

ÉVALUATION EXTERNE NON CERTIFICATIVE 2013

LECTURE

4^e ANNÉE DE L'ENSEIGNEMENT SECONDAIRE
TRANSITION

PORTEFEUILLE DE DOCUMENTS

DOCUMENT 1

LES BELGES ONT ACHETÉ PRÈS DE 20 MILLIONS DE SUPPORTS MUSICAUX

BEA PUBLIE LES CHIFFRES ANNUELS DU MARCHÉ BELGE DE LA MUSIQUE EN 2011

- En 2011, les Belges ont acheté plus de 9 millions de singles et 10 millions d'albums.
- Les ventes de supports physiques comme les CD, DVD et vinyles, représentent plus de 86 % du revenu total des ventes.
- Le répertoire local est populaire : 2 artistes belges figurent dans le TOP 10 des meilleures ventes en Belgique francophone.

Durant cette année, l'offre musicale s'est fortement diversifiée avec l'apparition des services de streaming mais également de services plus pointus comme l'apparition sur le marché de nouveaux vendeurs de vinyles par exemple. Ces différents développements sont venus étoffer l'offre musicale afin de répondre aux envies de tous les mélomanes. Si certains optent pour les nouvelles technologies et une musique dématérialisée, d'autres accordent toujours une grande importance à l'univers transmis aux travers des pochettes et livrets.

À chacun sa façon d'écouter de la musique

En 2011, 20 millions de supports musicaux ont été achetés. Une augmentation de 4,7 % par rapport à 2010. Si on peut noter une baisse des ventes d'albums de 3 %, la vente de singles quant à elle augmente de 16 %. Au total, cela représente un revenu de 145 millions d'euros. Soit 3,7 % de moins que l'an dernier. Les nouveaux services musicaux comme Spotify ou Deezer viennent compléter l'offre déjà existante et mettent ainsi à disposition des consommateurs un choix toujours plus adapté à leurs envies. De plus, des magasins comme la Fnac ou Free Record Shop, proposent également une offre plus large via leurs magasins en ligne. Il est aujourd'hui possible d'y acheter des CD, des vinyles ou des albums et morceaux digitaux.

Les albums CD et les morceaux téléchargés sont les plus vendus

L'an dernier, plus de 9 millions de chansons téléchargées et près de 9 millions d'albums CD ont été vendus. Les mélomanes continuent de favoriser le format CD pour les albums (8,89 millions de CD sur un total de 9,4 millions d'albums) alors que les singles sont quant à eux pratiquement tous téléchargés. La vente de supports physiques comme les CD, vinyles, DVD, représentent toujours un revenu de 125 millions d'euros. Soit plus de 86 % du revenu total du secteur de la musique enregistrée. [...]

DOCUMENT 2

TENDANCE LA PROPRIÉTÉ EST UN FARDEAU

À quoi bon posséder des biens et des produits culturels quand on peut les louer ou en disposer sur Internet ?

Après avoir été pendant trois siècles la valeur suprême de la civilisation occidentale, la propriété cesse d'être à la mode. [...] À quoi bon posséder des biens, les stocker, les entretenir, les protéger des voleurs, lorsqu'on dispose d'une offre illimitée de produits et de services accessibles en quelques clics ou moyennant la signature d'un contrat de location ?

Si cette tendance ne se limite pas au numérique, c'est sur Internet que la révolution est la plus avancée. Le téléchargement de contenus cède du terrain au *streaming* [diffusion en continu], c'est-à-dire à la reproduction instantanée de musique et de vidéos sans qu'il soit besoin de les conserver sur le disque dur de l'ordinateur. Des milliers de sites, légaux et illégaux, proposent un catalogue illimité de logiciels, films, morceaux de musique et jeux vidéo. Le succès du site de musique suédois Spotify ou du portail espagnol de séries télévisées Seriesyonkis vient bousculer les habitudes des consommateurs.

YouTube, le célèbre portail de vidéos en ligne de Google, est le symbole de la révolution en marche. Ses chiffres laissent pantois. Sur toutes les vidéos regardées chaque mois aux États-Unis, 43 % (14,63 milliards) sont diffusées par YouTube, selon la société d'études de marché comScore. [...]

« On constate un essor du streaming depuis au moins le printemps 2009 », assure Felipe Romero, l'un des auteurs d'une étude sur le paysage audiovisuel espagnol réalisée en 2010. « À court terme, les deux méthodes – téléchargement et streaming – vont coexister, mais il est clair que la seconde va prendre de plus en plus d'ampleur ».

L'informatique est elle aussi gagnée par la fièvre de l'accès à distance. Les logiciels, les fichiers et même les systèmes d'exploitation sont installés non plus sur les ordinateurs, mais sur la Toile elle-même. C'est ce qu'on appelle le *cloud computing* [informatique dématérialisée ou en nuage].

Les appareils mobiles jouent un rôle très important dans cette métamorphose, car ils ne sont pas conçus pour stocker des programmes et des contenus, mais pour un accès en ligne. Selon la société d'études de marché IDC, on compte actuellement dans le monde plus de 450 millions d'utilisateurs de l'Internet mobile, et ce chiffre devrait dépasser le milliard en 2013. [...]

L'évolution des mentalités concerne aussi l'univers des biens matériels. Qu'il s'agisse de voitures, de biens d'équipement, de matériel informatique et médical, n'importe quel produit à obsolescence rapide [le fait pour un produit d'être périmé avant son usure matérielle] peut faire l'objet d'un contrat de leasing [crédit-bail] ou de location. Dans les grandes entreprises, ce modèle est bien instauré. Depuis 2005, un investissement sur trois fait appel à ce système. [...]

« La propriété, c'est le vol », disait il y a un siècle et demi le révolutionnaire français Pierre Joseph Proudhon, l'un des pères de l'anarchisme. S'il vivait aujourd'hui, il écrirait peut-être : **la propriété est un fardeau.**

Source : © Ramón Muñoz/*El País* S.L., 16 Septembre 2010 in *COURRIER INTERNATIONAL*, Hebdo n° 1 037, www.courrierinternational.com/article/2010/09/16/la-propriete-est-un-fardeau

DOCUMENT 3

MUSIQUE, MAESTREAM

Le CD est presque mort mais le téléchargement en *peer to peer* aussi. L'avenir de la musique est à la dématérialisation, au *streaming*. Mode d'emploi...

Rien ne rassemble plus que la musique. Et il n'y a pas que John Lennon qui le dit. Il en a toujours été ainsi, et l'évolution digitale de nos quotidiens n'y change strictement rien, bien au contraire : on n'a jamais autant écouté de musique qu'aujourd'hui. Ce qui change, c'est le support, et la manière d'accéder aux chansons. Vous connaissez tous le couplet sur le dépérissement du CD (le single est mort, l'album survit tant bien que mal). Mais ce qui est encore plus récent, deux années tout au plus, c'est la décroissance, féroce, du téléchargement musical en *peer to peer*. Plus qu'hier mais moins que demain, aujourd'hui, la musique, elle se *streame* ! C'est-à-dire que sans réellement la posséder, vous pouvez y avoir accès, depuis n'importe quel appareil, n'importe quand, via Internet (en flux continu, comme quand vous chargez une vidéo sur YouTube). Et ce, grâce aux services de streaming musical, comme Spotify ou Deezer pour ne citer que les plus populaires. Si l'industrie musicale, plus que secouée par la révolution MP3, cherche encore le meilleur moyen de s'y accommoder, force est de constater que ces services répondent aux besoins des *music-addicts* : les abonnés cumulés à ses services se comptent en dizaines de millions, et Strategic Analytic chiffre à 40 % l'augmentation du chiffre d'affaires tiré du streaming de musique en ligne en 2012...

MAIS CONCRÈTEMENT, que faut-il pour accéder au catalogue ultrariche de la musique en streaming ? C'est simple.

- Un compte ouvert auprès du service qui gagne vos faveurs (et est disponible en Belgique). Il existe des formules gratuites (avec de la pub audio, accessibles seulement depuis un PC) ou payantes (sans pub, avec accès illimité aux titres et aux playlists, le tout sur plusieurs appareils – PC, tablette, smartphone,...)
- Une connexion Internet, fixe ou mobile. Indispensable pour récupérer le flux musical. Même si de plus en plus de services permettent la lecture de titres hors-connexion.
- Enfin, si vous souhaitez lire la musique sur un autre support que votre PC, votre tablette ou votre smartphone, il existe désormais des enceintes sans-fil capables de récupérer directement vos listes de lecture via le réseau ou en Bluetooth. De plus en plus d'amplis home-cinéma permettent aussi pareille chose.

Ci-dessous, on dresse le topo et les différences des principaux services du streaming musical disponibles en Belgique. [...]

Bonne comparaison, et bonnes écoutes.



Qobuz

Catalogue : 12 millions de titres, divers, mais axés sur la musique de qualité et notamment classique

Origine : France

Nombre d'abonnés : inconnu

Accès gratuit : inexistante

Accès payant : elle est triple

- *Qobuz Premium* (9,99 €/mois) : écoute illimitée depuis un PC, un smartphone (Apple ou Android), une tablette ou un composant Sonos, sans pub, en qualité standard
- *Qobuz Hi-Fi Classique* (19,99 €/mois) : identique à *Premium* mais en qualité hi-fi (fichiers FLAC et pas MP3) sans compression (lossless) et avec un catalogue limité à la musique classique.
- *Qobuz Hi-Fi Intégral* (24,99 €/mois) : identique à classique mais étendu à tout le catalogue Qobuz.

POINTS FORTS : la qualité musicale des morceaux, supérieure à ce qu'il se fait chez les concurrents, et qui offre une vraie réponse aux mélomanes nomades.

POINTS FAIBLES : pas d'offre découverte gratuite, le côté un peu bobo quand même.



SPOTIFY

Catalogue : 18 millions de titres. « Il vous faudrait 80 années d'écoute ininterrompue pour écouter toutes les chansons de Spotify... »

Origine : Suède

Nombre d'abonnés : 15 millions. 11 millions en compte gratuit (Freemium), 4 millions dans une formule payante.

Accès gratuit : accessible uniquement depuis un PC. Écoute illimitée durant les six premiers mois, limitée à 10 h par la suite. Publicités audio présentes.

Accès payant : deux possibilités.

- *Spotify Unlimited* (4,99 €/mois), qui reprend l'offre gratuite, mais sans la pub et en illimité uniquement depuis un PC.
- *Spotify Premium* (9,99 €/mois) qui permet d'utiliser les applis mobiles sur son smartphone ou sa tablette, en prime.

POINTS FORTS : *look and feel* du site et des applis, richesse de l'offre (tant au niveau du catalogue des majors que des artistes indé), côté communauté très développé, son de qualité presque hi-fi (MP3 320 kbps) dans la version Premium

POINTS FAIBLES : obligation de posséder un compte Facebook pour s'inscrire, pub (dans l'accès gratuit) pas toujours harmonieusement intégrée...



DEEZER

Catalogue : 20 millions de titres

Origine : France

Nombre d'abonnés : 26 millions

Accès gratuit : possible de deux manières, soit en créant un compte, soit sans s'authentifier. Dans le premier cas, vous pouvez écouter 5 morceaux en ligne. Dans le second, 15 h par mois. Le tout avec publicités.

Accès payant : deux possibilités.

- *Deezer Premium* (4,99 €/mois) qui reprend l'offre gratuite, mais sans la pub et en illimité uniquement depuis PC.
- *Deezer Premium +* (9,99 €/mois) qui permet d'utiliser les applis mobiles sur son smartphone ou sa tablette, en prime.

POINTS FORTS : bon leader du marché, *Deezer* est un modèle de stabilité. Simple, riche et efficace, on apprécie la qualité éditoriale des employés du site et les mises en avant dans la *Sélection Deezer*.

POINTS FAIBLES : petits soucis épisodiques avec la lecture en 3G.



SONY MUSIC UNLIMITED

Catalogue : 15 millions de titres

Origine : internationale

Nombre d'abonnés : inconnu

Accès gratuit : après inscription, 30 secondes du titre

Accès payant : deux possibilités.

• *Offre Basic* (3,99 €/mois) : accès à des radios personnalisées où sont stockés les morceaux, sans pub, depuis n'importe quel appareil, mais uniquement avec une connexion Internet

• *Offre Premium* (9,99 €/mois) tout le catalogue en illimité, sans pub, depuis n'importe quel appareil, avec ou sans connexion Internet

POINTS FORTS : omniprésent sur PC, smartphone ou tablette Apple/Android mais aussi sur certains lecteurs Blu-ray Sony, certaines télé connectées TV Bravia, la PS3, la PS Vita...

POINTS FAIBLES : lenteurs de l'application web, offre gratuite rachitique, on attend toujours le service vidéo.

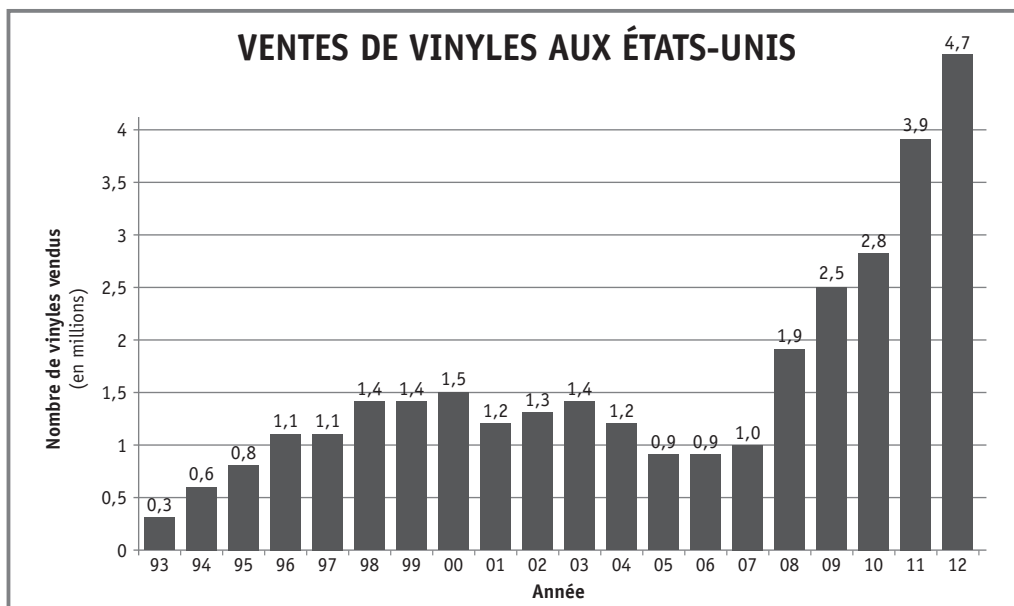
DOCUMENT 4



Source : Comment reconnaître le piratage ?, BAF - Belgian Anti Piracy Federation, 2009

DOCUMENT 5

Le disque vinyle ou microsillon est un support d'enregistrement sonore, généralement de couleur noire, mis au point après la seconde guerre mondiale. Jusqu'à l'invention du CD, il était le support principal de la musique enregistrée. (d'après http://fr.wikipedia.org/wiki/Disque_microsillon)



Source : RESNIKOFF Paul, « Still Gaining : Vinyl Sales Up 16.3 Percent in 2012... », 04/10/2012 in www.digitalmusicnews.com/permalink/2012/121004vinyl

DOCUMENT 6



COMMISSION EUROPÉENNE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 6 décembre 2012

Commerce électronique : L'Union européenne s'attaque aux clauses abusives des sites de vente en ligne de jeux, de livres, de vidéos ou de fichiers de musique.

À un peu plus de deux semaines des fêtes de fin d'année, la Commission européenne publie les résultats d'une opération de contrôle des sites de vente en ligne de jeux, de livres, de vidéos et de fichiers de musique à télécharger. Il en ressort que plus de 75 % de ces sites semblent ne pas respecter la législation en matière de protection des consommateurs, ce qui est plus préoccupant encore lorsqu'ils s'adressent à une clientèle vulnérable, comme les enfants. Les consommateurs doivent passer au crible une multitude de dispositions contractuelles pour savoir combien il leur en coûtera finalement, tandis que les plus jeunes d'entre eux sont souvent appâtés par des jeux prétendument gratuits qui se révèlent payants. En outre, il arrive souvent que le service après-vente ne soit pas assuré, plus d'un tiers des sites examinés ne fournissant pas de coordonnées. Les autorités nationales compétentes vont à présent inviter les sites en infraction à s'expliquer ou à remédier à la situation.

Le commissaire européen à la santé et à la politique des consommateurs, M. Tonio Borg, a déclaré à cette occasion : « *Les enfants sont de plus en plus à l'aise avec la technologie : ils savent, dès leur plus jeune âge, comment télécharger un jeu, et il est bien difficile de les empêcher d'y jouer une fois qu'ils y ont pris goût. La moitié des jeux téléchargeables sont annoncés comme gratuits, alors qu'il faut payer pour y progresser ; la facture risque donc d'être salée pour les parents. Les résultats de l'opération de contrôle, publiés aujourd'hui, montrent que, pour l'essentiel, la*

majorité des sites examinés ne facilitent pas l'accès aux principales dispositions contractuelles. Dans les mois qui viennent, les autorités nationales s'emploieront à remettre ces sites sur la bonne voie. »

RÉSULTATS

Les autorités nationales de 26 États membres¹, de la Norvège et de l'Islande ont contrôlé au total 333 sites, dont 159 vendent des jeux en ligne : 254 sites (76 %) devront faire l'objet de contrôles supplémentaires, parce qu'ils sont suspectés de ne pas respecter la législation de l'Union en matière de protection des consommateurs et, plus particulièrement, les règles applicables à la publicité et aux informations de base sur les coûts et les caractéristiques du contenu numérique, qui permettent au consommateur de choisir en connaissance de cause². Sur 55 sites vendant des jeux pour enfants de moins de 14 ans, 39 (71 %) semblent non conformes à la législation de l'Union.

Les problèmes principaux concernaient :

A

Les clauses contractuelles doivent être clairement indiquées et ne peuvent être abusives. Au total, 230 sites (69 %) contenaient des clauses jugées abusives, soit parce qu'elles exonéraient le vendeur de toute responsabilité en cas de dommages infligés par le téléchargement à l'équipement du consommateur, soit parce qu'elles empêchaient le consommateur d'exercer son droit de recours (en justice ou d'autre manière) ou entravaient l'exercice de ce droit, soit encore parce qu'elles privaient le consommateur de son droit d'obtenir le remplacement ou le remboursement d'un produit défectueux ;

B

Du fait de la nature des téléchargements, le consommateur perd son droit de rétractation dès le commencement du téléchargement sur lequel il a marqué son accord (en d'autres termes, le produit téléchargé ne peut être restitué). Les sites sont tenus d'informer le consommateur de ce droit, obligation non respectée par 141 d'entre eux (42 % des sites contrôlés) ;

C

Le vendeur est tenu d'indiquer sur son site son identité, son adresse postale et son adresse électronique pour permettre au consommateur de le joindre, si nécessaire ; or ces informations pourtant capitales faisaient défaut pour 121 sites (36 %).

¹ L'Irlande n'a pu participer par manque de moyens.

² Directive sur la vente à distance, directive sur les pratiques commerciales déloyales, directive sur le commerce électronique et directive sur les clauses contractuelles abusives.

Parallèlement à l'opération de contrôle, la Commission a commandé une **étude**³ complémentaire, laquelle a révélé ce qui suit :

D

Il se peut que le consommateur ne puisse utiliser un contenu numérique téléchargé dans un pays autre que son pays de résidence, ce dont le vendeur doit l'informer. Or 73 % des sites contrôlés passent cette information sous silence. Ceux qui la mentionnent la dissimulent souvent dans les conditions générales de vente, de sorte que le consommateur a du mal à la trouver ;

E

Près de neuf sites sur dix n'informent pas d'emblée les utilisateurs des nécessaires ou suppléments à acheter au fur et à mesure de la progression dans le jeu ; il arrive que cette information soit précisée dans les clauses contractuelles, mais souvent sans indication claire des prix.

[...]

QUELLE EST LA PROCHAINE ÉTAPE ?

Les autorités nationales ont déjà commencé à inviter les sites en infraction à leur fournir des éclaircissements ou à remédier à la situation sous peine de s'exposer à une procédure judiciaire qui pourrait aboutir à des pénalités financières ou à une fermeture. Les autorités rendront compte de l'évolution de la situation à la Commission d'ici à l'**automne 2013**, et la Commission en consignera les résultats dans un rapport.

Pour de plus amples informations :

Site web consacré aux opérations de contrôle (en anglais) : http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps_en.htm

MEMO/12/945

Source : EC, *Commerce électronique: L'Union européenne s'attaque aux clauses abusives des sites de vente en ligne de jeux, de livres, de vidéos ou de fichiers de musique*, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1320_fr.htm

³ Dont les résultats peuvent être consultés à l'adresse suivante (en anglais): http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps_en.htm

DOCUMENT 7

MIKU HATSUNE, LA PREMIÈRE DIVA PARTICIPATIVE

Elle rencontre un immense succès dans son pays, le Japon, et dans les pays voisins comme la Chine et la Corée. Elle a 16 ans, mesure 1m 58 et pèse 42 kilos. Elle a de longs cheveux bleu turquoise, une voix acidulée. Ses concerts sont complets quelques minutes après la mise en vente des tickets. On compte plus d'un million de clips vidéos la concernant sur Internet... Dernier détail : Miku Hatsune n'existe pas !



DES CHANTEURS VIRTUELS

Au début des années 2000, la firme Yamaha, célèbre autant pour ses instruments de musique que pour ses motos, développe un logiciel permettant de générer une voix humaine artificielle et de l'intégrer à un morceau de musique électronique, VOCALOID 2. En 2007, une autre société, Crypton Future Media commercialise des kits de voix en utilisant cette technologie. Grâce à ces logiciels, n'importe qui peut, pour 150 €, composer des chansons. Il suffit d'écrire des paroles, d'encoder une mélodie et l'ordinateur fait le reste.

Hatsune Miku (littéralement *premier son du futur*) est donc un personnage imaginaire, dont les caractéristiques et l'aspect ont été développés comme image de marketing de la voix artificielle développée par Crypton Future Media⁴. Très vite, elle a rencontré un immense

succès. À partir des trois images de la diva présentes sur l'emballage du logiciel, les fans ont construit tout un univers. Des dessinateurs lui ont inventé des tenues, l'ont mise en scène dans toutes sortes de situations, et, très vite, des milliers de gens ont posté sur les plateformes Internet des milliers de chansons réalisées avec le logiciel. Aujourd'hui, Miku Hatsune dispose d'un répertoire immense, où, bien sûr, le pire côtoie le meilleur.

Peu après, un développeur a proposé, en logiciel libre, et donc gratuit, un programme permettant d'animer la figurine de Miku Hatsune : Miku Miku Dance. Grâce à cet outil, la passion des fans pour la diva s'est démultipliée. Et ce sont des milliers (on parle d'un million) de clips vidéos qui ont été postés, chorégraphiant des morceaux

⁴ La voix d'origine est celle de Saki Fujita, une actrice spécialisée dans le doublage des dessins animés, activité très importante au Japon.

existants ou proposant des créations complètement originales.

À l'origine, la société Crypton avait déposé les droits liés à Miku Hatsune dans une licence de type « Creative Commons » c'est-à-dire qu'elle autorisait tout un chacun à utiliser l'image de Miku Hatsune pour réaliser des œuvres originales, sans enfreindre le droit d'auteur. Et c'est donc en toute légalité que des milliers de fans se sont mis à proposer des tenues, des chorégraphies et des chansons de la diva. Sony a rapidement proposé des contrats à des fans inconnus dont les chansons « cartonnaient » sur le web.

DU VIRTUEL AU QUASI RÉEL

Une autre célèbre société japonaise, SEGA, bien connue pour ses jeux vidéos est alors entrée en course et a développé un dispositif scénique permettant à Miku Hatsune de se produire en concert. C'est une sorte de mur holographique sur lequel est projetée une image en 3D de la diva. Des musiciens en chair et en os accompagnent la cyberadolescente dans ses prestations.

Les concerts ont tous été « sold out » après quelques minutes. La diva s'est produite aux États-Unis où elle a rempli une salle de plus de 7 000 places. Elle s'est également produite à Taïwan et à Hong Kong. Les difficultés techniques du dispositif, qui requiert pour son installation une armée d'ingénieurs de haut vol, ont empêché jusqu'à présent la vedette d'entreprendre de grandes tournées internationales. Mais SEGA travaille au développement de

dispositifs plus légers et moins chers, qui devraient permettre à la diva, dans un avenir proche, de donner des concerts dans le monde entier.

UN PHÉNOMÈNE LOCAL OU L'EMBRYON D'UNE RÉVOLUTION ?

Jusqu'à présent, les Vocaloïds ne chantent qu'en japonais. Mais Crypton, qui a développé depuis Miku Hatsune une dizaine d'autres voix artificielles, toutes accompagnées d'un personnage, a annoncé le lancement d'un vocaloïd anglophone. En Europe, une firme suédoise, PowerFX et une entreprise anglaise Super-G proposent également des vocaloïds, mais elles ne rencontrent pas le même succès que les productions de Crypton.

Verra-t-on un jour se multiplier les vedettes du showbusiness virtuelles ? Le phénomène restera-t-il essentiellement asiatique ? L'avenir le dira. Mais si cette forme d'expression musicale, basée sur le partage entre fans, et sur la création collective d'êtres virtuels devait se répandre, on assisterait sans doute à une nouvelle révolution pour l'industrie musicale.

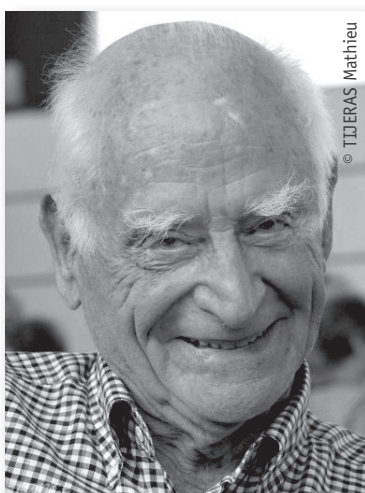
DOCUMENT 8

« LE VIRTUEL PEUT DEVENIR ACTUEL LORSQUE JE VEUX »

Michel Serres était de passage en Creuse, vendredi, à la Journée du livre de Felletin. Le philosophe, qui a fait ses premières armes d'enseignant à Clermont-Ferrand, dédiait son dernier ouvrage « Petite Poucette » consacré à la mutation numérique.

Dans votre dernier livre, il est question de la dernière grande révolution : celle des nouvelles technologies.

► C'est ça, je parle de la mutation du numérique. Petite Poucette a entre 11 et 30 ans, elle est d'une génération qui est née sans connaître un autre monde que le numérique. C'est une transition qui est très importante puisque que pour les générations d'avant, on travaille avec le numérique, tandis que la génération d'après travaille dans le numérique. Toute la différence est là.



Vous décrivez ce monde, où Petite Poucette n'a plus la même vision de l'espace, du temps...

► Ni de l'espace, ni du temps, ni de la connaissance. Pour dire les choses rapidement, je lui donne une devise à Petite Poucette : « Maintenant, tenant en main le monde ». C'est-à-dire que vous tenez avec votre main le portable dans lequel il y a la technologie numérique et vous avez tout d'un coup, une liaison avec les gens, avec les lieux et avec toute l'information possible.

Une sorte d'omniscience nouvelle ?

► Exactement.

... et de puissance ?

► Le mot puissance est très intéressant, vous avez raison de l'utiliser parce que puissance ça veut dire « je peux », ça ne veut pas dire que je fais, mais que je peux accéder, virtuellement. Le virtuel peut devenir actuel lorsque je veux. On entre dans un monde tout à fait nouveau qui est celui du possible et ça, c'est une conquête extraordinaire ?!

C'est une nouvelle liberté ?

► Oui absolument ! La liberté au moins du piratage (rires).

Qui est sans danger ?

► La vieille génération ne pose que des questions négatives : « Est-ce que vous avez peur ? », « Est-ce que c'est dangereux ? »... Et moi je leur dis, le monde ancien était beaucoup plus dangereux que celui-là. Le monde ancien, j'en sors et qu'est-ce que c'est ? C'est 150 millions de morts pendant le XX^e siècle. Les anciens n'ont pas leur mot à dire dans cette affaire-là parce qu'ils sortent d'un monde beaucoup plus atroce que celui dans lequel on entre...

Vous comparez cette mutation à celles opérées à la fin de l'Antiquité ou à la Renaissance...

► Il y a eu trois grandes révolutions totales : la révolution de l'écriture, où l'on est passé de l'âge oral à l'âge écrit ; ensuite, celle où l'on est passé de l'âge écrit à l'âge imprimé et maintenant celle du numérique. Entre l'âge oral et l'âge écrit, tout est né, nous sommes les enfants de ça, le droit écrit, la ville, la centralisation, l'État et d'une certaine manière, la science sont nés de ça.

On gagne tout à faire entrer le monde en révolution ?

► On gagne énormément et c'est pour ça que la génération d'avant est d'une jalousie abominable !

Est-ce qu'Internet par exemple, a changé le savoir ?

► Oui. (Rires) Mes étudiants disent « Qu'est-ce qu'on fout là ? Alors qu'on a déjà le savoir chez soi ». Ah.

L'école pourrait disparaître ?

► Pas seulement l'école mais à peu près toutes les institutions que nous connaissons sont en danger à cause de la technologie : pas seulement l'enseignement, le droit aussi et la politique encore plus.

Vous restez optimiste. Il y a un changement !

► Tous les changements ne sont pas des dangers. Je sors d'un monde tellement abominable que tout ce qu'on peut changer par rapport à ce monde-là me paraît positif.

Vous gardez foi en l'homme ?

► L'homme c'est un mot un peu trop général. J'ai foi en la génération de Petite Poucette.

Vous auriez un mot pour elle ?

► J'ai des livres pour votre génération ! Vous avez remarqué que Petite Poucette a un nom féminin ? Je l'ai fait exprès !

Les femmes ont un rôle à jouer ?

► Oui parce qu'une des plus grandes révolutions de ces dernières années, et j'en suis à la fois acteur et témoin, c'est la victoire des femmes. Parmi les étudiants ce sont les meilleures, elles sont plus professionnelles, plus attentives. Les femmes méritent désormais l'accès au pouvoir qu'on leur a refusé jusqu'à maintenant.

Dans un territoire rural comme le nôtre, où les technologies ont peut-être moins la mainmise sur les hommes, est-ce que vous observez la même chose.

► Il y a deux révolutions qui se sont passées dans le monde rural. La première c'est qu'au début du XX^e siècle, nous étions 70 % de paysans et aujourd'hui, on est 0,80 % de paysans. La rupture est énorme. Et qu'est-ce que le paysan d'aujourd'hui ? C'est un homme tout à fait différent, il est obligé de connaître la chimie, l'écologie, les bourses, etc. C'est devenu un ingénieur, un expert polyvalent. Le paysan d'aujourd'hui est un homme tout à fait extraordinaire.

Vous parlez d'une rupture avec la nature.

► Oui, mais dès le moment où nous ne sommes plus que 1 % de paysans, vous pensez bien que le rat des villes n'a pas le même rapport avec la nature que le rat des champs...

C'est pourtant un enjeu majeur.

► Ça dépend. Avez-vous remarqué la croissance du mot écologie dans le monde ? Ça tient précisément à cette rupture-là ! Autrefois on n'était pas si écologique que ça et donc là il y a plutôt un progrès. Être plus proche de la nature, ça ne voulait pas dire qu'on l'économisait plus...

Source : Le journal *La Montagne*, lamontagne.fr - « Le virtuel peut devenir actuel lorsque je veux » - <http://www.lamontagne.fr/limousin/actualite/2012/08/12/le-virtuel-peut-devenir-actuel-lorsque-je-veux-1242195.html>

DOCUMENT 9

LES CONCERTS DE MUSIQUE

La ministre flamande de la Culture, Joke Schauvliege, veut réduire à 100 décibels le son qui sera utilisé dans les concerts de musique et notamment les festivals de cet été. Un ingénieur du son nous explique combien une exposition à une trop forte puissance peut produire des lésions irréversibles. Mais le monde de la musique ne cache pas son hostilité à cette mesure.

Daniel Léon

Ingénieur du son ; professeur à l'Insas

Les lésions dues à l'exposition à un son trop puissant sont irréversibles. Leurs effets peuvent parfois attendre 10 à 15 ans pour se manifester mais jamais on ne récupérera sa capacité d'audition.

Quels sont les effets du son utilisé pendant les festivals de musique ?

Il n'y a pas de statistiques officielles sur les dégâts que cela provoque. En revanche, on peut mesurer à quel point les moyens techniques ont augmenté les « performances » en la matière : plus de 40 DB en 40 ans. La capacité technique d'un festival comme Werchter est de 130 Décibels sur l'ensemble du public. Et les opérateurs l'utilisent. Cela fait 30 DB de plus que ce que tout le corps médical recommande. C'est gigantesque. Et tout le monde est complice : les mixeurs, les musiciens, les producteurs, et même le public, qui adore cela.

En fait, quand vous y allez trop fort avec la vision (regarder le soleil), l'odorat (respirer quelque chose de néfaste) ou le toucher (se brûler), les résultats sont immédiats. Avec le son, c'est très différent et c'est là que réside justement le gros problème : il n'y a pas de sensations de l'excès. On a même l'impression que tout va bien, parce que le cerveau compense ; il augmente la capacité à encaisser un son trop fort. Les (graves) ennuis commencent quand le cerveau n'arrive plus à compenser. C'est à ce moment que les lésions surviennent. Et il faut insister : ces lésions sont irréversibles ! Leurs effets peuvent parfois attendre 10 à 15 ans pour se manifester mais jamais on ne récupérera sa capacité d'audition. Un audioprothésiste m'a expliqué qu'il devait parfois équiper des jeunes de 25 ans, qui sont arrivés au terme du processus.

Les jeunes auditeurs sont-ils conscients de cela ?

Absolument pas. Ils considèrent d'ailleurs que c'est ringard de leur en parler. Dans les festivals, on voit des tee-shirts portant l'inscription : « si tu trouves que la musique va trop fort, c'est que tu es trop vieux ». Il n'y a pas que la puissance, il y a aussi le temps d'exposition. Subir pendant 4 heures 120 à 130 DB, c'est suicidaire.

Il n'y a pas que les festivals...

Non, bien sûr. Certains concerts en salle sont tout aussi pernicious. Et il y a aussi les baladeurs. Chacun peut s'en rendre compte dans le métro. Il y a une course à la puissance. C'est l'obsession du commerce : plus c'est fort, mieux cela se vend.

Que pensez-vous de l'initiative de la ministre flamande de la Culture qui veut limiter à 100 DB le volume du son dans les festivals ?

Est-ce suffisant ?

Je la félicite. C'est très courageux de vouloir imposer un chiffre encore trop élevé mais qui est raisonnable. Il faut savoir que la mesure est exponentielle : entre 100 et 110 décibels, ce n'est pas une augmentation de 10%, mais bien une sensation du simple au double. C'est terrifiant.

C'est donc une bonne initiative mais encore faut-il qu'elle soit respectée. Je suis mixeur depuis 1973, et j'ai 4 000 concerts au compteur. Je n'ai jamais vu quelqu'un arriver avec un sonomètre alors que la loi en Belgique prévoit un niveau maximum de 90 DB. Les Suisses, par exemple, sont à 96 DB, mais le contrôle est omniprésent. Si on dépasse, le concert est interrompu. Mettre toutes les limites cela ne sert à rien s'il n'y a pas sanction. Cela dit, le sujet est tabou.

Entretien : J-P.Du.

E JOUENT-ILS TROP FORT ?

Serge Platel

Coordinateur de la FMiV qui rassemble une cinquantaine de festivals, dont Rock Werchter, Puukelpop, Suikerrock, Sfinks, Brosella, etc.

La Federatie van Muziekfestivals in Vlaanderen (FMiV) se réjouit que le problème des nuisances sonores soit pris en compte, mais estime que les propositions de Joke Schauvliege vont trop loin et sont irréalistes.

Au niveau du son, quelle est la situation des concerts « rock », au sens large, en Flandre actuellement ?

Nous sommes des organisateurs de concerts mais aussi, pour certains d'entre nous, des parents qui, se préoccupent de leurs enfants. Les discussions entre fédérations ont commencé il y a un certain temps déjà, dans le but de prendre ses responsabilités. Dans les discussions, il y a aussi des acteurs bruxellois et wallons car, pour nous, il est important que les normes soient semblables dans toute la Belgique. Et tout le monde s'est rassemblé autour d'une charte stipulant que 103 db maximum était une garantie de qualité à la fois pour le son et pour la santé. L'an dernier, tout le monde l'a suivie.

Comment réagissez-vous à la proposition de Joke Schauvliege ?

Pour nous, cette proposition est exagérée, la norme est trop basse. L'Ancienne Belgique a fait l'expérience, durant un mois, de limiter le son à 100 db pendant dix minutes. Ce que cela a donné pour le concert de LCD Soundsystem par exemple ? Le soir même, une partie du public se plaignait et, le lendemain, les réactions des critiques du « Morgen » et du « Standaard » étaient négatives par rapport au son. Dans ce genre de musique, les gens ne viennent pas seulement pour écouter un concert, mais pour le vivre et, pour cela, on a besoin d'un peu de volume.

Avez-vous déjà eu d'autres réactions ?

Oui, de musiciens comme le batteur du groupe Madensuyu (particulièrement bruyant, mais diablement bon, NdR). Stijn De Gezelle est venu me dire qu'à 100 db, c'est un concert que les gens regardent mais qu'ils ne vivent pas. Dans ces conditions, le public ne viendra plus à ce genre de concert. Or, avec la chute des ventes de musique enregistrée, les artistes n'ont

plus que le « live » pour vivre. Stijn se demande ce qu'ils vont faire alors.

Qu'allez-vous répondre à la ministre flamande de la Santé ?

On retourne autour de la table, sur laquelle nous avons déjà mis une contre-proposition. Nous exprimons notre satisfaction de voir ce problème pris en compte, mais nous disons aussi que la proposition va trop loin. Il faut être réaliste. Une batterie seule, acoustique, en salle, fait déjà 100 db ! Des clubs vont-ils devoir fermer pour cela ? La distribution du son dans les festivals de plein air pose aussi problème. Il y a aussi une volonté de réduire les sons les plus graves à 115 dbc. Bien sûr, il m'est arrivé de m'enfuir d'un concert de drum'n'bass après une minute. Certains exagèrent, mais une limite à 115 dbc serait pénalisante pour tout ce qui est reggae, dance, etc. Enfin, le respect de la législation représenterait des investissements importants et il faudrait réfléchir à un financement équitable.

Vous demandez aussi que l'éventuelle législation soit valable pour toute la Belgique.

Bien sûr, afin qu'il n'y ait pas de délocalisation des concerts vers des zones plus tolérantes et que le public francophone qui vient au concert en Flandre ou les Flamands en Wallonie soient traités de la même façon.

Et si la proposition passe comme telle ?

On risque de retomber dans l'illégalité des raves par exemple. Une partie du public cherchera toujours à fuir dans la musique. Il faut faire quelque chose pour que les gens soient contents et rentrent chez eux avec le sourire.

Entretien : D. S.

Source : *La Libre Belgique*, 21/01/2011

LA MUSIQUE EST PARTOUT ET

LA MUSIQUE NOUS INFLUENCE, C'EST SÛR !

« Quand j'étudie, il me faut de la musique, sinon je déprime, affirme Rachida (15 ans). Quand il n'y a pas de musique, c'est triste, c'est mort et je ne sais pas me concentrer ! Bien sûr, je n'écoute pas les Beastie Boys mais avec Coldplay, c'est super ! Et c'est vrai qu'on apprend mieux avec la musique : ma copine Marine, quand c'est pendant les exams, ses parents lui enlèvent tout, son MP3, son ordi... mais elle réussit moins bien que moi ! La musique me rend plus zen ! »

D'autres adolescents sont moins catégoriques que Rachida : on dit que le hard rock, « c'est pas l'idéal avant de passer un contrôle : ça rend trop agressif ! » Mais, comme dit Marco : « Est-ce que c'est la musique qui les rend agressifs ou est-ce qu'ils écoutent ça parce qu'ils le sont déjà ? ». D'autres encore assurent qu'il n'est pas possible de faire deux choses en même temps : se concentrer sur ses cahiers et écouter son MP3, sauf si c'est de la musique classique « parce qu'il y a pas de paroles ».

Que la musique fasse de l'effet sur ceux qui l'écoutent, pas de doute ! En revanche, tout le monde n'est pas d'accord sur l'effet en question.

Selon la presse anglaise, la musique d'attente au téléphone serait mauvaise

pour la santé : elle augmenterait la colère de 60 % des personnes qui s'impatientent déjà après 5 minutes 58 secondes d'attente au bout du fil. Et ce sont surtout les musiques de nature, la musique classique et la flûte de pan qui les insupportent.

Les hymnes qui accompagnent les meetings politiques, de droite comme de gauche, auraient pour fonction de créer une émotion collective : en donnant un côté spectaculaire aux meetings. Les participants perdraient ainsi leur jugement, seraient absorbés. C'était aussi une des fonctions de la musique militaire qui, autrefois, galvanisait la troupe à l'assaut ou, aujourd'hui, des fanfares de... supporters avant ou pendant les compétitions sportives : elles veulent non seulement encourager leur équipe favorite mais aussi la pousser à l'attaque.

L'espèce humaine ne serait d'ailleurs pas la seule concernée : des expériences sur les souris montreraient qu'elles apprennent mieux dans un environnement musical classique et, en Allemagne, on aurait constaté que la production laitière des vaches s'améliore dans une étable bercée de la musique de Mozart. ■

CE N'EST PAS SANS RAISON !

QUAND LA SCIENCE SE PENCHE SUR LA MUSIQUE

Il ne fait pas de doute que la musique nous influence et c'est physiologique. Pour certains chercheurs, c'est parce qu'elle mime les intonations de la voix, du langage primitif qui existait à la Préhistoire et jouait un rôle important dans la communication sociale à cette époque. Mireille Besson, chercheuse à l'Institut de neurosciences cognitives de la Méditerranée à Marseille (INCM), a d'ailleurs observé la manière dont notre cerveau réagit à l'écoute de la musique : le rythme et les règles de l'harmonie respectées par la musique activent les zones du cerveau gauche mises en action également par le langage, en particulier par la syntaxe.

D'autres observent que, souvent, le tempo des morceaux de musique que nous apprécions est en accord avec le rythme de notre propre respiration. Des recherches récentes se sont plus spécialement préoccupées de deux domaines : les relations entre musique et capacités cognitives d'une part, et la faculté de la musique à influencer notre niveau de stress.

MUSIQUE ET APPRENTISSAGE

Les chercheurs ont étudié l'impact que l'étude de la musique peut avoir sur l'apprentissage global des jeunes enfants.

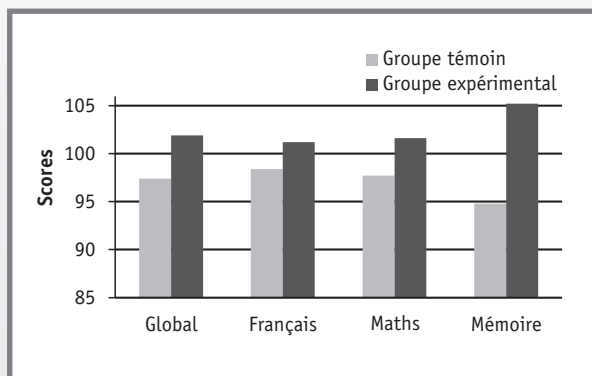
Une étude d'Aurélie Lecocq & Bruno Suchaut de l'Université de Bourgogne s'est penchée sur l'influence de la musique sur les capacités cognitives et les apprentissages des élèves de fin de maternelle et de début du primaire. Ce sont 487 élèves de 30 écoles qui ont été répartis en un groupe expérimental de 226 élèves et un groupe témoin de 261 élèves. Les premiers ont reçu 2 heures de cours de musique par semaine,

à raison de 30 minutes par jour. Les capacités cognitives des élèves ont été



évaluées à la fin de l'expérience sur leurs compétences en lecture, mathématiques et mémoire.

Les résultats sont clairs, comme le montre ce graphique :



Source : LECOCQ A. et SUCHAUT B., *L'influence de la musique sur les capacités cognitives et les apprentissages des élèves en maternelle et au cours préparatoire. Note de synthèse*, IREDU-CNRS et Université de Bourgogne, juillet 2012

Les chercheurs constatent l'impact positif des activités musicales sur les acquisitions scolaires mais ne parviennent pas encore à identifier les mécanismes de transfert entre musique, capacités cognitives et performances scolaires mis en œuvre.

Danièle Schön, chercheuse à l'INCM, constate de son côté que, comme le langage, la perception de la musique s'effectue par étapes. Celle-ci influence l'apprentissage des langues étrangères. Le cerveau est d'abord sensible aux informations sonores avant de donner du

sens aux mots ; ainsi on constate que la vitesse de mémorisation d'une information est multipliée par trois lorsqu'elle est chantée. C'est ce qui explique l'intérêt des comptines pour les enfants.

LA MUSIQUE TECHNO COMME NOUVELLE FORME DE DOPAGE, C'EST POUR BIENTÔT ?

Stéphanie Khalfa, chercheuse du CNRS à l'Inserm de Marseille, a observé comment cinquante personnes réagissaient à différentes musiques ; elle a constaté que le visage de chacun exprimait des émotions diverses en fonction de la musique. Par ailleurs, un tempo régulier est apaisant et provoque une diminution de la concentration sanguine en hormone de stress (le cortisol). Au contraire, une musique qui présente des disparités de rythme et des dissonances, comme la musique techno, par exemple, provoque l'augmentation du cortisol et donc du stress.

Ces observations sont intéressantes pour certains sportifs de haut niveau qui ont besoin de stress. En effet, celui-ci prépare leurs muscles à un effort court et intense et dope leurs performances à la course. ■

LA MUSIQUE, UN INSTRUMENT AU SERVICE DE LA CONSOMMATION

Le « marketing sensoriel », qui essaie de modifier le comportement des consommateurs en agissant sur leurs sensations, s'est vite emparé de cette faculté qu'a la musique à provoquer des sentiments. Et cela, même si on ne sait pas très bien quels mécanismes se mettent en œuvre quand nous écoutons de la musique.

Dès 1934, l'américaine « Muzak Corporation » s'est mise à créer et à diffuser une musique « facile » dans les ascenseurs, avant de la fournir à de grandes entreprises. En effet, une étude de 1937 montrait que, dans le monde du travail, une musique qui passait inaperçue et était adaptée aux temps forts et aux temps creux de la journée de travail stimulait celui-ci. L'objectif était clairement de conditionner les travailleurs. Cette pratique a été condamnée immédiatement par le philosophe Adorno qui considérait qu'il s'agissait d'une drogue et par le compositeur Stravinski qui y voyait une musique dénaturée.

Aujourd'hui encore, les possibilités d'utiliser la musique dans le marketing sensoriel sont étudiées. Le point de départ de la réflexion est que la musique est ressentie comme humanisante au contraire du silence, lié à l'absence et au deuil, et donc susceptible d'engendrer le stress.

Les spécialistes considèrent que l'impact de la musique est déterminé par le volume, le tempo et le style. Le cas particulier de la musique au restaurant a été étudié par Djamchid Assadi, professeur en stratégie et communication commerciale au CEREN de Dijon.

Dissonance

Faux accord, relation d'un son à un autre avec lequel il n'est pas consonant.

Harmonie

Concours et accord de divers sons.

Hauteur

Nombre des vibrations émises par le son quand il se produit.

Intensité

Puissance et quantité de son ou de lumière émise par une source.

Rythme

Variation régulière des temps forts et des temps faibles.

Tempo

Vitesse relative avec laquelle une œuvre musicale doit être exécutée.

Timbre

Sonorité d'un instrument ou de la voix.

Source : Wiktionnaire - http://fr.wiktionary.org/wiki/Wiktionnaire:Page_d%E2%80%99accueil

Il observe, qu'un **volume** de bruit excessif peut atteindre la mémoire à court terme du personnel de salle, provoquer chez lui des erreurs dans la prise de commande, perturber son sommeil et le rendre irritable et agressif. Mais les conséquences peuvent aussi être plus graves comme des troubles cardiovasculaires plus fréquents.



Le **tempo** de la musique influence la durée passée dans un restaurant : plus le rythme est lent, plus les clients restent dans l'établissement comme l'ont montré des études aux USA et en Grande-Bretagne. Ils consomment donc davantage (en revanche, un rythme lent ralentira la réalisation du travail de bureau). Une musique rapide incitera le consommateur à manger plus vite, à rester moins longtemps et son addition sera moins élevée... Ces observations ne sont toutefois pas absolues car il faut aussi prendre en considération le

contexte de consommation, c'est-à-dire notamment le temps disponible pour manger. Ainsi la musique influence peu le rythme de la pause de midi.

Le **style** joue aussi un rôle important : une expérience dans une cafeteria universitaire aux USA a montré que la musique classique – et la country dans une moindre mesure – provoquait la diminution du niveau sonore des conversations. L'observation de cantines scolaires anglaises incite également à penser que la musique classique induit un adoucissement des incivilités à table, tandis qu'au restaurant, la musique classique incite à consommer plus et des produits plus chers.

Il est toutefois difficile d'isoler les facteurs d'environnement qui pourraient intervenir pour influencer les comportements d'achat car les individus ne réagissent pas tous de la même façon : ils sont influencés par leur âge, par l'attention qu'ils portent à la musique... comme l'a constaté Sophie Rieunier, Maître de conférences à l'Université Paris I Sorbonne.

Il n'empêche que le marketing sensoriel est largement utilisé : il suffit d'ouvrir l'oreille quand on fait ses courses pour s'en rendre compte ! ■

Les différents documents relatifs à cette évaluation externe ont été rédigés selon les rectifications orthographiques de 1990 ; à l'exception des textes ou extraits de textes d'auteurs qui, eux, ont été retranscrits sans aucune modification.

Les références internet présentes dans ce portefeuille de documents ont été vérifiées le 11 juillet 2013.



Fédération Wallonie-Bruxelles / Ministère
Administration générale de l'Enseignement et de la Recherche scientifique
Service général du Pilotage du Système éducatif
Boulevard du Jardin Botanique, 20-22 – 1000 BRUXELLES
www.fw-b.be – 0800 20 000
Impression : Desmet-Laire - contact@desmetlaire.be
Graphisme : MO - olivier.vandevelle@cfwb.be
Septembre 2013

Le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles
Rue Lucien Namèche, 54 – 5000 NAMUR
0800 19 199
courrier@mediateurcf.be

La « Fédération Wallonie-Bruxelles » est l'appellation désignant usuellement la « Communauté française » visée à l'article 2 de la Constitution