

Culture

Bandcamp, la bulle d'air pour artistes indépendants

Dans les mains d'une multinationale chinoise, la plateforme Bandcamp est devenue une référence pour les artistes indépendants et une «incroyable vitrine internationale».



Le groupe Arctic Monkeys, qui sortira son nouvel album «The Car» le 21 octobre prochain sous le label Domino, fait partie des groupes de rock indépendant qui vendent beaucoup, sont en tête d'affiche des festivals, et font aussi les beaux jours de Bandcamp. © GETTY IMAGES

NICOLAS ALSTEEN

Annoncé juste avant l'arrivée du printemps, le rachat de Bandcamp a solidement secoué le microcosme musical. À commencer par celui des artistes indépendants. C'est que depuis 2007, la plateforme imaginée par Ethan Diamond et ses partenaires californiens fait figure d'eldorado pour les chevilles ouvrières du secteur. À l'heure où les services de streaming – et leurs modèles économiques – dominent le marché, Bandcamp offre une alternative de choix : héberger et distribuer de la musique aux formats numérique et physique via une interface basique et ultra lisible. Simple d'utilisation, le site permet également de vendre du merchandising. Lorsqu'un achat est effectué sur Bandcamp, 82% de l'argent dépensé est directement reversé à l'artiste ou à son label.

Rien que l'année dernière, les mélomanes y ont ainsi dépensé près de 189 millions de dollars. Derrière ce montant, les échanges vont bon train : 15 millions d'albums numériques, 8 millions de pistes, 2 millions de vinyles, 850.000 CD's, 450.000 K7's et 200.000 t-shirts se sont monnayés par l'entremise de ce site créé pour faciliter les (trans) actions équitables entre les artistes et leurs fans. Le 2 mars 2022, toutefois, l'histoire prend un nouveau tournant avec l'annonce du rachat de l'entreprise par Epic Games, géant des jeux vidéo, connu pour avoir développé des blockbusters comme «Fortnite», «Unreal» ou la série «Gears of War».

Cofondateur de Bandcamp, Ethan Diamond s'est empressé de réagir par le biais d'un communiqué officiel : «Le site continuera à fonctionner comme une place de marché et une communauté musicale autonome, assure-t-il, et nous continuerons à construire Bandcamp autour de notre modèle de revenus privilégiant les artistes.» «Cependant, en coulisses, nous travaillons avec Epic Games pour nous étendre et faire avancer le développement du projet...»

Rien ne change

À ce jour, ce rachat n'entraîne aucune modification du modèle original. «Pourvu que ça dure», souffle Christophe Hais, gestionnaire de l'enseigne indépendante Humpty Dumpty Records. Actif dans les sphères rock, jazz, électro ou expérimentales, le label bruxellois représente notamment les intérêts de groupes comme Monolithe Noir, Yôkai ou Mountain Bike. Présente sur Bandcamp depuis 2015, la petite structure y enregistre des chiffres de vente en augmentation constante. «Aujourd'hui, pour

vendre en ligne, il n'y a pas mieux», dit-il. La force de frappe de Bandcamp tient d'abord à sa polyvalence. «Toutes les opérations de vente, de promotion, d'édition ou de communication se gèrent depuis la même interface. C'est performant et facile d'utilisation.»

En 2022, Bandcamp jouit d'une aura comparable à celle de MySpace au début des années 2000. L'origine de ce succès est à chercher dans les gravats de la crise du disque. «La disparition progressive des disques n'est sans doute pas étrangère à la croissance de Bandcamp», estime Christophe Hais. «Face à l'émergence du streaming et à des coûts fixes insurmontables, de nombreux magasins ont cessé leurs activités. Paradoxalement, la demande était toujours là. Bandcamp est donc venu combler un vide.»

Un don du ciel

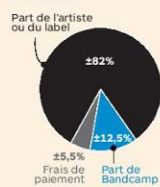
«Pour un label comme Humpty Dumpty, Bandcamp est une incroyable vitrine internationale», assure Christophe Hais. «Ce site nous permet de toucher des mélomanes aux quatre coins du monde. Il nous arrive de vendre des disques au fin fond de l'Australie ou du Kazakhstan.» L'adhésion à Bandcamp est gratuite. «Mais l'utilisation des services à la vente requiert un abonnement mensuel.» Un compte coûte 20 dollars par mois. «C'est un montant dérisoire. Car, dans les faits, l'absence d'intermédiaire nous permet d'augmenter les marges de façon significative. Pour placer nos albums chez un disquaire, par exemple, il faut passer via un distributeur. Au passage, ce dernier se sucre à hauteur de 40% sur le prix de vente. En comparaison, les 10% retenus par Bandcamp, c'est quasi un don du ciel.»

Réseau social et commerce équitable

Bandcamp fonctionne comme un réseau social. «En tant qu'utilisateur, je peux suivre d'autres utilisateurs qui ont les mêmes goûts musicaux

CLÉ DE RÉPARTITION DES REVENUS DE LA PLATEFORME BANDCAMP

En % du total



Source: Bandcamp

que mois, précise le gestionnaire du label bruxellois. «Des que des gens achètent un vinyle, un CD ou un t-shirt via notre page, nous pouvons communiquer avec eux, leur envoyer des infos sur nos actualités et nos futures sorties. Pour un petit label, ce service après-vente est très pratique.» Dans sa politique d'utilisation, Bandcamp se présente en adepte du commerce équitable. En connectant les fans aux artistes, le modèle de rémunération est transparent. «C'est encore plus vrai lors des «Bandcamp Fridays», souligne Christophe Hais. «Une fois par mois, le site renonce à sa commission sur les ventes : tout l'argent dépensé va directement aux artistes.» Dans une industrie musicale en mutation, la formule élaborée par Bandcamp s'apparente ainsi à une véritable bulle d'air pour les labels et artistes indépendants.

3 questions à

Alexandre Saboundjian
Spécialiste dans les solutions marketing pour l'audio digital



1 Epic Games, nouveau propriétaire de Bandcamp est détenu à 40% par Tencent. Quel profil a cette société?

Cette entreprise chinoise née en 1998 dans les services et la publicité en ligne est désormais un géant avec un profit de 32 milliards d'euros en 2021. Le marché de la musique l'intéresse : Tencent possède 20% du capital d'Universal Music, 8,7% de Spotify ou 1,6% de Warner Music Group.

2 Que lui apporte Bandcamp?

Un accès aux artistes dits «indépendants» qui jouent en

festivals et remplissent des salles partout dans le monde. Beyoncé et David Guetta valent beaucoup, mais les artistes indépendants aussi.

3 Pourquoi passer par sa filiale Epic Games pour ce rachat?

Il y a dix ans, Bandcamp était unique. Depuis, les univers musicaux se transposent dans le jeu vidéo. À terme, Bandcamp peut être un tremplin vers ces nouvelles pratiques de consommation.

Pas de police en vue pour Alexei Lubimov

Pour l'inauguration de la nouvelle salle de concert de la Tricoterie, le pianiste russe a réjoué, dimanche soir, le compositeur ukrainien Sylvestrov, ce qui lui avait valu, à la mi-avril, de voir son concert à Moscou interrompu par la police...

XAVIER FLAMENT

Alexei Lubimov (78 ans) a donc réjoué Valentyin Sylvestrov – le compositeur ukrainien vivant le plus célèbre –, ce qui lui avait valu, à la mi-avril, de voir son concert à Moscou interrompu par la police. Il nous a raconté la scène après son récital d'hier, à la Tricoterie, une coopérative socioculturelle située dans le bas de Saint-Gilles, à Bruxelles. Sylvestrov, 84 ans, avait fui Kiev pour Berlin un mois plus tôt et l'atmosphère s'était tendue quand il a commencé à condamner l'agression russe en Ukraine dans les médias allemands. Lubimov raconte avec humour que la police n'est arrivée qu'après la pause, alors qu'il avait déjà joué son Sylvestrov, et qu'elle l'a stoppé en plein impromptu de Schubert, en prétextant un appel à la bombe. Mais personne n'était dupe, a-t-il ajouté, en annonçant qu'il redonnerait les mêmes mélodies de Sylvestrov qu'il accompagnait à Moscou, le 19 janvier, au Conservatoire de Bruxelles.

Nouvelle salle de concert

Son récital de dimanche marquait aussi d'une pierre blanche l'inauguration d'une nouvelle salle de concert de 150 places, à Bruxelles, dotée d'une bonne acoustique et accompagnée d'une saison qui fait la part belle aux musiques acoustiques et au théâtre. Un nouveau cachet culturel que Bénédicte Linard (Ecolo), la ministre de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles, était d'ailleurs venue officialiser ce vendredi.

322

322 coopérateurs ont permis à la Tricoterie de financer ses nouvelles salles et participeront à leur destinée culturelle.

Ce modèle de coopérative, lancé par les deux fondateurs de la Tricoterie, Joëlle Yana et Xavier Campion, a permis d'acheter le bâtiment sur fonds propres, en vendant des parts à des coopérateurs qui deviennent ensuite parties prenantes d'un projet qui cherche en permanence à s'autofinancer. On réinjecte les bénéfices d'une activité commerciale centrée sur l'événementiel, l'horeca et la location de salles dans les activités socioculturelles du lieu.

Dix ans après sa création, la Tricoterie attire 50.000 visiteurs par an, aimantés par sa dynamique participative et durable. Et lorsqu'il a fallu, il y a un an et demi, lever des fonds pour acquérir une autre aile de cette ancienne usine de meubles, afin d'y créer deux nouvelles salles de spectacle, on est passé des 40 coopérateurs historiques à... 322, avec un investissement de plus de 500.000 euros en plein covid.

Bien amené, un projet culturel peut donc faire un sort à l'individualisme, au repli sur soi et à ce ressentiment qui se développe partout et menace la cohésion sociale et la démocratie. Un projet plus qu'enthousiasmant, que la Tricoterie définit elle-même comme une «fabrique de liens».

Infos: latricoterie.be



Le pianiste russe Alexei Lubimov inaugurant, ce dimanche 18 septembre, la saison de la nouvelle salle de concert de la Tricoterie, à Saint-Gilles (Bruxelles). © XAVIER FLAMENT