



g a z i n e



Ne détache que rarement les yeux de l'écran. Laurent Kratz est un des chefs de la plateforme Jamendo.

(photo: woxx)

TELECHARGEMENT

Toile sociale

A l'occasion de la journée mondiale de la propriété intellectuelle, le 26 avril, il est temps de considérer les nouvelles alternatives aux droits d'auteurs anciens et rigides.

"Plus les répressions contre ceux qui téléchargent illégalement sont radicales et draconiennes, mieux c'est pour nous", ironise Laurent Kratz, le CEO de Jamendo. Cette petite start-up luxembourgeoise mais gérée par des français, a installé ses bureaux dans les couloirs du Technoport "Schlassgoart" à Esch-sur-Alzette, véritable ruche d'abeilles "néolibérales", si l'on veut. Après être passé par deux desks de renseignement, le visiteur arrive finalement dans des locaux assez exigus qui ne dévoilent strictement rien sur la taille, ni le travail de l'entreprise. Laurent Kratz pourrait aussi bien vendre des petits pains sur le net, personne ne ferait la différence en pénétrant dans ces bureaux. Mais, en fait, il ne vend rien. Ou presque.

Car Jamendo n'est pas un de ces sites de service comme iTunes par exemple qui

vendent des téléchargements virtuels contre de l'argent réel. Sur cette page, l'utilisateur peut se procurer gratuitement des albums entiers de musique de tous les goûts et couleurs, et cela en toute légalité. Alors que les médias généralistes associent souvent téléchargement gratuit et illégalité, tout en mettant l'accent sur les dures peines qu'attendraient les "pirates", Jamendo est un exemple qu'on peut faire autrement.

La différence se situe dans les détails des contrats que le site propose aux artistes qui veulent publier leur musique sur le site de Jamendo. Les licences "creative commons" sont gratuites et permettent au créateur de décider quel usage sera fait de sa musique, ou de tout autre oeuvre d'art comme des films ou des photos publiables sur le net. Ils sont les fruits du travail d'une association non-lucrative américaine qui s'ap-

plique à chercher des solutions pour maintenir en vie la libre-circulation d'informations sur internet. L'artiste peut ainsi interdire tout usage commercial, et décider si les usagers ont le droit d'en faire des produits dérivés de son travail - remixes de chansons ou manipulations d'images. Ceux qui espéreraient pouvoir télécharger les dernier Britney Spears sans payer seront donc déçus. Au moins jusqu'à ce que l'industrie du disque accepte de jouer le jeu des "creative commons".

Pour l'instant les musiciens présents sur Jamendo sont des gens pour lesquels la musique reste essentiellement un passe-temps. "Ce qui ne veut absolument rien dire sur la qualité de leur musique", assure Laurent Kratz. Au moins un groupe, Myassa, originaires d'Ile-de-France, a percé grâce à Jamendo, leur dernier album étant sorti sur un label major. Pour les autres, reste la possibilité de recevoir les dons qui viennent des usagers prêts à donner ce qu'ils veulent. Si ce n'est pas beaucoup en général, les artistes apprécient ces petits gestes. "Nous ne filtrons pas nos artistes, il n'y

a pas de direction artistique chez Jamendo. Ce que nous privilégions c'est l'internet social.", précise-t-il. Ainsi chaque utilisateur peut laisser des commentaires, évaluer un album ou établir ses propres favoris. Ce qui permet aux artistes de se faire connaître par le bouche à oreille virtuel. Ce qui, au moins depuis la montée spectaculaire du groupe anglo-saxon Arctic Monkeys par le biais de rumeurs sur le net, n'a plus à démontrer son efficacité.

Le networking, le travail en réseau est un des principaux atouts sur lesquels mise Jamendo. Car plus le site est connu, plus il devient rentable par la publicité que les annonceurs comme Google veulent bien y placer. Après un an de d'existence la rentabilité de Jamendo n'est pas encore établie. Mais Laurent Kratz est loin de désespérer, il en a vu d'autres en montant son premier site www.lesfrontaliers.lu, qui existe depuis cinq ans et connaît un large succès public. De toute façon les statistiques sont plutôt optimistes: 10.000 visiteurs par jour, qui peuvent consulter 900 albums téléchargeables et plus de 15.000 internautes enregistrés.

Les puristes pourraient lui reprocher de surtout vouloir faire de l'argent avec ces artistes. Mais on peut leur opposer l'argument qu'une entreprise profitable qui travaille avec des licences ouvertes est toutefois une meilleure solution que de céder aux désirs étouffants des majors qui voient dans la musique qu'ils publient avant tout le capital intellectuel - transformable en capital réel. Une entreprise du genre de Jamendo n'est certes pas une oeuvre charitable, mais un producteur d'échanges équitables. "Notre but est de créer une plateforme pour les artistes et les utilisateurs. On ne fait pas de hitlist, il n'y a pas de numéro un chez Jamendo" insiste-t-il.

Sans filtre

Les licences "creative commons" sont internationales et chaque pays, qui compte un cercle d'intéressés, a créé une association spécifique qui se charge de faire pression pour transposer ces contrats. Ainsi le créatif, s'il choisit son contrat doit préciser sur une liste le pays dans lequel il travaille et crée, afin que le contrat soit adapté aux spécificités juridiques de ce pays. Or, en parcourant cette liste, on constate que le Luxembourg manque. Explication de Laurent Kratz, en même temps une des têtes de l'association "luxcommons" qui se charge du dossier luxembourgeois: "Il faut préparer et adapter les contrats 'creative commons' au droit luxembourgeois. Mais en ce mo-

ment, nous n'avons pas les moyens pour payer les avocats. On essaye d'obtenir de l'argent public, mais pour le moment ce n'est pas encore sûr. En tout cas, d'après mes connaissances, cette conversion ne procurerait pas trop de travail à un avocat averti, mais on n'a pas encore trouvé la solution idéale pour ce problème." En attendant, les créatifs luxembourgeois sont priés de s'inscrire sous la catégorie "Générique".

Pour Jamendo, la reconnaissance internationale avance. Si, à ses débuts, le site a accueilli principalement des artistes français - à cause de la barrière de la langue - les artistes étrangers d'Espagne, des Etats-Unis, de Belgique ou encore du Japon affluent. Et pour cause. Jamendo est cité sur de nombreux sites et blogs, dont celui d'"ipaction", un groupe de pression américain qui offre des i-pods bourrés de matériel sous licence "creative commons" à tous les sénateurs pour qu'ils apprécient à sa juste valeur l'âge de la communication et cessent de céder face aux pressions de l'industrie du disque. Il est d'ailleurs le seul site européen à y figurer. La presse étrangère a également réagi. Jamendo a été remarqué entre autres par le prestigieux Rolling Stone Magazine et par le Nouvel Observateur. Même la télé française était déjà au rendez-vous. Mi-fier, mi-embarrassé, Laurent Kratz montre l'extrait du journal de TF1 où Claire Chazal introduit un petit reportage dédié à Jamendo et certains de "leurs" artistes. On peut alors estimer que s'il entend multiplier par dix ou par cent le nombre d'utilisateurs pendant les prochains mois, cela ne relève pas vraiment de la mégalomanie.

Les seuls qui manquent encore à l'appel sont les groupes luxembourgeois. Rares sont ceux qui ont trouvé leur chemin sur le site de Jamendo. "C'est peut-être dû à un problème de communication de notre part", admet Laurent Kratz "mais je crois qu'avec le temps la glace va finir par se briser."

Pourtant la Kulturfabrik est à quelques centaines de mètres du Technopole "Schlassgoart". Se rater ainsi démontre bien que l'âge médiatique ne fait que commencer au Luxembourg et qu'il est toujours loin d'être parfait.

Luc Caregari

www.jamendo.com
www.luxcommons.lu
www.creativecommons.org