

Daniel Constantineau

STREAMING SYMPHONIQUE

Dans le cadre du cours Gestion stratégique des organisations culturelles 4-480-11

prodigué par Serge POISSON-de HARO et Laurent SIMON

HÉC

Avril 2013

STREAMING SYMPHONIQUE

Depuis plusieurs années, pas un mois ne se passe sans que soit évoquée la disparition imminente de la musique classique, de même que celle d'un de ses vecteurs principaux, l'orchestre symphonique (OS)ⁱ. Bien qu'avérée, il semble que cette désaffectation soit le résultat de divers facteurs qu'il convient de nommer et d'inventorier ici, fut-ce de manière succincte. À cet égard, quatre d'entre eux retiennent notre attention. Une fois cette étape franchie, nous pouvons mieux saisir le contexte duquel émerge la stratégie dite du streaming (ou du webcast c. à d. lecture en transitⁱⁱ) de la musique symphonique.

L'EXPÉRIENCE CLIENT

Projetons-nous un moment à la Maison symphonique, à la Salle Wilfrid-Pelletier ou sur le site de l'Amphithéâtre de Lanaudière et remémorons-nous le dernier spectacle symphonique (concert, opéra, peu importe) auquel nous avons assisté. Si fortunés ou chanceux, nous sommes assis aux premières loges de l'une ou l'autre des infrastructures en question et bénéficions d'une expérience sonore et visuelle de qualité supérieure. Concomitamment, nous goûtons l'effet *agora* de l'expérience, cette magie de la (relative) proximité avec les musiciens et chanteurs sur scène, sans oublier la présence des spectateurs qui nous entourent. Finalement, nous apprécions, peu ou prou, les qualité et convivialité environnementales et architectoniques desdits lieux.

Cela étant, convenons que cette expérience s'inscrit dans un cadre horaire précis, pas toujours en harmonie avec nos obligations personnelles ou professionnelles ; que nos places acquises à prix moindre — parce que faisant partie de la classe moyenne plutôt que celle évoquée plus haut — nous font rapidement nous situer en des points de vue ou perspectives acoustiques moins avantageux que ceux décrits dans le paragraphe précédent (surtout à l'opéra !) ; que contrairement aux *shows* pop, cette place assise ne nous permet en aucun cas de nous « exprimer » par la biais de la danse, de la parole (du cri ?...) ou du chant ; que le temps mis à réserver et acheter nos places nous fait perdre un temps précieux et que les aléas des voyageant et stationnement requis afin de nous rendre sur ces lieux de performance s'avèrent, en 2013, de plus en plus laborieux, parfois même rédhibitoires.

Malgré qu'il soit normal que l'*afficionado* d'un bien aussi exclusif, rival et différencié que celui d'un concert symphonique lui fasse envisager un coût de renonciation élevé afin de le consommer, nous avons là, à n'en pas douter, un premier facteur qui explique le désengagement/désenchancement noté plus haut.

CIRCUITS, CHAÎNES ET PARADIGME NOUVEAUX

Établissons dans un second temps que depuis l'apparition du phonogramme et de la radio, au début du XX^{ème} siècle, du film parlant et d'Internet au milieu et à la fin de celui-ci, l'OS dispose de trois outils supplémentaires de diffusion, en sus du concert vivant décrit plus haut : les supports-mémoire analogues (rouleaux, disques, pellicules argentiques, bandes magnétiques) ou numériques (CD/DVD), la diffusion *broadcast* (ondes hertziennes) et la diffusion en ligne (web).

Bien qu'il se convertisse en une multiplication des points de contacts avec un public qu'il désire le plus nombreux possible et qu'il se traduise en un assouplissement considérable, voire une élimination pure et simple des contraintes horaires reliés aux prestations *live*, cet enrichissement se solde par l'addition, pour l'OS qui s'en prévaut, d'éléments exogènes au circuit jadis sans intermédiaires — ou peu s'en faut — de sa distribution. Il s'agit là de chaînes de valeur parallèles, promouvant à moindre coût des formats « non-vivants » du produit qu'il génère :

OS | capteur | producteur de supports-mémoire | distributeur | détaillant | consommateur

OS | capteur | diffuseur hertzien/câblo/satellite/FAI | consommateur

Si l'archivage de signaux analogues ne pose, jusqu'au milieu des années 1980, qu'un nombre limité de problèmes en terme de duplication illégale — du fait de l'inévitable dégradation du signal d'origine lors de son transfert sur quelque'autre support que ce soit —, il en va tout autrement avec la captation numérique, laquelle offre à qui sait manipuler un tant soit peu l'informatique d'innombrables possibilités de reproductions parfaites. C'est là une porte ouverte au piratage que n'hésite pas à franchir le consommateur moyen, laquelle se trouve élargie par l'avènement du *Web*, au début des années 1990, et qui fait se transformer en quasi-mirage les *ROI*, ratios de conversion et taux de monétisation autrefois rattachés aux milliards de fichiers musicaux et vidéo

produits depuis leur apparitionⁱⁱⁱ. Pis, elle instille dans l'esprit des consommateurs l'idée du caractère gratuit de ce matériel, tout comme le sont les ondes hertziennes. Ce changement de paradigme constitue très probablement le deuxième facteur étayant la désertion des salles de concert classiques et l'attrition de ses publics.

LOI DE BAUMOL, PRÉFÉRENCES DE HAYEK

La prestation symphonique n'est, pour sa part, sortie des cours et églises des « grands » auxquels elle s'adressait initialement que depuis deux siècles environ. Sa rapide émancipation l'a fait se frotter de manière aussi brusque à la dure réalité du marché. Si pour certains elle constitue le symbole républicain par excellence, du fait de son envergure et des éléments de langage musicaux qui la rendent aisément accessible au peuple auquel il se destine — ses trois principaux représentants, Haydn, Mozart et Beethoven, se révèlent en effet tous trois « égalitaires » dans leur manière de composer —, pour d'autres, elle s'annonce déjà, financièrement parlant, le tonneau des Danaïdes et le parangon du *cost disease* évoqué par Baumol, en 1967^{iv}.

L'implacable donne de l'incompressibilité de certains de ses coûts fixes et marginaux fait du concert symphonique d'hier et d'aujourd'hui un produit de luxe, aisément élastique, que seul un nombre restreint de consommateurs semble en mesure de s'offrir. Qui plus est, ce nombre doit statistiquement s'enclaver au sein d'une masse critique de Caucasiens afin que se répartissent, entre les différents éléments qui la composent, les dépenses encourues par l'activité en question.

Car il apparaît de plus en plus patent qu'en sus de la traditionnelle césure générationnelle (l'âge médian d'un mélomane est de 48 ans^v), la musique classique *et* pop d'allégeance européenne ou nord-américaine est d'abord et avant tout affaire de blancs et qu'elle n'intéresse que de manière indirecte les autres souches de populations formant les désormais bigarrés ensembles démographiques occidentaux, *ceteris paribus*^{vi}. Nous pouvons par conséquent présumer qu'il puisse se passer un certain temps avant que n'agissent, sur ces groupes, les effets d'apprentissage de préférences liés à leur nouvel environnement social et qu'à court terme, ceux-ci ne fournissent pas la relève nécessaire afin de renverser la tendance évoquée en introduction du présent article^{vii}.

PORTER ET LES PRODUITS SUBSTITUTS

Comme si toutes ces tuiles ne suffisaient pas, la croissance, depuis la fin de la deuxième guerre mondiale, des indices de PIB/PNB d'Amérique, d'Europe et d'Asie principalement, s'accompagne d'une efflorescence et d'une offre inégalées de produits culturels et de divertissements les plus divers, lesquels, couplés avec l'apparition des supports-mémoires cités plus haut, agissent comme autant de fragmenteurs du *pool* limité de ressources pécuniaires et de temps des clients à qui ils sont offerts. Augmentés de potentialités expérientielles et sensorielles faisant défaut au concert classique, ces substituts remportent facilement la manche lorsque vient le temps, pour le consommateur, de trancher pour le plus satisfaisant, en terme de ratios plaisir-accessibilité-qualité-prix.

LE *STREAMING* COMME RÉPONSE PROTÉIFORME

Pour certains producteurs symphoniques et opératiques influents, nommément le **l'Orchestre philharmonique de Berlin** (OPB – The Digital Concert Hall^{viii}) et le **Metropolitan Opera** (Met – Met On Demand^{ix}), le *streaming*, ou *webcast* — qui est la diffusion simultanée/différée sur le web, opposée au simple processus de téléchargement —, constitue une parade qui, à défaut de répondre parfaitement à tous les enjeux posés par les problématiques exposées précédemment, possède l'avantage de résoudre ou d'atténuer quelques-uns de ceux-ci, sans compter celui de les faire se positionner sur un terrain technologique d'avant-garde identique à celui de ses compétiteurs, **YouTube** en tête. En cela, leur stratégie se trouve étayée par deux études de fréquentation du National Endowment for the Arts, datant respectivement de 2008 et de 2011, et confirmant que le taux de fréquentation de la musique classique sur le web surpasse celui du spectacle vivant de près de 8,5 points (17,8 % vs 9,3 %) ^{xxi}!

Ainsi, que ce soit à partir de leur propre plateforme web ou par le biais d'un intermédiaire détaillant tel que **Medici.tv**^{xii}, ces compagnies prennent le taureau de l'ubiquité web par les cornes et offrent à leur clientèle des captations vidéo et audio de qualité supérieure, dont les prises de vue et angles de traitement se basent généralement sur une connaissance approfondie des textes musicaux ou livrets abordés et dont l'efficacité technique et esthétique s'avère, pour ces raisons, souvent redoutable.

En regard des contraintes d'horaires, proximité spatiale, confortabilité acoustique, coût, contiguïté géographique et possibilités d'expressions spontanées qu'un concert *live* risque de faire vivre à son client, le *webcast* offre une alternative de choix, malgré l'absence de l'effet *agora* et celle de la plénitude ressentie lors d'un passage à l'Amphithéâtre de Lanaudière, par exemple. Qui plus est, il est taillé sur mesure pour les propriétaires et adeptes du *mobile*, dont 67 % d'entre eux se situe dans le groupe des 18-44 ans^{xiii}, lequel groupe constitue un public que veut récupérer toute organisation musicale classique qui se respecte, tant il se fait rare aux concerts *live*.

MONÉTISATION

Sous l'angle de la monétisation, qui s'effectue essentiellement par le biais de structures d'abonnements ou à la demande unitaire, on note une fourchette de prix variant de 149,99\$/an – 14,99\$/mois – 4,99\$/opéra pour le **Met**, à 129,99€/an – 12,99€/mois – 3,99€/48h pour **Medici.tv** et 149€/an – 14,90€/mois pour **Berlin**. On peut opiner que ce n'est pas donné. Un coup d'œil sur les grilles des prix de concerts sur scène de l'**OPB**^{xiv} et surtout du **Met**^{xv}, que ce soit à l'unité ou à l'abonnement, nous fait cependant vite prendre conscience des économies d'échelles, à proprement parler astronomiques, qu'un abonné web peut réaliser en se prévalant de l'avenue du *streaming*. Et puisque depuis la crise de 2008, monétisation rime de moins en moins avec fondations/subventions/dons, etc., il s'agit là d'une source de financement dont nos compagnies n'ont sans doute pas intérêt à se priver.

Bien sûr, aux yeux d'un certain public, rien ne bat la gratuité des *clips* diffusés sur **YouTube** ou **Vimeo** mais si les taux élevés de compression des documents prodigués par ces chaînes n'est pas de nature à le déranger, ce n'est pas le cas des mélomanes avec lesquels font affaire le **Met** ou l'**OPB**. De plus, il est rare que ces canaux web offrent l'intégralité des performances au programme des diffuseurs *streaming* de musique classique, le formatage de courts *clips* ou extraits ayant la cote chez les premiers.

Finalement, cette structure possède la vertu d'appliquer une cure minceur aux chaînes de valeurs étudiées plus haut et partant, de redonner aux entreprises un meilleur contrôle sur leur circuit de diffusion :

OS | capteur | consommateur

OS | capteur | détaillant web | consommateur

CONCLUSION

Comme le souligne pertinemment Robert J. Flanagan à la fin de sa monographie *The Perilous Life of Symphony Orchestras*^{xvi} : “There is no silver bullet to the economic challenges faced by orchestras”. Il n’existe pas de panacée lorsqu’il s’agit de résoudre les lancinants et récurrents problèmes de financement auxquels font face les orchestres symphoniques en particulier et les diffuseurs de musique classique en général. Le *streaming* n’est donc pas « la » solution miracle aux enjeux auxquels font face l’OS et qui ferait en sorte, à lui seul, soit de stabiliser les pourcentages de désaffectation de ses spectacles sur scène, soit d’augmenter les taux de conversion reliés à ses activités web.

Par contre, en regard de l’immense souffle que constitue Internet dans les poumons de la culture ainsi que de son adoption par environ 35 % de la population mondiale (63 % en Europe, 79 % en Amérique, 45 % en Asie — sur 7 milliards d’individus, en juin 2012^{xvii}), la stratégie consistant à faire l’autruche et à compter pour nuls ces indices de pénétration s’avère risquée, voire suicidaire. Comme toute autre stratégie, le *streaming* comporte ses forces (visibilité décuplée, entre autres) et ses faiblesses (dématérialisation et piratage en premier chef). Il n’en demeure pas moins un outil primordial à quiconque veut se tailler une place dans le monde culturel d’aujourd’hui.

ⁱ www.npr.org/blogs/deceptivecadence/2013/01/01/168369013/was-2012-the-year-that-american-orchestras-hit-the-wall

ⁱⁱ Suggestions de l’Office québécois de la langue française destinées à substituer le mot anglais « streaming ».

ⁱⁱⁱ Constantineau, Daniel, *Nouveau paradigme dans le cyber-espace*, UdeM-FEP, 2008, http://www.danielconstantineau.com/pdf/page_journalisme/CONSTANTINEAU_Paradigme.pdf

^{iv} William J. Baumoll, “Macroeconomics of Unbalanced Growth: The Anatomy of Urban Crisis,” *American Economic Review*, 1967.

^v <http://www.princeton.edu/~artspol/quickfacts/audiences/classical02.html>

^{vi} <http://silpayamanant.wordpress.com/2012/03/24/what-if-theres-really-no-decline-in-classical-music-audience/>

^{vii} Friedrich Hayek, “The Non Sequitur of the “Dependence Effect”, *Southern Economic Journal*, Vol. 27, avril 1961

^{viii} <http://www.digitalconcerthall.com>

^{ix} <http://www.metoperafamily.org/ondemand/index.aspx?src=hdfans>

^x Arts Participation 2008 Highlights from a National Survey, National Endowment for the Arts, 2008.

^{xi} Alan S. Brown, Jennifer Leigh Novak-Leonard “Beyond attendance : a multi-modal understanding of arts participation”, National Endowment for the Arts. 2011.

^{xii} <http://fr.mediciv.tv>

^{xiii} <http://www.go-gulf.com/blog/smartphone/>

^{xiv} <http://www.berliner-philharmoniker.de/en/konzerte/calendar/details/3460/>

^{xv} <http://www.metoperafamily.org/metopera/season/single/reserve.aspx?perf=11997>

^{xvi} Robert J. Flanagan, “The Perilous Life of Symphony Orchestras, Artistic Triumphs and Economic Challenges”, Yale University Press, 2012

^{xvii} <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>