



CHAÎNE DE PRODUCTION DES MATRICES : l'étape de la galvanisation (en haut), procédé chimique et métallique par électrolyse, permet d'obtenir le négatif d'un disque, entre les mains d'Ed Hartman (ci-contre), superviseur chez Record Industry.

THE DARK SIDE OF THE MOON (ci-dessus), huitième album studio de Pink Floyd, sorti en mars 1973, s'est vendu, dans sa version vinyle, à plus de 50 000 exemplaires aux États-Unis en 2015.

LE VINYLE REPASSE LE MUR DU SON

Lionel Lévy

LES REVOILÀ ! CES BONS VIEUX 45 ET 33 TOURS QU'ON AVAIT UN PEU VITE PROMIS À LA CASSE REVIENNENT EN FORCE. AU POINT QUE LEURS VENTES AUX ÉTATS-UNIS ONT, L'AN DERNIER, RAPPORTÉ PLUS QUE LES RECETTES COMBINÉES DES PLATEFORMES DE STREAMING MUSICAL. DANS LE MONDE ENTIER, LES PRESSES TOURNENT À FOND. COMME AUX PAYS-BAS CELLES DE RECORD INDUSTRY, LA PLUS GRANDE USINE DE VINYLES D'EUROPE. REPORTAGE.

L'immense hangar campe dans une drôle de ZAC traversée par des canaux, à l'abri des vastes champs de tulipes et de jacinthes de Haarlem, la ville la plus fleurie des Pays-Bas. Pas un bruit, seulement le cri des mouettes. Sur une plaque de l'interphone, un nom : « Record Industry ». À l'intérieur, sur les 6 500 m² de cette « fabrique à musique », s'affairent 110 employés, et trente-trois presses tournent à plein régime... Au détour d'un long couloir bordé de pochettes de vinyles légendaires, de Lou Reed, David Bowie ou encore les Bee Gees, une petite pièce : la salle de coupe, une sorte de salle de montage bourrée de technologie et d'ordinateurs. Du breakbeat instrumental crache ses décibels. Impossible, Klaas, un ingénieur du son, écoute attentivement. Il surveille à l'aide d'un microscope et d'écrans de contrôle les vibrations du stylet en diamant marquant les sillons d'un disque en métal : un vinyle étalon. « Moi non plus, ce n'est pas mon type de musique... », sourit-il. De la musique, il en écoute toute la journée. Celle des supports audio reçus des studios d'enregistrement, qu'il remasterise du numérique à l'analogique. Puis celle des vinyles fabriqués à l'usine, afin d'en garantir l'absence de défaut et le meilleur rendu sonore possible.

Dans le cœur de l'usine, la salle de presse. Oreilles sensibles, s'abstenir : le bruit y est assourdissant. Pourtant, là encore, l'ambiance est musicale. Le son face au bruit. Bob Marley pour rythmer le tumulte des machines... Dans la majorité des salles de l'usine, la musique est présente. De la bonne ou de la mauvaise pop de radio locale jetée en pâture au bruit.

Ce qui frappe, surtout, c'est l'ancienneté des presses. Elles ressemblent à des machines d'un autre temps..., ce qu'elles sont. Ces presses datent en effet des années 1970. Comme aucun industriel n'en produit plus depuis le milieu des



KIND OF BLUE, l'album le plus vendu de Miles Davis, paru en août 1959, avec le célèbre « So What », est aussi la meilleure vente de Record Industry.

années 1980, elles sont devenues le nerf de la guerre de cette industrie. Les quelques usines qui fabriquent encore du vinyle, comme GZ en République tchèque ou MPO en France, se les arrachent. Avec quinze presses supplémentaires en réserve, prêtes à l'emploi, Record Industry en dispose d'une petite cinquantaine. De quoi absorber de nouvelles hausses de commandes. Ce trésor de guerre a été constitué en 1998. « C'est l'année où j'ai racheté l'usine à Sony, qui ne croyait plus au vinyle. J'ai récupéré leurs presses et les dix-sept salariés qui travaillaient dessus. C'est avec eux que nous avons commencé l'aventure », explique Ton Vermeulen, le patron de Record Industry.

À cette époque, le vinyle, tué par l'avènement du CD, était en état de mort

clinique. Seuls les DJ de house en achetaient encore. « Sans eux, nous ne serions plus là. Autour des années 2000, ils nous achetaient 90 % de nos vinyles. Aujourd'hui, la house ne représente plus de 10 % de nos ventes. Classique, blues, pop, rock, reggae, électro... Toutes les musiques sont attirées par le vinyle, seule la catégorie "musiques du monde" est un peu en retrait », explique Ton Vermeulen. Du coup, les carnets de commandes ne désemplissent pas. Au point que, l'année dernière, l'entreprise a dû doubler son nombre de salariés (majoritairement des ouvriers qualifiés) pour y faire face. En 2015, l'usine a produit plus de 7,5 millions de vinyles contre 5,5 millions en 2014 et 3,8 millions en 2013, tandis qu'en 2016, la barre des 10 millions devrait être dépassée.

À l'image de ces chiffres exponentiels, c'est toute l'industrie du vinyle qui renaît des cendres qui lui étaient promises. Partout, pendant que les ventes de CD s'effondrent, les 78, 45 et surtout 33 tours ressortent dans les bacs. Au Royaume-Uni, on n'avait même jamais vu cela depuis vingt et un ans :

plus de deux millions d'exemplaires ont été achetés en 2015 (+ 64 % sur un an). Outre-Atlantique aussi, les ventes sont en hausse constante. Près de 12 millions d'unités se sont distribuées l'an dernier, contre 9 millions en 2014. En 2015, selon la Recording Industry Association of America (RIAA), les ventes de vinyles ont même rapporté plus que les recettes combinées des plateformes de streaming musical que sont YouTube, Vevo, SoundCloud, Spotify. Marché beaucoup plus modeste en France, mais tout aussi renaissant. Selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), 750 000 exemplaires ont trouvé preneurs l'an dernier dans l'Hexagone, contre 672 000 en 2014 et 471 000 en 2013. « *En trois ans, les ventes ont doublé* », indique le SNEP. Sans compter que les chiffres réels sont sans doute plus impressionnantes encore, le syndicat ne prenant pas en compte, dans ses résultats, les ventes des disquaires indépendants.

Comment expliquer ce revival du vinyle ? D'abord, dans ce monde musical dématérialisé, l'attachement à l'objet. « *Un vinyle est typiquement le genre de produit que l'on garde et auquel on s'attache* », souligne Anouk Rijnders, directrice commerciale chez Record Industry. Voir que l'on collectionne. Les pochettes des vinyles très « arty » n'y sont pas étrangères. Dans sa salle des archives, Record Industry en compte plusieurs dizaines de milliers. Difficile de ne pas se pâmer devant la galerie de portraits de *Sgt. Pepper's*, des Beatles, ou devant les pochettes d'Andy Warhol pour *Sticky Fingers*, des Stones, ou pour le premier album du Velvet Undergound. D'ailleurs, le marché de l'art ne s'y trompe pas et propose fréquemment aux enchères des microsillons qui s'arrachent à plusieurs milliers d'euros. « *Aucun support de musique n'est comparable, artistiquement, au vinyle, d'autant que celui-ci est personnalisable à souhait* », estime Anouk Rijnders. Record Industry propose ainsi à ses clients (uniquement des majors, labels indépendants et quelques artistes en direct) toutes sortes de teintes pour colorer et personnaliser les vinyles. À côté des galettes couleur ébène, des vinyles verts, rouges ou gris, qui ont plus de chances de devenir des collectors. Jusqu'où peut aller la personnalisation ? Au vu des coûts de production élevés, près de 2,50 euros par vinyle, l'usine n'honore une commande qu'à partir de 500 exemplaires. Cette limite mise à part, l'imagination est au pouvoir. « *Certains clients nous ont demandé d'insérer dans les vinyles des matières comme du sang ou de l'herbe*, sourit Anouk Rijnders. Évidemment, on reste toujours dans le cadre de la loi. »

CHEZ AMAZON, LES VENTES DE MICROSILLONS ONT BONDI DE 745 % EN CINQ ANS.



ABBEY ROAD, neuvième et dernier album des Beatles, sorti en septembre 1969. Plus de 50 000 exemplaires de la version vinyle se sont vendus aux États-Unis en 2015.

Il y a aussi ce « craquement » inimitable du microsillon qui fait vibrer les mélomanes, ce son chaleureux unique. Mais, est-il vraiment toujours le meilleur ? Les nouveaux enregistrements et traitements de la musique sont aujourd'hui numériques, avant d'être remastérisés et pressés en analogique, les rendus peuvent donc peiner à égaler ceux obtenus de manière totalement analogique. « *Les hautes fréquences de l'analogique, par rapport au numérique, permettent d'obtenir de meilleurs rendus sonores*, commente Anouk Rijnders. Mais après, c'est une question de goût, voire de matériel. » Pas sûr qu'en ressortant les tourne-disques d'antan on retrouve la qualité sonore recherchée. Mais là encore, la filière vinyle reverdit. Des fabricants tels Dual, Panasonic ou Sony se remettent à produire des platines.

LES HITS DES « BACK CATALOGUES »

Côté ventes, il s'écoule plus d'albums des « back catalogues », c'est-à-dire des anciens albums, que de nouveautés. À côté des Taylor Swift, Ed Sheeran ou Sufjan Stevens, qui font partie des nouveaux artistes les plus vendus, les vinyles sortis il y a plus de quarante ans cartonnent. Exemples ? *The Dark Side of the Moon* (1973), de Pink Floyd, ou *Abbey*

Road (1969), des Beatles, qui se sont vendus chacun, en 2015, à plus de 50 000 exemplaires aux États-Unis. Mélange identique chez Record Industry, où les ventes d'albums anciens sont légèrement supérieures à celles des nouveaux. D'ailleurs, dans l'usine, la meilleure vente reste *Kind of Blue*, de Miles Davis, sorti en... 1959. Mais pour les observateurs de ce marché, le vinyle est parti pour durer. « *Des jeunes vedettes aux vieux briscards comme Iron Maiden (dont le dernier album, The Book of Souls, sorti en 2015, est disponible en vinyle), de plus en plus d'artistes déclinent leurs disques en microsillons*, explique un disquaire d'Amsterdam. Quant aux clients, ce sont en grande majorité des 18-35 ans. » La grande distribution n'est pas en reste. Pour exemple, la chaîne de supermarchés Tesco fait de nouveau de la place, dans ses rayons, aux pochettes XXL. Tout comme Leclerc, la Fnac ou encore le géant Amazon, depuis longtemps sur le créneau, qui annonce des ventes de galettes à + 745 % sur les cinq dernières années.

Néanmoins, si le vinyle constitue l'une des rares éclaircies de l'industrie musicale, il ne représente encore que 6 % du marché physique du disque. Jusqu'où peut-il grimper ? « *Nous serons sans difficulté à 10 % dans peu de temps*, prédit Ton Vermeulen. Aujourd'hui, ce n'est plus le vinyle qui est en crise mais la musique. » Oh non..., pas de blues pour finir. Let's groove !



LES PASTILLES DE POLYCHLORURE DE VINYLE (ci-dessus) seront fondues à 140 °C pour obtenir les galettes (ci-dessous), qui seront ensuite pressées. Le noir conventionnel peut laisser place à toutes les combinaisons de couleurs et de transparencies.

LE SERVICE CONTRÔLE QUALITÉ intervient à toutes les étapes de la production. Co van Slooten (ci-contre) écarte les disques défectueux.

