

Les nouveaux moyens de diffusion de la création musicale à Radio France

Barbara Sallé

Université Paris 8 – CICM/MSH Paris Nord

Introduction

Radio France est un média radiophonique essentiel. Il représente les attentes de développement culturel et technologique mis en place par les pouvoirs publics. Les objectifs de Radio France avec le festival Présences et son satellite Présences électronique¹ résident dans le fait de pouvoir aider la musique de création, en la diffusant sur les ondes radiophoniques en direct ou en différé, mais aussi par des concerts gratuits au sein de sa maison, interprétés principalement par ses deux orchestres, son chœur, et sa maîtrise.

Financé par le budget de Radio France, entreprise privée à fonds publics, le festival Présences permet d'offrir différentes figures de la composition musicale, nationale et internationale (une vingtaine de créations par an, avec les meilleurs interprètes). Le festival Présences est un vecteur important de la diffusion de la musique contemporaine en France depuis ses 15 dernières années. Créé en 1991 par Claude Samuel, il s'agissait d'une manifestation musicale d'avant-garde, dans une structure où tout permet de servir la création musicale, de sa conception à sa diffusion. Baptisé festival « America » pour sa première édition, puis festival « Présences » par la suite, ce festival fût gratuit dès sa deuxième édition. Il occupe une place importante pour Radio France.

Le développement de carrière d'un compositeur aujourd'hui passe en grande partie par ce genre de festival subventionné car il permet aux pouvoirs publics de déceler et d'aider financièrement les différentes esthétiques musicales et les quelques nouvelles figures qui se démarquent. Le compositeur peut y valoriser sa création et prétendre à une prise en charge monétaire de ses futures œuvres.

En parallèle, le festival Présences *électronique*, sous l'impulsion de René Bosc² et de Christian Zanési³, créé en 2005, pour ainsi dire basé sur le « label » GRM⁴, présente aussi bien les musiques électroacoustiques du répertoire que les nouvelles tendances de la création musicale électronique.

Jusqu'à présent, les moyens traditionnels étaient ceux de la diffusion sur les ondes radiophoniques (France Musique, France Culture, plus toutes les annonces faites sur France

¹ Festival organisé à l'INA GRM, diffusé sur les ondes par Radio France

² Délégué artistique du festival Présences et du bureau de la création, compositeur, chef d'orchestre.

³ Délégué artistique du festival Présences électronique et compositeur au GRM.

⁴ Groupe de Recherches Musicales, crée par Pierre Schaeffer en 1958.

Inter, France Info, Fip, et le Mouv). Depuis 2004, de nouvelles techniques de diffusion via Internet ont été implémentées, pour être proposées au public en 2005.

Ces nouveaux moyens concernent :

1/ La Radio sur Internet, accessible donc à l'international.

2/ Le Podcast, permettant de choisir ses programmes et donc personnaliser sa radio.

Cet article a pour but d'évaluer l'apport de ces nouveaux moyens de diffusion pour la création musicale contemporaine à Radio France. De plus, il s'agit de saisir dans quelle mesure ces moyens, issus des sciences de l'information, de la communication, et des technologies de réseau, peuvent donner un nouveau souffle à la diffusion et à l'autonomie esthétique de la création musicale contemporaine.

Nous présenterons dans un premier temps le festival Présences et son satellite Présences électronique, avec leurs moyens de diffusion employés jusqu'alors. Puis dans un deuxième temps, nous présenterons Radio France Multimédia considéré comme une nouvelle chaîne à part entière, ainsi que la radio sur Internet et le Podcast, outils utilisés déjà par l'entreprise.

Nous terminerons par un bilan prospectif de la diffusion de la création musicale à Radio France, par le moyen de ses nouveaux outils.

1. Le Festival Présences

Le festival Présences naît en 1991 et se trouve porté par Claude Samuel, Directeur de la Musique de 1989 à 1996, mais également fondateur du Festival de Royan et de celui de La Rochelle. L'entreprise Radio France soutient cette initiative. Un cahier des charges est instauré cependant dès sa création et se révèle strict. Concernant la musique, par l'intermédiaire de France Musique, la chaîne doit « *...le plus largement possible, élargir la connaissance des œuvres musicales de toutes les époques en s'efforçant de promouvoir la vie musicale, notamment la création musicale en France* ». ⁵

Louis Dandrel⁶ va considérablement promouvoir la création musicale par le biais de la musique contemporaine intégrée dans les programmes d'antenne. Jean Maheu⁷ marque son mandat par l'intégration de nouvelles technologies, comme la diffusion des programmes par satellite par les programmes « Hector » et « Victor » dès 1989, offrant une qualité de diffusion optimale en stéréo, et 24 h sur 24. Michel Boyon⁸ assure la continuité du développement des activités de Radio France sur Internet, avec France Info en ligne dès 1996. Claude Samuel arrive donc dans cette maison avec pour souhait de faire un festival de création avec des

⁵ « Cahiers des charges, sociétés nationales de télévision et de radiodiffusion », document extrait de la B.D in « Cahiers des charges de Radio France 1981-1987 ».

⁶ Rédacteur en chef de France Musique de 1975 à 1977.

⁷ Président Directeur Général de Radio France de 1989 à 1995.

⁸ Président Directeur Général de Radio France de 1995 à 1998.

compositeurs «... *qui prennent des risques, qui engrangent des pistes nouvelles* »⁹.

Présences a donc fondé ses arguments sur sa puissance d'orchestres, de chœur et de sa maîtrise, ses salles, et surtout son puissant relais d'antenne pour passer les messages et faire de la publicité pour le festival, ainsi que pour générer des droits radiophoniques pour le compositeur et pour l'éditeur. L'autre point essentiel est celui de sa gratuité au nom du service public pour le soutien de la création artistique.

Le festival a présenté toutes les grandes figures de la composition contemporaine. Présences a contribué d'ailleurs à faire découvrir et comprendre aux jeunes les influences de la création musicale.

Durant ces 16 éditions du festival, les grands axes se sont dessinés avec le relais de ces producteurs, c'est-à-dire, le Directeur de la Musique et le délégué artistique du bureau de la création en place. Claude Samuel commence donc cette production de concerts, dont la création se veut inséparable de sa diffusion puisque les concerts seront diffusés sur France Musique, la plupart du temps en différé. Il sera suivi de Pascal Dumay, René Koering, Jacques Taddei, et actuellement Thierry Beauvert.

La politique de commandes de création musicale s'est révélée être au cœur de la dynamique du festival. Celle-ci a permis aux jeunes compositeurs d'être sélectionnés parmi un comité d'écoute de diverses personnalités de la musique¹⁰ et de bénéficier de tout le système de production de Radio France pour promouvoir leurs œuvres. Le public entend des œuvres inédites, le but n'étant pas de sortir des œuvres majeures, du moins sur le principe, mais d'alimenter la création. De plus, chaque année un compositeur ou un thème est mis en avant. En moyenne, une dizaine de commandes sont passées chaque année, ainsi qu'une vingtaine de créations mondiales¹¹, et une vingtaine de créations françaises¹². En 2006, nous avons entendu les œuvres majeures de Krzysztof Penderecki, des commandes ont été passées à des compositeurs comme Santa Ratniece, ou Thierry Escaich, entre autres, et des premières mondiales de Matthias Pintscher ou Gilles Racot ont été entendues. Cette politique de commandes est à mettre en perspective avec la politique du ministère de la Culture pour soutenir la création musicale et les orchestres qui lui sont liés. D'ailleurs, un certain nombre d'ensembles (EuropaChorAkademie, Musicatreize), de quatuors (Castagneri, Renoir), d'orchestres nationaux (Toulouse, Strasbourg, Lille, Montpellier), ou d'orchestres internationaux (Royal Scottish National Orchestra, Oslo Philharmonic Orchestra), sont régulièrement invités.

⁹ Entretien avec Claude Samuel au centre Acanthes en janvier 2006.

¹⁰ Compositeurs, chercheurs, producteurs, écrivains, etc.

¹¹ Création jouée pour la première fois.

¹² Création jouée pour la première fois en France.

2. Présences *électronique*

Pionnier de la musique concrète, électroacoustique ou acousmatique, le Groupe de Recherches Musicales est un lieu où se rencontrent création, recherche et conservation dans le domaine du son et des nouvelles technologies. Pierre Schaeffer en est l'instigateur en 1958, le GRM rejoint 2 ans plus tard le Service de la Recherche de la Radio Télévision Française (RTF). C'est en 1975, à l'issue de l'éclatement de l'ORTF, que le GRM¹³ est intégré à l'Institut National de l'Audiovisuel¹⁴. Ce type de studio de création musicale au sein d'une radio est un phénomène de l'après-guerre qui se retrouve dans toutes les grandes radios européennes.

Le festival *Présences électronique* s'est créé par une conjonction de plusieurs événements. Jusqu'en 2004, le festival *Présences* a accueilli régulièrement un ou deux concerts organisé par le GRM. La salle Olivier Messiaen¹⁵ est conçue pour accueillir les orchestres de la production à la diffusion du concert, tandis que les installations du GRM sont équipées de matériels électroniques, de nombreux câbles, de haut-parleurs.

L'idée fût donc d'accorder plusieurs jours de programmation au GRM et de créer un satellite à *Présences* qui serait consacré aux musiques électroniques dans le sens le plus large du terme.

« On souhaitait avoir un noyau solide avant de créer des satellites spécialisés. Nous étions les mieux placés pour commencer cette expérience car nous connaissons la maison, les outils, nous sommes dans une relation de confiance avec Radio France, puisque nous travaillons en étroite collaboration et comme la création contemporaine utilise de plus en plus la technologie, nous devenons donc des interlocuteurs valables »¹⁶.

Actuellement, les acteurs de la musique électroacoustique souhaitent rapprocher des cercles dispersés. Il y a d'une part la scène acousmatique qui est assez réservée, et spécialisée et d'autre part, la scène électronique qui se développe de façon autonome aussi bien dans les marges des institutions que dans l'industrie musicale.

La musique électronique, courant émergent de la pop, s'est construite et a grandi sans subventions. Issue de la Techno, la musique électronique s'est autonomisée. Elle est expérimentale, de sa conception à sa diffusion. Tout un réseau s'est constitué avec de nombreux labels, avec des festivals, des artistes très sollicités comme Matmos, Aphex Twin ou Scanner, entre autres. Les artistes ayant développé ces nouveaux genres ou orientations musicales, ont travaillé avec les mêmes outils technologiques et techniques, que les compositeurs de musique électroacoustique du domaine contemporain dit savants¹⁷.

¹³ Pour plus d'informations, voir www.ina.fr/grm/

¹⁴ www.ina.fr/

¹⁵ Le festival *Présences* se déroule essentiellement dans la salle Olivier Messiaen, salle dédiée principalement aux formations orchestrales situées dans le hall central de Radio France.

¹⁶ Propos de Christian Zanési.

¹⁷ Cette problématique sera d'ailleurs développée dans le cadre de notre thèse.

Le GRM par l'intermédiaire de Christian Zanési a commencé à établir des liens avec la scène électronique, en 2002, à l'occasion de Villette Numérique¹⁸, un concert qui rassembla entre autres, Christian Fennesz¹⁹, Pansonic²⁰, et Christian Zanési. *Présences électronique* souhaite rassembler ces deux sphères en privilégiant une qualité d'écoute, et une qualité dans la représentation. « *Ce n'est pas souvent qu'il y a des concerts de musique électronique dans un auditorium classique, c'est la première fois.* »²¹

Durant la première édition en 2005, les musiciens comme *Amon Tobin*, ayant l'habitude de tourner dans des salles rock, ou dans des endroits dédiés à la scène électronique, ont vraiment apprécié la qualité du son et la qualité d'écoute. Les deux premières éditions ont eu d'ailleurs un retentissement très positif dans le milieu de la musique électronique.

*« Le but de Présences électronique est très simple, nous aimerions que cela devienne une référence. Je pense que nous sommes tout à fait dans l'optique de la politique de la maison, car le président Jean-Paul Cluzel a demandé de rajeunir l'audience, et nous rentrons tout à fait dans ce contexte. »*²²

3. Le cas de Radio France Multimédia - Naissance de la musique sur Internet

Radio France multimédia est né à l'initiative de Jean-Marie Cavada²³ en 1999, avec l'explosion d'un nouveau marché lié justement au multimédia et plus particulièrement à Internet, vers la fin des années 1990.

Le site Internet de Radio France existe depuis 1994, mais depuis 1998, RFM²⁴ décide de créer un secteur qui soit à la fois de développement prospectif d'un point de vue technologique mobile, mais également un secteur qui prenne en charge les développements opérationnels, informatiques, commerciaux dans certains cas, sur ces nouveaux marchés. Ces Marchés sont constitués de l'offre Internet, l'offre nouvelle qui est la téléphonie mobile, l'offre PDA²⁵ (maintenant appelé l'offre Podcast), donc créer un secteur de développement qui n'existait pas à Radio France.

Depuis ces vingt dernières années, les services techniques suffisaient pour exploiter les nouveautés technologiques, c'est-à-dire la stéréo dans les années 70 et la FM dans les années

¹⁸ Festival crée en 2002 par la Cité des Sciences, la Cité de la musique et le Parc de la Villette, en collaboration avec le l'INA-GRM.

¹⁹ Compositeur autrichien sur le label Touch Music.

²⁰ Groupe de musique électronique Finnois très en vogue sur la scène électro internationale

²¹ Propos de Christian Zanési

²² Ibid.

²³ Président Directeur Général de radio France de 1998 à 2004.

²⁴ Radio France Multimédia

²⁵ Personnel Digital Assitant

80. Il y a eu l'apparition du Radio Data System²⁶, mais cela n'a pas connu l'engouement qu'a provoqué le HTML²⁷.

L'arrivée du HTML, de l'Internet plus précisément, et plus globalement de la diffusion audio sur Internet a modifié considérablement la donne, en ouvrant la possibilité de diffuser à des endroits où la radio ne pouvait pas l'être, comme à l'étranger par exemple, dans des conditions budgétaires abordables (dans la mesure où en part de marché, l'étranger représente une niche). Puis RFM s'est intéressée à de nouveaux supports de diffusion comme le téléphone, pour développer une nouvelle offre concernant ce futur marché.

Le service de développement est donc né de cette initiative, mais avec une forte activité opérationnelle car outre le développement, RFM travaille aussi sur l'exploitation commerciale bien que le site Internet ne vende rien. « *Il fallait réfléchir à comment Radio France pouvait proposer des contenus sur ce nouveau marché car radio France ne pouvait pas en être absent, et ce service est devenu aujourd'hui une des chaînes de Radio France* ». ²⁸

RFM a cette double casquette de faire du développement de produit, donc du marketing et de continuer à faire vivre ce site Internet qui est devenu une antenne à part entière. Il est vrai que cette antenne pourrait s'apparenter à un prolongement des autres, mais elle possède également des contenus qui lui sont propres.

Dès 1995, la chaîne²⁹ propose des fichiers Real audio de flashes infos de France Info remis à jour deux fois par jour, puis à la fin de 1995, elle met en œuvre la diffusion en direct de France info, et demeure la première en Europe à diffuser en direct une radio sur le net.

Les objectifs essentiels de Radio France avec ce projet sont donc d'ouvrir le réseau de diffusion radio à l'international, de prendre en compte des demandes non traitées d'informations complémentaires sur les programmes, pouvoir avoir des données associées aux émissions proposées. Et finalement, l'entreprise veut proposer des émissions à la carte, ce qui est une nouvelle étape pour la radio car la technologie hertzienne ne permet pas cela.

Ces changements apportent des modifications assez profondes des procédés de production à l'intérieur de l'entreprise car il faut pouvoir proposer des contenus à la carte, des données à fournir avec les émissions, et donc mettre en place une base de données avec du nouveau personnel qualifié pour cette tâche.

²⁶ Radio Data System Norme internationale qui permet aux stations d'émettre des informations sur des fréquences en dehors de la bande audible en même temps que le signal radio ordinaire. Il permet notamment de diffuser les informations suivantes : nom de la radio, heure, type du programme diffusé ... Un autoradio muni du RDS permet de voyager dans toute la France en restant à l'écoute de la même radio sans avoir à changer de fréquence et d'obtenir des informations routières.) ; (Le radio data system (RDS) est un système de transmission de données numériques sur les ondes des radios de la bande FM, conjointement aux signaux audios habituels.

²⁷ Le HTML, abréviation de l'anglais Hypertext Markup Language (Hypertext est parfois écrit HyperText pour marquer le T de l'abréviation), aussi appelé langage HTML, rarement traduit littéralement en langage de balisage hypertexte, est le langage informatique créé et utilisé pour écrire les pages Web. HTML permet en particulier d'insérer des hyperliens dans du texte, donc de créer de l'hypertexte, d'où le nom du langage.

²⁸ Propos recueillis par Eric Duval-Valachs en entretien sur Radio France Multimédia.

²⁹ Idem.

Difficultés rencontrées à la mise en route, problème de formats

RFM a rencontré certains problèmes de formats. L'évolution des compressions de format a permis de développer la qualité de l'offre, dans la mesure où les usagers utilisaient des modems à 14, 28, puis 56kbit/sec (valeur théorique), mais en débit utile, l'utilisateur était rarement au-delà de 20 kb/s, entraînant une perte réelle d'informations. Dès lors, l'information par la parole a été mise en avant sur Internet, étant donné que nous sommes déjà tous habitués à la compression de la voix par le téléphone. (bande passante est de 303mb/s). Mais durant ces trois dernières années, l'offre s'est considérablement développée, liée à la standardisation de l'offre d'accès au haut débit.

Cependant, cette évolution conduit à une problématique jusqu'alors inexistante. Lorsque l'on diffuse en Hertzien, le coût de fonctionnement de l'émetteur reste le même, que ce soit pour un auditeur ou pour mille personnes. Avec la diffusion par l'Internet, il faut diffuser pour chacun des auditeurs qui le demande, et à chaque fois, payer un débit selon le nombre d'auditeurs qui écoute. Donc le coût de diffusion est directement corrélé au nombre d'auditeurs.

C'est un phénomène nouveau au sein de la radio qui de plus est une radio de service public, qui n'est pas sensée gagner de l'argent, car la diffusion de bonne qualité entraîne un coût supérieur, et RFM achète environ 80 téraoctets par mois.

« Actuellement, ce sont les FAI qui gagnent sur tous les tableaux en faisant payer l'accès à Internet aux clients³⁰. Ils vendent aux entreprises les tuyaux pour diffuser les contenus, avec en plus 80% du trafic car nous passons par leur home page, et donc 80% du marché de la pub. Il va falloir un moment pour que des lois soient votées, car ces FAI vendent des abonnements pour accéder à des contenus qui ne leur appartiennent pas, et nous, nous devons faire à nos frais des contenus pour faire fructifier leur chiffre d'affaire. C'est la problématique globale des éditeurs sur Internet actuellement ».

4. Le Podcast

Le nouvel outil qui pourrait s'apparenter à un nouveau média ou médium de diffusion est le Podcast. Le Podcast pour l'entreprise amène 2 notions, la mobilité et l'abonnement. Le Podcast est employé à Radio France depuis Septembre 2005. Ces émissions sont essentiellement des chroniques retraçant tous les sujets habituels traités en radio (économie, politique, jardinage, culture, sortie, etc...). Les chroniques sont assez courtes (2 minutes en moyenne), les émissions varient aux alentours d'une heure. « Nous pensons que le Podcast est un élément intéressant pour diffuser des niches qui ne trouvent pas de marchés ailleurs³¹ ». À

³⁰ France Télécom avec Wanadoo par exemple.

³¹ Idem.

titre d'exemple, prenons l'émission *les indés* dans le Mouv présentant comme son nom l'indique, les musiques indépendantes.

Le Podcast est un flux RSS³², dans lequel on va transmettre un conteneur XML, c'est-à-dire un méta fichier avec des champs spécifiques de référencement. Lorsque la personne veut télécharger un fichier, elle appelle un certain nombre de paramètres qui le définissent sous la forme d'une adresse RSS, pour ensuite le récupérer sur son ordinateur. Cette adresse étant actualisée constamment par de nouveaux fichiers. En ce qui nous concerne, ce serait de la musique d'un genre musical, renouvelé constamment. **C'est le récepteur qui s'inscrit au départ et décide de télécharger le contenu, l'émetteur n'ayant aucune action sur la visibilité de ce qu'il diffuse, et du contenu écouté ou non.** Ce point est très important, car cet outil ne s'apparente pas au système de diffusion habituel de la radiophonie. On utilise traditionnellement un outil de diffusion pour avoir une visibilité maximale. Le Podcast engendre un choix du récepteur, ou consommateur. D'où la notion d'encadrement de cet outil avec des blogs (sites spécialisés sur un thème) pour pouvoir référencer et améliorer la visibilité, et la connaissance des usages engendrés par le Podcast.

5. Systèmes de connexion réseau

Outre l'utilisation de cet outil, Radio France travaille sur les problématiques des systèmes de connexions au réseau (en constante évolution) pour son site Internet et du fait de la multiplicité de ses chaînes. L'entreprise possède en effet 8 chaînes nationales en plus de 500 radios locales.

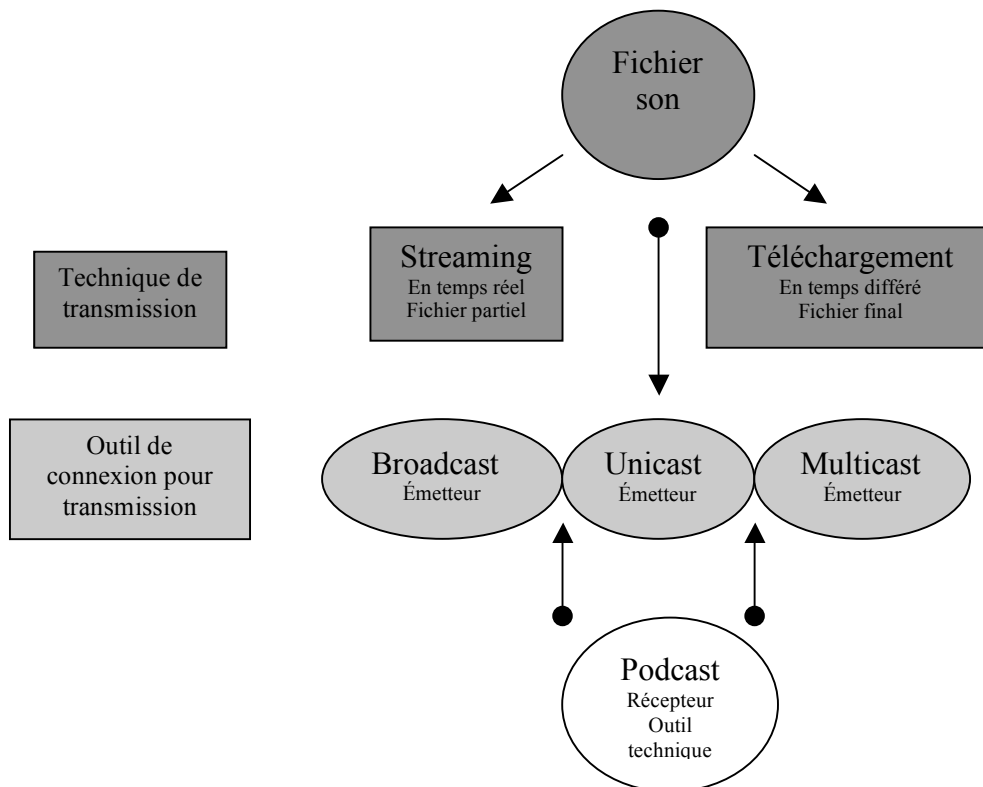
« On a fait chevaucher deux besoins pour faire une infrastructure commune. Un des besoins était que tous les employés de Radio France doivent pouvoir avoir accès à la radio par le réseau. On a mis en place une infrastructure très complexe, et de ce fait on se sert de cette infrastructure pour envoyer en linéaire les données à un hébergeur externe, qui encodent les données et les renvoient sur le système ». Par exemple, on va avoir une émission source, qui va envoyer son propre son dans Paris. Ce son doit être envoyé à tous les clients, puis sur Internet. Si deux clients requièrent le même fichier en même temps, on va choisir de passer sur un des trois modes de transmission selon le cas de figure »³³.

Parmi ces modes de transmission, nous trouvons le **Broadcast**, où il est possible de diffuser des données à toutes les machines d'un même réseau en même temps (réseau interne pour Radio France, ou réseau externe pour un particulier). Cela limite la diffusion simplement au réseau. L'heure pré-établie de passage peut s'avérer être un inconvénient. Le deuxième est l'**Unicast**, le flux est envoyé à une seule personne, seul le destinataire intercepte et décode le

³² Un **flux RSS** ou **fil RSS** ("RSS feed" en anglais), sigle de **Really Simple Syndication** (*syndication vraiment simple*), ou de **Rich Site Summary** (Sommaire d'un site enrichi) est un format de syndication de contenu Web. Ce système permet de diffuser les nouvelles des sites d'information ou des blogs, ce qui permet de rapidement consulter ces dernières sans visiter le site.

³³ Jérôme Degrégori, exploitant exploitation Réseau.

paquet qui lui est adressé, c'est le principe du **téléchargement**. Le troisième est **Le Multicast**, nous avons un ordinateur qui émet un flux, et un autre ordinateur « cœur de réseau », qui reçoit et gère selon la demande des personnes, clients, ou récepteurs. Si un récepteur veut écouter ce flux, il va à cette adresse pour le télécharger. Si jamais nous avons un deuxième récepteur, désirant écouter cette source, le cœur de réseau va multiplier la source pour la distribuer à l'autre client. Le principe du multicast étant qu'à aucun moment, le flux ne soit doublé sur aucun des liens. Cela permet de ne pas bloquer le réseau bureautique (et de ne pas perdre de temps), comme par exemple pour Radio France, son réseau de chaînes.



Ces nouveaux moyens influent sur la diffusion de la création musicale et changent nos modèles économiques pré-établis, comme nous l'avons vu auparavant. Des choix doivent être opérés, comme par exemple le mode de diffusion du fichier sur Internet qui influe sur les moyens de production. Il y a le téléchargement (fichier lu en temps différé), qui ne devient lisible normalement que s'il est reçu intégralement, ou le principe du Streaming (fichier lu en temps réel pendant qu'il est diffusé).

L'avantage du téléchargement est de pouvoir être de grosse taille, donc de bonne qualité. On conservera la qualité du fichier tout au long de la transmission, avec en plus des contrôles de transmission. Si le fichier est altéré, il peut être réémis de façon à ce que l'intégralité du fichier soit envoyé. L'inconvénient majeur est le décalage que cela va entraîner, car il faut que le concert soit terminé, monté, remixé, puis envoyé ; donc le décalage temporel peut être relativement important par rapport à l'émission.

Le Streaming donne la possibilité d'une émission beaucoup plus directe, car il n'y a pas de notion de début et de fin. On envoie une partie en enregistrant une autre, par l'intermédiaire de buffers. Le problème du temps réel est résolu ou presque, le problème étant qu'on lit le son au fur et à mesure qu'on le reçoit, donc si une partie est perdue via la connexion, la transmission continuera quand même avec une perte de qualité audio.

Conclusion

Comme nous venons de le voir, de nouvelles techniques de diffusion existent et sont continuellement développées à Radio France. Le choix du mode de diffusion du son, reste à faire, que ce soit en temps réel avec une dynamique de diffusion immédiate, ou en temps différé, avec une optique de qualité de fichier transmis.

Pour le festival Présences comme pour *Présences électronique*, ce choix se porterait pour l'instant sur le téléchargement, que ce soit du point de vue du producteur comme de l'auditeur. Comme nous l'avons développé auparavant, la qualité du son est primordiale pour l'écoute des musiques orchestrales, électroacoustiques, électroniques, dont la norme de diffusion est pour l'instant celle de la qualité audio à 44100 MHZ (aucune compression). L'encodage (trop élevé) requis pour diffuser rapidement sur Internet ne permet pas d'utiliser le Streaming³⁴. Le Podcast peut se révéler très intéressant, car il pourrait permettre à la création musicale à Radio France, d'avoir une actualité via une vitrine, et un référencement. Nous rappelons que la création musicale n'est pas « normalement » industrialisée³⁵, elle représente une niche dans l'industrie musicale, et ne se trouve pour ainsi dire plus dans les réseaux de distribution de la musique comme la FNAC.

L'emploi du Podcast au sein de Radio France (pour l'instant utilisé pour des émissions flash infos) peut drainer des nouveaux auditeurs vers de nouveaux compositeurs qui se produisent encore essentiellement à Paris. Ce point de rencontre virtuel peut créer un lien et développer un marché qui n'existe pas ou très peu ailleurs. Il pourrait, dans le cadre de la mission de service public de Radio France, alimenter des débats ou des dialogues entre compositeurs, auditeurs et producteurs, créer une synergie nouvelle et dynamique entre ces acteurs et restructurer, voire reconstruire de nouveaux modes de diffusion de la musique de création par le biais de concerts en ligne, ou de catalogue de musique en ligne.

³⁴ Du moins nous le rappelons pour les genres musicaux cités, l'industrie musicale utilise ce procédé pour la téléphonie mobile ou avec le mp3.

³⁵ Voir les tableaux des ventes répartis par genre de la Sofres, Ipsos, Insee de 1980 à 2006.

Sur le site de *Présences électronique*, il existe pour l'instant une Web-radio interactive « les ondes » avec des extraits vidéo de concerts, entremêlés d'interviews, le programme de la saison à venir, un backup d'entretiens pédagogiques, et le téléchargement de logiciel de création musicale (GRM Tools)³⁶. Le GRM est en mesure de proposer à intervalle de quelques jours les dernières créations réalisées, sous la forme de téléchargements³⁷. Dans la mesure où la post-production n'existe pas, ni les droits d'édition, les droits d'auteurs seraient répartis de manière égale entre le compositeur et le producteur (GRM) ; une moitié pour le compositeur, une moitié pour le producteur ; la pièce pourrait donc être téléchargée en haute définition, avec le label de qualité GRM. Cet accord passé avec les compositeurs (François Bayl, Parmegiani, Zanési, etc.) devra l'être aussi avec les compositeurs de musique électronique, extérieurs à la structure, qui possèdent des contrats d'exclusivité ou contrats de cession avec leur label ou éditeur. Peut-être que la vitrine et la forme de rassemblement que proposera le GRM engendreront des contreparties.

« On souhaite offrir la création à la sphère Internet, on fait actuellement des reportages sur Internet, nous avons une web-radio, où l'on sectionne l'émission en fonction de l'œuvre, de la musique, du compositeur, comme une sorte de livre. »³⁸

Un des objectifs d'une telle pratique pour le mélomane consisterait à proposer en ligne des musiques électroacoustiques qui ne sont plus diffusées, ni par la radio, ni par l'industrie du disque.

Le problème n'est pas le même en ce qui concerne le festival *Présences*. La question des droits reste plus complexe du fait des implications entre les orchestres, les productions, les compositeurs, et les maisons d'édition musicale. Les contrats de cessions sont établis entre producteurs, éditeurs, orchestres ou ensembles, compositeurs sans oublier les interprètes, et la répartition des droits sur Internet s'avère très délicate. Des négociations sont en cours actuellement entre radio France et la SACEM, la SPEDIDAM, la SACD, pour trouver un terrain d'entente pour établir un modèle type de contrat pour Internet mais concernant la musique orchestrale, de nouvelles propositions devront être formulées pour établir un nouveau modèle de diffusion de la création musicale.

« Sur le plan interne, tout ce qui est journalistique a fait l'objet d'un accord interne, de telle sorte que les journalistes nous libèrent leurs droits d'auteurs contre une certaine somme annuelle, qui est elle-même assise sur une assiette du chiffre d'affaires »³⁹.

On pourrait cependant référencer et mettre en ligne toutes les pièces du festival, et développer un site plus dynamique avec une actualité plus redondante, sur le principe de ce que le GRM développe. *Présences*, via Radio France possède une base de données très importante concernant la musique orchestrale, dont un catalogue de musique enregistrée potentiellement

³⁶ Le GRM Tools est lié à l'autre activité du GRM qui concerne la recherche en audio numérique et en création d'outils logiciels pour les compositeurs.

³⁷ Reste à régler les détails logistiques.

³⁸ Christian Zanési.

³⁹ Entretien avec Eric Duval-Valachs.

exploitable. Là aussi, mettre en ligne ces données, en plus d'informations complémentaires pourrait s'avérer utile pour alimenter la mission de service public auquel s'attache Radio France.

L'exemple de *Présences électronique* nous conforte dans l'idée que les nouvelles technologies liées à la diffusion peuvent s'avérer salutaires pour la diffusion de la création musicale à Radio France, par le développement de leur site mis en place, et par l'utilité que pourrait apporter le Podcast. D'autre part, pour le festival Présences, de nouvelles perspectives peuvent émerger des nouveaux moyens de diffusion, en prenant les actions possibles citées auparavant, mais avec bien d'autres encore. La problématique juridique dans ces deux cas rejoint d'ailleurs, la problématique générale sur le droit d'auteur. Outre ce problème, nous observons à travers cette institution une place à prendre pour diffuser la création musicale, que l'industrie musicale s'est gardée de développer. Mais est-ce vraiment le rôle de l'industrie de développer la création ? Où celle de l'institution, car la création musicale reste une niche au sein de Radio France ?

L'autonomie financière prise par la musique électronique ne montrerait-elle pas la voie aux compositeurs contemporains, qu'ils soient électroacousticiens, où qu'ils écrivent pour orchestre ? Les techniques de diffusion précédemment citées sont des exemples parmi d'autres systèmes en développement, et les nouvelles technologies, qui bouleversent depuis quelques années nos modèles anciens, vont faire émerger de nouveaux modèles de diffusion de la création musicale.

Dans cet article, on a montré comment les nouveaux moyens de diffusion de la radio peuvent être mis à disposition de la création musicale, dans une institution telle que Radio France. On voit que manifestement, les verrous à faire sauter concernent la question des droits d'auteurs, bien plus que les aspects techniques liés aux nouvelles technologies. Dans le futur, notre travail pourrait concerner à titre prospectif, l'étude de nouveaux modèles économiques pour la création musicale et son exploitation. Ces modèles économiques impliqueraient évidemment d'aborder le problème des droits d'auteur.