

« Le streaming a réduit l'écart entre les stars et les artistes locaux »

Pionnière du streaming musical, Deezer se présente comme une plateforme vertueuse, notamment en mettant en place un système de rémunération plus juste pour les artistes. Son directeur général Alexis Lanternier en profite pour balayer quelques idées reçues.

ENTRETIEN

DIDIER ZACHARIE

Un autre streaming est-il possible ? C'est le pari que fait Deezer, plateforme pionnière du secteur, qui est une des rares à faire la chasse aux « fausses écoutes » et contenus intégralement générés par IA tout en mettant en place un système de distribution des revenus plus juste pour les artistes. Explications avec son directeur général Alexis Lanternier.

Le marché du streaming est dominé par Spotify qui est de plus en plus critiqué pour différentes raisons. Deezer en a-t-il bénéficié en récupérant des abonnés ?

Il y a eu un petit effet de migration de différentes plateformes vers Deezer depuis juin et toutes les discussions autour

de l'intelligence artificielle (IA) parce que Deezer est la seule plateforme qui signale les chansons 100 % générées par IA. On a ressenti un réel intérêt autour de ce service. Ça a contribué à une petite croissance du nombre d'utilisateurs qui nous ont rejoints.

Vous êtes une des rares plateformes à considérer la musique totalement générée par IA comme étant problématique. Une étude de Deezer estime d'ailleurs que 34 % des contenus de la plateforme sont générés par IA...

Depuis un an, on traque toutes les chansons du catalogue pour vérifier si elles viennent d'app d'IA générative. Aujourd'hui, on constate que sur 1 million de chansons uploadées chaque semaine sur notre plateforme, 340 000 sont entièrement faites par IA. Ce qu'il faut avoir en tête, c'est qu'en janvier 2024, ce chiffre était de 10 %. C'est donc un phénomène qui s'est développé très rapidement. Cela étant dit, on ne chasse pas les chansons IA dans le sens où on les garde toutes sur la plateforme. Si les clients veulent les écouter, il n'y a aucun problème pour le faire. Par contre, on veut qu'ils sachent ce qu'ils écoutent. Parce qu'aujourd'hui quasiment personne ne peut entendre la différence.

Il y a aussi le problème des « fausses écoutes » générées par des usines à bots...

Initialement, ce sont les *fake streams* qu'on chassait. On s'est aperçu que les chansons entièrement générées par IA étaient le premier outil des fraudeurs qui créaient ainsi des milliers de chansons et les faisaient écouter massivement pour les placer dans l'algorithme. On a identifié ces chansons et on les a exclues des algorithmes et de nos playlists, ce qui permet de ne pas avoir de di-

lution de la rémunération vers les vrais artistes.

Le phénomène des « fake streams » s'est-il tassé ?

C'est un phénomène qui est sous contrôle, mais qui ne s'est pas totalement tassé parce que toutes les plateformes ne font pas le même travail que Deezer. On voit qu'il y a toujours 8 % de *streams* frauduleux qu'on exclut de facto du calcul du droit d'auteur.

Deezer a mis en place un système de rémunération jugé plus juste pour les auteurs et compositeurs : l'« artist centric » comparé au « market centric » utilisé par Spotify. Comment cela fonctionne-t-il ?

Ça signifie que la majorité de ce que payent les abonnés Deezer est reversée aux artistes qu'ils écoutent. Ce qui n'est pas le cas avec un système *market centric* qui fonctionne au prorata. En gros, dans le *market centric*, si vous écoutez dix chansons par mois et que votre voisin en écoute mille sur une même période, 99 % de votre abonnement ira aux artistes que votre voisin écoute. Avec notre modèle *artist centric*, l'activité de chaque utilisateur est prise en compte. On a mis ce modèle en place il y a trois ans en France et il est aujourd'hui accepté par 80 % des ayants droit (c'est-à-dire les producteurs et éditeurs musicaux payés par la plateforme et chargés de reverser l'argent aux artistes, NDLR). C'est pour cette raison qu'on peut dire que la majorité de votre abonnement est reversée aux artistes que vous écoutez.

Alexis Lanternier défend sa plateforme : « La majorité de ce que payent les abonnés Deezer est reversée aux artistes qu'ils écoutent. » © LOEMBET BENJAMIN.

Deezer, pionnière du streaming musical

Les grands gagnants du streaming sont les stars qui font des millions d'écoutes. Est-ce que le modèle « artist centric » modifie ce constat ?

L'*artist centric* permet mécaniquement à des artistes un peu plus « niches » d'être mieux rémunérés. Pour faire simple, le modèle *market centric* favorise des artistes écoutés par des jeunes parce qu'un jeune va écouter mille chansons par mois quand quelqu'un de 50 ans en écoutera 150. Donc, mécaniquement, les artistes avec un public jeune bénéficient du *market centric* de façon jugée injuste par l'industrie. Avec l'*artist centric*, on réduit cet effet.

Par contre, ce modèle mis en place par Deezer n'a pas fait tache d'huile...

Effectivement. Pareil pour ce qu'on a fait sur l'IA. Il y a quelques annonces ailleurs, mais la majorité des autres plateformes ne nous suivent pas encore. Et c'est sans doute qu'elles n'ont aucun intérêt à le faire. L'ADN de Deezer est de soutenir les artistes et l'industrie de la musique. C'est pour ça qu'on le fait. Mais ça ne nous rapporte rien directement. Simplement, c'est cohérent avec notre image de marque et on voit que des clients nous rejoignent aussi pour ça.

Pour beaucoup, le streaming est la nouvelle radio...

Il y a une différence énorme, c'est qu'il permet le développement des artistes locaux et de taille moyenne. Je sais qu'on dit souvent le contraire, mais il n'y a pas de débat là-dessus, ce sont les chiffres qui le disent. Le digital a réduit l'écart entre les stars et les artistes locaux. On observe partout que la part des artistes locaux augmente chaque année en pourcentage de *streams*. On est à 50 % en France, 70 % au Brésil et ça continue. D'un autre côté, c'est devenu tellement facile de produire de la musique qu'il y a beaucoup plus d'artistes qu'à l'ère du physique. Un chiffre pour donner une idée : il y a eu six fois plus de chansons mises en ligne sur Deezer en 2025 qu'il y a seulement trois ans. C'est un peu la balance des deux. D'un côté, c'est beaucoup plus simple de se faire découvrir grâce au streaming, de l'autre, la concurrence est beaucoup plus rude.

Cela signifie qu'il y a trop d'artistes pour que tous puissent en vivre ?

Cela signifie que le secteur ne croît pas aussi vite que la production musicale. Tandis que la taille du gâteau du streaming augmentait de 30 %, les gens qui se le partagent ont été multipliés par six. Donc, par personne, la taille du gâteau est plus faible. C'est ce qui explique qu'il est plus difficile aujourd'hui pour un artiste « moyen » d'être rémunéré avec le streaming autant qu'il pouvait l'être à l'ère du CD.

Autre critique : certains artistes ont le sentiment d'être la proie des algorithmes...

Chez Deezer, on travaille beaucoup à redonner le contrôle à l'utilisateur. Il y a une transparence totale sur toutes les infos que les algorithmes ont sur vous et vous pouvez tout nettoyer. On cherche aussi à garder un pied dans le monde réel en organisant des événements, on a une vingtaine d'éditorialistes qui travaillent sur les playlists et on n'a aucune recommandation commerciale. Ceci étant dit, pour découvrir des nouveaux artistes, l'impact des algorithmes est extrêmement puissant. C'est leur pertinence qui fait l'attrait des plateformes de streaming pour les utilisateurs. Je pense que c'est un outil fantastique. Encore une fois, le streaming a démontré qu'il permettait de faire découvrir beaucoup plus d'artistes qu'avant. Après, c'est comme tous les outils technologiques, c'est un peu effrayant parce qu'on ne comprend pas exactement comment ça fonctionne mais, pour l'instant, c'est le moins mauvais modèle qui a été inventé.

