en Belgique. La concentration est importante, mais fluctuante, comme l'indique le tableau IV.

Les deux firmes nationales de quelque importance, Fonior (déclarée en faillite en 1980) et Inelco (devenue Indisc en 1984), contribuaient elles-mêmes à la pénétration des produits étrangers sur le marché belge: la première représentait le catalogue Decca tandis que la seconde a distribué, jusqu'en 1979, les disques R.C.A. L'histoire de ces deux firmes est fortement marquée par leur dépendance vis-à-vis de leurs partenaires. Il en va de même des petites firmes locales de pressing, qui pratiquent la sous-traitance, et dont les activités fluctuent en raison du cours des changes.

La dépendance culturelle est plus délicate à saisir. On peut l'évaluer en examinant le déséquilibre de la balance des paiements de droits d'auteur aux compositeurs (tableaux V et VI). La dépendance est particuliè-

Tableau V. Balance des paiements de droits d'exécution
(principales régions mondiales — en millions de FB)

	1980	1981	1982	1983	1984
A. Droits payés					
C.E.E.	128	119	147	118	134
Etats-Unis	36	32	43	39	42
Japon	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Pays de l'Est	2	3	2	2	4
Reste du monde	12	15	17	13	15
	178,1	169,1	209,1	172,1	195,1
B. Droits reçus					
C.E.E.	36	31	40	57	40
Etats-Unis	2	1	3	3	3
Japon	2	2	3	3	3
Pays de l'Est	—	1	1	0,5	0,5
Reste du monde	5	7	8	13	6
	45	42	55	76,5	52,5

Source: SABAM.

Tableau VI. **Balance des paiements de droits d'exécution - 1984**
(pays européens — statistique proportionnelle)

Tranche	Pays	Proportion	
		Payés	Reçus
1. Moins de 500.000 FB	Allemagne	80 %	20 %
	Démocratique		
	Bulgarie	33 %	67 %
	Grèce	100 %	—
	Hongrie	37 %	63 %
	Portugal	70 %	30 %
2. 500.000 - 1.000.000 FB	Yougoslavie	77 %	23 %
	Danemark	44 %	56 %
	Norvège	13 %	87 %
3. 1.000.000 - 5.000.000 FB	Pologne	90 %	10 %
	Autriche	50,5 %	49,5 %
	Espagne	80 %	20 %
	Finlande	58 %	42 %
	Suède	83 %	17 %
	Suisse	75 %	25 %
4. 5.000.000 - 30.000.000 FB	Tchécoslovaquie	93 %	7 %
	Allemagne Fédérale	65 %	35 %
	Italie	57 %	43 %
5. Plus de 30.000.000 FB	Pays-Bas	80 %	20 %
	France	68 %	32 %
	Royaume-Uni	93,5 %	6,5 %

Source: SABAM.

rement forte vis-à-vis de la France, des Pays-Bas, de l'Italie, de la R.F.A. et des Etats-Unis.

Cependant, la froideur des chiffres ne rend pas compte des règles du marché des biens symboliques. Les travaux de Pierre Bourdieu et de son école l'ont montré à suffisance: le succès des œuvres sur le marché est régi par un jeu complexe d'instances, de légitimation ou de consécration, dont une des caractéristiques est de se déployer dans un espace à la fois géographique et social.

Certains lieux, certaines scènes confèrent aux œuvres qui y sont pré-

sentées une valeur plus grande: ainsi, dans le domaine de la musique, Paris, Londres, Vienne, New York, Los Angeles, Berlin attribuent, suivant les genres, aux œuvres et aux artistes la reconnaissance de leur valeur par la valeur de leur reconnaissance.

La scène belge ne dispose guère de ce pouvoir légitimateur: l'exil temporaire ou définitif, la présentation publique et l'enregistrement à l'étranger constituent les étapes quasi obligées des musiciens qui souhaitent réussir à un niveau international et obtenir une reconnaissance nationale.

L'édition phonographique en Wallonie et à Bruxelles est moins confrontée à une pénurie de créateurs ou de musiciens de talent qu'à une extrême déformation des réseaux de communication et des instances, culturelles et économiques, du marché des biens symboliques. Confrontés aux tendances internationales du marché du disque, les éditeurs sont mal placés pour investir à terme sur un artiste, un courant, pour orienter des modes, impulser des tendances. Des stratégies spécifiques sont dès lors nécessaires. On peut en distinguer trois principales: une tendance à la constitution de champs musicaux autonomes, de portée nationale, une tendance au radicalisme esthétique s'inscrivant dans un courant international très précis, et enfin, dans le domaine de la musique de variété, une stratégie de «coup par coup».

Cette dernière catégorie de stratégie a été illustrée, ces dernières années par quelques cas remarquables: Plastic Bertrand (RKM), Lio (E.M.I.), J.-J. Lionel (Chantel), Claude Barzotti (Vogue),... ont pu être propulsés momentanément en tête des listes des meilleures ventes en France et récolter des droits d'auteurs particulièrement élevés. Leurs succès restent cependant de l'ordre de l'éphémère et ne permettent guère une stabilité semblable à celle acquise par les grandes vedettes du show-business français. Les carrières prolongées d'un Adamo ou d'un Frédéric François sont des exceptions remarquables.

La constitution de champs autonomes, d'ampleur nationale ou régionale, est perceptible dans différents genres musicaux: chanson française, jazz, rock, musique classique, folklore. Elle permet à de petits éditeurs indépendants, publics ou privés, de s'affirmer dans un créneau spécialisé, où le souci de créer l'emporte souvent sur les impératifs de rentabilisation. Cette formation de champs autonomes nationaux n'est d'ailleurs pas limitée à l'édition phonographique: elle trouve son équivalent dans des lieux de concerts déterminés, dans la parution de diverses publications spécialisées, etc. La pratique de la production phonographique est souvent due à l'initiative des musiciens eux-mêmes: en l'absence quasi généralisée d'investissements sur les artistes locaux par les multinationales, les musiciens et chanteurs de la Communauté ont dû trouver eux-mêmes les modes de financement, d'organisation et de distribution qui leur permettaient d'accéder au disque et à la promotion radiophonique.

certains une valeur plus grande: ainsi, dans le domaine de la musique, Paris, Londres, Vienne, New York, Los Angeles, Berlin attribuent, suivant les genres, aux œuvres et aux artistes la reconnaissance de leur valeur par la valeur de leur reconnaissance.

La scène belge ne dispose guère de ce pouvoir légitimateur: l'exil temporaire ou définitif, la présentation publique et l'enregistrement à l'étranger constituent les étapes quasi obligées des musiciens qui souhaitent réussir à un niveau international et obtenir une reconnaissance nationale.

L'édition phonographique en Wallonie et à Bruxelles est moins confrontée à une pénurie de créateurs ou de musiciens de talent qu'à une extrême déformation des réseaux de communication et des instances, culturelles et économiques, du marché des biens symboliques. Confrontés aux tendances internationales du marché du disque, les éditeurs sont mal placés pour investir à terme sur un artiste, un courant, pour orienter des modes, impulser des tendances. Des stratégies spécifiques sont dès lors nécessaires. On peut en distinguer trois principales: une tendance à la constitution de champs musicaux autonomes, de portée nationale, une tendance au radicalisme esthétique s'inscrivant dans un courant international très précis, et enfin, dans le domaine de la musique de variété, une stratégie de «coup par coup».

Cette dernière catégorie de stratégie a été illustrée, ces dernières années par quelques cas remarquables: Plastic Bertrand (RKM), Lio (E.M.I.), J.-J. Lionel (Chantel), Claude Barzotti (Vogue),... ont pu être propulsés momentanément en tête des listes des meilleures ventes en France et récolter des droits d'auteurs particulièrement élevés. Leurs succès restent cependant de l'ordre de l'éphémère et ne permettent guère une stabilité semblable à celle acquise par les grandes vedettes du show-business français. Les carrières prolongées d'un Adamo ou d'un Frédéric François sont des exceptions remarquables.

La constitution de champs autonomes, d'ampleur nationale ou régionale, est perceptible dans différents genres musicaux: chanson française, jazz, rock, musique classique, folklore. Elle permet à de petits éditeurs indépendants, publics ou privés, de s'affirmer dans un créneau spécialisé, où le souci de créer l'emporte souvent sur les impératifs de rentabilisation. Cette formation de champs autonomes nationaux n'est d'ailleurs pas limitée à l'édition phonographique: elle trouve son équivalent dans des lieux de concerts déterminés, dans la parution de diverses publications spécialisées, etc. La pratique de la production phonographique est souvent due à l'initiative des musiciens eux-mêmes: en l'absence quasi généralisée d'investissements sur les artistes locaux par les multinationales, les musiciens et chanteurs de la Communauté ont dû trouver eux-mêmes les modes de financement, d'organisation et de distribution qui leur permettaient d'accéder au disque et à la promotion radiophonique.

que. Une maturation est d'ailleurs perceptible depuis quelques années: à l'autoproduction «sauvage» de la fin des années 70 succède l'apparition d'une pépinière de petits labels souvent solidaires, aussi bien dans le domaine de la chanson (Franc'Amour, Dis'que tu veux, Cormoran, Spalax, etc.) que dans celui du jazz (LDH, Silence,...) que des musiques minimales, acousmatiques et autres (Walrus, Igloo,...).

Une société de distribution — Hameçon — a été créée pour la commercialisation de la plupart de ces labels et — fait unique dans les pays du Conseil de l'Europe — reçoit une aide substantielle du Ministère de la Communauté française. Le soutien du Ministère de la Communauté française a en effet lui-même évolué: alors que l'ancien Ministère de la Culture s'en tenait à la production, ou à l'aide à la production, de disques de musique classique, des aides à la production de disques de «troisièmes musiques» ont été accordées, de manière ponctuelle, puis de manière systématique. La constitution, attendue, d'une société de promotion des industries culturelles, laisse espérer une stabilisation de ce nouveau réseau, à l'exemple de ce qui a été réalisé au Québec.

Une même fermeture — relative — du champ sur l'espace national est perceptible dans le cas de la musique classique. Diverses formules de promotion des compositeurs nationaux ont été tentées, sans que l'on puisse parler de résultats vraiment concluants: collection «Musique belge contemporaine», commandes à la firme Lemans et Grolé (Alpha), aujourd'hui en faillite, commandes aux firmes multinationales. Des initiatives privées ont été plus heureuses: l'a.s.b.l. Musique en Wallonie restitue au fil des ans un important patrimoine qui s'étend de Ciconia à Eugène Ysaÿe, en passant par Roland de Lassus, Gossec, Grétry, Franck, Vieuxtemps et une multitude de petits maîtres. Profitant de l'intérêt que le public porte à l'occasion du Concours international Reine Elisabeth aux jeunes interprètes, issus de la tradition des Conservatoires, de petits producteurs privés (Pavane, Phonic) ont multiplié l'édition de disques cartes-de-visite. Des contrats d'exportation, mais aussi de production, avec les pays de l'Est, le Japon ou même les Etats-Unis, permettent une rentabilisation appréciable et quelques réussites éditoriales.

Le domaine du rock est lui aussi caractérisé par une approche avant tout nationale: la fulgurante carrière londonienne de Allez-Allez (Virgin) a défrayé la chronique et même un chanteur aussi populaire que Pierre Rapsat — qui a pourtant bénéficié d'une aide à la production de clips émanant du Commissariat général aux Relations internationales — n'arrive pas, faute d'un soutien logistique des firmes multinationales, à percer sur le marché français. Le marché local est ici cependant suffisamment développé pour que les filiales de multinationales prennent quelques risques (Machiavel, Jo Lemaire, T.C.-Matic,...)

La troisième stratégie joue non plus sur l'autonomie du marché local, mais sur la radicalité esthétique. En évitant l'éclectisme, en s'inscrivant

de manière rigoureuse dans des tendances, extrêmement minoritaires, mais extrêmement précises, de champs restreints de création musicale, de petites firmes arrivent à produire des disques qui trouvent une reconnaissance quasi immédiate dans la presse internationale spécialisée. C'est le cas de la firme liégeoise Ricercar, qui participe du courant des éditeurs artisanaux de musique classique. Associant des disques de musique de la Renaissance interprétés en *practical performance*, des disques de musique baroque où domine l'influence de Gustav Leonhardt et de Nikolaus Harnoncourt, des trouvailles musicologiques telle la *X^e symphonie* de Franz Schubert ou encore des créations contemporaines du compositeur post-sériel Philippe Boesmans, Ricercar est devenu en quelques années, une firme de rayonnement international. Plus discrète, la collection «Musique nouvelle» du Centre de Recherches musicales de Wallonie a permis l'édition d'œuvres de quelques compositeurs liégeois de renommée internationale (Henri Pousseur, Pierre Bartholomée, Jean-Louis Robert).

C'est une même exigence de qualité, mais dans un autre champ musical, qui a permis au label bruxellois «Disques du Crépuscule» d'être qualifié naguère par la critique parisienne de «meilleur label rock européen». Le rock savant, ésotérique, flirtant avec la musique post-sérielle et les expériences répétitives, fut ici de mise (Tuxedomoon, Durutti Column, etc.), dans l'affirmation d'un cosmopolitisme de bon aloi. Minoritaire, volontiers distante du show-business, l'édition phonographique de Wallonie et de Bruxelles doit cependant affronter, comme les multinationales, les mutations du marché du disque.

Quatre phénomènes méritent d'être signalés: la baisse tendancielle des ventes, la pratique du copiage privé sur cassette, l'apparition de la vidéo musicale et celle du disque compact.

La baisse tendancielle des ventes, phénomène mondial depuis 1979, est indiscutable dans le cas de la Belgique (tableau VII). Le chiffre d'affaire des membres du SIBESA, en 1984, équivalait à 94 % de celui de 1979. Pratiquement tous les types de formats ont été atteints: la vente des «singles» a baissé, de 1979 à 1984, de 10 %, celle des EP's de 63 %, celle des LP's de musique populaire de 46 %, celle de LP's de musique classique de 42 %, etc. Seules les ventes de maxis 45 tours sont en augmentation.

Divers facteurs influencent cette baisse des ventes: la baisse générale du pouvoir d'achat, la concurrence d'autres modes de diffusion de la musique (radios locales, télévision musicale), ou d'autres biens de loisirs (en particulier la vidéo). Selon les producteurs, le copiage privé sur cassette est également à l'origine de cette baisse des ventes et des pertes financières qui en résultent pour les compositeurs, interprètes et producteurs. La question de l'établissement d'une redevance de dédommagement sur les appareils de lecture et les cassettes vierges — système qui existe à présent en Autriche, en R.F.A. et en France —

manière rigoureuse dans des tendances, extrêmement minoritaires, extrêmement précises, de champs restreints de création musicale, ces firmes arrivent à produire des disques qui trouvent une reconnaissance quasi immédiate dans la presse internationale spécialisée. C'est le cas de la firme liégeoise Ricercar, qui participe du courant des producteurs artisanaux de musique classique. Associant des disques de musique de la Renaissance interprétés en *practical performance*, des œuvres de musique baroque où domine l'influence de Gustav Leonhardt et de Nikolaus Harnoncourt, des trouvailles musicologiques telles que la *Symphonie* de Franz Schubert ou encore des créations contemporaines du compositeur post-sériel Philippe Boesmans, Ricercar est devenue en quelques années, une firme de rayonnement international. En Belgique, la collection «Musique nouvelle» du Centre de Recherches musicales de Wallonie a permis l'édition d'œuvres de quelques compositeurs liégeois de renommée internationale (Henri Pousseur, Pierre Boulez, Jean-Louis Robert).

Avec la même exigence de qualité, mais dans un autre champ, c'est ce qui a permis au label bruxellois «Disques du Crépuscule» d'être reconnu par la critique parisienne de «meilleur label rock européen». Le rock savant, ésotérique, flirtant avec la musique post-sérielle et les expériences répétitives, fut ici de mise (Tuxedomoon, Durutti Column, etc.), dans l'affirmation d'un cosmopolitisme de bon aloi. En Belgique, volontiers distante du show-business, l'édition phonographique de Wallonie et de Bruxelles doit cependant affronter, comme les autres pays, les mutations du marché du disque. Les phénomènes méritent d'être signalés: la baisse tendancielle des ventes de la pratique du copiage privé sur cassette, l'apparition de la vidéo et celle du disque compact.

La baisse tendancielle des ventes, phénomène mondial depuis 1979, est particulièrement remarquable dans le cas de la Belgique (tableau VII). Le chiffre des ventes des membres du SIBESA, en 1984, équivalait à 94 % de celui de 1979. Pratiquement tous les types de formats ont été atteints: la vente des «singles» a baissé, de 1979 à 1984, de 10 %, celle des EP's de 15 %, celle des LP's de musique populaire de 46 %, celle de LP's de musique classique de 42 %, etc. Seules les ventes de maxis 45 tours ont connu une augmentation.

Plusieurs facteurs influencent cette baisse des ventes: la baisse générale du pouvoir d'achat, la concurrence d'autres modes de diffusion de la musique (radios locales, télévision musicale), ou d'autres biens de loisirs (notamment la vidéo). Selon les producteurs, le copiage privé sur cassette est également à l'origine de cette baisse des ventes et des revenus financiers qui en résultent pour les compositeurs, interprètes et producteurs. La question de l'établissement d'une redevance de dépannage sur les appareils de lecture et les cassettes vierges — qui existe à présent en Autriche, en R.F.A. et en France —

Tableau VII. **Evolution du marché belge du disque (1979-1984)**
(Volume en milliers d'unités, chiffre d'affaire en milliers de FB)

Configuration	1979		1980		1981		1982		1983		1984		% 1983	
	Volume	C.A.	Volume	C.A.	Volume	C.A.	Volume	C.A.	Volume	C.A.	Volume	C.A.	V.	C.A.
Singles	11.931 (100 %)	510.648 (100 %)	10.859	485.261	11.260	507.317	12.997	609.484	12.643 (106 %)	659.665 (129 %)	10.736 (90 %)	580.624 (114 %)	85 %	88 %
Maxis	350 (100 %)	29.065 (100 %)	251	23.189	322	31.952	496	48.097	688 (147 %)	73.870 (253 %)	628 (179 %)	78.493 (270 %)	91 %	106 %
EP's	227 (100 %)	16.371 (100 %)	107	8.529	134	10.654	138	11.184	170 (75 %)	11.007 (67 %)	83 (37 %)	8.571 (52 %)	49 %	78 %
Pop LP's	10.678 (100 %)	1.304.200 (100 %)	9.519	1.300.821	9.052	1.268.530	8.761	1.432.584	6.258 (59 %)	1.076.483 (83 %)	5.713 (54 %)	1.029.083 (78 %)	91 %	95 %
Pop HC's	2.105 (100 %)	285.038 (100 %)	2.073	315.866	1.677	270.748	1.622	258.167	1.239 (59 %)	222.710 (78 %)	1.295 (62 %)	245.572 (86 %)	104 %	110 %
Class. LP's	1.042 (100 %)	152.647 (100 %)	802	124.199	838	137.967	794	140.924	670 (64 %)	123.149 (81 %)	607 (58 %)	109.428 (72 %)	91 %	89 %
Class. HC's	168 (100 %)	26.010 (100 %)	133	21.568	146	22.600	129	23.990	148 (88 %)	27.007 (104 %)	161 (96 %)	27.917 (107 %)	109 %	103 %
C.D.		2.323.979 (100 %)		2.279.433		2.249.768		2.434.430		2.193.941 (94 %)		2.073.688 (89 %)		95 %
		2.323.979 (100 %)		2.279.433		2.249.768		2.434.430	136	60.962	233	117.048	171 %	192 %
		2.323.979 (100 %)		2.279.433		2.249.768		2.434.430		2.254.903 (97 %)		2.190.736 (94 %)		97 %
Inflation		4,4 %		6,7 %		7,7 %		8,1 %		7,16 %		5,7 %		

Source: SIBESA.

divise les groupes de pression.

Face à cette situation, l'industrie phonographique internationale a cherché de nouvelles stratégies de support: l'une essentiellement populaire est la vidéo musicale, l'autre, plus élitaire, est le disque compact.

Commercialisé en Belgique depuis le printemps 1983, le disque compact paraît devoir s'imposer comme le support de l'avenir. Les ventes représentaient déjà 5,3 % du chiffre d'affaires total des membres du SIBESA en 1984 (tableau VIII).

Si le disque compact reste encore un support élitaire, en raison de son prix, la vidéo et la télévision musicales sont en passe de devenir le mode essentiel de transmission de la musique. La tendance vient ici des Etats-Unis: la télévision musicale, transmise par satellite et câble, M.T.V. a ouvert le marché du clip. Les vidéos musicales sont par ailleurs en train de s'imposer sur le marché de la vente et de la location de la vidéo.

Tableau VIII. **Lecteurs de disques compacts en Belgique**

	1983	1984	1985 (estim.)
Ventes par année	7.000	16.000	30.000
Parc	7.000	23.000	53.000

Ventes de disques compacts en Belgique

1983	136.000 unités	60.962.000 FB
1984	233.000	117.048.000 FB

Source: SIBESA.

1982		1983		1984		% 1983	
Volume	C.A.	Volume	C.A.	Volume	C.A.	V.	C.A.
10.357	609.484	12.643 (106 %)	659.665 (129 %)	10.736 (90 %)	580.624 (114 %)	85 %	88 %
496	48.097	688 (147 %)	73.870 (253 %)	628 (179 %)	78.493 (270 %)	91 %	106 %
108	11.184	170 (75 %)	11.007 (67 %)	83 (37 %)	8.571 (52 %)	49 %	78 %
8.751	1.432.584	6.258 (59 %)	1.076.483 (83 %)	5.713 (54 %)	1.029.083 (78 %)	91 %	95 %
1.522	258.167	1.239 (59 %)	222.710 (78 %)	1.295 (62 %)	245.572 (86 %)	104 %	110 %
794	140.924	670 (64 %)	123.149 (81 %)	607 (58 %)	109.428 (72 %)	91 %	89 %
129	23.990	148 (88 %)	27.007 (104 %)	161 (96 %)	27.917 (107 %)	109 %	103 %
2.434.430		2.193.941 (94 %)		2.073.688 (89 %)		95 %	
136		60.962		233		171 % 192 %	
2.434.430		2.254.903 (97 %)		2.190.736 (94 %)		97 %	
8,1 %		7,16 %		5,7 %			

Tableau VIII. Lecteurs de disques compacts en Belgique

	1983	1984	1985 (estim.)
Ventes par année	7.000	16.000	30.000
Parc	7.000	23.000	53.000
Ventes de disques compacts en Belgique			
1983	136.000 unités		60.962.000 FB
1984	233.000		117.048.000 FB

Source: SIBESA.

remettant en cause l'hégémonie des films de fiction. La musique

Le choc de la vidéo et de la télévision musicales arrive à Belgique: 1983 et 1984 ont constitué les premiers moments d'impact face à l'ampleur du phénomène (Vidéogam sur R.T.B.F., Connection sur R.T.L.). Quelques firmes ont — non sans succès — tenté leur chance sur ce marché (Dream Factory, Vidéomusic...). 1985 est l'année de la banalisation du phénomène: les chaînes anglaises Sky Channel et Music Box, qui font la part belle aux clips, leur entrée progressive sur les réseaux câblés et contraignent les chaînes traditionnelles à des stratégies de riposte. L'accord conclu en 1985 entre Music Box (Thorn-E.M.I.) et la R.T.B.F. pour la coproduction et la codiffusion de clips ouvre des perspectives nouvelles aux musiciens de la Communauté. Il est encore trop tôt pour déterminer si les nouvelles formes d'accès au marché européen vont ainsi s'ouvrir. La conséquence principale sera le renforcement de l'influence anglaise saxonne sur le Vieux Continent.

Les défis que les mutations technologiques et les stratégies de support engendrent pour la création et la diffusion musicale font l'objet de multiples colloques internationaux. L'heure est aux harmonisations européennes des législations sur le droit d'auteur (un domaine où la Belgique, à la pointe à la fin du XIX^e siècle, est à présent à la traîne). Les formes publiques d'aides ou d'incitation à la production audiovisuelle. On ne peut qu'espérer que la complexité institutionnelle de l'Etat belge n'empêchera pas plus longtemps la définition d'une politique cohérente en faveur de la musique enregistrée.

André L...

Musique et pouvoirs publics

... dans le propos des auteurs de ce guide de se livrer à une analyse approfondie de nos institutions politiques et administratives. A l'occasion du colloque politique 1984 (Antwerpen, Kluwer/Bruxelles, Le 1984, 350 pp.) pourra aider le lecteur à se repérer dans nos institutions. Pour la Communauté française plus particulièrement, un guide spécialisé donne une description complète de nos institutions, des différents services et commissions consultatives, des dispositions constitutionnelles et légales. Ce guide est diffusé gratuitement. On peut l'obtenir en s'adressant à Bernard-Lachaert, Secrétaire général du Ministère de la Communauté française, Rue Stevens 7, 1000 Bruxelles.

Ministère de l'Education Nationale

... ministères détiennent un pouvoir qui, directement ou indirectement, intervient sur la scène musicale — Ministères des Finances (fiscabilité appliquée aux marchandises musicales), des Communications (radio, télévision), des Affaires économiques (contrôle du commerce), de la Prévoyance sociale (statut social du musicien), des Affaires étrangères (ratification des Conventions de Rome et Genève).