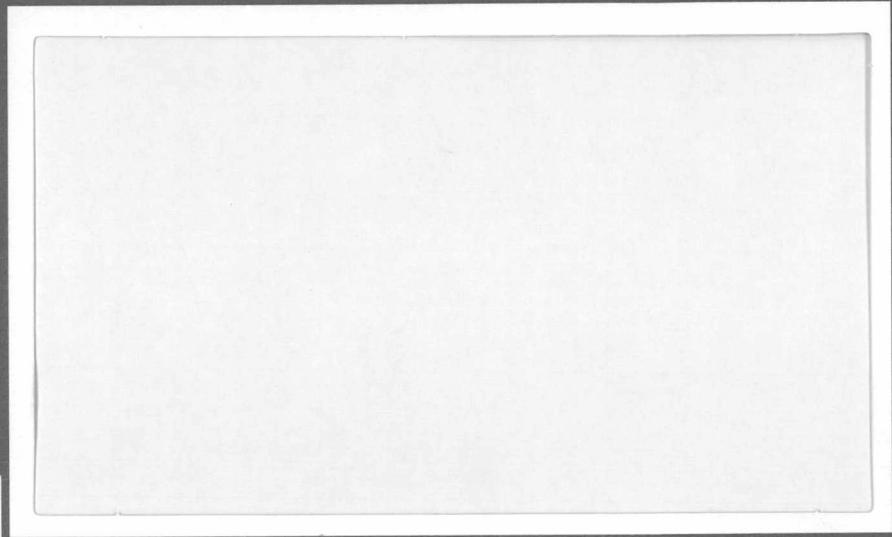


*Centre de recherche
pour l'étude
et l'observation
des conditions
de vie*



142, rue du Chevaleret

75013 PARIS

Tél. 01 40 77 85 00

Fax 01 40 77 85 09

Sou1997-1018

CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE



**L'ECONOMIE DU DROIT D'AUTEUR
ET DES DROITS VOISINS
DANS LA FILIERE MUSICALE**

Etude réalisée pour le compte du ministère de la Culture
Département des Etudes et de la Prospective

Eric BROUSSEAU
Université de Nancy

Philippe MOATI
CREDOC
Département "Dynamique des marchés"

Décembre 1997

142, rue du Chevaleret
7 5 0 1 3 - P A R I S

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
SIGLES UTILISES.....	5
PREMIERE PARTIE : LA MISE A PLAT DE LA FILIERE MUSICALE	7
I - L'ORGANISATION GÉNÉRALE DE LA FILIÈRE	7
I.1. Les auteurs.....	7
I.2. L'éditeur musical (ou éditeur "papier")	8
I.3. Le producteur phonographique.....	10
I.4. Les artistes-interprètes.....	13
I.5. Le distributeur	15
I.6. Le commerce de détail.....	17
I.7. Les autres modes d'exploitation des oeuvres musicales	18
I.7.1. L'audiovisuel	18
I.7.2. Les cassettes vidéo musicales	19
I.7.3. Les média	19
I.7.3.1. La télévision	19
I.7.3.2. Les radios	20
I.7.4. Le spectacle vivant	22
I.7.5. Les lieux sonorisés	24
I.7.6. Les partitions.....	24
I.7.7. Les "nouveaux modes" de diffusion des oeuvres musicales.....	25
I.7.7.1. Le sampling	25

I.7.7.2. Les CD-Rom multimédia et les jeux vidéo	25
I.7.8. La musique en ligne.....	26
I.8. Les sociétés de gestion collective	27
I.9. L'intervention publique.....	28
II - LE SOCLE JURIDIQUE.....	33
II.1. Pourquoi le droit d'auteur ?.....	33
II.2. Les grandes lignes du droit d'auteur français	35
II.2.1. Le droit pécuniaire	35
II.2.2. Le droit moral.....	36
II.3. Droit d'auteur ou copyright ?.....	36
II.4. Les droits voisins du droit d'auteur	38
II.5. La rémunération pour copie privée	40
III - LES RELATIONS ENTRE LES ACTEURS DE LA FILIERE MUSICALE .	43
III.1. Les relations auteurs / éditeurs	43
III.1.1. La nature de la relation	43
III.1.2. La rémunération de l'auteur	44
III.1.3. Les points de conflit	47
III.2. Les relations auteurs - éditeurs / sociétés d'auteurs.....	50
III.3. Les relations auteurs - éditeurs / producteurs	52
III.4. Les relations auteurs / interprètes	56
III.5. Les relations interprètes / producteurs	58
III.6. Les relations auteurs - éditeurs - producteurs / producteurs audiovisuels	70
III.7. Les relations producteurs / diffuseurs	73
III.7.1. Licence légale ou droit exclusif ?	73
III.7.2. La dépendance réciproque des producteurs et des diffuseurs.....	77
III.8. Les relations producteurs / distributeurs.....	81
III.9. Les relations producteurs / sociétés de gestion collective	83
III.10. Les relations diffuseurs / sociétés de gestion collective	87
III.11. Les relations interprètes / sociétés de gestion collective.....	92
III.12. Les relations interprètes / organisateurs de spectacles	95
III.13. Les relations "lieux de diffusion de musique" / sociétés de gestion collective.....	96

**DEUXIEME PARTIE : L'ECONOMIE DU DROIT D'AUTEUR ET DES
DROITS VOISINS DANS LA FILIERE MUSICALE - ELEMENTS
D'ANALYSE101**

I - DROIT D'AUTEUR ET DROITS VOISINS : LES NECESSAIRES

ADAPTATIONS D'UN CADRE JURIDIQUE QUI A PORTE SES FRUITS 103

I.1. La gestion collective : efficacité et limites 108

I.1.1. Principes de la gestion collective..... 108

I.1.1.1. Les justifications de la gestion collective..... 109

I.1.1.2. Les limites de la gestion collective..... 113

**I.1.2. Les indispensables adaptations du système français de gestion
collective 125**

I.1.2.1. Un système de collecte en voie de rationalisation..... 125

I.1.2.2. Redondances, conflictualité, inefficacité..... 130

I.1.2.3. Pour une séparation des fonctions de collecte et de répartition .. 133

I.1.2.4. Une tendance inéluctable à la collectivisation 137

**I.2. De la gestion collective au cadre légal et institutionnel : les limites de la
conception française du droit d'auteur..... 141**

**I.2.1. Une lecture du cadre institutionnel français : absence d'institutions
publiques et rigidités 142**

I.2.2. Règles collectives vs contrat 154

I.3. Nouveaux média: opportunités et enjeux 161

**I.3.1. L'identification des oeuvres et des ayants droit et la traçabilité des
transactions 166**

**I.3.2. La gestion des autorisations et le régime juridique des oeuvres
diffusées sur les réseaux..... 169**

I.3.3. La collecte et la répartition des droits 175

II - LE PROBLEME DE L'ACCES AU PUBLIC 183

II.1. La concentration de l'offre 184

II.1.1. La concentration de la production et la raréfaction des talents 185

**II.1.2. La concentration de la distribution de détail et la focalisation sur les
produits à rotation rapide..... 191**

II.1.3. L'effet accentuateur de l'exposition média 197

II.2. La solution vient-elle de la distribution on-line ?	203
II.2.1. Trois scénarios alternatifs	204
II.2.1.1. Réseaux électroniques et promotion	205
II.2.1.2. La vente par correspondance.....	209
II.2.1.3. La distribution on-line.....	210
II.2.2. Des chances aléatoires de déconcentration	215
III. LES PERFORMANCES DE LA FILIERE MUSICALE	223
III.1. Un secteur en crise ?	226
III.2. Les exportations constituent-elles une voie d'élargissement des débouchés ?	229
III.3. Prix trop élevé ou crise des talents ?	232
III.3.1. Un prix qui ne paraît guère plus élevé qu'ailleurs	233
III.3.2. Une structure industrielle qui nuit à la créativité et à l'émergence de nouveaux talents	238
III.4. Le spectacle vivant : un contrepoids qui ne peut jouer son rôle	243
III.5. Des politiques publiques mieux ciblées	246
SYNTHESE GENERALE	253
BIBLIOGRAPHIE.....	263

INTRODUCTION

La filière musicale constitue une industrie culturelle. C'est dire que l'évaluation de son mode de fonctionnement est rendue complexe par la nécessité de prendre en compte simultanément les dimensions économiques et culturelles qui peuvent entrer en conflit. C'est notamment pour tenter de gérer ce conflit que la filière musicale est soumise à un cadre législatif et conventionnel complexe définissant les droits et obligations de chacun. Les droits d'auteur et les droits voisins constituent le cœur de ce cadre. Ils définissent très rigoureusement (en dépit de l'existence d'inévitables zones d'ombre) les relations qu'entretiennent les acteurs situés aux différents niveaux de la filière, à un point tel que la filière musicale en France doit sans doute être davantage considérée comme une économie réglementée que comme une économie contractuelle.

L'objet de cette étude est d'évaluer l'impact du cadre législatif sur les droits d'auteur et les droits voisins sur l'économie de la filière musicale française. Elle vise à cerner comment, au-delà des textes, la manière dont les acteurs vivent et mettent en œuvre ce cadre législatif affecte leurs stratégies, et les performances économiques et artistiques de la filière.

Le sentiment que nous retirons de notre investigation au cœur de la filière musicale¹ est celui d'une gigantesque foire d'empoigne pour la captation de revenus. Dans cette économie de la conflictualité, qui se masque souvent derrière des considérations culturelles, le droit est utilisé par chaque catégorie d'acteurs pour conforter sa position économique. Le quotidien de la filière nous éloigne considérablement des débats philosophiques sur le droit des créateurs. Doit-on s'en émouvoir ? La filière musicale constitue une activité économique très largement intégrée à la sphère marchande. Ses acteurs clés sont des firmes multinationales

¹ La matière première de cette étude est issue d'une vaste étude documentaire (presse spécialisée, ouvrages, études, rapports d'activité, conférences...) et de la réalisation d'une quarantaine d'entretiens semi-directifs auprès d'acteurs situés aux différents niveaux de la filière (des auteurs aux diffuseurs en passant par les sociétés de gestion collective).

animées par la recherche du profit. La question est alors de savoir si le dispositif législatif permet d'orienter les comportements dans le sens du respect d'un minimum de logique culturelle ou s'il se contente d'encadrer les relations contractuelles. La crise de "créativité" dont semble souffrir la filière musicale (qui se traduit par la marginalisation des genres mineurs, la difficulté d'émergence de nouveaux talents, la standardisation des productions musicales...) incite à penser que le système de protection de la propriété artiste en vigueur ne s'est pas montré à la hauteur des objectifs culturels qui lui étaient assignés. Reste à savoir s'il autorise un fonctionnement efficace de la filière, à la fois pour les consommateurs (niveau des prix, diversité de la production...) et pour la compétitivité de la production française dans un contexte d'internationalisation et de renouvellement des modes de consommation par l'innovation technologique. C'est principalement à cette question que cette étude va tenter d'apporter des éléments de réponse.

Le rapport est composé de deux parties.

Dans la première partie, nous procédons à une mise à plat de l'organisation de la filière, par la présentation des différentes catégories d'acteurs et de leurs fonctions, par l'exposition des grandes lignes du socle juridique régulant l'activité et par l'analyse des relations contractuelles qui se nouent entre les différents protagonistes de la filière. Cette première partie permet de prendre la mesure de la complexité de l'architecture juridico-économique de la filière et d'identifier les principales zones de conflits entre les acteurs.

La seconde partie du rapport propose une analyse critique du fonctionnement de la filière musicale. Elle s'ouvre sur une discussion du principe de la gestion collective des droits de propriété artistique et évoque les révisions qui apparaissent nécessaires pour vaincre un certain nombre de dysfonctionnements et pour préparer la filière musicale à l'ère du numérique. Mais il nous est apparu que les droits d'auteur et les droits voisins sont loin de constituer le seul noeud de l'organisation de la filière. La filière musicale souffre aujourd'hui d'asphyxie à tous les niveaux : concentration de la production, transfert de l'activité éditoriale vers les producteurs, fermeture des circuits de distribution, relèvement des seuils de rentabilité dans la production des phonogrammes... Si le système des droits d'auteur et droits voisins porte certainement une part de responsabilité dans le

développement des goulets d'étranglement (en contribuant à la marchandisation de la production musicale, en participant à la répartition très inégalitaire des revenus...), les racines du mal sont à la fois plus nombreuses et plus profondes. Elles appellent une réflexion sur l'intervention publique. Pour l'instant très concentrée sur le plan juridique, celle-ci doit aujourd'hui s'engager plus directement au coeur même de la filière musicale. La réconciliation de l'économique et du culturel est sans doute à ce prix.

SIGLES UTILISES

ADAGP :	Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques
ADAMI :	Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes
BIEM :	Bureau international des éditeurs de musique
CEMF :	Chambre syndicale des éditeurs de musique de France
CPI :	code de la propriété intellectuelle
CSDEM :	Chambre syndicale de l'édition musicale
FCM :	Fonds pour la création musicale
IFCIC :	Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles
IFPI :	Fédération internationale de l'industrie phonographique
IRMA :	Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles
OMPI :	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
SACD :	Société des auteurs et compositeurs dramatiques
SACEM :	Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique
SCAM :	Société civile des auteurs multimédia
SCPP :	Société civile pour l'exercice des droits des producteurs phonographiques
SDI :	Société de l'image
SDRM :	Société pour l'administration du droit de reproduction mécanique
SEAM :	Société des éditeurs et auteurs de musique
SEM :	Société des éditeurs de musique
SFA :	Syndicat français des artistes-interprètes
SNAC :	Syndicat national des auteurs et des compositeurs
SNAM :	Syndicat des artistes-interprètes de la musique
SNEP :	Syndicat national de l'édition phonographique
SPEDIDAM :	Société de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes de la musique et de la danse
SPPF :	Société civile des producteurs de phonogrammes en France
UFPI :	Union des producteurs phonographiques français indépendants

PREMIERE PARTIE : LA MISE A PLAT DE LA FILIERE MUSICALE

I - L'ORGANISATION GÉNÉRALE DE LA FILIÈRE

Cette section est consacrée à la présentation de l'architecture générale de la filière musicale. Nous allons retracer succinctement les principales étapes du cheminement de l'oeuvre musicale de l'auteur au public et présenter les différentes catégories d'acteurs impliqués tout au long de ce cheminement.

1.1. Les auteurs

Le terme d'"auteur", dans la filière musicale, est souvent un raccourci pour désigner les créateurs de l'oeuvre, qu'il s'agisse du compositeur ou de l'auteur des textes des chansons (ou des livrets d'opéra). Un "auteur" n'est donc pas nécessairement un musicien.

La quasi-totalité des auteurs dont les oeuvres entrent dans le circuit économique de la filière sont membres de la SACEM, la Société française de gestion collective des droits des auteurs. En 1995, la SACEM revendiquait quelque 76 000 sociétaires (ce chiffre prend en compte les sociétaires étrangers et englobe les éditeurs).

En 1994, 67 103 auteurs (auteurs, compositeurs, auteurs-compositeurs). Ce nombre est en croissance régulière (+6% entre 1992 et 1994). Toutefois, sur ce nombre, seulement 29 233 auteurs et compositeurs vivants ont reçu des

rémunérations de la SACEM en 1995. Ils ne sont qu'environ 6 000 à avoir perçu des droits d'auteur pour un montant supérieur ou égal au SMIC annuel.

La création d'une oeuvre peut être la conséquence d'une commande adressée à un auteur : musique d'illustration commandée par un producteur audiovisuel ou une agence de publicité, commande publique d'une oeuvre de musique sérieuse... Le cas général est cependant celui où l'auteur prend l'initiative de la création de l'oeuvre. Une fois créée, cette oeuvre devra transiter par un certain nombre d'intermédiaires économiques qui porteront l'oeuvre, sous différentes formes, vers le public.

1.2. L'éditeur musical (ou éditeur "papier")

A l'origine, la fonction de l'éditeur musical était de réaliser la production des partitions de l'oeuvre musicale et d'assurer à travers elles la diffusion de l'oeuvre. Avec le développement des enregistrements musicaux et l'évolution des modes de consommation de la musique qui l'a accompagné, l'éditeur s'est vu progressivement marginalisé au profit du producteur de phonogrammes. Il doit sa survie économique à la redéfinition de sa fonction au sein de la filière musicale. Aujourd'hui, cette fonction s'articule autour de trois pôles principaux :

- 1 - l'aide à la création
- 2 - la valorisation de l'oeuvre sous toutes ses formes
- 3 - la gestion des droits patrimoniaux de l'auteur.

1 - L'aide à la création

L'éditeur est souvent un découvreur de talents. Comme les producteurs de disques, il fréquente les salles de concert, auditionne les maquettes que lui adressent les auteurs... Il met en contact des auteurs, des compositeurs, des interprètes. Il peut soutenir matériellement l'auteur durant sa création, par le biais d'avances, de financement de cours de musique, de répétitions, de maquettes... Il intervient également souvent comme conseiller artistique.

2 - La valorisation de l'oeuvre sous toutes ses formes

La mission essentielle de l'éditeur est souvent de signer un contrat discographique avec un producteur de disques². Cette signature peut s'avérer difficile et n'intervenir que plusieurs années après qu'ait été conclu le contrat d'édition avec l'auteur. L'activité d'édition s'inscrit dans un horizon temporel de valorisation souvent beaucoup plus long que la production phonographique.

« Quand on signe un artiste qui n'a pas de contrat de disque, il faut se dire qu'on peut partir pour travailler pendant deux ans avant de trouver une signature. (...) Ce qui est difficile en maison de disques ! Dans une maison de disques, on ne se donne pas deux ans. En principe, quand un artiste est prêt, il doit sortir un album dans les 6 mois, et donc le retour doit être au bout d'un an. (...) Nous, on peut facilement arriver à des cibles de retour sur investissement à 3 ans ou 3 ans et demi. » (un éditeur).

Pour faciliter la signature, l'éditeur peut participer financièrement à la production, à la réalisation du clip...

Rémunéré par une fraction des droits d'auteur (voir infra), l'éditeur est incité à rechercher toutes les formes de valorisation de l'oeuvre. Dans le domaine phonographique, il pourra rechercher de nouvelles interprétations de l'oeuvre ou susciter des adaptations. Il pourra aussi rechercher des utilisations secondaires, allant de l'édition de partitions et autres "song-books" à la synchronisation (musiques de film, de publicité...). Cette diversité des formes de valorisation, ainsi que la possibilité de les faire se succéder dans le temps, renforcent l'asymétrie de temporalité entre l'activité de l'éditeur et celle du producteur : une oeuvre bien exploitée par l'éditeur peut générer un flux de revenus durant les 70 ans de protection accordés par la loi (que l'on pense au Boléro de Ravel, toujours en tête des répartitions de la SACEM...), alors qu'il est rare que l'horizon de valorisation d'un phonogramme excède quelques années.

3 - La gestion des droits patrimoniaux de l'auteur

Doté d'une structure administrative et des compétences juridiques nécessaires, l'éditeur est généralement bien mieux à même que l'auteur d'assurer le contrôle de

² Toutefois, il arrive assez fréquemment que l'auteur s'adresse à l'éditeur après avoir signé un contrat avec une maison de disques.

son répertoire (détection des utilisations frauduleuses) et du montant des droits générés par son exploitation (dépôt des oeuvres à l'étranger, vérification des relevés SACEM...).

En 1995, la SACEM a crédité le compte de 3 617 sociétés d'édition (3 264 en 1994). Toutefois, seuls une centaine d'entre eux touchent plus de 1 MF³ et les huit premières sociétés assurent la moitié de l'activité, contre un tiers à la fin des années 80⁴. Les éditeurs contrôlés par les majors de la production phonographique figurent parmi les plus grosses sociétés d'édition. Ils interviennent souvent comme "sous-éditeurs" pour l'exploitation en France du catalogue étranger de la société mère ou d'autres maisons de disques étrangères. Ils empochent environ la moitié des droits éditoriaux répartis par la SACEM (autour de 60% pour la seule variété).

1.3. Le producteur phonographique

L'enregistrement et la vente de phonogrammes demeurent la première forme de valorisation des oeuvres musicales. Le marché français du disque s'est élevé en 1996 à 6,88 milliards de Francs pour près de 147 millions d'unités vendues⁵. La production et la vente de phonogrammes sont le domaine d'intervention principal du producteur phonographique (qualifié également "d'éditeur phonographique").

La fonction du producteur est à la fois artistique, financière et commerciale.

Sur le plan artistique, le producteur exerce une fonction de sélection des auteurs et des artistes-interprètes (ceux dont le nom apparaît sur le phonogramme, ainsi, souvent, que des musiciens de studio). Cette sélection peut intervenir à la suite de la démarche d'un éditeur ou bien par contact direct avec les auteurs et artistes. Par l'intermédiaire de ses directeurs artistiques, la maison de production peut intervenir dans le processus de création par le choix des titres, des orchestrations, la sélection des musiciens...

³ Castagnac [1993].

⁴ D'Angelo [1997].

⁵ Source : SNEP.

La fonction financière du producteur consiste dans l'avance des capitaux nécessaires au financement de l'enregistrement, de la production des supports, mais aussi d'une large part des dépenses de promotion (réalisation d'un clip, rémunération des attachés de presse, dépenses de publicité...). Il peut ici solliciter la participation financière de l'éditeur. L'ensemble des charges d'exploitation représenterait 26% du chiffre d'affaires du secteur de l'édition phonographique⁶.

La fonction première du producteur est de financer la réalisation du phonogramme : enregistrement de l'oeuvre (production du "master"), production du support. Il intervient principalement comme donneur d'ordre : enregistrement et pressage sont le plus souvent confiés à des entreprises spécialisées extérieures, indépendantes ou, plus rarement, filiales des grands producteurs.

Enfin, sur le plan commercial, le producteur assure la promotion des phonogrammes : action auprès des diffuseurs afin de maximiser l'exposition de l'enregistrement dans les médias, engagement d'action de promotion et de publicité, introduction des supports dans le circuit du commerce de gros...

Le secteur de l'édition phonographique française compte environ 720 entreprises dont l'activité est suffisamment importante pour justifier leur adhésion à l'une des deux sociétés civiles de producteurs (SCPP, SPPF). Ces chiffres situeraient la France au troisième rang européen selon le nombre de maisons de disques, après le Royaume-Uni et l'Allemagne⁷. Toutefois, Jérôme Roger, directeur général de la SPPF, estime que seuls 180 producteurs ont une activité régulière⁸. De son côté, le ministère de l'Industrie ne recense qu'une vingtaine d'entreprises dépassant le seuil de 20 salariés.

L'activité du secteur est dominée par les filiales françaises des majors qui dominant quelque 80% du marché mondial du disque : Polygram France (Philips, Pays-Bas), BMG France (Bertelsmann, Allemagne), EMI France (Thorn-EMI,

⁶ Thomas [1995].

⁷ EMO [1996].

⁸ in *L'année du disque 1996*, p. 35.

Grande-Bretagne), Sony Music Entertainment France (Sony, Japon), Warner Music France (Time Warner, Etats-Unis), MCA Geffen (Matsushita, Japon). L'emprise des majors s'étend au travers du contrôle financier d'un grand nombre de labels : Ariola, RCA, NN'B, Vogue.. pour BMG ; Barclay, Island, Mercury, Polydor... pour Polygram ; Columbia, Epic, Small... pour Sony ; Virgin, Chrysalis... pour EMI... Plusieurs centaines de producteurs indépendants se partagent le reste du marché. Ils constituent un ensemble hétérogène tant sur le plan de la taille que sur ceux de leur degré d'intégration dans la filière et de la composition de leur catalogue. G. Lefeuvre [1994] a proposé une typologie du secteur indépendant permettant d'identifier cinq familles de producteurs aux problématiques similaires :

- Les structures de production/distribution (Musidisc, Auvidis, Harmonia Mundi, Celluloïd...) : très minoritaires, ces "gros" indépendants sont intégrés en aval dans la distribution de gros⁹. Ils présentent généralement un catalogue assez large s'étendant sur plusieurs genres musicaux.
- Les gros producteurs indépendants (Tréma, PEM, Scorpio, Apache...). Principales victimes de la concentration, ils ne sont plus qu'une quinzaine en France, exerçant souvent leur activité dans la variété. Ils forment le gros des troupes de l'UFPI, l'Union française des producteurs indépendants créée pour contrer l'influence des majors au sein du SNEP.
- Les petits et moyens labels. Beaucoup plus nombreuses que celles composant les deux familles précédentes, ces entreprises de production sont le plus souvent étroitement spécialisées sur un genre musical spécifique (Bleu Citron ou La Lichère dans le jazz ; Boucherie Production, Bond Age, Muséa... dans le rock ; Ricordu, Agorila... dans la musique régionale...), ou se sont construites autour d'un artiste particulier (Productions Mary Josée avec Henri Des, Seventh Records autour des transfuges de Magma, Chandelles Productions avec Francis Cabrel...).

⁹ Il s'agit d'ailleurs quelquefois de distributeurs ayant intégré la production.

- Les informels : « C'est l'ensemble le moins homogène, constitué de multiples producteurs oeuvrant en nom propre, parfois attachés à un artiste en particulier ou à l'existence éphémère » (p. 92). Leur poids économique est négligeable.
- Les atypiques : G. Lefeuvre range ici tous les producteurs n'entrant dans aucune des familles précédentes, dont certains ont un poids non négligeable, tel AB Disques (Dorothee, Hélène....), Walt Disney Records, ou Play It Again Sam...

1.4. Les artistes-interprètes

La diffusion d'une oeuvre musicale impose l'intervention d'artistes-interprètes. Il est d'usage dans la profession d'opérer une distinction entre les interprètes principaux, dont le nom apparaît distinctement sur "l'étiquette" du disque, sur le programme du spectacle ou au générique du vidéogramme (chanteurs ou solistes), et les musiciens que nous qualifierons d'"exécutants"¹⁰. Les premiers signent des contrats d'exclusivité avec les producteurs de disques (et à ce titre, comme on le verra, touchent une rémunération proportionnelle à la vente de supports), alors que le travail des seconds s'inscrit dans le cadre du droit du travail général. Toutefois, cette distinction est quelquefois ténue, nombre de solistes intervenant également dans des ensembles.

Dans la musique de variété, les artistes-interprètes "étiquettes" sont de plus en plus souvent également auteurs et/ou compositeurs.

L'évaluation du nombre d'artistes-interprètes professionnels est malaisée en raison de la rareté des données et de leur caractère fréquemment contradictoire.

Selon les informations fournies par le recensement de 1990, la France comptait à cette date 16 164 musiciens et chanteurs à temps plein et 18 145 interprètes à temps partiel, travaillant en moyenne 50 jours par an.

¹⁰ Ce qualificatif, que nous utiliserons dans un souci d'économie de mots, n'est bien évidemment empreint d'aucune connotation péjorative.

Environ 14 000 musiciens exécutants et danseurs sont adhérents de la SPEDIDAM¹¹, auxquels il convient d'ajouter quelque 7 000 ayants droit non adhérents.

Au 31 janvier 1997, la SPEDIDAM recensait 18 013 musiciens adhérents. 22 316 ayants droit ont bénéficié d'une répartition en 1997.

Le SNAM, qui représente les musiciens d'orchestre, revendique 4 000 adhérents.

Selon le ministère de la Culture [1995], les sommes perçues par la SPEDIDAM en 1994-1995 ont été redistribuées entre 27 802 bénéficiaires, dont 26 362 artistes de nationalité française. Le ministère de la Culture évaluait en 1993 entre 2 600 et 2 800 le nombre de musiciens professionnels ayant un emploi à titre principal dans un orchestre classique ou travaillant régulièrement dans un orchestre¹². Les spectacles et les bals constituent de loin la principale source d'activité des musiciens exécutants. Selon la SPEDIDAM, seulement 2 494 musiciens auraient participé à des séances d'enregistrement de musiques populaires, mais il est couramment admis dans la profession qu'environ une centaine de "requins de studios" assurent la majeure partie des séances d'enregistrement. Cette source d'activité a fortement souffert de l'usage croissant des synthétiseurs, échantillonneurs et autres boîtes à rythme dans les studios d'enregistrement, et du développement des "home studios" autorisant de nombreux artistes à assurer par eux-mêmes une part variable de la production. La "délocalisation" des enregistrements vers des pays offrant de moindres rémunérations et protections aux musiciens (en particulier les pays de l'Est) nuit également à l'emploi des musiciens français, en particulier des musiciens classiques.

L'ADAMI a rétribué plus de 21 000 artistes-interprètes¹³ en 1996. Toutefois, la profession estime que seulement 8 000 artistes de spectacles (théâtre, cinéma, variété, concert) peuvent être considérés comme réellement actifs¹⁴.

¹¹ Les conditions d'adhésion (à vie) à la SPEDIDAM sont très peu restrictives, si bien qu'un nombre important d'adhérents peuvent n'avoir (ou n'avoir eu) qu'une activité professionnelle sporadique.

¹² Ministère de la Culture [1994].

¹³ Certains de ces artistes peuvent également être adhérents de la SPEDIDAM.

Les intérêts et la gestion de carrière des artistes-interprètes "étiquettes" sont souvent confiés à un manager (également appelé agent ou impresario)¹⁵. Ce dernier n'est légalement habilité qu'à négocier des engagements auprès des organisateurs de spectacles, contre une rémunération proportionnelle ne pouvant dépasser 10% du cachet de l'artiste. La loi du 31 décembre 1992 autorise les managers à exercer le métier d'entrepreneur de spectacles. Ils ne peuvent cependant pas exercer d'autres fonctions dans le domaine artistique (en particulier dans les maisons de disques). Le nombre de managers professionnels est évalué¹⁶ à environ 300, dont 75 dans le domaine de la musique classique.

Ces différentes sources permettent d'évaluer grossièrement à 30 000 le nombre d'artistes-interprètes ("étiquettes" ou exécutants) exerçant une activité professionnelle.

1.5. Le distributeur

Une fois produit, le phonogramme doit être mis à disposition du public par son introduction dans les circuits du commerce de détail. Cette étape comporte un ensemble de tâches complexes. Des équipes de représentants doivent visiter chaque point de vente, présenter les nouveautés, enregistrer les commandes... Les phonogrammes sont ensuite acheminés vers chaque point de vente. La logistique est rendue complexe par le nombre très important de références et la durée très inégale de leur cycle de vie, ainsi que par la densité et l'hétérogénéité des points de vente. Puis intervient la facturation. Enfin, il est souvent nécessaire de gérer les retours d'inventus effectués par les détaillants.

Cette activité de distribution exige une taille minimale relativement importante, en raison du poids des coûts fixes (réseau de représentants, appareil

¹⁴ Ministère de la Culture [1995], p. 169.

¹⁵ Tenaille [1993].

¹⁶ D'Angelo [1997].

logistique...)¹⁷. Les majors sont quasiment les seuls producteurs de phonogrammes capables d'amortir un appareil de distribution. Quelques très rares producteurs indépendants assurent eux-mêmes leur distribution (Celluloid, Harmonia Mundi...). Pour les autres, accéder au marché implique de recourir aux services d'un distributeur extérieur. Deux possibilités s'offrent alors à eux. Ils peuvent recourir aux services des filiales de distribution des majors, lesquelles trouvent ici une opportunité d'amortir et de rentabiliser leur outil de distribution. Les majors assurent près de 95% de la distribution de phonogrammes en France... Les petits producteurs peuvent également écouler leur production par l'intermédiaire d'un distributeur indépendant. Le nombre de distributeurs indépendants s'est fortement contracté au fil des années. Il ne subsiste que 5 ou 6 entreprises spécialisées dans la distribution de phonogrammes, auxquelles il convient d'ajouter une dizaine de grossistes qui, contrairement aux distributeurs qui sont de simples intermédiaires de commerce, réalisent des achats pour revente. Les grossistes sont spécialisés dans l'approvisionnement de circuits de détail spécifiques ne vendant des phonogrammes qu'à titre accessoire (station-service, librairie, tabac...). Enfin, on compte une soixantaine de très petites structures de distribution, étroitement spécialisées sur un genre musical, travaillant principalement en VPC ou sur un ensemble limité de points de vente développant le genre musical correspondant. Cette dernière catégorie compte une proportion importante de producteurs spécialisés qui distribuent, outre leur propre catalogue, ceux de labels français ou étrangers positionnés sur le même genre musical.

Part de marché des principaux distributeurs en France - 1996

Polygram	33,0%
Sony	22,4%
EMI	16,0%
Warner	13,0%
BMG	11,0%
Autres	4,5%

(Source : Estimation Music and Copyright, n°105, janvier 1997)

¹⁷ Un distributeur que nous avons rencontré estime que l'activité est soumise à une première taille critique se situant autour d'un volume d'affaires de 70-90 MF afin d'amortir l'équipe de commerciaux. Une deuxième taille critique se situe autour de 250 MF afin d'être en mesure de rentabiliser un appareil de messagerie efficient.

1.6. Le commerce de détail

Les phonogrammes sont mis à la disposition du public par l'intermédiaire de plusieurs circuits de distribution : la distribution généraliste (grandes surfaces alimentaires, grands magasins et magasins populaires...), la distribution spécialisée (disquaires traditionnels, chaînes spécialisées, grandes surfaces spécialisées (GSS) multispécialistes) et la vente par correspondance (VPC).

La distribution de détail de phonogrammes a connu en France, au cours des 20 dernières années, un fort mouvement de concentration qui a profité principalement aux GSS et aux enseignes de la grande distribution alimentaire. Ainsi, la grande distribution occupe en France une part de marché inégalée dans les pays industrialisés avec près de 52% (y compris les grands magasins). Les GSS totalisent quelque 30% du marché, dont 24% rien que pour la FNAC. Cette concentration s'est opérée au détriment des disquaires traditionnels, dont le nombre est passé d'environ 3 000 au début des années 70 à près de 250 aujourd'hui, pour une part de marché de 8%. En réaction, certains disquaires ont rejoint des chaînes ou des groupements (Starter, Juggets, Madison...) dont la part de marché se cantonne aux alentours de 5%.

La VPC est peu développée en France sur le marché du disque (moins de 5%). Elle pourrait se trouver dynamisée avec le développement du commerce électronique. D'ores et déjà, plusieurs sociétés (principalement américaines, même si certaines expériences sont en cours en France) ont créé des sites de vente de disques sur Internet. Sorte de magasin virtuel, ces sites permettent aux acheteurs connectés à partir de leur micro-ordinateur d'accéder à plusieurs centaines de milliers de références, d'écouter des extraits des albums, de visualiser les pochettes, de lire des informations sur les artistes, ainsi bien sûr que de commander des disques. La facture est réglée par transmission du code de la carte de crédit et les disques parviennent au domicile de l'acheteur (où qu'il soit dans le monde) par voie postale.

Cette forme de distribution des disques est aujourd'hui très marginale en France.

« CD Now est le plus gros vendeur de disques sur Internet actuellement, et ils ont fait le CA de la FNAC Orléans... » (un producteur).

Toutefois, les ventes en ligne de CD représenteraient aujourd'hui aux Etats-Unis un marché de 200 millions de \$ et certains experts anticipent qu'il atteindra 6 milliards de \$ dès 2000¹⁸. L'avenir de cette forme de distribution dépendra fondamentalement de la diffusion des équipements de connexion au réseau parmi les ménages, de la sécurisation des paiements et des progrès réalisés dans le chargement "on line" de la musique permettant de contourner le besoin de transporter le support physique. Nous reviendrons sur les perspectives des nouvelles technologies sur le fonctionnement de la filière musicale au cours de la seconde partie.

1.7. Les autres modes d'exploitation des oeuvres musicales

Si la vente de phonogrammes demeure la principale source de valorisation des oeuvres musicales, d'autres modes d'exploitation sont générateurs de revenus pour les acteurs de la filière. L'évolution de la réglementation et l'innovation technologique sont des forces structurelles favorables à la multiplication de ces modes d'exploitation secondaires.

1.7.1. L'audiovisuel

L'audiovisuel est un important pôle de consommation d'oeuvres musicales à des fins de sonorisation des images. Il constitue un ensemble hétérogène, composé du secteur de la production cinématographique, de réalisateurs de documentaires ou de reportages destinés aux entreprises ou aux télévisions, de producteurs de clips, d'agences de publicité... Le secteur de l'audiovisuel peut utiliser des phonogrammes du commerce, commander des oeuvres originales, ou encore s'alimenter auprès de sociétés spécialisées dans la "librairie musicale". A ces différents titres, le secteur de l'audiovisuel est générateur d'une grande diversité de revenus pour la filière musicale : droits d'auteur, droits "de synchronisation", droits d'adaptation, primes d'inédit...

¹⁸ Kearby [1997].

Cet ensemble, très difficile à mesurer, constitue pour la filière musicale un débouché non négligeable et en croissance soutenue.

1.7.2. Les cassettes vidéo musicales

La plupart des vidéogrammes du commerce contiennent de la musique et, à ce titre, sont source de revenus pour la filière musicale. Il s'agit toutefois le plus souvent d'une exploitation secondaire d'oeuvres musicales utilisées dans une production audiovisuelle.

Une petite partie du marché des vidéocassettes enregistrées correspond à des enregistrements spécifiquement musicaux : clips, enregistrements de concerts... Selon le SNEP, le marché de la vidéo musicale s'est élevé à 105,8 MF en 1995 (7,4 MF pour les CD vidéo, 98,4 MF pour les vidéocassettes). Les ventes sont en baisse depuis 1994 (118,7 MF en 1993).

1.7.3. Les médias

Les médias remplissent une double fonction au sein de la filière musicale :

- en tant que diffuseurs de musique, ils génèrent des revenus directs dans la filière musicale (droits d'auteur, droits voisins, droits de synchronisation) ;
- en jouant le rôle de vitrine de la production musicale (par leur programmation, mais aussi par la diffusion de publicités pour le disque), ils favorisent la vente des supports.

1.7.3.1. La télévision

La plupart des programmes diffusés par les chaînes de télévision impliquent la diffusion de musique :

- les émissions de variété,
- la diffusion de vidéomusiques (33 000 clips ont été diffusés en 1996 par les chaînes hertziennes, et 77 310 par MCM¹⁹),

¹⁹ Source : SCPP/ Ecran Total.

- la diffusion de musiques de films à l'occasion de la programmation de films,
- l'utilisation de musiques d'illustration pour la sonorisation de génériques, de documentaires, de bandes annonces.

Les chaînes de télévision peuvent également intervenir comme commanditaires ou producteurs d'oeuvres musicales, notamment d'illustration. Rappelons que le cahier des charges de M6 oblige la chaîne à coproduire quelque 150 clips par an.

Le poids de la télévision dans l'économie de la filière est en croissance avec l'augmentation du nombre de chaînes²⁰ et l'instauration, avec la loi de 1985, de la rémunération équitable. Le câble et le satellite ouvrent de nouvelles opportunités pour la musique, grâce en particulier à la création de chaînes musicales (MCM, Muzzik, Fun TV, AB Musique classique...). Toutefois, l'arrivée de ces nouvelles chaînes²¹ compense difficilement la perte d'intérêt pour les émissions musicales de la part des chaînes hertziennes.

« Les chaînes de télévision hertziennes n'accordent pratiquement plus de place aux émissions de variété. Lorsqu'elles existent, elles sont consacrées essentiellement aux artistes établis. » (SNEP [1997]).

1.7.3.2. Les radios

L'ouverture de la bande FM en 1981 a provoqué un brusque développement et une diversification de l'offre de programmes radiodiffusés auxquels a répondu la croissance de l'audience des radios par la population. L'audience des radios est ainsi passée de 75,3% en 1987 à 79,7% en 1996²². L'instauration de quotas sur les chansons françaises a par ailleurs permis un rééquilibrage des programmations musicales favorable aux productions francophones (43% en 1996). Au total, en

²⁰ « Le nombre de canaux de télévision devrait passer de 117 à 500 d'ici l'an 2000, les heures de diffusion de télévision devant, dans le même temps, passer de 650 000 à 3 250 000. En outre, les heures de programmes cryptés devraient augmenter d'un facteur 15. » (Suivi du livre vert, 1996, repris du livre blanc sur l'emploi, 1994).

²¹ Le 31 décembre 1996, seulement 2 100 000 foyers étaient abonnés au câble et 1 400 000 au satellite (source : AVICA/CARAT).

²² Audience cumulée du lundi au vendredi 5h-24h. Source : 75 000 Médiamétrie et Le Credome, cité par *Stratégies*, n° 1000, 21/2/1997.

1996, les radios ont procédé à quelque 2,5 millions de diffusions musicales, pour 48 700 titres différents impliquant 25 000 artistes-interprètes "étiquettes"²³.

Les radios sont unanimement reconnues dans la filière musicale comme un vecteur stratégique d'exposition des productions musicales et, en particulier, des nouveaux artistes. De nombreuses radios de la bande FM sont des radios musicales dont la majeure partie des programmes consiste dans la diffusion de phonogrammes. L'importance de leur nombre permet une certaine segmentation de l'audience et une diversité de la programmation musicale. Par le versement de la "rémunération équitable" et de droits d'auteur, les radios apportent en outre une contribution financière directe non négligeable à l'économie de la filière.

Soumis à la régulation du Conseil supérieur de l'audiovisuel, le paysage radiophonique français est composé d'environ 1 300 radios - nombre que d'aucuns estiment excessif au regard de la taille du marché publicitaire associé. Cet ensemble peut être décomposé en au moins six catégories :

- les radios publiques, dans le giron de Radio France (ensemble de radios locales et thématiques) ;
- les radios commerciales nationales générales, c'est-à-dire les radios périphériques ;
- les radios commerciales nationales thématiques (les têtes de grands réseaux FM). Elles sont peu nombreuses mais leur part de marché est importante ;
- les radios locales affiliées ou franchisées d'un réseau national. Elles représentent environ un quart du nombre de radios. Leur développement est pour une bonne part la conséquence de l'entrave à l'expansion des grands réseaux FM que constitue la difficulté d'obtenir de nouvelles fréquences ;
- les radios locales commerciales indépendantes ;
- les radios associatives, le plus souvent locales, qui obéissent à une logique non marchande. Elles représentent environ 40% du nombre total de radios, mais leur poids économique est sensiblement plus faible²⁴.

²³ Source : IPSOS Music/SNEP.

²⁴ Seulement 13% d'entre elles réalisaient, en 1993, 1% du chiffre d'affaires du secteur (D'Angelo [1997]).

Au total, une poignée d'acteurs dominant le secteur de la radiodiffusion en France : Radio France ; Europe 1 Communication (groupe Lagardère) qui contrôle le réseau Europe 2 et les quelque 180 stations franchisées ; la CLT avec notamment RTL, RTL2 et Fun Radio ; le groupe Sonopar-NRJ qui, outre NRJ, contrôle les réseaux Chérie FM, Rires et chansons et Pacific FM ; et le groupe RMC avec RMC, Nostalgie, Montmartre FM...

L'évolution technologique offre de nouvelles possibilités de développement à la radio. Des programmes musicaux sont d'ores et déjà accessibles sur le réseau câblé. Par exemple, Multiradio diffuse un bouquet de programmes radiophoniques pour 25 Francs en supplément des 169 Francs d'abonnement au Visiopass. Le système ADR (Astra Digital Radio) permet de recevoir sur le satellite Astra des stations ou programmes musicaux. Plusieurs radios, dont Radio Classique, sont diffusées sur le bouquet TPS. Le DAB (Digital Audio Broadcasting), qui utilise le réseau hertzien ou le satellite, autorise, dans un véhicule en mouvement, la réception de programmes radiophoniques en qualité CD et offre des services interactifs. Les deux opérateurs (NRJ et SOGETEC (TDF)) ont procédé au lancement de leurs premiers "bouquets" en 1997. L'ensemble de ces nouveaux moyens de transmission numérique améliore sensiblement la qualité de réception (qualité CD), et offre des possibilités d'interactivité et de combinaison de l'image et du son.

1.7.4. Le spectacle vivant

Il s'agit historiquement de la forme la plus ancienne de diffusion des oeuvres musicales ; il demeure la source d'activité la plus importante pour les artistes-interprètes exécutants. Si le théâtre et la danse agissent comme des diffuseurs de musique (enregistrée ou live), le concert est la forme de spectacle vivant jouant le rôle le plus important dans la filière musicale. Le concert est générateur de droits et de cachets. Il participe également à la promotion des artistes et de leurs disques. Cette seconde fonction du concert (tout au moins pour ce qui est de la variété) tend à devenir dominante, dans la mesure où les formes "intermédiées" de diffusion de la musique au public (via un support ou via un média) ont acquis un poids croissant au cours des décennies. Le concert demeure toutefois une forme d'exposition des oeuvres et des artistes particulièrement importante dans les styles

musicaux qui éprouvent des difficultés à accéder aux média (musique sérieuse, et en particulier musique contemporaine, jazz, rock...).

L'organisation des concerts fait intervenir trois catégories d'acteurs intermédiaires :

- le producteur (ou entrepreneur) de spectacles. Il finance la création et la diffusion du spectacle (répétitions, décors, sonorisation, éclairage...). Il rémunère les artistes et le personnel auxiliaire. Il peut également participer aux dépenses de promotion. Son statut est réglementé et il doit être titulaire d'une licence pour pouvoir exercer son activité ;
- le tourneur. Il « a pour mission de vendre le spectacle sur un territoire donné en ayant le souci de trouver un itinéraire adapté aux déplacements »²⁵ ;
- le promoteur ou programmateur local. C'est lui qui achète le spectacle au tourneur. Il organise la représentation, loue la salle, gère la billetterie, assure la promotion locale... Le secteur associatif joue à ce niveau un rôle considérable. On estime à plus de 150 000 le nombre de spectacles occasionnels organisés chaque année par le secteur associatif²⁶.

Le spectacle vivant génère en France un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards de Francs. L'inventaire communal de l'INSEE a recensé, en 1990, 4 580 salles de spectacles et centres culturels, un chiffre en augmentation de près de 25% par rapport à l'inventaire de 1980. De même, le vif développement des festivals musicaux crée de nouvelles opportunités de diffusion de la musique vivante. On en dénombre en France aujourd'hui plus de 2 000, et ils sont particulièrement nombreux dans le domaine de la musique sérieuse et du jazz. En dépit de la vitalité du spectacle vivant que révèlent ces données, la profession ressent encore comme insuffisante la densité de salles de spectacles, en particulier en province, et pour ce qui est des "petites salles" qui jouent un rôle capital dans l'exposition des nouveaux talents.

²⁵ D'Angelo [1997], p. 26.

²⁶ Le Sagere [1997, p. 12].

1.7.5. Les lieux sonorisés

On peut ranger dans cette catégorie résiduelle les discothèques, qui diffusent de la musique "à danser". Pour la filière musicale, elles sont génératrices de droits d'auteur et de droits voisins et peuvent constituer une sorte de laboratoire d'essai pour des productions musicales s'inscrivant dans de nouvelles tendances. Les quelque 3 600 discothèques en France, selon l'AFMN (Association française des métiers de la nuit), totalisent un chiffre d'affaires de l'ordre de 5 à 6,5 Milliards de Francs.

La musique est également utilisée comme instrument d'animation ou d'ambiance dans une grande diversité de lieux ou de circonstances : magasins, cafés-restaurants, fêtes foraines, attentes téléphoniques... Marginales pour ce qui est de la promotion des oeuvres musicales, ces formes de diffusion n'en génèrent pas moins des revenus pour la filière musicale.

1.7.6. Les partitions

Le marché des partitions a beaucoup souffert de l'évolution des modes de consommation de la musique, mais aussi de la pratique de la photocopie.

Ce marché se compose de deux segments distincts :

- la location de "matériel" d'orchestre, opérée directement par l'éditeur musical ;
- la vente de partitions ou song-books réalisée à travers le réseau des librairies musicales ou par VPC.

Ce petit marché est très difficile à évaluer. Il a été estimé par EMO [1996] à environ 240 millions de Francs. Depuis quelques années, ce marché est dynamisé par les nouvelles possibilités offertes par la technologie. Les vidéocassettes, les CD audio et, depuis peu, les CD-Rom ont permis de rajeunir et de stimuler le marché des méthodes (lesquelles, contenant au moins des extraits d'oeuvres, sont génératrices de droits d'auteur). L'établissement du standard MIDI entre les fabricants d'instruments de musique électroniques et la diffusion des "séquenceurs" intégrés aux claviers électroniques ou sous forme de logiciels pour micro-ordinateur ont permis l'émergence de nouveaux produits d'édition musicale

à base de séquences MIDI vendues sur disquette. La mode du karaoké stimule également la vente de partitions ou de produits spécialisés.

1.7.7. Les "nouveaux modes" de diffusion des oeuvres musicales

Le progrès technologique est à l'origine de nouvelles modalités d'utilisation et de diffusion de la musique. Marchés émergents, ces nouveaux modes de diffusion de la musique ne constituent souvent pour l'instant que des débouchés mineurs pour la filière musicale. Mais les perspectives de leur développement, un certain vide juridique qui entoure encore leurs pratiques et la nouveauté des questions qu'ils soulèvent, en font des lieux d'expression de conflits entre les différents acteurs de la filière musicale.

1.7.7.1. Le *sampling*

Le *sampling* est né au début des années 80 des techniques de numérisation. Il consiste à prélever un échantillon sonore et à le retraiter par divers procédés numériques au moyen d'un "échantillonneur" (*sampler*). Initialement utilisée pour traiter des "sons de la nature" (bruits, échantillons d'instruments acoustiques...), la technique du *sampling* a rapidement été appliquée au retraitement d'extraits de phonogrammes exposant les réalisateurs de l'opération à des poursuites pour piraterie. Depuis quelques années, un véritable marché du "motif musical à échantillonner" est exploité par des entreprises spécialisées qui commercialisent des CD contenant de courtes phrases musicales ou des cellules rythmiques destinées à être retraitées par l'échantillonneur de l'utilisateur (mise en boucle, altération de la hauteur, du tempo...). Ces motifs musicaux sont créés et interprétés par des musiciens professionnels employés par les producteurs de CD.

1.7.7.2. Les *CD-Rom multimédia* et les *jeux vidéo*

Qu'ils soient explicitement musicaux ou simplement "illustrés" par de la musique, les *CD-Rom* contiennent de la musique et, à ce titre, constituent un débouché croissant pour la filière musicale.

Le marché français du *CD-Rom* est encore limité. Sa taille est conditionnée par le parc de micro-ordinateurs domestiques. La SOFRES estimait pour l'automne 1996

à 16% le taux d'équipement en micro-ordinateur des ménages (11,6% au printemps 1995). Si la croissance du marché est rapide, elle est inférieure aux prévisions formulées il y a quelques années. Le baromètre Electre Multimédia faisait état d'une progression des ventes de CD-Rom (y compris CD pour consoles de jeux vidéo et CD vidéos) de 70% en Francs courants au cours du premier trimestre 1997 par rapport au premier trimestre 1996²⁷.

1.7.8. La musique en ligne

Les nouvelles technologies de diffusion numérique permettent d'envisager une diffusion point à point des oeuvres musicales sans médiation de supports matériels et avec un système de paiement à l'écoute ("pay per listen").

Les contraintes techniques, ainsi que celles tenant à l'équipement des ménages, font que la musique en ligne n'en est encore qu'à ses balbutiements. La longueur des temps de chargement et la piètre qualité sonore sur Internet font que, dans le domaine musical, le réseau des réseaux est à ce jour principalement utilisé comme relais pour la vente à distance de phonogrammes (même si certains des serveurs de vente à distance permettent d'écouter de courts échantillons de musique). Les progrès attendus dans la transmission numérique laissent cependant espérer un développement prochain de l'offre de musique en ligne. En France, la société Eurodat s'est livrée en mars 97 à une expérience grandeur réelle (auprès de 400 utilisateurs) de commercialisation de musique par le réseau câblé à Paris.

Marginale aujourd'hui, la musique en ligne, si elle se développait comme l'anticipent les spécialistes, aurait des conséquences économiques et juridiques considérables et pourrait remettre en question un certain nombre de caractères structurels de la filière musicale. Nous reviendrons longuement sur cette question.

²⁷ *Livres Hebdo*, n° 251, 30 mai 1997, p. 42.

1.8. Les sociétés de gestion collective

Dès la fin du XVIII^{ème} siècle, les auteurs ont compris l'importance de se grouper au sein d'organisations professionnelles capables de défendre leurs intérêts face aux différentes catégories d'acteurs intervenant dans le processus d'exposition des oeuvres au public. La création en 1777, à l'initiative de Beaumarchais, de la SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques) a ouvert la voie. Les auteurs littéraires ont emboîté le pas en 1837 avec la Société des gens de lettre (SGDL). La SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) est créée quant à elle en 1851.

Le statut et les attributions des sociétés d'auteurs ont évolué au cours du temps, à l'initiative des auteurs et en réaction à l'évolution du cadre législatif. Il faut toutefois attendre la loi de 1985 pour que le droit français définisse le statut des sociétés d'auteurs, et plus généralement de l'ensemble des sociétés de gestion collective, sous le régime spécifique de "sociétés de perception et de répartition de droits".

Aujourd'hui, la SACEM est, de loin, la première société d'auteurs en France, et elle est souvent considérée comme un modèle à l'étranger. Sa mission principale est d'assurer la protection et la gestion des droit patrimoniaux des auteurs (et de leurs éditeurs). Elle assure la perception d'un certain nombre de droits reconnus par la loi auprès des utilisateurs d'oeuvres musicales et redistribue aux ayants droit les sommes ainsi collectées. Son champ d'intervention est le droit de reproduction mécanique (droit associé à la fixation d'une oeuvre musicale sur un support) et le droit d'exécution (exécution publique d'une oeuvre musicale, quel que soit le mode d'exécution (jeu en direct ou par l'intermédiaire d'un enregistrement)). C'est donc par l'intermédiaire de la SACEM que les auteurs sont rémunérés lorsque leurs oeuvres sont exploitées, par exemple sous la forme de ventes de disques, de passages à la radio, ou jouées au cours d'un concert. Signalons que certaines catégories d'oeuvres musicales - les oeuvres musicales originales accompagnant la représentation d'un spectacle vivant, les opéras, opérettes, comédies musicales...- ressortent du domaine de compétence de la SACD.

Les droits voisins du droit d'auteur reconnus par la loi de 1985 aux artistes-interprètes et aux producteurs ont entraîné la création (ou la modification de statut) de sociétés de gestion collective représentant ces catégories d'ayants droit. Leur fonction principale est de gérer la "rémunération équitable" et la "rémunération pour copie privée"²⁸.

Une dissociation a été opérée entre les sociétés chargées de la perception des droits et celles assurant leur répartition entre les ayants droit.

Ainsi, en matière de rémunération équitable, la collecte est assurée par la SPRE²⁹, (Société civile pour la perception de la rémunération équitable). La SPRE reverse ensuite les sommes ainsi perçues aux sociétés de gestion collective des producteurs (la SCPP et la SPPF via la SCPA) et des artistes-interprètes (ADAMI et SPEDIDAM) qui, à leur tour, assurent la répartition entre leurs ayants droit.

La perception des sommes dues au titre de la copie privée³⁰ est assurée par la SORECOP pour la copie privée sonore et COPIE FRANCE pour la copie privée audiovisuelle. La répartition est là aussi assurée par les sociétés civiles de producteurs et d'artistes-interprètes.

1.9. L'intervention publique

L'intervention publique dans l'organisation et le fonctionnement de la filière musicale s'opère à deux niveaux principaux :

- Par la réglementation. Le point le plus important ici est bien sûr l'ensemble du cadre législatif sur les droits d'auteur et les droits voisins. L'instauration en 1996 de quotas sur la diffusion de chansons francophones dans la programmation des radios constitue la dernière grande intervention réglementaire directe de l'Etat dans le domaine musical. Il convient également

²⁸ Voir la prochaine section.

²⁹ A l'exception des sommes collectées auprès des établissements et lieux sonorisés pour lesquelles la SACEM intervient pour le compte de la SPRE.

³⁰ Voir la prochaine section.

de mentionner les effets plus ou moins directs de la fiscalité (en particulier de la TVA) ou du droit de la concurrence (le contrôle des abus de position dominante qui encadre le pouvoir de monopole des sociétés de gestion collective, l'extension au disque de la notion de prix anormalement bas)...

- Par l'intervention financière. L'intervention dans le domaine musical (et la danse) représente 13,5% du budget du ministère de la Culture.. Cette intervention est très concentrée sur la musique sérieuse et le jazz. Elle se situe de manière privilégiée aux deux extrémités de la filière musicale : la création (aide aux auteurs, commandes...) et le spectacle vivant. Elle est peu présente dans les rouages intermédiaires - les étapes les plus "économiques" - de la filière : édition, production, distribution. L'intervention financière de l'Etat peut être directe (aides, subventions). Mais le plus souvent, elle consiste en une participation au budget d'une structure ou d'un fonds interprofessionnels : le FCM, l'IFCIC...

L'Etat intervient également indirectement dans le circuit financier de la filière musicale par un certain nombre d'obligations légales faites aux acteurs de la filière de consacrer une certaine proportion de leurs ressources à des missions d'intérêt général. C'est ainsi que la loi Lang de 1985 fait obligation aux sociétés civiles de consacrer 25% des droits pour copie privée et 50% des sommes non répartissables de la rémunération équitable à des actions d'intérêt général (soutien à la création, à la diffusion et à la formation)³¹. Toutefois, jusqu'à la loi du 27 mars 1997, les actions en paiement des droits perçus par les sociétés de gestion collective étaient soumises à la prescription trentenaire de l'article 2262 du Code civil, ce qui entravait considérablement les sociétés de gestion collective dans l'utilisation des "inrépartissables". Désormais, les actions en revendication de redevance seront prescrites après 10 ans. Les sommes qui n'auront pu être réparties au terme de ce délai de 10 ans seront entièrement utilisées pour des actions d'aide à la création, à la diffusion de spectacles vivants, et à des actions de formation des artistes. Les sociétés civiles pourront utiliser pour ces actions tout ou partie de ces sommes dès la fin de la cinquième année suivant la date de leur mise en répartition, sans

³¹ Entre 1987 et 1994, plus de 1,1 Mrd de F ont ainsi été collectés, dont 649 MF sont allés au secteur de la musique.

préjudice des demandes de paiement des droits non prescrits. L'Etat a également institué par décret en 1985 une taxe parafiscale sur les spectacles vivants initialement fixée à 1,75%, puis depuis 1993 à 3,5% des recettes réalisées aux entrées. Le produit de cette taxe, perçue par la SACEM, constitue une part importante des ressources du Fonds de soutien pour la chanson, le jazz et la variété.

Dans son ensemble, la profession apparaît comme relativement soucieuse de préserver son autonomie vis-à-vis des pouvoirs publics. Parmi les personnalités que nous avons rencontrées, nombreuses sont celles qui refusent la logique des subventions.

« L'Etat payeur, je ne suis pas trop pour. » (un auteur).

« Il y a des choses qu'il ne faut pas que les tutelles fassent, comme cette aide à la variété et aux productions indépendantes. Ça ne tient pas debout. Je pense qu'il ne faut pas faire ce qui est fait pour le cinéma. (...) C'est dans le secteur des musiques vivantes qu'il faut mettre de l'argent, pas dans les productions, et à plus forte raison quand lesdites productions vont devoir acheter de l'espace pour exister. C'est aberrant. » (un éditeur).

« A part la baisse de la TVA, on ne demande aucune intervention publique. (...) Par contre, vous allez avoir deux sons de cloche entre les majors d'un côté et les indépendants de l'autre, qui ont une position là-dessus qui consiste à demander des aides à partir d'une espèce de taxe parafiscale prélevée sur le CA des FMN. » (un représentant des producteurs).

« Ma position, c'est "stop à toutes les subventions". Aucune subvention à personne. Si ça doit fonctionner, ça fonctionne. Si ça ne doit pas fonctionner, ça ne fonctionne pas. Aujourd'hui, on s'aperçoit que 80% des subventions sont mal utilisées, sont tirées par des gens qui n'en font pas ce qu'il faudrait en faire. » (un distributeur).

« Je suis contre les perfusions. Je trouve que ça déresponsabilise au maximum les gens, ça fait des rentes de situation..., donc c'est pourri. » (un responsable de radio).

Les principales revendications de la profession portent sur le rôle de l'Etat dans le champ réglementaire : allègement de la fiscalité sur le disque (baisse de la TVA) et

sur le spectacle vivant, imposition de quota de diffusion de musique (et, plus particulièrement, de chanson française) dans les grands média, aide à la formation des artistes et, surtout, accorder plus de place à la musique dans l'éducation des enfants.

« L'Etat est là pour impulser des choses, régler. » (un responsable de radio).

« Il faut une politique de salles. (...) Aujourd'hui, il y a Bercy et il y a les caves. Et entre les caves et Bercy, il n'y a quasiment rien. (...) Il y a quelques petites choses qui ont été faites, mais on est très loin, par exemple, des Anglais. » (un responsable de radio).

« Aujourd'hui, vous pouvez apprendre le violon n'importe où en France. Essayez donc d'apprendre la guitare électrique. Bon courage ! Ou est-ce qu'aujourd'hui un même à Paris peut jouer de la musique ? » (un producteur).

LES STRUCTURES DE SOUTIEN A LA FILIERE MUSICALE

- **Le Fonds pour la création musicale (FCM)**

Le FCM a été créé dans la foulée de la loi de 1985 afin de gérer la fraction du produit de la rémunération équitable et de la taxe sur copie privée légalement destinée à des actions collectives de soutien à la création.

Les domaines d'intervention du FCM sont variés : aides aux festivals, aux disques, aux vidéomusiques, soutien à l'exportation, actions en faveur de la formation des artistes...

L'ensemble des sociétés civiles représentatives d'ayants droit au titre du droit d'auteur et des droits voisins apportent l'essentiel des ressources du FCM et participent à son fonctionnement. Les organisations professionnelles des producteurs, des éditeurs, des artistes-interprètes et des auteurs sont également membres du FCM, qui rassemblent ainsi la quasi-totalité des institutions de la filière musicale.

En 1997, à la demande du FCM, un fonds de soutien au disque de variété a été créé. Il est doté d'un budget de 2 MF, dont 800 kF sont versés par le ministère de la Culture, et le solde par le FCM.

- **Le Fonds de soutien pour la chanson, le jazz et la variété**

Association loi de 1901 créée en 1986, le Fonds est composé de représentants des entreprises de spectacles, des organisations syndicales des auteurs, des artistes, des musiciens et des techniciens du spectacle, ainsi que de représentants du ministère de la Culture. Sa gestion est placée sur le contrôle de l'Etat.

Le fonds de soutien intervient principalement dans l'aide au spectacle vivant (équipement de salles, promotion d'artistes, de tournées...).

- **L'institut de Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC)**

L'IFCIC a été créé en 1983 afin d'apporter aux établissements financiers sa garantie aux prêts consentis aux industries culturelles, dont bien sûr celles s'inscrivant dans la filière musicale. Deux fonds spécifiques ont été créés en 1995 :

- un fonds d'aide aux labels indépendants exploitant un catalogue d'artistes de l'espace francophone (aides aux projets ou aides aux structures (prêts garantis)). Ce fonds bénéficie de la participation du ministère de la Culture, de la SACEM, de l'ADAMI, de la SCPP, de la SPPF et du FCM. Il est doté de 3,5 MF.

- un fonds d'aide aux projets en faveur des jeunes talents, permettant d'offrir une garantie d'emprunt et avance sur recettes pour la production et le lancement des premiers albums de jeunes artistes ou groupes français.

- **Le Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA)**

Produit de la fusion du Centre d'information du rock et des variétés (CIR), du Centre d'information du jazz (CIJ) et du Centre d'information des musiques traditionnelles (CIMT), l'IRMA se définit comme une plaque tournante de l'information à la disposition des acteurs et des partenaires du secteur musical. L'Irma publie de précieux guides et annuaires et organise des formations.

L'IRMA bénéficie de contributions des ministères de la Culture et de la Jeunesse et des Sports, de la SACEM, de l'ADAMI, de la SCPP et du Fonds de soutien pour la chanson, le jazz et la variété.

II - LE SOCLE JURIDIQUE

II.1. Pourquoi le droit d'auteur ?

Le cadre juridique français reconnaît à l'auteur d'oeuvres littéraires ou artistiques un ensemble de droits sur l'oeuvre qu'il crée. Les racines de ces droits remontent, en France, à un édit royal de Louis XVI, datant de 1777, qui accorde aux auteurs littéraires le droit de revendiquer le privilège d'éditer et de vendre leurs ouvrages. Mais c'est en 1791, avec la loi Le Chapelier, qu'est reconnu le principe de la propriétaire entière - sur les plans tant pécuniaire que moral - des auteurs sur le produit de leur travail. Initialement limitée aux auteurs dramatiques, cette reconnaissance est étendue en 1793 à l'ensemble des auteurs.

Le principe de la protection de l'auteur a reçu des justifications d'ordre philosophique, moral et économique. Sur le plan économique, il est tout d'abord avancé que le monopole réservé à l'auteur se justifie - comme pour les brevets - par la nature de bien public de l'oeuvre littéraire et artistique qui est susceptible de priver l'auteur de toute rémunération. En l'absence de rémunération, la production littéraire et artistique risque de se fixer à un niveau inférieur à ce que supposerait "l'optimum social" selon l'utilité que la collectivité tire de cette production. Il est toutefois possible d'imaginer d'autres formes de rémunération des auteurs ne reposant pas sur la reconnaissance d'un droit de propriété : subventions publiques, concours et prix..., sans même évoquer la possibilité d'exercer des activités artistiques de manière secondaire dans le cadre du bénévolat. Le fait que l'humanité ait produit un ensemble considérable d'oeuvres de l'esprit avant l'élaboration de dispositifs juridiques reconnaissant un droit pécuniaire aux auteurs témoigne bien de la relativité de l'argument.

L'argument économique le plus souvent mis en avant par les économistes pour justifier le droit d'auteur (ou, de façon plus neutre, un droit pécuniaire sur l'exploitation des oeuvres) est qu'un tel droit est nécessaire à l'exploitation

économique des oeuvres³². L'apparition de la notion de droit d'auteur serait ainsi liée à l'entrée des activités artistiques dans la sphère marchande³³. La mise à disposition du public d'une oeuvre de l'esprit implique généralement la mise en oeuvre de moyens économiques (impression, salle de spectacles...). Un agent économique qui envisagerait d'engager des ressources dans ces activités d'intermédiation devrait considérer le coût d'opportunité associé aux usages alternatifs qui pourraient être faits de ces ressources dans d'autres compartiments de l'économie. En l'absence d'une protection légale, les candidats à l'exercice de ces fonctions d'intermédiation risquent de se montrer fort rares. Par exemple, quel "agent économique" accepterait d'engager les coûts nécessaires à l'enregistrement, au pressage et à la commercialisation d'un phonogramme - et de supporter les risques inhérents à une telle initiative - si n'importe qui, constatant le succès de l'oeuvre, pouvait reproduire à un coût considérablement plus faible le phonogramme original ? Il s'ensuivrait de cette concurrence une réduction massive du prix de vente, l'amenant probablement sous le seuil de rentabilité du producteur original. La baisse des coûts et l'amélioration de la qualité de la reproduction qu'ont autorisé les innovations technologiques successives ne font que renforcer l'argument. Ainsi, pour l'économiste, le droit d'auteur n'est pas tant, en soi, un privilège accordé à la personne de l'auteur sur la base de critères moraux, mais plutôt la reconnaissance d'un droit de propriété - et, en tant que tel, transférable à d'autres acteurs économiques - nécessaire à l'existence d'activités d'intermédiation entre l'oeuvre et le public, régulées au sein de la sphère marchande.

L'appréciation que portent les économistes au principe du droit d'auteur, du point de vue du bien-être collectif est mitigé. En premier lieu, l'impact du droit d'auteur est positif s'il rend possible un niveau de production artistique supérieur, se rapprochant du niveau de la demande sociale. Toutefois, au même titre que pour la protection des innovations, on ne peut exclure que le droit d'auteur conduise à une surproduction d'oeuvres artistiques par rapport à des critères d'allocation optimale des ressources. En second lieu, la reconnaissance de droits de propriété associés

³² Voir Hurt et Schuchman [1966], Geller [1994].

³³ Ce n'est sans doute pas par hasard que les premières lois relatives au droit des auteurs apparaissent au moment de la révolution industrielle.

aux oeuvres artistiques conduit (et c'est même, comme on l'a vu, un de ses premiers objectifs) à l'élévation du prix payé par le public pour accéder à l'oeuvre, ce qui risque d'engendrer une diffusion inférieure au niveau optimal. Cette tension entre la nécessité d'une protection conduisant à la reconnaissance d'éléments de monopole et l'objectif de large diffusion est inhérente à l'ensemble des dispositifs de protection de la propriété intellectuelle, et a fait l'objet de nombreux travaux de la part des économistes dans le domaine des brevets. Une des solutions adoptées pour tenter de résorber cette tension est la délimitation dans le temps du monopole accordé aux créateurs d'oeuvres de l'esprit.

II.2. Les grandes lignes du droit d'auteur français

Le régime du droit d'auteur actuellement appliqué en France est pour l'essentiel issu de la loi du 11 mars 1957, intégrée en 1992 au Code de la propriété intellectuelle (CPI).

La loi reconnaît deux catégories de droits à l'auteur :

- un monopole sur l'exploitation de ses oeuvres garant d'un droit à rémunération lors de leur exploitation commerciale ;
- un "droit moral" destiné à protéger son intégrité en tant qu'artiste.

II.2.1. Le droit pécuniaire

Le droit pécuniaire de l'auteur repose sur le monopole que lui accorde la loi sur l'ensemble des exploitations de ses oeuvres. L'octroi de ce monopole présuppose que l'oeuvre réponde aux critères d'originalité définis par la loi, qui précisent la ligne de démarcation entre oeuvre originale et contrefaçon³⁴.

La loi fixe à 70 ans après la mort de l'auteur la durée de la protection. La directive 93/98/CEE a harmonisé cette durée dans l'ensemble des pays membres de l'Union européenne.

³⁴ La loi reconnaît cependant le statut d'oeuvre aux "copies" (lorsqu'elles manifestent la personnalité de leur auteur) et aux adaptations. Elle met pour cela en avant la distinction entre "originalité absolue" et "originalité relative". L'auteur d'une "copie" ou d'une "adaptation" jouit des droits d'auteur mais est redevable d'une rémunération à l'auteur de l'oeuvre originale.

II.2.2. Le droit moral

La loi prévoit que l'auteur dispose sur son oeuvre, indépendamment de ses droits pécuniaires, d'un droit moral défini comme « le droit au respect de son nom, de sa qualité et de son oeuvre » (art. L121-1 du CPI).

Le droit moral est souvent considéré comme le volet non-économique du cadre juridique sur le droit d'auteur, dans la mesure où, dans la lignée des conceptions kantienne, l'oeuvre n'est plus considérée comme un objet économique mais comme une extension de la personnalité de l'auteur donnant en tant que tel droit à protection.

Contrairement au droit pécuniaire, le droit moral est inaliénable et incessible, même contre rémunération. Il confère aux auteurs un droit de contrôle continu sur leurs oeuvres. C'est ce qui fait considérer que, en théorie, il s'agit d'un droit *ex post*, un auteur pouvant demander réparation à la suite d'une utilisation de son oeuvre s'il estime qu'elle viole son droit moral. Nous verrons que le droit moral est toutefois quelquefois utilisé comme élément de négociation *ex ante* pour définir les conditions d'utilisation d'une oeuvre.

II.3. Droit d'auteur ou copyright ?

Il est d'usage d'opposer deux conceptions de la protection de la propriété littéraire et artistique : le droit d'auteur "à la française" et le copyright anglo-saxon.

L'opposition la plus fondamentale entre les deux conceptions réside dans le fait que là où le droit d'auteur met l'accent sur la spécificité de l'oeuvre artistique incarnée dans la personnalité de l'auteur³⁵, le copyright est concentré sur la notion de droit de propriété et affiche sans fard un fondement marchand³⁶.

³⁵ « *Le droit d'auteur, à mon avis, est le seul salaire vraiment digne de la création.* » (un auteur).

³⁶ C'est ce qui a fait dire à Bruce Lehman, sous-secrétaire d'Etat américain au commerce : « *C'est vrai que chez nous, dans notre système de droit d'auteur essentiellement économique, il n'y a pas grande différence entre une symphonie et une paire de baskets.* » (cité par Paris [1995], p. 61).

Dans la pratique, dans le système du droit d'auteur, c'est l'auteur qui est naturellement reconnu comme le titulaire des droits. Il jouit d'un droit exclusif d'autoriser ou d'interdire les diverses formes d'exploitation de ses oeuvres. Certains de ces droits peuvent être transférés - selon un ensemble de conditions strictement définies par la loi³⁷-, d'autres (le droit moral) sont inaliénables. Dans le système du copyright, la cession du droit de propriété sur une oeuvre obéit à une logique marchande ordinaire et se fait sans contrainte, ce qui se traduit dans le cas général par le fait que les producteurs deviennent les propriétaires des oeuvres contre le versement aux auteurs d'une somme forfaitaire. Ils disposent dans ces conditions d'une parfaite liberté de valorisation de l'oeuvre, à l'abri du monopole d'exploitation que leur reconnaît la loi. Dans la version la plus pure du système du copyright, l'auteur ne dispose pas du droit moral. A moins de devenir lui-même producteur, l'auteur qui introduit son oeuvre dans le circuit économique voit cette dernière se détacher totalement de sa personne.

Il est souvent avancé que le régime du droit d'auteur est un puissant stimulant de la création, alors que le copyright est source d'une plus grande efficacité économique.

« Je ne suis pas un défenseur du système de copyright américain, je pense qu'il réduit la diversité de la création musicale, mais économiquement il a montré ses preuves, la suprématie américaine dans la création musicale est totale. » (un représentant des producteurs).

« Le copyright n'a pas permis d'épanouir des auteurs, c'est un fait. Dans la musique sérieuse, les grands sont allemands, italiens, français, autrichiens, russes... Ils se sont épanouis dans un système de droit d'auteur et ont été rachetés par un système de copyright. Stravinski est aujourd'hui édité en Grande-Bretagne. (...) Quand vous avez un compositeur très doué qui s'appelle G. Gerschwin et que vous le mettez dans le système du copyright, ça ne fait que G. Gerschwin. Il aurait pu faire un grand compositeur. Il est devenu un compositeur de variété, très respectable, mais qui n'est pas allé au bout de sa création. » (un éditeur).

« L'avantage du copyright c'est que, une fois que vous avez payé, vous faites ce que vous voulez, c'est-à-dire que vous n'avez plus de

³⁷ La loi sur le droit d'auteur « prévoit que les droits patrimoniaux ne sont dévolus à un tiers que dans le cadre d'un formalisme extrêmement rigoureux. Le simple fait de payer l'auteur ou le créateur n'entraîne en aucune façon la transmission d'un quelconque droit d'auteur. » (Breese [1996]).

comptabilité derrière. Ce qui est très très lourd dans le système du droit d'auteur, c'est que quand vous avez des ayants droit, derrière vous avez tout une administration... (...) L'autre avantage du copyright, c'est qu'il est beaucoup moins cher ! » (un représentant des producteurs).

L'une et l'autre positions restent encore dans une large mesure à démontrer. Cependant, il est clair que le droit d'auteur défend les intérêts économiques (et moraux) des auteurs et de leurs représentants (éditeurs), alors que le système du copyright apparaît comme plus favorable aux producteurs. Les débats philosophico-moraux sur les vices et vertus comparés des deux systèmes dissimulent mal un enjeu majeur résidant dans le partage des pouvoirs et des revenus au sein des filières artistiques.

Le processus d'extension du champ géographique de valorisation économique des oeuvres artistiques s'est accompagné d'initiatives visant à rapprocher les cadres juridiques nationaux et à établir un certain nombre de principes partagés, principalement dans le cadre de conventions internationales. Au fil des années, l'opposition des deux systèmes perd de son intensité. Dès la fin du XIX^{ème} siècle, la Grande-Bretagne a adhéré à la convention de Berne. Les Etats-Unis ont fait de même en 1989, tout en continuant de refuser le principe du droit moral. La principale différence qui demeure entre les deux systèmes est le degré de liberté contractuelle laissée aux acteurs. Très encadrées par la loi dans le système du droit d'auteur, les relations contractuelles sont beaucoup plus libres - et donc beaucoup plus diversifiées - dans le système du copyright. Dans la pratique, les auteurs disposent dans le cas général d'un droit à une rémunération proportionnelle (dont le taux est souvent fixé par l'usage ou par la loi) aux revenus issus de l'exploitation de l'oeuvre dans le système du droit d'auteur, alors que, dans le système du copyright, la liberté contractuelle fait que seuls les auteurs les plus recherchés sont en mesure de s'opposer à une rémunération forfaitaire au profit d'une dose variable de proportionnalité.

II.4. Les droits voisins du droit d'auteur

Les organisations représentatives des artistes-interprètes avaient depuis longtemps négocié des conventions collectives avec certaines catégories

d'utilisateurs d'oeuvres musicales permettant une rémunération des interprètes. Mais c'est avec la loi du 3 juillet 1985 sur la propriété littéraire et artistique (dite "loi Lang") que les "droits voisins du droit d'auteur" ont fait leur entrée dans le cadre législatif français. Ce sont des droits reconnus aux artistes-interprètes, mais aussi aux producteurs de phonogrammes (ainsi qu'aux entreprises de radiodiffusion) leur accordant la possibilité d'autoriser ou d'interdire l'exploitation du fruit de leurs prestations. Ces droits sont accordés pour une durée de 50 ans à compter de la date de réalisation de la prestation et/ou de première diffusion au public.

L'article 212.3 du CPI stipule que la fixation de la prestation d'un artiste-interprète, sa reproduction et sa communication au public sont soumises à son autorisation écrite, ce qui ouvre à ce dernier un droit patrimonial.

La principale justification historique du droit exclusif reconnu aux artistes-interprètes réside dans la nécessité d'assurer une compensation du fait que les prestations "live" des artistes-interprètes rémunérées directement par le public, à l'occasion de concerts, de bals... reculent au profit de prestations "intermédiaires" destinées à être ensuite relayées et valorisées par des producteurs de phonogrammes, des entreprises de télédiffusion..., créant un manque à gagner pour les artistes.

Avec la loi de 1985, les artistes-interprètes se voient également reconnaître un droit moral, très proche de celui accordé aux auteurs.

L'article 213-1 du CPI indique que l'autorisation du producteur de phonogrammes est requise avant toute reproduction, mise à disposition du public (par la vente, la location...), ou communication au public de son phonogramme.

Ce droit est légitimé par le constat du recul progressif de la part de la vente de phonogrammes comme forme de diffusion et de valorisation de l'enregistrement, source d'un manque à gagner dans le chiffre d'affaires des producteurs.

Les producteurs ne bénéficient pas du droit moral.

Au niveau des principes, la loi de 1985 ne fait que préciser et entériner des droits reconnus de fait par la jurisprudence antérieure à 1985. Elle est pour partie le fruit de l'évolution technologique à l'origine de la multiplication des formes de valorisation des oeuvres.

La loi prévoit cependant des exceptions au droit exclusif d'autoriser ou d'interdire des artistes-interprètes et des producteurs, ne remettant pas en cause leur droit pécuniaire. Ces exceptions portent sur la diffusion des phonogrammes dans les lieux publics (dès lors que le phonogramme n'est pas utilisé dans un spectacle) et la radiodiffusion (ainsi que la distribution par câble lorsqu'elle est simultanée et intégrale). C'est le régime de la "licence légale" qui s'applique alors. Les exploitants de lieux publics sonorisés ou d'entreprises de radiodiffusion (radios et télévisions) se voient ainsi reconnaître un accès libre (sans autorisation à demander) à l'ensemble du contenu des "phonogrammes du commerce", en échange d'une "rémunération équitable" versée aux ayants droit par l'intermédiaire de leurs sociétés de gestion collective. Nous verrons que la loi souffre ici d'ambiguïté génératrice de conflits sévères au sein de la filière musicale.

II.5. La rémunération pour copie privée

Le CPI stipule que, dès lors qu'une oeuvre a été licitement divulguée, les titulaires de droits d'auteur et de droits voisins ne peuvent s'opposer à la reproduction et à l'utilisation pour des usages privés, c'est-à-dire circonscrites au "cercle de famille". La diffusion et l'amélioration des procédés de reproduction sont cependant à l'origine d'un manque à gagner certain pour les acteurs de la filière musicale. C'est pour compenser ce manque à gagner que la loi de 1985 a instauré le principe d'une rémunération partagée entre les titulaires de droits d'auteur et de droits voisins, définie comme une somme forfaitaire sur le prix de vente des cassettes audio et vidéo vierges payée par le fabricant ou l'importateur du support. Pour des raisons pratiques évidentes, le législateur a opté en la matière pour le régime de la licence légale (pas de droit exclusif d'autoriser ou d'interdire reconnu aux ayants droit) et a imposé le recours à la gestion collective. La perception a été confiée à deux

sociétés civiles créées à cette occasion, COPIE FRANCE pour la copie audiovisuelle, SORECOP pour la copie sonore.

Au sein de l'Union Européenne, l'Irlande, le Luxembourg, le Portugal, la Suède et le Royaume-Uni sont les derniers pays à ne pas avoir adopté une législation sur la rémunération pour copie privée.

III - LES RELATIONS ENTRE LES ACTEURS DE LA FILIERE MUSICALE

III.1. Les relations auteurs / éditeurs

III.1.1. La nature de la relation

L'auteur est lié à l'éditeur, entreprise commerciale, par un contrat d'édition. Par ce contrat d'édition, l'auteur cède à l'éditeur le droit exclusif de reproduction, droit qui s'étend à tous les procédés de fixation matérielle connus ou non encore connus, et ce pour "l'univers entier". Cette cession couvre également les traductions et les adaptations, à l'exclusion des adaptations audiovisuelles (notamment pour la réalisation d'un clip) qui, depuis la loi de 1985, font l'objet d'un contrat de cession séparé. Dans le domaine musical, le contrat d'édition comporte généralement également la cession des droits de représentation.

En contrepartie de cette cession du droit exclusif de reproduction, l'éditeur est tenu par la loi au respect d'un certain nombre d'obligations. Il est notamment tenu à une obligation d'exploitation, ce qui distingue le contrat d'édition d'un simple contrat de cession des droits de reproduction. L'article 132-11 §1 du CPI stipule que « l'éditeur est tenu d'effectuer ou de faire effectuer la fabrication selon les conditions, dans la forme et suivant les modes d'expression prévus au contrat ». Dans le domaine musical, il règne une certaine ambiguïté sur l'étendue de ce devoir d'exploitation. L'éditeur s'engage sur la fabrication d'un minimum de "formats" (partitions) pour chaque oeuvre. Mais il est également soumis à une obligation de diligence pour assurer la diffusion de l'oeuvre "par tous autres moyens", en particulier en trouvant un débouché à l'oeuvre dans l'industrie phonographique. La jurisprudence³⁸ met en avant à cet égard une notion d'obligation de résultats (et non seulement de moyens), mais elle reconnaît que « des obstacles dont les éditeurs ne pouvaient normalement triompher [tels que des refus systématiques de la part des maisons de disques] puissent les empêcher d'y parvenir ».

³⁸ Voir Colombet [1997], p. 243.

Cette obligation d'exploitation s'étend dans le temps. L'article 132-12 du CPI précise que « l'éditeur est tenu d'assurer à l'oeuvre une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale, conformément aux usages de la profession ».

L'éditeur est également légalement tenu de rendre compte du nombre d'exemplaires fabriqués et vendus, ainsi que des redevances dues ou versées à l'auteur.

En application du droit moral de l'auteur, l'éditeur ne peut apporter de lui-même aucune modification à l'oeuvre.

La loi française interdit la cession globale des oeuvres futures. Elle reconnaît seulement à l'éditeur un "droit de préférence", limité à cinq oeuvres ou à la production de l'auteur au cours des cinq prochaines années.

Le contrat d'édition confère à l'éditeur le pouvoir général et irrévocable d'intervenir en justice au nom et pour le compte de l'auteur afin de défendre les droits qui lui sont cédés.

III.1.2. La rémunération de l'auteur

La loi prévoit que l'auteur est rémunéré par l'éditeur, en contrepartie des droits qui lui sont cédés, par une participation proportionnelle aux recettes provenant de l'exploitation de ces droits. Ce principe de proportionnalité - qui protège l'auteur de sa propre prodigalité - est une pièce maîtresse du cadre législatif sur le droit d'auteur qui le distingue radicalement du copyright anglo-saxon (lequel laisse une entière liberté contractuelle aux parties). La loi prévoit cependant un certain nombre d'exceptions à ce principe de proportionnalité³⁹, en particulier lorsque la contribution de l'auteur ne constitue pas l'un des éléments essentiels de la création intellectuelle de l'oeuvre, ou lorsque l'utilisation de l'oeuvre ne présente qu'un caractère accessoire par rapport à l'objet exploité (ce qui concerne en particulier les arrangements musicaux, mais peut potentiellement s'appliquer au multimédia).

³⁹ Voir Colombet [1997], p. 226 et suiv.

Le contrat prévoit un taux de rémunération par type d'exploitation (reproduction, représentation, audiovisuel...). Les textes ne précisent pas le niveau des taux de rémunération proportionnelle due à l'auteur et ne fixent pas de taux minimum. Ils sont donc théoriquement librement négociés entre l'auteur et l'éditeur. En réalité, ils sont fortement encadrés par les "usages" de la profession.

En matière de droit de reproduction mécanique, il est d'usage d'appliquer une répartition à 50-50 entre l'auteur⁴⁰ et l'éditeur, ce qui constitue un partage plus défavorable à l'auteur que dans de nombreux pays européens⁴¹. De nombreux éditeurs prétendent que ce pourcentage n'est pas négociable.

« En règle générale, si on a un auteur qui nous demande plus que les 50%, on se dit adieu. » (un éditeur).

Un éditeur de musique sérieuse reconnaît pouvoir accorder à ses auteurs un taux inférieur. Le taux est alors fonction du montant des investissements consentis par l'éditeur pour la valorisation de l'oeuvre.

« Tout cela a un prix et ce prix, il faut bien que je l'impute sur les contrats. Donc, je ne fais pas, en droits mécaniques, les contrats les plus favorables de la profession. » (un éditeur).

Le taux serait, selon les dires des éditeurs interrogés, très peu dépendant de la notoriété de l'auteur.

« Si je n'admets pas qu'un auteur reconnu me demande d'augmenter son pourcentage, je ne vois pas pourquoi moi j'infligerai à un débutant autre chose. Je suis avant tout un homme de principe et je pense qu'il faut garder des relations saines... C'est un standard appliqué et reconnu - à part certains confrères qui ont changé la clé ; on tient tous à respecter ce partage. » (un éditeur).

Toutefois, un autre éditeur reconnaît :

⁴⁰ ou, le cas échéant, 25% pour l'auteur et 25% pour le compositeur.

⁴¹ Selon EMO [1996], la part éditoriale dans la variété est généralement en Europe de 10 à 30%.

« C'est arrivé qu'on y déroge, mais toujours en faveur de l'auteur. Un gros auteur qui vous le demande, si vous dites "non, non, non", le jour où il ne veut pas signer, vous êtes obligé de dire oui. » (un éditeur).

Au total, le taux des droits mécaniques accordé par les éditeurs s'étalonne dans une fourchette allant de 33 à 60%, avec une forte proportion de contrats respectant la "norme" des 50%. Les négociations entre l'auteur et l'éditeur portent moins sur le taux des droits mécaniques que sur des points annexes, tels que :

- le "reversement" : il s'agit pour l'éditeur de reverser à l'auteur une fraction de sa part éditoriale une fois ses frais amortis.

« Si vous êtes à 50-50, au bout d'un moment, on peut dire : "si vous dépassez 300 000, alors je vous reverserais 25% de la part éditoriale". » (un éditeur-producteur).

- les "avances" : à la signature, l'éditeur accorde à l'auteur une avance à valoir sur ses droits d'auteur. Le montant de cette avance est très variable. Elle n'est pas remboursable par l'auteur dans l'éventualité où les droits effectivement perçus lui seraient inférieurs.

« Aujourd'hui, il n'y a plus un deal qui se fait sans avance. » (un éditeur).

- les "primes" : elles sont accordées à la signature et ne sont pas déductibles des droits à venir.

- les dépenses non récupérables : ce sont les dépenses consenties par l'éditeur en faveur de l'auteur ou de son oeuvre, non récupérables sur les droits à venir.

« Et il y a ce qu'on appelle le poste non récupérable, qui est tout ce à quoi on contribue et qu'on ne récupère pas sur les droits de l'auteur et donc qui est à notre charge définitive. Ça peut être des maquettes, des cours de chant, des répétitions... » (un éditeur).

Le partage des droits de représentation est fixé statutairement par la SACEM, et n'est donc pas négociable. L'auteur (ou les auteurs) reçoit (reçoivent) les deux tiers des droits, l'éditeur un tiers.

Cette clé de répartition à 50-50 s'applique également généralement aux droits perçus directement par l'éditeur, à savoir les droits d'adaptation audiovisuelle (synchronisation), les droits en provenance de l'exploitation en sous-édition de l'oeuvre à l'étranger ne transitant pas par les sociétés d'auteurs... En matière de droit d'édition graphique, l'usage fixe la rémunération de l'auteur à 10% des recettes de vente des partitions.

Les conditions de rémunération qui viennent d'être évoquées ne s'appliquent qu'aux oeuvres "protégées", c'est-à-dire déposées à la SACEM. Les auteurs ne sont toutefois pas obligés de déposer leurs oeuvres à la SACEM⁴². Certaines oeuvres ne sont pas déposées et échappent ainsi au cadre évoqué. C'est le cas des "motifs musicaux" intégrés à des CD d'échantillons à "sampler" (vendus "libres de droits"), ainsi, souvent, que des musiques d'illustration de CD-Rom ou de jeux vidéo.

« Dans le multimédia, certains producteurs n'acceptent pas le droit d'auteur et disent à des jeunes compositeurs : "ne vous inscrivez pas à la SACEM, on vous donne tant, vous faites la musique... " » (un éditeur).

Dans certains pays (Etats-Unis, Japon, Pays-Bas...), il existe des éditeurs spécialisés dans l'illustration musicale ("librairie musicale") pratiquant la vente libre de droit ("buy out") et ne se rémunérant que par le produit de la vente des supports. Ce phénomène semble pour l'instant très marginal en France.⁴³

III.1.3. Les points de conflit

Les rémunérations de l'auteur et de l'éditeur étant fondées sur la même assiette (les droits d'auteur générés par l'exploitation de l'oeuvre), leurs intérêts sont très largement concordants (comme en témoigne le fait qu'ils sont réunis au sein de la SACEM).

⁴² En fait, le règlement de la SACEM prévoit que, en devenant adhérent à la SACEM, l'auteur s'engage à y déposer chacune de ses oeuvres à venir. Nous avons toutefois rencontré un auteur qui ne dépose pas systématiquement ses oeuvres.

⁴³ Il existe semble-t-il en France une seule librairie musicale pratiquant la vente "libre de droits", exerçant son activité principalement sur le marché des vidéastes amateurs.

« Nous avons une copropriété, et nous avons pour mission de l'exploiter au mieux des intérêts communs. » (un éditeur).

« Notre intérêt, c'est vraiment de défendre les grands principes de droit et les meilleures rémunérations possible des auteurs. » (un éditeur).

Toutefois, la médiation de l'éditeur est quelquefois vécue par l'auteur comme un prélèvement sur le montant normal de ses droits. L'attitude de l'auteur à cet égard dépend fondamentalement de deux paramètres relativement liés :

- l'intensité de l'effort effectivement consenti par l'éditeur pour valoriser l'œuvre,
- le degré de notoriété de l'auteur qui contribue à déterminer l'utilité que représente pour lui l'intervention de l'éditeur.

Ainsi, les "éditions de récupération" sont particulièrement mal vécues par les auteurs. On désigne par ce terme le contrat d'édition plus ou moins imposé à l'auteur (qui est souvent alors auteur-interprète) qui signe avec une maison de disques. Dans ce cas, la séquence "normale" Edition => Production est inversée, et le contrat d'édition n'est souvent conçu par le producteur que comme un moyen de rentabiliser son investissement en captant la "part éditoriale".

« C'est un racket ! (...) Personnellement ce n'est arrivé qu'une fois dans ma vie qu'un éditeur me demande une chanson (...). Je ne confie pas les éditions, quand je peux. (...) Ils me prennent la moitié de mes droits et ils ne font rien ! » (un auteur).

Au fur et à mesure que croît la notoriété d'un auteur, celui-ci peut ressentir une diminution de l'utilité de la fonction assurée par l'éditeur. Etant reconnu et disposant d'une bonne visibilité dans la filière, il peut lui sembler plus facile d'assurer par lui-même la valorisation de ses oeuvres. Il est davantage en mesure de s'organiser (par la création d'une structure *ad hoc*) afin d'assurer directement la gestion de ses droits, et le pouvoir de négociation que lui assure sa notoriété peut lui permettre de négocier dans de bonnes conditions sans réclamer l'intermédiation d'un éditeur.

Ainsi, il est fréquent que, au-delà d'un certain niveau de notoriété, les auteurs (en particulier lorsqu'ils sont aussi interprètes) soient désireux d'assurer leur propre édition et d'éviter ainsi d'avoir à partager leurs droits⁴⁴.

« Les stars s'éditent toutes seules, et elles ont raison. » (un manager).

« Beaucoup d'artistes majeurs ont constitué leurs éditions. Quelque part, je comprends... je ferais pareil ! » (un éditeur).

Il revient alors à l'éditeur de convaincre ces auteurs que la cession de la part éditoriale doit être conçue comme une sorte d'investissement, dans la mesure où la prestation de l'éditeur peut jouer comme un effet de levier sur le niveau des droits collectés. Sa capacité à valoriser les oeuvres au niveau international est alors souvent mise en avant.

« Il y a des éditeurs qui ne bougent pas le petit doigt et qui ne font qu'encaisser. Et il y a des éditeurs qui, par contre, se remuent énormément, et vous retrouvez vos musiques un peu partout. Et là effectivement, vous touchez le double de ce que vous auriez touché si vous étiez votre propre éditeur à la SACEM. » (un producteur-distributeur).

« La quote-part que je prends, par le travail que je fais, ça fait que ce qui lui reste [à l'auteur] est plus que ce qu'il aurait eu sans moi. » (un éditeur).

Un compromis est souvent trouvé dans la "coédition", la part éditoriale étant partagée dans une proportion variable entre l'auteur et l'éditeur. L'auteur participe alors aux frais de promotion de l'oeuvre.

Plus rarement, certains auteurs à forte notoriété réclament la récupération des droits éditoriaux pour leurs oeuvres passées. Ce type de revendication mène généralement à des situations de conflits entre l'auteur et l'éditeur, pouvant déboucher sur des procédures judiciaires. En effet, l'éditeur se trouve ainsi privé d'une source de revenus souvent conséquente, fruit d'un long investissement et qui lui permet de réinvestir sur de nouveaux auteurs.

⁴⁴ C'est notamment la stratégie adoptée par J.-J. Goldman, H. Dès ou Y. Duteil.

« Il y a peu d'artistes qui remettent en cause le patrimoine acquis par l'éditeur. Heureusement, ce sont des cas minoritaires, sinon ça tuerait le business. C'est ce qui nous permet de relancer la pompe pour les signatures suivantes. » (un éditeur).

Selon Castagnac [1993], le nombre des conflits entre auteurs et éditeurs portant sur des récupérations d'édition serait en croissance depuis quelques années.

« Les conflits, il y en a surtout avec les héritiers. N'étant plus les créateurs, ils sont intéressés encore plus à ce que le patrimoine leur assure le futur. » (un éditeur).

C'est pour tenter de résoudre à l'amiable ce type de conflit que le Syndicat national des auteurs-compositeurs et la Chambre syndicale des éditeurs de musique ont signé le 24 juin 1993 une convention instaurant une commission paritaire « ayant qualité et vocation à rendre des avis motivés de conciliation ou des sentences arbitrales dans les litiges qui peuvent survenir ».

Il est arrivé qu'un auteur, après s'être battu pour "récupérer" ses éditions, finisse par en confier de nouveau l'exploitation à un éditeur spécialisé...

« Les auteurs qui récupèrent leurs oeuvres finissent par les revendre. Bécaud s'est battu pour récupérer ses oeuvres et les a revendues à BMG... » (un éditeur).

III.2. Les relations auteurs - éditeurs / sociétés d'auteurs

Pour pouvoir adhérer à la SACEM, auteurs et éditeurs doivent pouvoir justifier d'un minimum d'activité "professionnelle". Ainsi, il est demandé aux auteurs-compositeurs de respecter les deux conditions suivantes :

- avoir écrit au moins cinq oeuvres,
- et que au moins l'une de ces oeuvres ait fait l'objet d'un début d'exploitation sous la forme d'un enregistrement sur un phonogramme du commerce, ou d'au moins cinq exécutions au cours de cinq séances publiques pendant une période minimum de six mois.

L'enregistrement des oeuvres implique le dépôt des partitions.

L'adhésion d'un éditeur est conditionnée à la présentation des contrats d'édition d'au moins dix oeuvres originales faisant partie du répertoire de la SACEM ayant fait l'objet d'une édition graphique et d'un commencement d'exploitation publique.

Par leur acte d'adhésion, l'auteur et l'éditeur font apport de leur droit d'autoriser ou d'interdire l'exécution ou la représentation publique des oeuvres, et leur reproduction mécanique. L'apport du droit d'exécution s'applique à tous les pays et pour la durée de la société. L'apport du droit de reproduction mécanique est assorti d'un droit de retirer l'apport à l'expiration de chaque période de dix ans, à partir de la date d'adhésion aux statuts de la SACEM avec un préavis d'un an. L'apport de l'auteur s'applique aux oeuvres actuelles et futures.

En conséquence de cet apport par l'auteur de ses droits patrimoniaux à la SACEM, celui-ci ne dispose plus que de son droit moral.

A titre exceptionnel, auteurs et éditeurs peuvent conserver leur droit d'autoriser ou d'interdire la reproduction des oeuvres associées à la sonorisation d'une oeuvre audiovisuelle.

La répartition des droits collectés par la SACEM est effectuée en prenant en compte, dans la mesure du possible, la contribution de chaque oeuvre aux montants collectés. La répartition des droits mécaniques est opérée directement à partir des déclarations SDRM remplies par les producteurs de phonogrammes avant de procéder au pressage. Ces déclarations portent indication des ayants droit, des volumes pressés et du prix de gros hors taxes.

Pour la répartition des droits d'exécution, la SACEM recourt à trois méthodes :

- 80% des droits sont affectés titre par titre, en fonction des déclarations de programmes remises par les radios, les télévisions, les organisateurs de concerts et de spectacles, les sonorisateurs... ;
- 15% des droits sont redistribués à partir de données de sondages, réalisés par la SACEM pour ce qui est relatif aux discothèques, aux bals, aux juke-boxes..., et par des instituts extérieurs pour ce qui ressort de la copie privée ;

- 5% des droits, correspondants à la diffusion de musique d'ambiance dans les lieux sonorisés (commerces, cafés-hôtels-restaurants, kermesses...), sont répartis "par analogie" en fonction des chiffres de ventes de phonogrammes, des passages radio et des résultats de la diffusion.

Les relevés SACEM adressés périodiquement aux ayants droit font généralement l'objet de vérifications de la part des sociétés d'édition. Les plus grosses structures disposent des moyens nécessaires à une vérification "serrée". Des désaccords peuvent intervenir et, relativement rarement, déboucher sur des conflits ouverts allant jusqu'aux tribunaux⁴⁵.

III.3. Les relations auteurs - éditeurs / producteurs

Un auteur souhaitant valoriser son oeuvre par sa fixation sur un phonogramme peut suivre deux démarches :

- rechercher un éditeur, ce dernier ayant vocation ensuite - le cas échéant, après avoir trouvé un interprète - à démarcher les producteurs de disques ;
- s'adresser directement à un producteur de disques (il est alors généralement également interprète).

Dans les deux cas, la démarche est souvent la même. Pour un auteur débutant, il existe deux circuits principaux pour parvenir à une signature chez un éditeur ou un producteur :

- l'expédition d'une maquette. L'auteur prend l'initiative d'envoyer un échantillon de sa production sous la forme d'un enregistrement plus ou moins finalisé. La réalisation d'une maquette se trouve aujourd'hui facilitée par la diminution des tarifs des studios d'enregistrement et le développement des "home studios" permettant de présenter un produit de qualité sonore tout à fait acceptable à l'aide d'un équipement domestique au prix abordable pour un musicien amateur ;

⁴⁵ Le dernier procès en date a résulté de l'assignation en référé de la SACEM par deux compositeurs (MM. Vangarde et Kluger) appuyés par leurs éditeurs. Les compositeurs accusaient la SACEM d'avoir minoré la diffusion de leurs oeuvres dans les discothèques et entendaient démontrer le bien-fondé de leur réclamation (près de 32 millions de F de manque à gagner) par la réalisation d'une enquête par questionnaire auprès d'un millier d'exploitants de discothèques. Par un arrêt du 13 décembre 1996, les deux compositeurs ont été déboutés de leur demande et condamnés à verser 50 000 F de réparation à la SACEM. Voir la *Lettre de la SACEM*, n° 14, mars-avril 1997.

- la réalisation de concerts. L'auteur - qui est alors également interprète - se produit sur scène. Les éditeurs, et surtout les producteurs, assistent régulièrement à des concerts dans des petites salles, à la recherche de nouveaux talents.

EMI a récemment renoué avec une tradition de l'industrie phonographique en organisant des auditions "live".

Le circuit "maquette" n'aboutit que très rarement. Par exemple, environ 5 000 maquettes sont adressées chaque année à Sony Music. L'éditeur Warner Chappell reçoit plus d'une trentaine de cassettes par mois. En 4 ou 5 ans, il n'y en a qu'une qui a été retenue et qui a débouché sur une signature. A l'échelle de la profession, le rapport offre/demande serait de l'ordre de 1 pour 1 000⁴⁶... Toutefois, en règle générale, chaque maquette est examinée (souvent rapidement) de peur de laisser passer "l'oiseau rare".

« Les directeurs artistiques tiennent tous à peu près le même discours : "on n'a jamais signé quelqu'un qu'on a reçu en maquette, mais on les écoute toutes parce qu'on a peur de passer à côté du truc génial". » (un représentant des producteurs).

Une maquette a d'autant plus de chance d'attirer l'attention d'un éditeur ou d'un producteur qu'elle a été "introduite" par un professionnel de la filière.

La scène semble être un vecteur essentiel de l'introduction dans la filière de valorisation économique des oeuvres musicales.

« Ce qui a l'air de marcher, c'est plutôt le bouche à oreille, faisant qu'un directeur artistique va aller voir un groupe sur scène. » (un représentant des producteurs).

La scène n'est pas seulement un moyen de repérer les nouveaux talents, elle est également une sorte d'assurance "d'exposition minimale" de l'artiste réduisant le risque économique.

⁴⁶ Lefeuvre [1994], p. 56.

« Considérons l'hypothèse où votre maquette nous intéresse et on a envie de vous mettre en studio. Comme vous êtes absolument inconnu, on va faire une production avec les moyens les plus limités possible (...). Si vous ne tournez pas, d'autres personnes de chez nous pourront dire : on est très intéressé, c'est bien, mais moi je mettrais mon veto. Il ne tourne pas, j'en veux pas. Il n'est pas connu, il n'a pas fait un seul concert... ou alors on met 2 MF sur la table de marketing et ça peut fonctionner... Si par contre vous avez fait 400 concerts, moi je vous prends tout de suite. » (un producteur).

Dans le cas général, les auteurs et éditeurs d'une part, et les producteurs d'autre part n'entretiennent pas de relations contractuelles. Contrairement à ce qui se passe aux Etats-Unis où c'est l'éditeur qui licite l'oeuvre au producteur contre une rémunération négociée, en France, l'auteur et l'éditeur ayant fait apport de leur droit d'autoriser ou d'interdire à la SACEM, c'est cette dernière qui licite l'exploitation de l'oeuvre.

Toutefois, dans la réalité, ce schéma peut être un peu différent. Si c'est le producteur qui a repéré l'auteur, il peut être tenté de "récupérer" les éditions. L'argument généralement invoqué par les producteurs pour justifier cette pratique est que, l'auteur étant très souvent également interprète, ils consentent d'importants investissements sur sa personne qu'ils doivent pouvoir être en mesure de rentabiliser en canalisant vers eux la part la plus élevée possible des revenus générés par ces investissements.

« Si je signe un artiste qui est auteur-compositeur-interprète, il est normal que j'ai l'auteur, le compositeur et l'interprète ! C'est moi qui vais investir pour que l'interprète soit célèbre. Mais le mec, il est autant auteur-compositeur. Il me paraîtrait aberrant de ne pas avoir à la fois l'édition et la production. » (un responsable de major).

« Nous avons créé les éditions parce que c'était le seul moyen de survivre et d'avoir un retour sur investissement un peu plus rapide. (...) Ce n'est pas trop moral, mais... de toute façon on fait quand même une grosse partie du boulot que ferait un éditeur. » (un producteur indépendant).

Toutes les grandes maisons de disques ont constitué des sociétés d'édition. La quasi-totalité des producteurs membres du SNEP sont également éditeurs... Il existe encore quelques exceptions chez les producteurs indépendants :

« Nous, on ne prend pas les éditions. On est plus gentil que les autres. Parce que, à chaque fois qu'on prend les éditions d'un artiste, il a l'impression d'être un peu dépossédé. Et comme, depuis l'origine, je n'ai pas créé cette entreprise pour gagner de l'argent... Au départ, c'est simplement par amour de la musique, point final. » (un producteur-distributeur indépendant).

Dans les maisons de production exerçant une activité d'éditeur, le degré d'intégration entre les deux activités est variable. Chez certaines (comme chez Polygram), lorsqu'un artiste est "signé" en production, il l'est généralement aussi en édition. Chez d'autres (comme chez Sony⁴⁷), les deux activités sont relativement indépendantes : un artiste signé en édition peut finalement être produit par une autre maison de disques et, inversement, les artistes signés en production peuvent être édités à l'extérieur. Dans les grandes structures, la nature des relations interpersonnelles entre les responsables de l'édition et de la production, les questions de cohérence de catalogues, de synchronisation des rythmes économiques... jouent un rôle très important dans l'intensité de la liaison interne entre édition et production.

Lorsque éditeurs et producteurs sont des entités distinctes, il est fréquent que les deux parties se rapprochent et que le premier intervienne en tant que coproducteur ou le second comme coéditeur. La coédition de la part du producteur obéit à la même logique que la "récupération d'édition" que nous venons d'évoquer. Elle est souvent l'expression d'un rapport de force favorable au producteur.

« Le producteur a plus de moyens, il a plus de qualités - en tout cas vu de sa fenêtre - et le producteur a plus d'argent à dépenser, et donc il y a souvent une certaine tendance de la part du producteur à dire : "moi je paie pour l'enregistrement, je le distribue, donc, l'éditeur..." » (un éditeur).

La coproduction peut correspondre à des situations plus contrastées. Pour faciliter la signature avec une maison de disques, l'éditeur peut se déclarer prêt à contribuer aux frais de production ou de promotion. Mais l'engagement de l'éditeur dans la production peut également être issu d'une pression subie de la part du producteur. Ici comme ailleurs, tout est question de pouvoir de négociation.

⁴⁷ Sur la vingtaine d'albums édités par Sony Music Publishing en 1997, moins de la moitié seulement ont été produits par le groupe.

« Ce qui me choque le plus, ce sont les injonctions des maisons de disques pour que l'éditeur mette de l'argent là où elles le souhaitent, dans le clip par exemple. Elles n'ont pas à nous dicter notre conduite. L'éditeur n'interfère pas dans leur budget de marketing en leur imposant de faire de l'affichage où je ne sais quoi. Les tentatives de déstabilisation que mènent certains sont très pénibles à vivre pour les éditeurs. » (Fabrice Absil, gérant de Fairplay (édition), in Castagnac [1993], p. 130).

III.4. Les relations auteurs / interprètes

Dans la musique de variété, l'auteur et l'interprète tendent de plus en plus à n'être qu'une seule et même personne. Lorsque les deux personnalités demeurent distinctes, il peut exister une relation artistique intense entre les deux mais, théoriquement, rien ne lie contractuellement ces deux catégories d'acteurs de la filière musicale.

Il existe peu de tensions d'ordre juridico-économique au plan interindividuel entre les auteurs et les interprètes.

« Je ne vois pas de dysfonctionnement dans les rapports auteurs-interprètes [quant au partage des droits]. C'est trop ancré, les taux, les trucs, les machins... et en plus ce n'est pas l'artiste qui paie. (...) C'est rentré dans les moeurs et les artistes n'y pensent pas. » (un manager).

Il convient toutefois de mentionner la tentation de certains artistes-interprètes à forte notoriété de capter une partie des droits d'auteur par la création de structures d'édition. Nous sommes alors dans des situations où l'artiste-interprète (ou ses conseillers) estime(nt) que la valorisation de l'oeuvre musicale doit beaucoup à son talent et à sa notoriété, ce qui légitimise à ses yeux un intéressement aux revenus de l'auteur.

« Il y a une tendance totale à ce que les interprètes soient éditeurs eux-mêmes. (...) Si vous avez un interprète qui est créateur de ses propres oeuvres et qui est présenté dans certains procès comme étant l'élément moteur et le générateur de droits de par ses exécutions, de par son expression artistique etc., il n'y a pas d'illogisme à ce que le même

artiste, n'étant pas créateur, crée une société en demandant aux auteurs avec lesquels il signe de lui donner les oeuvres en édition. » (un éditeur).

« [Tel artiste] a une société qui investit dans son développement à l'international. Si il négocie une chanson et qu'il a une part d'édition dessus, ça va dans cette société et cette société lui permet, si il manque des sous pour faire une tournée n'importe où à l'étranger, de payer ce qu'il y a à payer. (...) Ça permet de développer l'oeuvre dans le plus de pays possible. Il y a d'autres interprètes qui prennent la part de coédition pour eux. C'est normal ! Parce qu'il est connu et qu'il va faire en sorte que cette oeuvre développe de l'argent pour son auteur. » (un manager).

A un niveau général, certains acteurs de la filière expriment des craintes qu'il puisse exister un certain conflit entre les droits des auteurs et les droits reconnus aux interprètes. C'est notamment le cas de P.L. Tournier, président du directoire de la SACEM, qui dénonce une tendance à l'inversion de la hiérarchie des rémunérations des auteurs et des interprètes, et s'inquiète de ce que l'empilement de droits ne nuise à l'intérêt des auteurs en réduisant l'exploitation des oeuvres.

« Sans doute n'est-il pas difficile d'ajouter le droit voisin au droit d'auteur quand les tarifs de ce dernier sont fixés forfaitairement à un niveau assez médiocre. Mais quand il s'agit de droits élevés, notamment sous forme de pourcentage des recettes du diffuseur, on ne peut nier le poids qui vient grever l'exploitant. En France où les droits à rémunération équitable ont été fixés pour les radios FM à l'équivalent des droits d'auteur, l'addition se monte à 12%, ce qui n'est pas rien et provoque d'interminables procès. De très nombreux établissements, tels que magasins, coiffeurs, etc... ont purement abandonné la musique devenue trop chère. » (Tournier [1993], p. 67).

« Un grand pianiste, un chanteur d'opéra, touchent de 100 000 à 500 000 F par soirée ! Cela a tendance à les rendre un peu paranoïaques et même à leur faire considérer l'auteur comme secondaire ou superflu. Un simple calcul montre que, sur la recette d'un concert protégé, l'artiste est toujours infiniment plus payé que l'auteur. Dans le disque, les royalties d'auteur et d'artiste se partageaient autrefois moitié-moitié ; aujourd'hui c'est beaucoup plus souvent un tiers auteur, deux tiers artiste, d'où les grandes difficultés d'obtenir le maintien des conditions du contrat-type BIEM/IFPI. » (Tournier [1993], p. 67).

Derrière ces craintes est souvent sous-jacente une hiérarchisation de la contribution artistique des auteurs et des artistes-interprètes.

« L'auteur apporte à la civilisation une oeuvre, bien mobilier, à caractère permanent, tangible, éternel, alors que l'artiste apporte une prestation artistique, qui ne peut se passer de l'oeuvre, alors que l'oeuvre interprétée ou non existe et demeure. Même fixée sur support sonore ou audiovisuel, la prestation de l'artiste est éphémère et trouve sa fin dans son existence. » (Tournier [1993], p. 65).

« Les sociétés d'auteurs ont toujours méprisé les artistes-interprètes et n'ont jamais souhaité qu'ils aient des droits. (...) L'argument est que les artistes-interprètes ne sont pas grand chose et que l'auteur est tout. » (un représentant des musiciens exécutants).

De la même façon, il est souvent établi une hiérarchie parmi les interprètes entre les musiciens exécutants et les artistes "étiquettes", ces derniers se voyant reconnaître un statut artistique proche de celui de l'auteur.

« Les interprètes sont pratiquement comme des auteurs pour moi. L'interprète qui fait vivre une oeuvre et qui se l'approprie, on ne serait pas capable de dire s'il a du succès uniquement grâce à la chanson ou grâce à son interprétation. C'est normal que l'interprète soit investi de droits patrimoniaux et moraux équivalents à ceux des auteurs. » (un éditeur).

« Vous n'allez quand même pas me comparer un mec qui écrit une chanson avec un violon que je peux remplacer quand je veux ! » (un producteur).

III.5. Les relations interprètes / producteurs

L'analyse des relations interprètes / producteurs doit être menée en prenant bien soin de distinguer les artistes-interprètes "étiquettes" et les musiciens de studio.

La procédure de "recrutement" de l'interprète "étiquette" par le producteur est similaire à celle présentée pour l'auteur (de fait, le producteur recrute de plus en plus des auteurs-compositeurs-interprètes).

L'artiste-interprète "étiquette" est lié au producteur phonographique par un contrat d'exclusivité. L'un des producteurs que nous avons rencontré évoque une sorte de "contrat de mariage" :

« Un artiste et un producteur, c'est un couple (...). C'est cette espèce de mariage qui va donner des disques. Le succès, c'est le talent de l'artiste et du producteur. » (un producteur).

Par ce contrat d'exclusivité, et depuis la loi de 1985, l'artiste donne l'autorisation au producteur de fixer, reproduire et communiquer au public sa prestation. Il s'engage le plus souvent sur un certain nombre d'enregistrements (souvent 3 albums, avec une option sur les 2 suivants) pour une période définie (généralement, de 3 à 6 ans) et ne peut, sur cette période, enregistrer pour le compte d'un autre producteur. En contrepartie de cet engagement, le producteur est tenu d'assurer la production (prise en charge des frais d'enregistrement du master : studio, musiciens...), la promotion et le lancement des enregistrements « dans les conditions en usage dans la profession, notamment auprès de la presse, des radios et télévisions »⁴⁸. Des clauses de résiliation sont prévues en fonction du niveau des ventes pour pouvoir interrompre le contrat à partir du premier album. Les maisons de disques hésitent toutefois à exercer ces clauses car elles investissent dans les artistes et savent que certains démarrages de carrière sont difficiles. En cas de changement de maison de disque, des droits « d'override » sont en général négociés. Ils représentent de 2 à 8% des ventes réalisées chez la nouvelle maison de disque.

Du point de vue du producteur phonographique, le contrat d'artiste est un quasi-contrat de travail qui se situe entre un contrat à durée déterminée et un contrat à durée indéterminée. Bien qu'il n'y ait pas de liens de subordination, la connaissance du marché et les moyens financiers du producteur lui donne de nombreux moyens d'incitation et une forte légitimité dans ses conseils à l'artiste. C'est ainsi que le producteur phonographique peut être notamment amené à mettre les auteurs-compositeurs en relation avec les artistes interprètes, voire à être dans une véritable démarche de montage de projet autour d'un artiste ou d'une équipe d'interprètes.

La rémunération versée par le producteur à l'artiste est composée de deux éléments très inégaux : comme chacun des musiciens participant à

⁴⁸ Lefeuvre [1994], p. 121.

l'enregistrement, l'artiste perçoit un "salaire" rémunérant le "travail" fourni au cours des séances de studio ; sa rémunération principale (tout au moins en cas de succès commercial), qui est la contrepartie de la cession de son droit exclusif sur l'exploitation de sa prestation, est issue des royalties perçues sur chaque disque vendu⁴⁹.

Le taux de royalties, appliqué au prix de gros hors taxes du phonogramme⁵⁰, est négocié de gré à gré. Il est très variable et dépend de la notoriété de l'artiste et des montants investis par la maison de disques. Il se situe dans une fourchette pouvant aller de 6% à plus de 20%, le taux "normal" pour un artiste débutant se situant autour de 7-9%. Il monte à 10-12% pour un jeune artiste reconnu (vente d'environ 50 000 albums). Chez les majors, une vingtaine d'artistes par maison environ sont en situation de vendre 50 000 albums en moyenne. Les taux de royalties sont généralement inférieurs pour les musiciens classiques et les orchestres.

« Certains artistes viennent avec des productions mi-terminées. Ils ont déjà fait l'investissement. Le minimum de royauté, dans ce cas-là, c'est 20%. Avec d'autres, on fait tout de A à Z, on doit payer la production. Evidemment, si on se dit : il n'y a pas tellement d'espoir, on va faire une production à 50 000 F, on peut donner 18 ou 20% sans problème. Par contre, si on fait un vraie production, avec au moins 150 kF de production et 150 à 200 kF de marketing, donc un budget global minimum de 400 kF, là les royalties sont limitées à 10%. » (un producteur).

Dans une logique d'amortissement des coûts fixes du producteur, il est fréquent que le taux progresse par palier avec le nombre de disques vendus. Des abattements - « royalties break » - sont prévus sur les redevances dues à l'artiste en fonction de tous les aspects de la distribution qui peuvent affecter la marge de la maison de disque: packaging spécialisé, vente à prix réduit, vente en "club" (rabais de l'ordre de 40%), vente à l'étranger (où le prix du disque est moins élevé et les frais plus élevés), etc. Il existe également des royalties break en matière de

⁴⁹ Il n'y a aucune obligation légale à ce que la rémunération de l'interprète soit proportionnelle. Certaines maisons de disques versent à leurs artistes débutants une rémunération forfaitaire ("flat fee").

⁵⁰ Prix de gros hors taxes duquel sont souvent déduits un certain nombre d'abattements (pour emballage...).

promotion. Les maisons de disque les prélèvent afin de financer les campagnes de publicité télévisées. En général, le taux de ces royalties break varient de 30 à 50% et ils sont valables pour une certaine période environnant la campagne. L'intérêt de cette solution pour l'artiste est que, tout en prenant part au financement de la campagne, il ne prend pas de risque.

Apparemment, la concurrence à laquelle se livrent les maisons de disques pour signer les artistes prometteurs suffit à assurer le respect de taux plancher.

« Il n'y a quand même pas tant de gens que les maisons de disques ont envie de signer. Ca veut dire qu'il y a quand même une certaine forme de concurrence. Si un artiste est retenu par une maison de disques, il y a à peu près toutes les chances qu'il soit retenu ailleurs. A partir de là, on ne peut pas lui proposer n'importe quoi. (...) J'ai remarqué souvent que quand il y a des concerts, des tournées, il est déjà arrivé qu'il y ait au même concert 2, 3, 4 directeurs artistiques. (...) Ce serait quand même honteux d'aller proposer 1%... C'est fini cette époque des gros cigares et autres où on faisait signer des artistes à 3% comme dans les années 60. Aujourd'hui, il y a des normes que tout le monde reconnaît. » (un représentant des producteurs).

Un producteur confirme la tendance à l'augmentation des taux de royalties qui serait imputable à la rareté des artistes à potentiel :

« Aujourd'hui, un inconnu a les mêmes royalties qu'avait Jacques Brel à la fin de sa vie. (...) Dans la mesure où il y a peu de stars, ce qui est rare est cher. Devant la difficulté de faire des affaires, clairement les artistes jouent le jeu de faire la tournée des maisons et de tenter d'obtenir le maximum. » (un producteur).

Ce constat est confirmé par P.-R. Albertini, PDG de Sony Music France, qui déplore la "dérégulation des signatures d'artistes".

« La surenchère est telle que l'on ne sait plus où l'on va... » Paul-René Albertini, in *L'année du Disque 1996*, p. 4).

Comme pour la négociation auteur-éditeur, la négociation interprète-producteur ne porte pas uniquement sur le taux de royalties, mais également sur le montant des avances, le poids des contraintes imposées à l'interprète (liberté artistique, choix

des titres...), et la qualité de la prestation fournie par le producteur (budget consacré à l'enregistrement, à la production du clip, à la promotion...).

Divers aspects de cette prestation sont précisés dans le contrat :

- le contrat prévoit en général le niveau du budget d'enregistrement ;
- soutien au financement des tournées ("tour support"). En général, la maison de disques s'engage à soutenir financièrement une tournée. Le montant et les modalités de ce support font fréquemment l'objet de négociations ultérieures ;
- clips. Les clips jouent un rôle important dans la promotion des artistes qui, fréquemment, souhaitent qu'un ou plusieurs clips soient produits pour chaque album. En général, les maisons de disques ne s'engagent que sur un seul clip ;
- il n'y a jamais d'engagement en matière de dépenses de publicité. En effet, les maisons de disques ne veulent pas se lier les mains avant de connaître la nature des albums qui vont être produits. Il existe en revanche des engagements en matière de marketing... mais qui restent relativement approximatifs.
- de la même manière, il y a rarement des engagements en matière de distribution. La maison de disques ne s'engage jamais sur le niveau de la mise en place. Celle-ci dépend de toutes façons des négociations avec les distributeurs qui libèrent des espaces en fonction des primes et rabais qu'ils obtiennent ainsi que des dépenses de publicité consenties par le producteur ;
- il n'y a jamais d'engagement sur la sortie et la distribution à l'étranger. Cela dépend de la même manière des filiales étrangères des majors ou de l'attitude des réseaux de distribution à l'étranger.

« Un contrat ne se négocie pas que sur le taux de royalties. C'est un des éléments, mais pour moi, ce n'est pas l'élément majeur. Il y a beaucoup d'autres paramètres comme la durée, la liberté artistique, les investissements que la maison de disques va faire (artistiques, promotion, marketing, clip, tournées...), c'est les idées, l'enthousiasme de la maison de disques, les opportunités de développement qu'ils peuvent garantir. » (un manager).

Le taux de royalties est théoriquement fixé pour la totalité de la durée du contrat. Toutefois, la concurrence entre les maisons de disques fait qu'il n'est pas rare qu'il soit revu (à la hausse) en cours de contrat en cas de brusque révélation du potentiel commercial de l'artiste.

« Un type qui commence à 7% et qui devient une mégastar, je peux vous dire que la maison de disques va tout faire pour le garder... Ce sont des négociations ! Si le type qui signe sur trois albums explose sur le deuxième, la maison de disques va augmenter le taux dès le deuxième, mais en échange elle va en demander un quatrième. (...) Tout se fait, c'est du business... » (un manager).

« Si demain, un artiste se met à vendre 100 000 albums, bon on s'aligne. C'est la norme. » (un producteur).

Dès lors qu'un artiste passe d'une situation de demandeur à une situation de demandé, il dispose de nombreuses solutions pour bénéficier de fortes rémunérations. Il n'est pas rare que l'artiste invoque des arguments « artistiques » et « moraux » pour rompre son contrat. De même qu'un auteur ayant acquis une certaine notoriété est souvent tenté d'assurer lui-même son édition, il est fréquent que les artistes à succès s'engagent dans la production. Ils peuvent pour cela créer leur propre structure de production. L'interprète-producteur signe alors un contrat de licence avec la maison de disques par lequel il autorise cette dernière à « exploiter le master dont il est propriétaire, à charge pour elle d'assurer la fabrication, la promotion, le marketing et la distribution du disque »⁵¹. En contrepartie, l'interprète-producteur reçoit un pourcentage sur les recettes des ventes de disques négocié de gré à gré avec la maison de disques. Les artistes-interprètes à forte notoriété peuvent aussi, plus simplement, jouer le rôle d'apporteur de capitaux et coproduire l'enregistrement avec le producteur (il n'est d'ailleurs pas rare que ce cofinancement soit assuré au moyen des avances versées par le producteur...). Dans ces cas de "coproduction", le taux de royalties de l'artiste peut atteindre 25-30%, voire plus...

Le contrat d'exclusivité qui lie l'artiste-interprète au producteur comprend aussi des dispositions relatives aux exploitations secondaires de l'enregistrement (en particulier pour l'adaptation audiovisuelle (clip, illustration sonore...). Conformément aux termes de l'article 212-4 du CPI, le contrat doit prévoir une rémunération spécifique pour chaque mode d'exploitation. Cette rémunération, librement négociée, peut être forfaitaire ou proportionnelle. Avec le développement des utilisations secondaires (notamment la diffusion des phonogrammes sur le

⁵¹ Lefeuvre [1994], p. 122.

câble), les relations contractuelles artiste-producteur deviennent de plus en plus conflictuelles, les représentants des artistes se plaignant du caractère global de la rémunération qui priverait l'artiste du plein bénéfice de ces nouvelles formes de valorisation.

« Croyez-vous que quand il y a une rediffusion, sur le câble par exemple, d'une musique ou d'un phonogramme du commerce, l'artiste-interprète - même de renom - touche quelque chose ? Les producteurs le font croire, parce que ça les arrange, mais il est généralement inexact qu'ils rémunèrent pour tous les modes d'exploitation quels qu'ils soient, et de manière distincte, les artistes-interprètes. C'est faux, c'est évidemment faux. (...) Quand bien même les utilisations secondaires feraient l'objet d'une rémunération, c'est souvent un forfait global qui ensuite est découpé. La méthode est scandaleuse. » (un représentant des artistes-interprètes).

« Les négociations d'aujourd'hui sont plus détaillées et plus âpres »⁵² les artistes se font de plus en plus assister d'avocats dans la négociation des contrats depuis la fin des années quatre-vingt. Les rapports entre artistes et maisons de disques sont désormais plus conflictuels, car les avocats incitent à mener des négociations pied à pied et n'hésitent pas à aller au contentieux. Cela conduit à négocier des contrats de plus en plus précis (par exemple en matière d'engagements à la promotion ou à l'exportation) qui génèrent eux-mêmes de nombreux litiges, car, trop précis, ils ne peuvent pas nécessairement être respectés. Les principaux désaccords et litiges portent sur l'interprétation des engagements de promotion et de soutien aux tournées, les taux de rémunération, le choix des chansons à incorporer dans l'album, et les modes de rémunération des exploitations secondaires.

« La plupart des conflits, c'est : t'as pas assez travaillé, il n'y a pas de promo, tu n'as pas assez investi sur le clip, tu n'as pas mis de l'argent sur la tournée, tu ne croyais pas assez en moi, tu t'es trompé sur le choix du single... Ça, ce sont des conflits très très courants. Des conflits devant les tribunaux, en fait il n'y en a pas des masses. Parce que c'est compliqué, personne n'y gagne... » (un manager).

« La plupart du temps, les relations se distendent et les problèmes surgissent plus sur des facteurs subjectifs (une mauvaise compréhension artistique par exemple) que sur des facteurs techniques (financiers ou juridiques). L'une des façons de régler certains problèmes que le contrat

⁵² Henriot [1996], p. 59.

n'aurait pas traités, c'est d'aller devant les tribunaux. Or, n'a intérêt à attaquer que celui qui a de bonnes chances de gagner. Et à chances partagées, personne n'y a intérêt, parce que cela pose de sérieux problèmes de temps et d'argent. » (Maître Pierre Henriot [1996]).

Les relations entre les producteurs et les artistes-interprètes exécutants sont à la fois plus simples et plus conflictuelles.

Les musiciens exécutants sont embauchés par les producteurs pour réaliser les séances d'enregistrement. Ils sont liés aux producteurs par un contrat de travail à durée déterminée appelé "contrat de séance". Les négociations entre le Syndicat national de l'édition phonographique et le Syndicat national des artistes-musiciens définissent des barèmes minima de rémunération à la séance. La rémunération effective des musiciens dépend de leur notoriété dans le milieu, et peut atteindre, selon les dires d'un producteur, 3 000 ou 4 000 F la séance pour les "requins" les plus recherchés.

Pendant longtemps, la feuille de présence signée par les musiciens désignait le "phonogramme du commerce" comme seule destination de l'enregistrement. Le développement des utilisations secondaires (et singulièrement des vidéo-clips) est à l'origine d'un important conflit entre les producteurs et les musiciens exécutants. Les droits voisins reconnus aux artistes-interprètes impliquent que le producteur obtienne des musiciens leur autorisation afin de pouvoir procéder à une exploitation secondaire, en contrepartie d'une rémunération supplémentaire. Ce principe bute sur l'opposition des producteurs qui considèrent avoir déjà rémunéré le travail des musiciens par le contrat de séance.

« Ca fait partie des usages de la profession depuis plus d'un demi siècle ! » (un représentant des producteurs).

L'argument le plus souvent évoqué est que le producteur a consenti un investissement important dans la production, qu'il entend pouvoir valoriser comme bon lui semble. L'argument est renforcé dans le cas des clips par le fait qu'il s'agit d'un support promotionnel, sur lequel les producteurs perdent de l'argent.

« Nous sommes dans une situation où on prend suffisamment de risques pour pouvoir utiliser comme on l'entend les productions que nous faisons. » (un producteur).

Et concernant les clips, le même déclare :

« Et là-dessus, on me demande de payer en plus les musiciens pour pouvoir me permettre de faire la promotion du disque que j'ai enregistré ! C'est une plaisanterie ! C'est exactement comme si un comédien disait : on est payé pour le film et pas pour la bande annonce. » (un producteur).

Cette position est partagée par des acteurs situés à d'autres niveaux de la filière.

« Je trouve ça scandaleux. Le mec, il a son cachet. Les cachets des musiciens français sont les plus hauts, les plus hauts d'Europe. Les charges sociales des musiciens français sont les plus hautes d'Europe aussi. Alors, ça coûte une fortune au producteur. » (un manager).

Suit l'argument selon lequel le producteur investit un coût fixe important et est soumis au risque d'échec, alors que le musicien bénéficie d'un gain assuré :

« Il y a vingt chansons qui sont produites pour une qui marche. Et le musicien, il a son argent ! (...) Et après, c'est normal que le producteur amortisse au maximum sa chanson. Et si il a la chance de faire un clip - un clip ça coûte une fortune - il va pas en plus repayer les musiciens ! Et après, il fait comment ? Il va appeler les musiciens ? Le mec est en tournée, il n'est pas là, il bloque tout ? » (un manager).

« Je conteste l'abus de droit [de la part des musiciens], ils demandent des droits de suite systématique sur toutes les exploitations. Ils ont une rémunération pour l'exploitation d'un phonogramme, basta ! » (un éditeur).

Les procès se sont multipliés. Les tribunaux, considérant que l'intégration à un vidéogramme d'une interprétation musicale fixée sur un phonogramme constitue une reproduction au sens de l'article L 122-3 du CPI, donnent le plus souvent raison aux musiciens. La lourdeur de la condamnation infligée aux producteurs a cependant diminué régulièrement.

« Les juges ont reconnu qu'il y avait un droit d'autoriser et d'interdire et que ce droit n'avait pas été requis des artistes et que donc cela justifiait

un dédommagement. (...) Au début, on a eu des condamnations fortes, de l'ordre de 100 000 F. Aujourd'hui on est à des condamnations qui tournent autour de 10 à 15 000 F pour le même objet. Je pense que les tribunaux en ont ras le bol de voir arriver ce problème (...). Au début, le SNAM et la SPEDIDAM recevaient tous les deux des dommages et intérêts qui représentaient à peu près 100 000 F. En bout de course, ils ont 1 F de dommages et intérêts dans les derniers contentieux. Donc on est passé au début à 100 000 F de dommages et intérêts pour les artistes et 100 000 F pour la profession, a aujourd'hui 10 000 F pour les artistes et 1 F pour la profession. Ces décisions sont toutes frappées d'appel. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

Les producteurs sont aujourd'hui plus vigilants à se faire céder les droits des musiciens sur les exploitations secondaires. Toutefois, de l'avis des représentants des musiciens, les producteurs - bénéficiant d'un rapport de force favorable étant donné leur capacité à mettre en concurrence les musiciens exécutants - obtiendraient cette cession en contrepartie de sommes dérisoires⁵³.

« On a été obligé d'intervenir en justice, après avoir tenté toutes les solutions amiables. Ils ont été condamnés à plusieurs reprises, et ils le sont encore. A partir de ce moment-là, ils n'ont plus voulu accepter le système où il n'y a qu'un seul type d'utilisation qui est autorisé, ils leur font signer des contrats dans lesquels les musiciens-interprètes cèdent tous leurs droits. (...) La loi n'interdit pas qu'un artiste-interprète cède ses droits à un producteur. Par contre, ils n'en ont pas le droit si c'est sous la pression de chantage au travail. (...) On a eu beaucoup de problèmes ces deux dernières années, avec des cas où les maisons de disques, en particulier les majors, disent aux artistes-interprètes : "ben mon gars, si tu ne signes pas ça, tu ne fais pas la séance". (...) On a eu des producteurs qui ont refusé de payer les salaires de gens qui avaient déjà enregistré, parce qu'ils n'acceptaient pas de céder leurs droits. (...) On a eu des séances d'enregistrement qui ont été annulées au dernier moment pour être réalisées à Londres ou à Bruxelles parce que les artistes-interprètes refusaient de céder leurs droits. Il y a des choses d'une violence "sociale" inouïe là-dessus. C'est un conflit très dur. » (un représentant des musiciens exécutants).

Afin de contrer ces pratiques, et défendre les intérêts des musiciens, la SPEDIDAM a procédé en 1995 à une réforme statutaire, au terme de laquelle les musiciens adhérents ne donnent plus simplement mandat à la SPEDIDAM de défendre et de gérer leurs droits voisins, mais font apport de leurs droits à la société civile. Ces

⁵³ Il s'agit d'ailleurs souvent d'un découpage de ce qui était auparavant le cachet pour une seule destination.

derniers ne sont donc plus théoriquement cessibles directement par le musicien au producteur, et seule la SPEDIDAM serait en mesure de liciter l'utilisation secondaire des prestations de ses membres incorporée dans les enregistrements, selon des tarifs déterminés (de façon conventionnelle ou unilatérale).

« Avant, on était sous le régime du mandat. Maintenant, on est sous le régime d'apport, comme en matière de droits d'auteur [pour 5 ans]. Quand on a vu que la situation se détériorait, on a modifié nos statuts. Maintenant, un artiste-interprète qui adhère à la société fait apport de ses droits sur les utilisations secondaires. Ça veut dire que si il est obligé de céder ses droits, il cède des droits qui sont indisponibles. » (un représentant des musiciens exécutants).

Cette initiative de la SPEDIDAM, revenant à faire basculer dans un régime d'apport la gestion collective le droit des artistes-interprètes d'autoriser ou d'interdire la reproduction - qui inspire une réflexion au sein de l'ADAMI sur l'opportunité de procéder à une réforme statutaire similaire - a rencontré une vive opposition de la part des producteurs qui préfèrent passer un contrat direct avec les musiciens.

« Je continue de penser que le corollaire indispensable à l'exercice de ce droit exclusif est celui qu'ont trouvé les auteurs : la gestion collective. C'est précisément ce que les producteurs ne veulent surtout pas : que la gestion collective s'immisce dans le contractuel. Ils préfèrent réaliser leurs petites combines habituelles : signer des contrats scandaleux avec les artistes-interprètes en utilisant le rapport de force, prétendant qu'eux-mêmes font les investissements. Ils sont producteurs. Et le profit c'est qui ? Ils vous expliquent que parce qu'ils font les investissements ils ont droit à tout, et après on leur dit : mais le profit, vous le partagez avec qui ? Ah non, là pas question. (...) Mais sans artistes-interprètes, sans auteurs, ils font quoi ces gens là ? » (un représentant des artistes-interprètes "étiquettes").

« Moi, si demain la SPEDIDAM veut avoir un mandat de gestion des droits voisins, je n'ai pas de problème. C'est même plus simple pour moi, je paie directement à la SPEDIDAM ! On est d'accord là-dessus. Mais ce qu'on accepte pas, c'est que la SPEDIDAM tout à coup soit propriétaire des ces fameux droits. On est dans une logique exactement comme si Peugeot fabrique une voiture et à chaque fois qu'il veut utiliser la voiture il faut demander à l'ouvrier qui a mis le 18ème boulon l'autorisation de l'utiliser ! C'est insupportable ! » (un producteur).

Dans la pratique, très peu de producteurs s'adressent à la SPEDIDAM pour obtenir les droits des musiciens. Pour contourner les problèmes contractuels qui les opposent aux musiciens, certains producteurs "délocaliseraient" la réalisation des enregistrements vers des pays où les revendications des musiciens seraient moins virulentes.

« Vous savez ce qui va arriver si on n'arrive pas à un accord avec les musiciens ? Les musiciens il y en a partout... (...) La Belgique, c'est pas loin... » (un producteur).

Souvent mis en avant⁵⁴, ce phénomène de délocalisation des enregistrements n'a pas fait l'objet d'une véritable évaluation. S'il paraît difficilement contestable pour ce qui est de la musique classique⁵⁵, la réalisation d'enregistrements à l'étranger dans le domaine de la variété peut aussi répondre à des préoccupations artistiques (considérations relatives à la spécificité musicale des artistes locaux, au "son" étranger...) ou plus simplement à des motifs ordinaires de coûts comparés des tarifs de studio et de rémunérations des musiciens. Il semble que très peu de cas de délocalisation soient uniquement motivés par le souci de contourner la question de la cession des droits des artistes-interprètes. Il est ainsi difficile de faire la part des choses entre les pratiques effectives (et leurs motivations réelles) et les arguments mis en avant par les uns ou les autres pour renforcer leur pouvoir de négociation.

Certains producteurs jouent le jeu et négocient les droits en direct avec la SPEDIDAM. L'un d'entre eux, que nous avons rencontré, prétend avoir dû renoncer au quatuor à cordes figurant sur un enregistrement original au profit d'un son échantillonné joué au synthétiseur pour la version vidéo afin d'économiser les 40 000 F de droits demandés par la SPEDIDAM⁵⁶.

⁵⁴ Voir, par exemple, Castagnac [1996].

⁵⁵ *« Il n'y a quasiment plus d'enregistrements de classique en France, on délocalise. Voilà un secteur qui est totalement sinistré dans ce domaine. C'est la conséquence de la politique des syndicats. »* (un représentant des producteurs).

⁵⁶ Après consultation de la SPEDIDAM, le tarif demandé pour un quatuor dans le cadre de la production d'une vidéomusique ne serait que de 10 608 F.

Les organisations de producteurs semblent disposé à reconnaître aux artistes-interprètes le principe d'une rémunération proportionnelle pour les utilisations secondaires, à condition toutefois de revenir sur le régime d'apport mis en place par la SPEDIDAM. A l'heure qu'il est, cette proposition des producteurs n'a pas recueilli l'approbation des représentants des musiciens.

« Sur le plan économique, les désaccords ont pratiquement disparu. Il reste une position - dogmatique pour nous - de la SPEDIDAM ou du SNAM, qui fait qu'effectivement la SPEDIDAM demande des choses qui n'existent nulle part dans le monde en termes de rapports entre les musiciens et les producteurs. Donc bien sûr les producteurs refusent. (...) Nous recherchons la sécurité juridique et le fait que c'est bien le musicien et pas une société qui donne l'autorisation d'enregistrer. » (un représentant des producteurs).

III.6. Les relations auteurs - éditeurs - producteurs / producteurs audiovisuels

Les producteurs d'oeuvres audiovisuelles sont d'importants consommateurs de musique, que ce soit pour la sonorisation des génériques ou pour l'illustration musicale des images. Une grande diversité de situations et de relations contractuelles sont possibles, mais les pratiques dans ce domaine sont relativement normalisées et les conflits peu fréquents.

Le producteur d'une oeuvre audiovisuelle dispose en gros de trois moyens de se procurer la musique dont il a besoin pour sonoriser son oeuvre : la commande d'une musique originale, l'utilisation de phonogrammes du commerce, et le recours aux services des "librairies musicales".

Dans le cas d'une musique originale, le producteur de l'oeuvre audiovisuelle signe un contrat de commande avec un auteur. Ce contrat inclut la cession des droits nécessaires à l'exploitation du film. L'auteur est rémunéré par les droits d'auteur que générera l'exploitation du programme audiovisuel, auxquels peut venir s'ajouter une "prime d'inédit" ou une avance non remboursable, dont le montant dépend du rapport de force entre les contractants. Les frais d'enregistrement sont fréquemment pris en charge par l'éditeur de l'auteur. Il arrive toutefois que la production de la bande son soit prise en charge par le producteur de l'oeuvre

audiovisuelle. Ce dernier peut alors être admis à la SACEM comme éditeur de musique et percevoir ainsi la part éditoriale.

Lorsqu'un producteur audiovisuel souhaite utiliser un oeuvre enregistrée sur un phonogramme du commerce, il doit veiller à obtenir l'autorisation des différents ayants droit. Pour ce qui est du couple auteur-éditeur, le producteur audiovisuel s'adresse à la SACEM-SDRM. L'utilisation d'une musique à des fins de sonorisation étant considérée comme une adaptation - relevant de ce fait du droit moral de l'auteur - la SACEM ne peut délivrer l'autorisation sans avoir effectué une consultation préalable de l'auteur ou de l'éditeur, même lorsque ces derniers lui ont fait apport de leurs droits d'adaptation audiovisuelle. La SDRM et la CSEM ont fixé des barèmes minima pour chaque catégories d'utilisation audiovisuelle (long métrage, court métrage, "art et essai"...), mais les tarifs effectifs sont très variables en fonction de la notoriété de l'oeuvre musicale. A ce droit d'adaptation payé par le producteur de l'oeuvre audiovisuelle, s'ajouteront pour l'auteur et l'éditeur les droits d'auteur - droit de reproduction mécanique versé par le producteur audiovisuel à la SDRM ainsi que l'ensemble des droits que générera l'exploitation du programme (versés par les diffuseurs).

Mais, dans le cas de l'utilisation d'une oeuvre fixée sur un phonogramme du commerce, le producteur audiovisuel doit également négocier le droit d'utiliser l'enregistrement auprès du producteur phonographique ("droit de master use"). Les tarifs sont fixés de gré à gré. Ils sont extrêmement variables aussi bien quant à leur niveau que relativement aux modalités de calcul (tarif forfaitaire, tarif proportionnel aux recettes de l'oeuvre audiovisuelle, système mixte...).

« Si le prix exigé est trop élevé, le producteur de l'oeuvre audiovisuelle préférera engager des musiciens pour réenregistrer la partition. »⁵⁷

La loi de 1985 reconnaissant un droit exclusif aux artistes-interprètes pour les utilisations de l'enregistrement de leurs prestations, le producteur d'une oeuvre audiovisuelle doit également obtenir leur autorisation. A l'heure actuelle, la pratique la plus courante consiste à obtenir cette autorisation par l'intermédiaire du producteur du phonogramme. On retrouve ici le conflit entre les producteurs et

⁵⁷ Ridder [1994], p. 43.

les artistes-interprètes. Les producteurs prétendent avoir obtenu la cession de ce droit par le contrat d'artiste et les contrats de séance. La modification des statuts de la SPEDIDAM (ses adhérents lui font désormais apport de leur droit d'autoriser ou d'interdire) impliquerait normalement que l'autorisation soit délivrée par la société civile qui appliquerait alors des tarifs prédéfinis (de manière unilatérale, en l'absence d'un accord avec les producteurs audiovisuels). Les barèmes sont définis en fonction du nombre de musiciens, de la durée, du type d'utilisation... Les demandes directement adressées à la SPEDIDAM par les producteurs d'oeuvres audiovisuelles sont aujourd'hui tout à fait minoritaires.

« Les producteurs audiovisuels vont d'abord voir les producteurs. Les producteurs phonographiques leur disent, "surtout n'allez pas voir la SPEDIDAM" (...). Certains producteurs vont même jusqu'à dire, "si vous allez voir la SPEDIDAM, moi je ne vous donnerai pas l'autorisation". C'est la guerre, ce n'est pas du gentil voisinage ! » (un représentant des artistes-interprètes exécutants).

L'ADAMI étudie actuellement la possibilité de modifier à son tour ses statuts afin de jouer un rôle similaire dans la cession des droits des artistes-interprètes "étiquettes".

Au total, l'addition peut se révéler douloureuse. L'utilisation d'un enregistrement préexistant pour une campagne de publicité télévisée peut coûter jusqu'à 1 MF pour une année.

La troisième possibilité offerte au producteur audiovisuel, beaucoup moins onéreuse, est le recours aux librairies musicales. Les sociétés spécialisées dans la librairie musicale produisent des CD, généralement thématiques, qu'elles adressent ou mettent à disposition des utilisateurs potentiels. Ces phonogrammes étant dès l'origine produits pour la sonorisation, l'utilisation des oeuvres qu'ils contiennent ne réclame pas de déposer une demande d'autorisation à la SACEM-SDRM. Le producteur audiovisuel négocie avec la librairie musicale un droit d'utilisation du master. Les tarifs sont relativement faibles, la majeure partie des revenus des librairies musicales provenant de droits éditoriaux. Par exemple, le droit d'utiliser un enregistrement pour une campagne publicitaire se négocie généralement entre 15 000 et 30 000 F pour une année. Afin d'alléger les coûts de transaction, les sociétés d'illustration musicale ont fixé, dans le cadre de la CSEM,

un tarif forfaitaire de référence pour les producteurs audiovisuels d'entreprise (4,30 F la seconde)⁵⁸. Comme pour le cas de l'utilisation d'un phonogramme ordinaire, le producteur audiovisuel doit s'acquitter d'un droit de reproduction mécanique auprès de la SDRM.

III.7. Les relations producteurs / diffuseurs

III.7.1. Licence légale ou droit exclusif ?

La loi de 1985, en établissant le régime de la licence légale pour la radiodiffusion des oeuvres musicales, a sensiblement limité le champ des relations contractuelles directes entre les producteurs phonographiques d'une part et les radios et télévisions d'autre part. En effet, la loi précise que radios et télévisions peuvent librement (sans demander l'autorisation aux producteurs) diffuser des phonogrammes du commerce, en contrepartie du paiement de la "rémunération équitable".

Concernant les radios, l'application de ce principe ne souffre d'aucune ambiguïté, même si l'application de la loi a longtemps été entravée par des conflits sur le niveau de la rémunération équitable (voir les relations diffuseurs - sociétés de gestion collective).

Des problèmes aigus sont par contre apparus du côté des télévisions, en raison de l'existence d'une certaine ambiguïté des textes.

« C'est une loi de compromis. Elle a des imperfections dans sa rédaction. Les litiges sont nombreux, parce que les pouvoirs publics sont d'une grande lâcheté. Quand on dit au ministère de la Culture : "mais ce texte n'est pas clair", là on voit une attitude fuyante, peu coopérative. Les fonctionnaires en question ont toujours peur de se faire taper sur les doigts, donc ils disent : "surtout, ne nous en mêlons pas car tôt ou tard, ça nous retombera dessus". » (un responsable d'une chaîne de télévision).

⁵⁸ Le producteur de l'oeuvre audiovisuelle n'entre alors pas en relation directe avec la librairie musicale. Il extrait directement l'oeuvre choisie du CD reçu de la librairie musicale, envoie un formulaire à la SRDM qui en adresse une copie à l'éditeur afin que ce dernier puisse procéder à la facturation.

La principale source de conflit réside dans l'ambiguïté relative au champ de la licence légale. Les acteurs de la filière sont partagés sur le point de savoir si une séquence sonore intégrée dans une oeuvre audiovisuelle diffusée par une chaîne de télévision doit être considérée ou non comme un phonogramme du commerce, et entrer à ce titre dans le champ de la licence légale et dans l'assiette du calcul de la rémunération équitable. Les producteurs défendent une lecture étroite de ce champ dans la loi et réclament - au nom d'un "droit de synchronisation" absent de la législation française - que les chaînes demandent les autorisations au coup par coup.

« Les producteurs vous disent : "quand vous lisez bien la loi, elle parle de l'utilisation de phonogrammes en radiotélévision et non de leur reproduction". » (un représentant d'une chaîne de télévision).

Les producteurs admettent que le régime de la licence légale s'applique au besoin de "sonorisation dans l'urgence" des chaînes de télévision, par exemple pour l'illustration d'un reportage où il paraît peu réaliste d'envisager que le responsable de la synchronisation attende d'obtenir l'autorisation des ayants droit avant de pouvoir utiliser une musique enregistrée. Cet argument "d'urgence" n'est plus valide, aux yeux des producteurs, lorsqu'il s'agit de sonoriser un générique d'émission ou une oeuvre audiovisuelle. Ils entendent, dans ces situations, faire prévaloir leur droit exclusif.

« Quand c'est une oeuvre audiovisuelle qui a une certaine pérennité ou un générique d'émission qui va se répéter sans arrêt, là on ne voit pas pourquoi ça serait de la rémunération équitable. Il n'y a pas de caractère d'urgence. En gros, la raison principale pour laquelle il y a la rémunération équitable, c'est parce qu'on pourrait demander au diffuseur de demander à chaque fois l'autorisation d'utiliser l'oeuvre. C'est trop difficile. Puisque la loi de 85 dit que le droit d'autoriser c'est la base et que le reste c'est une exception, quand l'exception n'est pas justifiée il n'y a pas d'exception. Ou alors la loi ment, le législateur a menti. S'il a voulu que la règle soit la licence légale et les droits autorisés l'exception, il fallait qu'il l'écrive. Il a écrit l'inverse et nous sommes donc dans cette logique. » (un représentant des producteurs).

« Pour les clips ou les films, on n'est pas dans l'hypothèse où c'est : "j'ai besoin de sonoriser tout de suite quelque chose et je n'ai pas le temps de demander l'autorisation". Pour un film ou un clip, les producteurs ont le temps de demander l'autorisation. Pour moi, la licence légale c'est : "je

suis sur la brèche, j'ai besoin de mettre de la musique". » (un producteur).

L'intérêt des producteurs dans la défense de cette position est double. Lorsqu'une forme d'exploitation d'un phonogramme entre dans le champ de la licence légale, la rémunération équitable - dont le montant est défini au terme de négociations entre les représentants des différentes parties - est collectée par la SPRE qui prélève un taux de gestion de l'ordre de 14%, et doit alors être partagée à 50-50 entre les producteurs et les interprètes. Lorsqu'une forme d'exploitation d'un phonogramme entre dans le champ du droit exclusif, les tarifs sont négociés de gré à gré - et les producteurs prétendent pouvoir obtenir davantage que la rémunération équitable - ; les sommes reversées aux interprètes par les producteurs (dans le cadre du contrat d'artiste ou du contrat de séance), en contrepartie de la cession de leur droit exclusif, sont généralement bien inférieures à 50% de la somme payée par le diffuseur et, si la transaction ne transite pas par une société civile de producteurs, cette somme n'est amputée d'aucun frais de gestion⁵⁹.

« Qu'est-ce que veulent les producteurs ? C'est donner les autorisations au coup par coup pour générer des rémunérations supplémentaires et puis surtout, ils veulent échapper au partage 50-50 avec les musiciens. » (un responsable de chaîne de télévision).

Cette lecture de la loi de 85 - à laquelle sont évidemment opposés les représentants des artistes-interprètes - est généralement contestée par les chaînes de télévision qui considèrent qu'elle vide de sa substance le principe de la licence légale, car dans la quasi-totalité des cas, la diffusion d'un phonogramme du commerce sur une chaîne de télévision implique une opération de reproduction.

« Evidemment, si vous enlevez la reproduction, vous enlevez tout, puisqu'en télévision il ne faut pas croire qu'il y a un type en régie qui pose un disque sur la platine et qui le fait passer. Tout cela est soit recopié sur bande, soit intégré dans des émissions qui sont elles-mêmes enregistrées. » (un responsable de chaîne de télévision).

⁵⁹ Dans le cas des vidéomusiques, les recettes transitent par la SSCP qui ne prélève que 2% de frais de gestion.

La position des chaînes de télévision est sous-tendue par le souci d'une part de limiter les coûts de transaction en s'épargnant de devoir passer contrat à chaque utilisation d'un phonogramme, et d'autre part d'éviter le risque de s'exposer au pouvoir de négociation des majors dans l'hypothèse d'une contractualisation directe.

« Nous, là-dessus, on est en accord avec les artistes, parce qu'on a intérêt à la rémunération équitable, parce qu'on a une certitude, on ne va pas s'amuser à renégocier chaque disque ! (...) Les producteurs veulent pouvoir se réserver, maison de production par maison de production, le droit d'accorder ou de ne pas accorder et pouvoir dire par exemple : "moi, je ne donne mon accord que pour TF1, ou pour M6". Il peut y avoir des accords qui peuvent nous priver de l'utilisation des oeuvres - ce qui serait d'ailleurs assez choquant puisque les auteurs en seraient victime sans avoir leur mot à dire. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

Certaines chaînes de télévision font actuellement l'objet de poursuites de la part de producteurs pour avoir utilisé sans demande d'autorisation préalable un phonogramme du commerce pour sonoriser un générique ou un spot d'auto-promotion.

Des litiges du même type se produisent ponctuellement avec des éditeurs ou des auteurs qui revendiquent un "droit de synchronisation" pour l'utilisation de leurs oeuvres à des fins de sonorisation. Les chaînes de télévision mettent alors en avant l'autorisation de droit de reproduction mécanique que délivre la SACEM.

« On a une autorisation de type droit de reproduction mécanique que nous donne la SACEM. Cette autorisation est générale. Si on commence à nous dire : "il y a des exceptions à cette autorisation", moi je retourne voir la SACEM et je lui dis : "vous n'êtes pas représentative comme vous prétendez l'être, donc nous ne devons pas payer ce que nous payons actuellement". » (un responsable de chaîne de télévision).

Le droit moral de l'auteur peut alors se révéler être un moyen de pression efficace dans la mesure où l'utilisation d'une oeuvre à des fins de sonorisation est juridiquement considérée comme une adaptation. Ce pouvoir que le droit moral donne à l'auteur revient à affaiblir la portée des contrats de "sonorisation" que la SACEM passe avec chaque chaîne de télévision.

« Si on avait des problèmes de droit moral d'auteur, à ce moment-là la SACEM ne serait pas fondée à nous autoriser quoi que se soit. On ne pourrait plus avoir de contrat de sonorisation avec la SACEM. Si ce n'est que du droit moral, ce n'est que de l'adaptation, si ce n'est que de l'adaptation, la SACEM ne peut pas être mandatée pour régler ce problème. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

III.7.2. La dépendance réciproque des producteurs et des diffuseurs

Les relations entre les producteurs et les diffuseurs (principalement ici les radios et les télévisions) sont marquées par une situation de dépendance réciproque : les média constituent un élément déterminant de "l'accès au public" pour les producteurs (voir deuxième partie), que ce soit par la diffusion des phonogrammes ou par les campagnes de publicité. Symétriquement, la musique est un élément très important (plus pour la radio que pour la télévision) de la programmation des diffuseurs. Cette dépendance réciproque est à l'origine de relations complexes faites de coopération et de jeux de pouvoir. Un certain nombre de "règles du jeu" implicites semblent avoir réussi à stabiliser les relations et à minimiser les conflits. Mais ces derniers menacent régulièrement de se déclarer, à la faveur de l'évolution du cadre législatif ou à la suite d'initiatives stratégiques de l'une ou l'autre des parties tendant à modifier les frontières de sa position dans la filière (coédition).

Les producteurs de phonogrammes ont un besoin vital de la programmation de leurs produits par les média afin d'en faire connaître l'existence et d'assurer leur promotion. La radio et, dans une moindre mesure, la télévision sont de loin les principales vitrines de la production phonographique. Les maisons de disques consentent logiquement des efforts très importants afin de favoriser la programmation de leurs produits dans les média. L'action des producteurs vis-à-vis des programmeurs consiste dans l'expédition des nouveautés, dans la présentation des produits, par un contact direct et régulier par les attachés de presse... Etant donnée la profusion de la production phonographique, le rôle de l'attaché de presse est essentiel, également du point de vue des programmeurs.

« On passe notre temps à dire que les attachés de presse sont indispensables. Vu tout ce qu'on reçoit, on ne peut pas faire le tri de tout, on ne peut pas tout écouter correctement. L'attaché de presse nous dit : "réécoute ça, c'est vraiment bien". Quand le mec est crédible,

effectivement on lui fait confiance et on réécoute. C'est arrivé plusieurs fois que l'on passe complètement au travers de certaines choses et que le mec, par son boulot, nous force à réécouter et nous fasse admettre que c'est bien. » (un responsable de radio).

Producteurs et diffuseurs sont unanimes à nier que la programmation d'un titre puisse "s'acheter" par le producteur (directement ou par l'intermédiaire de l'achat d'espace publicitaire), même si certains reconnaissent que cela a pu se faire dans le passé.

« A la question : "faut-il faire des chèques pour passer à la radio ?", la réponse est non. Et pourtant, ça m'arrangerait, ce serait plus simple. (...) Les radios ont été suffisamment intelligentes pour comprendre qu'elles n'avaient pas intérêt à mélanger passage de disques et vente d'espaces. » (un producteur).

« Il y a eu une tentation à un certain moment où c'était : "je te passe si il y a une campagne". Mais ça s'est assez vite calmé, parce que tout le monde s'est vite rendu compte que c'était intenable. » (un responsable de radio).

« La publicité n'interfère pas du tout du tout avec notre politique de programmation. (...) Ma logique commerciale à moi, elle n'est pas du tout dans la vente d'albums. Je ne vais pas mettre quelque chose à l'antenne alors que ce n'est pas approprié, parce que c'est le moment choisi par quelqu'un qui vend un produit de le mettre en magasin et de l'exposer en pub. (...) Il nous est arrivé de ne pas passer de clips de Johnny Halliday. Pourtant Johnny Halliday est l'artiste phare de Polygram [un des premiers annonceurs de la chaîne]. On ne peut pas imaginer provoquer plus de courroux de la part de Polygram qu'en refusant de passer un clip de Johnny Halliday. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

L'absence de telles pratiques résulterait moins du respect de principes déontologiques que de la bonne compréhension par les média de leur intérêt économique. En effet, ces derniers, et en particulier les radios commerciales, sont soumis à une concurrence sévère et à la forte propension des auditeurs à zapper d'une station à l'autre. Chaque radio a ainsi défini un positionnement marketing spécifique auquel est scrupuleusement soumise la programmation musicale. L'utilisation régulière de sondages et autres panels, ainsi que les retours directs par le standard permettent aux programmeurs de connaître en temps réel la réaction des auditeurs à chaque titre diffusé et d'ajuster ainsi de manière très

précise la grille de programmation. La programmation musicale obéit ainsi à une logique de demande, qui laisserait très peu de place à la pression des producteurs.

Producteurs et diffuseurs coopèrent régulièrement dans le cadre d'opérations commerciales. Par exemple, il est fréquent qu'un producteur de phonogrammes inscrivent le logo d'une radio FM sur un spot publicitaire télévisé en contrepartie d'espaces de publicité pour le disque sur l'antenne de la radio. Certaines chaînes de télévision pratiquent la "co-exploitation" avec des producteurs phonographiques : la chaîne offre au producteur des espaces à tarif privilégié en contrepartie d'un intéressement sur la marge réalisée sur la vente des disques durant un certain laps de temps. Cette pratique de la co-exploitation - qui s'applique principalement aux "best of", est quelquefois perçue par les producteurs comme une pression exercée par les diffuseurs. D'autres y voient un moyen de limiter investissements et risques.

« Les producteurs disent : "avec ce système-là, vous allez nous obliger à tout coéditer avec vous, sinon ça ne passera pas". Ce n'est pas la réalité aujourd'hui, mais c'est un risque vu de leur côté. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

« Pour l'instant, moi je n'ai pas observé que certains se soient plaints de tout ça, peut-être parce que ce qui a été fait l'a été raisonnablement. Tout peut être critiqué en théorie, il faut voir en pratique si oui ou non il y a eu abus. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

« Les espaces ont tendance à être de plus en plus chers, les chaînes demandent des co-exploitations, des coproductions, des ristournes, des machins sur les ventes de disques... » (un éditeur).

« La co-exploitation, c'est un moyen d'achat publicitaire. (...) C'est un moyen de prendre moins de risque sur l'achat d'espace. Et d'ailleurs, on est rarement en co-exploitation avec des chaînes de télé sur des trucs qui cartonnent. On le fait sur des projets qui sont entre deux eaux. » (un producteur).

La pratique, dans le passé, de la "coédition" par certains diffuseurs a beaucoup ému l'industrie phonographique. La coédition consiste pour le diffuseur à coéditer (et quelquefois à coproduire) une oeuvre musicale, destinée à être ensuite programmée de manière privilégiée. Par le biais des droits éditoriaux, le diffuseur est ainsi directement intéressé au succès du disque qu'il a activement contribué à

promouvoir, et récupère une partie des droits d'auteur versés en tant que diffuseur.

Les radios périphériques ont régulièrement pratiqué la coédition dans les années 80. De l'avis général, ces pratiques seraient aujourd'hui exceptionnelles, moins pour des motifs déontologiques que parce que la formule n'a pas fait la preuve de sa pertinence économique pour le diffuseur qui se voit ainsi engagé, très en amont de la mise sur le marché, dans une politique de programmation qui peut se révéler néfaste à son audience.

« Le principe de la coédition, c'est d'être au démarrage de la chaîne. (...) La logique est que vous êtes obligé ensuite de diffuser le titre coproduit. Seulement, 3 fois sur 4 - quand ce n'est pas 9 fois sur 10 - le titre est mauvais. Donc, résultat, ce que vous passez à l'antenne, ce n'est pas bon. Comme c'est pas bon, vous perdez de l'audience... C'est pour ça que la coédition ne fonctionne pas en France. Ce n'est pas par grandeur d'âme... » (un responsable de radio).

« Ca ne se fait plus. Il y a eu un coup de balai là dessus. C'est terminé. » (un producteur).

Si la coédition semble aujourd'hui dépassée, plusieurs chaînes de télévision ont récemment entrepris des incursions dans le champ de la production phonographique (et, par la même occasion, dans celui de l'édition), par le biais de filiales spécifiques (M6 Interaction, Une Musique, France Télévision Distribution). Ces incursions sont pour l'instant principalement provoquées par le désir d'accompagner les premiers pas dans la chanson de personnalités dont la notoriété a été acquise dans le cadre de la chaîne (par exemple, Vanessa Demouy sur M6), ou de valoriser, par la commercialisation d'un album, une émission de variété. Ces pratiques, encore relativement marginales, ne manquent pas d'inquiéter l'industrie phonographique (même si plusieurs maisons de disques ont travaillé en partenariat avec des chaînes de télévision sur de tels produits), la position de force dont dispose la chaîne vis-à-vis des artistes "maison" et l'accès privilégié à l'antenne pour ces productions constituant manifestement un avantage concurrentiel important pour les "diffuseurs-producteurs".

III.8. Les relations producteurs / distributeurs

Un producteur de phonogrammes dispose en théorie de quatre possibilités pour amener sa production dans les bacs des points de vente⁶⁰.

- Il dispose de son propre appareil de distribution et intègre cette phase de mise à disposition du commerce de détail. Seuls les majors et quelques rares indépendants sont dans cette situation "d'autosuffisance".
- Le producteur signe un contrat de licence avec une maison de disques/distributeur. Le rôle du producteur s'arrête alors à la production de l'enregistrement. La maison de disques/distributeur bénéficiaire du contrat de licence est investie du droit d'exploiter le master et prend à sa charge la production des supports, la promotion et la distribution. Le producteur du master est rémunéré par un pourcentage des recettes provenant de l'exploitation du disque, avec un avance à la signature. Le taux et le montant de l'avance sont négociés librement et dépendent de l'étendue des droits cédés, de l'intensité de l'éventuelle participation du producteur aux dépenses de promotion et, bien sûr du rapport de force qui dépend de la qualité de l'artiste, de la puissance respective de chacune des parties... Les taux généralement observés s'étalonnent entre 17 à 25% pour le producteur du master et les avances entre 20 000 et 50 000 F pour un single d'artiste débutant et 50 000 à 100 000 F pour un album⁶¹. Les droit voisins sont généralement répartis à 50-50. Lorsque le contrat de licence ne porte plus sur un disque mais sur l'ensemble d'un catalogue, il s'agit d'un "label deal". Les disques sont alors généralement commercialisés sous la marque du producteur du master.
- Le producteur peut signer un contrat de licence avec un label qui, n'étant pas lui-même distributeur, est en contrat de licence (ou de distribution) avec un producteur intégré ou un distributeur.

⁶⁰ Lefeuvre [1994], p. 124-125.

⁶¹ Lefeuvre [1994], p. 122.

- Le producteur peut enfin passer un contrat de distribution avec un producteur intégré ou un distributeur indépendant. Le contrat de distribution se distingue du contrat de licence par le fait que c'est le producteur du master qui assure la production du support et la promotion du disque auprès des média. Le distributeur ne prend en charge que la distribution physique du support vers les points de vente et la promotion du disque auprès du commerce de détail (mobilisation des disquaires par les représentants, mise en place des produits, feuilles de nouveautés...). Le pourcentage des recettes revenant au producteur (là encore négocié de gré à gré) est bien entendu supérieur à celui qui prévaut dans les contrats de licence du fait du moindre engagement du distributeur. Ce pourcentage se situe généralement entre 60 et 65%. Un gros label très disputé peut obtenir jusqu'à 70%. Les majors, grâce à la taille de leur appareil de distribution (et au fait qu'il est déjà largement amorti par la diffusion des productions maison) offrent généralement des conditions plus favorables que les distributeurs indépendants (souvent autour de 65%). Les distributeurs indépendants concèdent généralement un taux de 60%, mais le renforcement du pouvoir de négociation du commerce de détail et la difficulté à se faire une place sur le marché les contraignent de plus en plus à s'approcher de 55%.

Les contrats de licence et de distribution sont très nombreux dans la filière musicale étant donné le très petit nombre de producteurs disposant de la surface leur permettant d'intégrer chacun des étapes allant de l'enregistrement à la mise en bacs. Ces contrats, conclus pour des durées déterminées, sont souvent très "volatils", les disques et les catalogues passant d'un distributeur à un autre avec une importante fréquence. Ces contrats sont particulièrement nombreux dans le cadre des relations internationales, y compris au sein du réseau des majors, comme en témoigne le foisonnement des négociations ("deals") au cours du MIDEM.

Les petits producteurs indépendants éprouvent de plus en plus de difficultés à se faire distribuer. Nous reviendrons dans la deuxième partie sur le goulet d'étranglement que constitue la distribution pour accéder au public.

III.9. Les relations producteurs / sociétés de gestion collective

Les producteurs entretiennent des relations avec les sociétés de gestion collective en tant qu'exploitants d'oeuvres musicales et en tant que titulaires de droits voisins.

Les producteurs assurent la "fixation" d'oeuvres musicales sur des phonogrammes en vue de leur commercialisation. A ce titre, ils doivent s'acquitter des droits de reproduction mécanique auprès de la SDRM. Les ayants droit (auteurs et éditeurs) ayant fait apport de leur droit exclusif d'autoriser ou d'interdire à la SACEM, le producteur n'a théoriquement pas à obtenir leur autorisation pour procéder à la fixation sur un support phonographique. Il lui suffit d'effectuer auprès de la SRDM une déclaration des titres et des ayants droit originaux et de s'acquitter du paiement des droits correspondants. En contrepartie, la SDRM délivre l'autorisation indispensable pour que l'industriel assurant la fabrication du support puisse entreprendre le pressage.

Le producteur est cependant tenu d'effectuer une demande d'autorisation aux ayants droit lorsqu'il s'agit d'intégrer l'oeuvre à un "meddley" ou de procéder à une adaptation (ou même les simples traductions de paroles).

« Il vaut toujours mieux, pour se protéger, demander l'autorisation. (...) Il y a des groupes d'interprètes, qui sont auteurs-compositeurs de la chanson, qui ne veulent pas que leur chanson soit "dénaturée" par un autre artiste. » (un producteur).

Depuis plusieurs décennies, le tarif des droits de reproduction mécanique est défini au terme de négociations au niveau d'un ensemble de pays européens (dont la France, mais hors la Grande-Bretagne) entre le BIEM et l'IFPI. Le dernier contrat BIEM-IFPI avait fixé le taux à 9,306% du prix de gros public. Ce contrat est arrivé à expiration le 31 décembre 1996. Les partenaires n'ont pas réussi à se mettre d'accord sur un nouveau taux. L'accord a été prolongé une première fois jusqu'au 31 mars 1997 et, à ce jour, les négociations n'ont toujours pas abouti. Une diminution, même modeste de ce taux, peut avoir un impact non négligeable sur la rentabilité des producteurs. On comprend dans ces conditions leur virulence au cours des négociations, faisant valoir le niveau particulièrement élevé du taux

appliqué au sein de la zone BIEM comparativement à celui pratiqué dans d'autres grands pays industrialisés.

« On paie 10 fois trop aux auteurs. C'est un scandale ! On paie 9,306% dans la zone BIEM. C'est 6,5% en Angleterre. C'est 3,6% aux Etats-Unis⁶²... Je voudrais bien qu'on m'explique pourquoi la valeur d'une oeuvre devrait aller du simple au double selon le pays dans lequel vous trouvez. » (un producteur).

Pour soutenir leur position, les producteurs arguent du fait que, par nature mais aussi de par la concentration du secteur de l'édition phonographique, les droits de reproduction mécanique sont les moins coûteux à percevoir par les sociétés d'auteurs et génèrent des recettes conséquentes.

« C'est quand même nous qui représentons l'essentiel des revenus de la SACEM, et surtout des revenus les plus rentables. Les droits de reproduction mécanique, ça représente l'avantage de coûter pas cher à collecter. » (un producteur).

Les sociétés de perception des droits mécaniques ont d'ailleurs reconnu en partie la portée de l'argument en acceptant de conclure avec les majors des "contrats de centralisation". Au sein de la zone BIEM, les majors ont en effet obtenu la possibilité de centraliser leurs déclarations et leurs paiements auprès d'une société unique de perception en échange d'une réduction de tarif (ristourne de 2,5%) et du privilège de ne payer que sur les quantités vendues et non au moment du pressage⁶³. Un tel contrat de centralisation a été signé, par exemple, en 1993 entre Sony et la SDRM.

Les majors ont cependant le sentiment que ce qu'elles gagnent par les contrats de centralisation en tant que producteurs, elles le reperdent en tant qu'éditeurs par

⁶² En réalité, la situation est un peu plus compliquée aux Etats-Unis. Le montant des "royalties mécaniques" est fixé par le bureau US du copyright. Depuis le 1er janvier 1996, il est de 6,95 cents par composition ou de 1,3 cent par minute (le mode de calcul menant à la plus grande somme). Ces chiffres ont progressé sensiblement plus lentement que l'inflation (2 cents par composition en 1909, alors que le prix d'une carte postale timbrée est passé de 1 à 25 cents entre 1909 et 1996). Le montant des droits mécaniques a donc diminué aux Etats-Unis en dollars constants. (Copper et Woodbury [1997], p. 27).

⁶³ Les producteurs indépendants français, qui connaissent des taux de retour souvent importants, tentent eux aussi d'obtenir cette possibilité de ne payer les droits mécaniques que sur les ventes effectives.

l'application de taux de commission en cascades par l'ensemble des sociétés d'auteurs intervenant dans le circuit. Pour illustrer ce point, considérons le cas d'une major ayant conclu un contrat de centralisation avec la société d'auteurs allemande, la GEMA. Les droits de reproduction mécanique sont payés par la major en Allemagne pour l'ensemble de ses ventes dans la zone BIEM. C'est ainsi que les droits dus pour les ventes en France sont versés en Allemagne. La GEMA reverse ensuite les sommes correspondantes à la SACEM, mais prélève au passage son taux de perception. La SACEM distribue ensuite les fonds ainsi reçus aux ayants droit, en appliquant à son tour son taux de perception. Pour peu que l'auteur soit anglais, la SACEM transfère les droits vers la société d'auteurs anglaise qui prélèvera son taux avant de rémunérer l'auteur...

Etant donné qu'une grande partie des auteurs associés aux majors sont anglais, la tentation est grande de centraliser en Angleterre. La brèche a été ouverte en 1996 lorsque Polygram, abandonnant la STEMRA hollandaise, a négocié un contrat de centralisation avec la MCPS (la société d'auteur britannique spécialisée dans la perception des droits mécaniques) prévoyant un taux de perception très inférieur à celui pratiqué par les autres sociétés européennes (6% alors que la moyenne européenne est de 8,34%) et le versement direct par la société anglaise des droits des éditeurs anglo-américains à leurs sous-éditeurs européens.

« Un moment donné, on a dit : "on va arrêter les conneries !" Ce qu'on va faire maintenant, parce que la majorité de nos auteurs sont anglais, on va travailler directement avec la MCPS. » (un représentant de major).

Les sociétés de gestion collective risquaient donc de se voir privées d'un volume important de perceptions et de prélèvements pour frais de gestion risquant de remettre en cause l'économie d'ensemble de la perception des droits mécaniques. En représailles, la SACEM-SDRM a dénoncé le contrat de réciprocité qui la liait à la MCPS. Des négociations très serrées se sont engagées entre les majors et les sociétés d'auteurs européennes, aboutissant en janvier 1997 à "l'accord de Cannes"⁶⁴. Au terme de cet accord, les six majors ont accepté de renoncer à leur système de paiement direct en échange d'un engagement de la part des onze sociétés d'auteurs européennes signataires de réduire significativement leur taux

⁶⁴ Voir *Echanges*, N°76, avril 1997.

de prélèvement. Les sociétés européennes disposent de quatre ans pour ramener ce taux à 6%, ce qui exige de leur part un important effort de rationalisation. Les sociétés centralisatrices ne prélèveront que 1,10%.

« Soit la SACEM est plus efficace et est capable d'avoir des taux qui sont normaux, soit elle ne l'est pas et qu'ils aillent se faire foutre ! Et dans ce cas, il faut trouver d'autres systèmes. » (un représentant de major).

Cet épisode illustre à la fois l'intensité des conflits au sein de la filière musicale et la mouvance des points de convergence/divergence d'intérêt entre les acteurs de la filière. C'est ainsi que, dans cette affaire, les éditeurs (mais aussi les auteurs) se retrouvent à partager les objectifs et les intérêts des majors...

« Nous, éditeurs et auteurs, on va se trouver gagnants. On revient au système original de perception locale, mais du coup avec des délais de perception plus rapides et des commissions inférieures. Moi, je suis ravi du scénario. Finalement, ça fait une énorme pression sur les sociétés d'auteurs continentales. » (un éditeur).

Les relations qu'entretiennent les producteurs avec les sociétés civiles assurant la perception et la répartition de certaines catégories de leurs droits voisins sont naturellement moins conflictuelles.

La division de la profession entre les grands producteurs (et, en particulier, les majors) et des producteurs indépendants désireux de pouvoir exprimer leur différence s'est traduite par la création, à la suite de la loi de 1985, de deux sociétés civiles distinctes⁶⁵ (la SSCP et la SPPF) principalement chargées d'assurer la répartition de la rémunération équitable et de la rémunération pour copie privée. Rappelons que la perception de ces rémunérations est assurée d'une part par la SPRE, d'autre part par SORECOP et COPIE FRANCE.

Les producteurs ont décidé de recourir à la gestion collective pour la gestion des droits associés aux vidéo-clips, exploitant ainsi la possibilité qui leur était offerte

⁶⁵ *« L'indépendance d'esprit fait partie des traditions culturelles et politiques du pays. Il y a des producteurs qui ne veulent pas être dans la même société que celle des grosses multinationales, ils veulent être chez eux. Ceux qui ont cet état d'esprit et qui ont ce besoin sont à la SPPF ; ceux qui n'ont pas ce type de problème sont à la SSCP. »* (un représentant des producteurs).

par la loi de 1985 de négociier des "contrats généraux d'intérêt commun" (voir les relations producteurs / diffuseurs).

La répartition de la rémunération équitable obéit à des règles spécifiques pour chaque catégorie de diffuseurs. Elle est généralement fondée sur les diffusions et sur les ventes de phonogrammes. Toutefois, comme pour les musiciens, la précision de la répartition bute sur l'insuffisance des données transmises par les redevables. Ainsi, par exemple, Radio France ne transmet toujours pas de relevés exploitables. Si l'information provenant des réseaux FM et des radios périphériques est aujourd'hui satisfaisante, celle émanant des radios locales est très inégale... Cette difficulté à faire reposer la répartition sur des données fiables se traduit par un pourcentage de "non répartissable" qui, s'il diminue, reste important.

La répartition de la rémunération pour copie privée sonore est effectuée pour partie au prorata des ventes et de la durée des phonogrammes, et pour partie en fonction des diffusions.

III.10. Les relations diffuseurs / sociétés de gestion collective

Les diffuseurs sont en situation de payeurs vis-à-vis des sociétés de gestion collective. Lorsqu'elles diffusent des oeuvres musicales, les radios et les chaînes de télévision sont redevables de droits d'auteur versés à la SACEM-SDRM et de la rémunération équitable payée à la SPRE. Il est de l'intérêt économique des diffuseurs de lutter pour réduire au maximum ces versements. D'un côté, les diffuseurs se plaignent d'être considérés comme les "vaches à lait" de la filière musicale et l'exutoire des conflits entre les différents acteurs de la filière qui se traduisent par l'addition de droits. De leur côté, les ayants droit de la filière musicale mettent en avant le caractère comparativement peu onéreux de la musique comme matière première de la programmation des média.

« De mon point de vue, l'équilibre économique n'est pas respecté (...). On peut dire que depuis des années (peut-être les choses sont-elles en train de changer), l'industrie musicale a réussi à dégager des marges bénéficiaires supérieures à 10 %. C'est un secteur très prospère. Il y a beaucoup d'argent. Dans le même temps, le secteur de la radio dans son ensemble était à 0. Bien évidemment, la situation est plus contrastée en

ce qui concerne la radio, puisqu'elles sont beaucoup plus nombreuses. »
(un responsable de radio).

« Dites donc, sur NRJ, s'il fallait que les gens viennent chanter en direct, ça leur coûterait combien ? (...) La FM, elle a trouvé la bonne idée pour avoir le programme le moins cher (...). La richesse aujourd'hui des radios FM vient bien du fait qu'elles ont un programme qui ne leur coûte quasiment rien. » (un producteur).

« Quand vous êtes un industriel et que vous payez 2%, ce n'est pas cher pour la matière première, surtout pour ceux qui sont principalement des chaînes musicales. Si les profits de NRJ sont si élevés, c'est sans doute parce qu'il y a de bons gestionnaires à la tête de l'entreprise, mais c'est aussi parce que la matière première ne coûte pas cher. » (un représentant des producteurs).

L'entrée en vigueur de la loi de 1985 s'est heurtée pendant longtemps à la résistance des radios qui, contestant les montants (non définis par la loi) réclamés par la SPRE, ont été nombreuses à refuser de payer la rémunération équitable. Il a fallu de nombreux procès et, finalement, l'arbitrage de l'administration conduisant à une révision à la baisse des taux, pour que la situation se normalise en 1993-1994. Aujourd'hui, si le principe du paiement de la rémunération équitable n'est plus discuté par les grandes radios, des litiges subsistent sur les modalités de calcul de l'assiette et des abattements. Le taux officiel de la rémunération équitable est de 6% des recettes pour les radios périphériques et les radios FM et de 4,446% pour les radios du secteur public. A ces taux sont appliqués toute une série d'abattements ainsi qu'un "taux d'utilisation des phonogrammes" visant à rendre le versement des diffuseurs proportionnel à l'usage quantitatif qu'ils font de la musique. Après abattements, le taux effectif se situe entre 2 et 3% selon la taille des radios.

Un certain nombre de problèmes subsistent. D'une manière générale, les radios plaident pour une définition étroite de l'assiette de calcul de la rémunération équitable. Par exemple, elles réclament que ne soient pas comptabilisés les impayés, les recettes ne dégagant pas de bénéfice (comme les actions de soutien à la création), les recettes provenant des échanges publicitaires (espace contre espace)... Les radios locales associatives revendiquent une plus grande reconnaissance de leur spécificité pour obtenir un allègement de leurs

contributions⁶⁶. Certaines petites radios comprennent difficilement que la répartition de la rémunération équitable ne tienne pas compte (pour des raisons de coût de traitement en regard des sommes à distribuer) du détail de leur programmation et que leurs versements ne viennent pas directement rémunérer les artistes qu'ils ont programmés... A l'inverse, la SPRE se plaint de ce que certaines radios ont satellisé leurs recettes de publicité dans le cadre de régies, ce qui vide l'assiette servant au calcul de la rémunération équitable.

Les relations qu'entretiennent les télévisions avec la SPRE sont entachées du conflit portant sur la lecture de la loi de 1985 et l'étendue du champ de la licence légale.

« Personne n'est d'accord sur l'application des tarifs : ni les télés, ni les artistes, ni les producteurs. » (un responsable d'une société de gestion collective).

Confrontées à l'incertitude juridique qui résulte de ce conflit, les chaînes de télévision prennent la précaution d'acheter les programmes "tous droits cédés" (y compris au titre de la diffusion) avec la garantie du producteur. Partant, elles tendent à considérer qu'intégrer les oeuvres musicales incorporées à ces programmes (et en particulier aux vidéomusiques) dans le calcul de l'assiette de la rémunération équitable revient à leur faire payer deux fois les droits voisins. Un jugement en première instance a donné raison aux représentants des artistes-interprètes. Si ce jugement devait être confirmé, les contrats que les chaînes ont conclu avec la SCPP sur les vidéomusiques risquent de se trouver frappés de nullité et la SCPP contrainte de rembourser ce que les chaînes lui ont versé depuis dix ans...

Ainsi, si le taux de la rémunération équitable est peu discuté (2% des recettes), la position des différentes chaînes de télévision sur le taux d'utilisation des phonogrammes à déclarer est très variable.

⁶⁶ La SPRE a accepté des réductions significatives pour les radios locales ayant des coûts de programmation lourds en raison du contenu local de leur programmation (logique de soutien à la créativité).

« Nous, ce qu'on déclare à la SPRE, c'est uniquement les phonogrammes que l'on prend dans le commerce et qui nous servent à sonoriser. Quand je prends un disque, c'est du phonogramme et je le déclare à la SPRE. Quand je prends une cassette, je ne sais pas si il y a un phonogramme dedans, j'ai un produit complet (il n'y a pas d'images sans son), un vidéogramme, et donc moi je paie au producteur du vidéogramme. Dans la loi de 85, c'est bien deux régimes différents. Pour moi, ce n'est vraiment pas deux régimes qui se superposent. Quand vous achetez un film, vous ne payez pas en plus des droits au producteur du phonogramme. On paie pour la musique à la SACEM, mais on ne paie pas aux artistes. Le producteur qui a pris un disque pour faire un film, il a fait de la synchronisation, et il a payé pour toutes les utilisations . »
(un responsable d'une chaîne de télévision).

La SPRE, tiraillée entre les sociétés de producteurs et les sociétés d'artistes-interprètes, est dans une position ambiguë vis-à-vis des chaînes et se révèle dans l'incapacité d'engager des contentieux.

La SPRE a également connu des difficultés avec les discothèques dans la perception de la rémunération équitable et a dû se résigner à réviser ses tarifs à la baisse (principalement en jouant sur les abattements). Les réductions ont été particulièrement significatives à l'égard des discothèques acceptant les règles du jeu et payant dans les délais.

Les conflits initiaux et les discussions actuelles sur la définition des montants à payer par les diffuseurs révèlent la difficulté de fixer une base objective à la valeur de la rémunération équitable. Face à l'impossibilité de définir la "valeur économique" de la musique pour les diffuseurs, la définition des montants à payer repose fondamentalement sur une logique de rapports de force.

Les relations entre les diffuseurs et la SACEM-SDRM, sans doute parce qu'elles s'inscrivent dans une tradition plus longue, sont sensiblement moins problématiques. Les diffuseurs paient à la SACEM-SDRM des droits d'exécution ainsi que des droits de reproduction mécanique dès lors qu'il ne s'agit pas d'une prestation en directe d'un artiste (qu'il y ait ou non changement effectif de support).

Les montants de ces droits sont librement négociés dans le cadre de conventions entre les parties. A la différence des droits voisins, qui relèvent assez largement du

régime de la licence légale, les droits d'auteur sont des droits exclusifs. Le pouvoir de négociation de la SACEM est donc renforcé par sa faculté de licitation et d'ouvrir l'accès à son répertoire pour les diffuseurs, à la différence de la SPRE qui n'est pas en mesure de monnayer l'autorisation de diffuser des phonogrammes du commerce. Ce pouvoir de la SACEM l'expose à des attaques pour abus de position dominante, comme en témoigne l'épisode des discothèques (voir deuxième partie). Cette menace qui pèse sur la SACEM facilite la réalisation d'accords de compromis lors des négociations périodiques entre la SACEM et les différentes catégories de diffuseurs.

Le taux de prélèvement appliqué actuellement par la SACEM aux radios est de 6%. Comme pour la rémunération équitable, les modalités précises de calcul de l'assiette font l'objet de négociations. Le taux de base est de 5% pour les télévisions. La SACEM est en cours de négociation avec les opérateurs de télévision par satellite⁶⁷. Un accord a été signé en janvier 1997 avec Canal Satellite. Les chaînes à caractère généraliste paieront, au titre du droit de représentation et du droit de reproduction mécanique, un taux de 5% appliqué à leurs recettes publicitaires plus 1,25% au titre du droit mécanique sur les sommes reversées par Canal Satellite en contrepartie de la mise à disposition de leurs programmes. Canal Satellite, quant à lui, s'acquitte d'une redevance au titre du droit d'exécution publique sur la base de ses recettes d'abonnement. Des négociations du même type sont en cours avec TPS ainsi qu'avec les radios numériques par satellite.

Enfin, au terme d'un long contentieux, le tarif SACEM appliqué aux discothèques est depuis le 1er janvier 1994 de 4,39% des recettes HT pour les établissements qui remettent leur liasse fiscale et qui appartiennent à un groupement professionnel signataire d'un protocole d'accord avec la SACEM (le taux est majoré à 5,55% pour les autres).

⁶⁷ Desurmont [1997].

III.11. Les relations interprètes / sociétés de gestion collective

Comme nous venons de le voir, une part des revenus des artistes-interprètes est versée directement par le producteur par le biais des contrats de séance et des contrats d'artistes. Une partie des revenus versés directement par le producteur (outre la rémunération directe du travail) correspond à la cession au producteur du droit exclusif que la loi de 1985 a reconnu aux artistes-interprètes. L'autre partie des revenus issus des droits des artistes-interprètes leur est versée par leurs sociétés de gestion collective. Initialement largement concentré sur la perception et la répartition des droits des artistes-interprètes associés à la diffusion de musiques enregistrées au cours de spectacles, le champ d'intervention des sociétés d'artistes-interprètes a été sensiblement élargi par la loi de 1985. En effet, celle-ci a prévu deux limitations au régime du droit exclusif : la communication directe d'un phonogramme du commerce dans un lieu public (dès lors qu'il n'est pas utilisé dans un spectacle) et sa radiodiffusion (par voie hertzienne ou par câble dès lors que la distribution par câble est intégrale et intervient simultanément à la radiodiffusion). Dans ce cas, c'est le régime de la licence légale qui s'applique, associé au bénéfice de la rémunération équitable, et le principe de la gestion collective est obligatoire. La transcription dans le droit français de la directive communautaire "Câble et satellite", intervenue le 27 mars 1997, rend également obligatoire le recours à la gestion collective pour la perception et la répartition des droits associés à la distribution des phonogrammes sur le réseau câblé. Rappelons que la gestion collective est, par nature, également de rigueur concernant la copie privée.

La perception de la rémunération équitable est assurée par la SPRE (avec l'appui technique de la SACEM pour les lieux sonorisés). Conformément à l'article 214-1 du CPI, les sommes ainsi perçues sont réparties par moitié entre les producteurs et les artistes-interprètes. L'article 311-7 a fixé la part des artistes-interprètes dans la répartition de la rémunération pour copie privée à 25% pour la copie sonore et à 33,33% pour la copie audiovisuelle (qui rémunère également les comédiens). La loi n'a cependant pas fixé les modalités du partage de la part allant aux artistes-interprètes entre les artistes-interprètes relevant de l'ADAMI (artistes-interprètes "étiquettes") et ceux relevant de la SPEDIDAM (artistes-

interprètes "exécutants"). Un arbitrage intervenu en 1987 a défini les clés de répartition provisoires suivantes :

	ADAMI	SPEDIDAM
Rémunération équitable :		
- au titre de la radiodiffusion et de la distribution par câble	50%	50%
- au titre de la communication dans les lieux sonorisés	20%	80%
Rémunération pour la copie privée :		
- sonore	50%	50%
- audiovisuelle	80%	20%

La révision de ces clés de répartition fait l'objet de négociations depuis plusieurs années, afin de tenter de tenir compte plus précisément de la nature des oeuvres en fonction de l'intensité de la contribution des artistes-interprètes relevant de chacune des deux sociétés civiles (selon l'une des parties intéressées, la nouvelle grille à l'étude aboutirait grossièrement à un partage 65-35 de la rémunération équitable revenant aux artistes-interprètes, en faveur de l'ADAMI). En dépit des pressions exercées par la sous-direction des affaires juridiques du ministère de la Culture, ces négociations n'ont toujours pas abouti.

Il n'est pas imposé aux artistes-interprètes d'être adhérents des sociétés civiles dont ils relèvent pour pouvoir participer à la répartition des droits collectés. Cette répartition est effectuée par l'ADAMI et la SPEDIDAM à partir des sondages effectués pour la SORECOP et COPIE FRANCE sur les pratiques d'enregistrement pour la copie privée, des déclarations de programmes des diffuseurs, des estimations de la SACEM pour les lieux sonorisés et les discothèques (en attendant la mise en place d'un système électronique par la SPRE)...

La répartition est rendue complexe, et donc nécessairement approximative, en raison :

- de la difficulté à obtenir les déclarations de programmes de la part de chaque diffuseur. Radio France ne fournit toujours pas ses grilles de programmes détaillées. S'agissant d'un grand diffuseur assurant de surcroît la diffusion d'un répertoire large et diversifié, cette situation est nuisible aux petits ayants droit ;

- du coût que représenterait un traitement exhaustif des déclarations de programmes des petites radios. Ainsi, les petites radios sont souvent traitées "par analogie" ou par sondage et non sur la base de leurs programmations effectives ;
- du conflit entre producteurs et artistes-interprètes sur le calcul de l'assiette de la rémunération équitable (voir plus bas) qui fait que les télévisions n'obéissent pas aux mêmes règles pour établir leurs déclarations de programmes ;
- de la complexité du passage de l'identification de l'oeuvre diffusée à celle des artistes-interprètes ayants droit. La tâche est particulièrement compliquée pour ce qui est des musiciens exécutants. En l'absence d'une réelle collaboration entre les producteurs et la SPEDIDAM, cette identification est pratiquée à partir des feuilles de présence fournies par les musiciens. L'ADAMI, pour sa part, achète aux sociétés de producteurs leur fichier d'informations.

« Pour savoir qui doit être rémunéré, nous avons un quinzaine de personnes chargées de la récupération des données auprès des diffuseurs (radios, télés), pour savoir quels titres ils ont joués (chantés par qui ? avec quels musiciens ? etc.). Ce service visionne aussi les génériques des oeuvres audiovisuelles. » (Maurice Vallier, président de l'ADAMI, in Le Sagere, 1887, p. 32).

Il résulte de cette complexité que la répartition opérée par les sociétés d'artistes-interprètes, et particulièrement la SPEDIDAM pour la raison précédemment évoquée, est parfois approximative et résulte toujours d'arbitrages complexes.

Par exemple, la SPEDIDAM regroupe l'ensemble des informations disponibles sur la diffusion en genres musicaux et répartit ensuite les sommes aux musiciens en fonction du nombre de séances d'enregistrement auxquelles ils ont participé dans les différents genres. Cette procédure est critiquée par la sous-direction des affaires juridiques du ministère de la Culture car non directement fondée sur la diffusion des oeuvres.

Un responsable de la SPEDIDAM reconnaît volontiers :

« On ne pourra jamais répartir exactement tout. Mais je pense que, pour les artistes-interprètes dont le nom ne figure pas sur l'étiquette, les techniques numériques permettront de favoriser l'identification des enregistrements utilisés et des ayants droit correspondants » (un représentant des musiciens exécutants).

Il résulte quelquefois de cette complexité une certaine incompréhension de la part des ayants droit ou de leurs représentants, tempérée par le fait qu'il s'agit souvent pour eux d'une source annexe de revenus, perçue comme relativement déconnectée de leur travail artistique direct, notamment en raison du décalage temporel intervenant entre ce travail et l'amorce d'un flux financier en retour versé par les sociétés de gestion collective.

« On ne comprend pas comment ça marche. C'est très flou, très vague. A un moment, on avait rencontré les gens qui s'en occupent pour qu'ils nous expliquent comment ça marche, et on n'a jamais compris. » (un manager)⁶⁸.

et le même d'ajouter :

« C'est de l'argent qui vient direct dans la poche. On ne s'y attend pas. Quand on fait un disque, on travaille, on fait la promo, on récolte son argent. Quand on fait un spectacle, on va sur scène le soir, on chante, et le soir on a son cachet. Mais ça [les droits voisins] c'est quelque chose qui vient en plus et pour lequel on n'a rien fait. C'est quand même bien ! C'est "money from the sky" ! » (un manager).

III.12. Les relations interprètes / organisateurs de spectacles

C'est généralement le manager de l'artiste qui fait l'intermédiaire avec l'organisateur de spectacles. Ce dernier peut demander au manager de partager le risque et de cofinancer la production du spectacle. L'artiste - via le manager - est alors rémunéré par un pourcentage des recettes issues des ventes de billets avec, souvent, une clause de minimum garanti. Lorsqu'il n'y a pas d'engagement financier du manager, la négociation porte alors sur une rémunération fixe.

⁶⁸ Cette incompréhension est partagée par certains diffuseurs ; *« La SPRE, c'est un sac de noeuds absolument invraisemblable ! »* (un responsable de radio).

En tout état de cause, aux termes de l'article L762.1 du code du travail, tout contrat d'engagement liant un artiste à un organisateur de spectacles (qu'il soit occasionnel ou permanent, professionnel ou relevant du secteur associatif) est présumé être un contrat de travail, ce qui implique que l'artiste doit recevoir un bulletin de salaire et être couvert socialement par son employeur. Toutefois :

« La rareté des offres d'emploi et l'extraordinaire quantité de la demande font qu'il est difficile pour les musiciens d'imposer le respect de la loi. Le chantage au travail dont ils sont si souvent victimes les oblige même parfois à accepter de faux contrats de vente (ou des rémunérations sous forme d'honoraires. (...) D'autres artistes profitent de la protection sociale que leur procure un travail salarié (ou non) dans une autre branche, pour éviter les déclarations sociales. » (Le Sagère, 1997, p. 15).

Rappelons que lorsque l'engagement de l'artiste a été effectué par l'intermédiaire d'un manager (ou agent), ce dernier perçoit une commission, ne pouvant légalement dépasser 10%, sur le montant du cachet de l'artiste.

III.13. Les relations "lieux de diffusion de musique" / sociétés de gestion collective

L'organisateur de spectacles doit s'acquitter de droits de représentation auprès de la SACEM. Le barème des droits est négocié entre les organisations représentatives des organisateurs de spectacles et la SACEM. Le taux applicable en France est de 8,80% du montant des ventes de billets et de 4,40% pour les autres recettes (buvette, programmes...). Il varie en Europe entre 3% (Royaume-Uni) et 10% (Italie)⁶⁹. Des réductions légales ou conventionnelles sont prévues pour certaines catégories d'organisateur : les sociétés ou associations d'éducation populaires agréées, les associations à but d'intérêt général, les établissements d'enseignement musical, les communes adhérentes à l'Association des maires de France pour certaines catégories de spectacles...

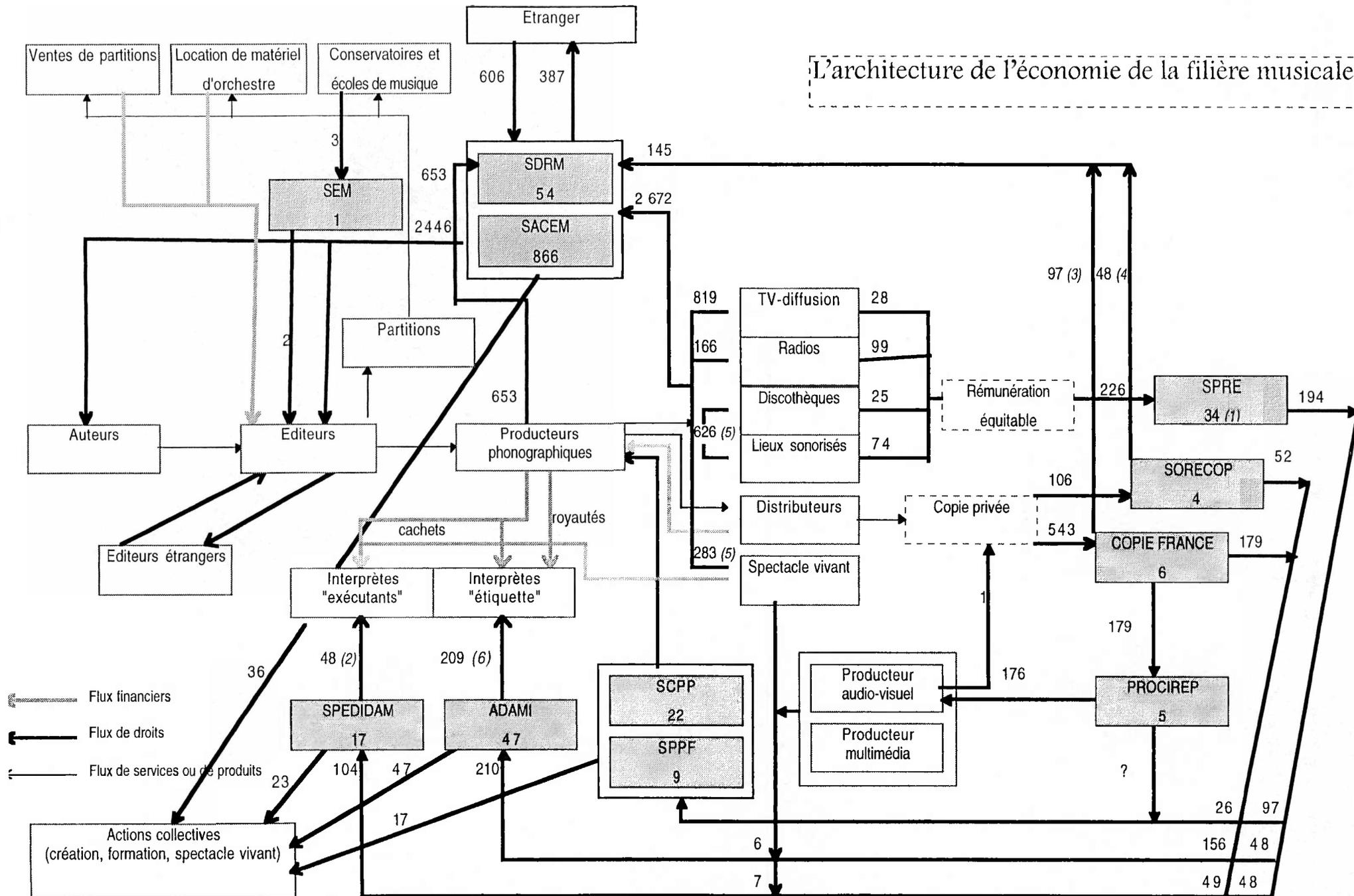
Lorsqu'un organisateur de spectacles diffuse un phonogramme du commerce, les droits d'auteur sont majorés d'un droit de reproduction mécanique et

l'organisateur est également redevable de droits voisins (régime du droit exclusif) versés aux sociétés de gestion collective des différentes catégories d'ayants droit. La SPEDIDAM et l'ADAMI ont conclu des conventions avec certaines catégories d'organisateur de spectacles (par exemple, le syndicats des théâtres privés). Pour la plupart des autres diffuseurs, et en l'absence d'accords collectifs, les tarifs sont fixés de manière unilatérale par les sociétés.

Pour les "lieux sonorisés", dans lesquels la musique n'est pas indispensable au fonctionnement de l'établissement (cafés-hôtels-restaurants, commerces...), la SACEM pratique des formules de forfaits calculés en fonction d'un certain nombre de caractéristiques de l'établissement. Par exemple, un café situé dans une ville de province de 1 500 habitants et disposant de 31 à 60 places devra s'acquitter de 2 013 F par an pour l'utilisation d'un poste de radio, d'un lecteur de CD ou de cassettes. Un café de 50 places, localisé à Paris dans le 1er arrondissement, se verra adresser une facture de 7 432 F. Les établissements spécialisés dans le karaoké se voient pour leur part réclamer une redevance proportionnelle à leurs recettes, dans la mesure où la musique est censée avoir une relation directe avec leur volume d'activité. La diffusion de phonogrammes du commerce dans des lieux publics entre dans le champ de la licence légale et donne lieu au versement de la rémunération équitable. La SACEM est chargée de son recouvrement pour le compte de la SPRE. Le tarif est fixé à 18% du montant des droits d'auteur.

⁶⁹ EMO [1996].

L'architecture de l'économie de la filière musicale



Notes relatives au graphique "Architecture de l'économie de la filière musicale"

(1) dont 19 MF de frais de gestion directs de la SPRÉ et 14 MF de frais de perception de la SACEM, mandatée par la SPRÉ pour la perception de la rémunération équitable dans les discothèques et les lieux sonorisés.

(2) Prend en compte les 875 kF versés à des artistes étrangers.

(3) Copie France verse en fait 179 MF à la SDRM qui redistribue 97 MF à la SACEM et le solde à la SACD, la SCAM, l'ADAGP, la SPADEM et la SDI.

(4) SORECOP verse en fait 52 MF à la SDRM qui redistribue 48 MF à la SACEM et le solde à la SACD et la SCAM.

(5. chiffres 1995.

(6) Toutes catégories d'ayants droit confondues.

Les montants figurant à l'intérieur des cartouches de sociétés de gestion collective représentent leurs frais de fonctionnement.

NB : le décalage temporel intervenant entre les perceptions et les répartitions par les sociétés de gestion collective peut être à l'origine d'un écart entre le montant des perceptions et celui des répartitions augmenté des frais de gestion. La non prise en compte d'autres produits ou d'autres emplois accessoires constitue une autre source de décalage potentiel.

DEUXIEME PARTIE : L'ECONOMIE DU DROIT D'AUTEUR ET DES DROITS VOISINS DANS LA FILIERE MUSICALE - ELEMENTS D'ANALYSE

Les enquêtes réalisées auprès des professionnels de la filière musicale ont conduit à souligner que pour la plupart d'entre eux, les modalités de gestion des droits d'auteur et des droits voisins ne se situaient pas au coeur de leurs préoccupations. La loi de 1985 s'est finalement révélée d'une grande efficacité et d'une souplesse suffisante pour faire face aux principales spécificités de la filière. Elle a consacré des systèmes de gestion collective qui, somme toute, s'avèrent relativement efficaces. Elle a permis de tenir compte de l'apport indéniable des producteurs et des musiciens à la production des oeuvres musicales. Toutefois, l'irruption de nouveaux canaux de diffusion et l'apparition de nouvelles gammes de produits conduisent à mettre en évidence la nécessité d'un certain nombre d'adaptations. Il serait regrettable, en effet, qu'une trop grande rigidité sur des principes juridiques et des modalités organisationnelles, certes efficaces, mais en partie inadaptés à la situation nouvelle créée par l'internationalisation des marchés et les nouvelles technologies, nuise à terme à la compétitivité de la filière musicale française (§ I).

D'autres problèmes apparaissent comme particulièrement prégnants du point de vue des professionnels de la filière musicale. Il s'agit d'abord de l'accès au public. La concentration de la distribution a bouleversé l'économie de la filière en diminuant considérablement les possibilités d'exposition des artistes. Elle a elle-même largement induit une concentration *de facto* de la production. Cela conduit à se poser la question de la structure optimale de la filière tant du point de vue de l'économie de la concurrence que du point de vue de la diversité culturelle et artistique. Dans ce contexte, on peut s'interroger sur les opportunités portées par la distribution en ligne (§ II).

Enfin, d'une manière plus fondamentale et centrale, il apparaît que ce qui inquiète de la manière la plus forte les acteurs de la filière est la baisse de rentabilité ainsi que le ralentissement de la croissance du secteur. Faut-il y voir une crise structurelle ou conjoncturelle ? Passerait-on à un nouveau modèle de consommation ou y a-t-il une crise de l'offre ? (§ III).

Telles sont les questions qui apparaissent aujourd'hui les plus prégnantes.

I. DROIT D'AUTEUR ET DROITS VOISINS : LES NECESSAIRES ADAPTATIONS D'UN CADRE JURIDIQUE QUI A PORTE SES FRUITS

La loi Lang de 1985 a consacré la reconnaissance des droits voisins et renforcé la protection accordée aux auteurs. Il convient néanmoins de souligner que les droits d'auteur conservent une part tout à fait prépondérante dans l'économie actuelle de la filière.

Si l'on se base sur les estimations réalisées par le ministère de la Culture et la *Lettre du Disque*, l'ensemble des droits d'auteur et droits voisins s'élève à 3,8 Mrds F en 1995 dont 3,2 Mrds de droits d'auteur et 647 MF de droits voisins (492 MF aux titulaires des seuls droits voisins + 155 MF perçus par les auteurs).

Sur les 3,2 Mrds de F perçus par la SACEM, 2 Mrds sont redistribués aux auteurs, 347 MF sont reversés aux sociétés d'auteurs étrangères, 145,6 MF sont dépensés au titre de l'action sociale et 9,8 MF au titre de l'action culturelle. Au total, 79,6% des fonds collectés sont répartis.

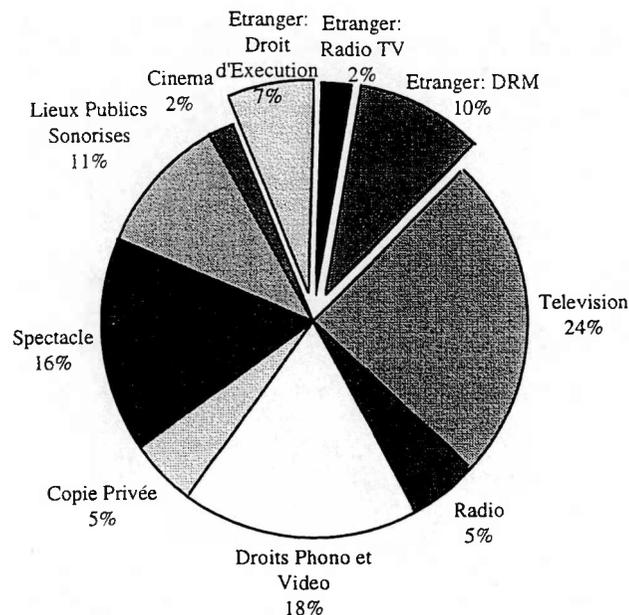
On remarque que les médias audiovisuels représentent le premier poste de rémunération des auteurs (29%), loin devant les supports sonores et audiovisuels (23%) et le spectacle (16%). L'étranger représente 19% des recettes.

En 1995, les perceptions pour tous les titulaires de droits (auteurs, artistes et producteurs) reconnus par la loi de 1985 se sont élevées à 900 MF. La copie privée audiovisuelle représente un poste important, car l'ADAMI gère aussi les droits des comédiens.

En termes d'évolution, on notera la relative stagnation de la rémunération équitable après une phase de montée en charge et, surtout, le relatif déclin de la copie privée sonore qui, rappelons-le, est parallèle à une stagnation du marché du disque.

L'origine des droits d'auteur en 1995

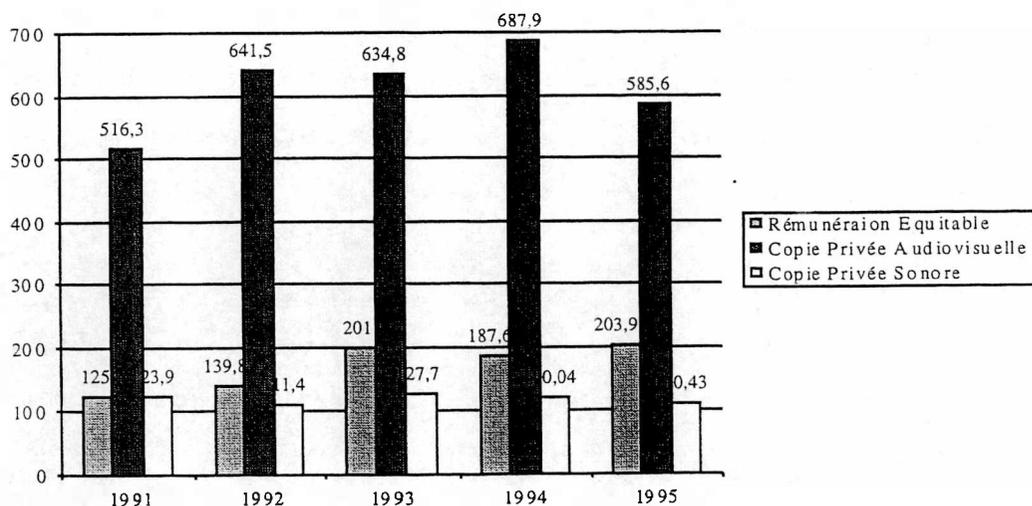
(Total: 3 184,3 MF)



(Source : L'Année du Disque 1996 - N° hors série de la Lettre du Disque)

Ainsi, les droits voisins créés en 1985, s'ils constituent une source de revenus non négligeable pour les parties prenantes à la filière, n'en sont pas moins aujourd'hui une source de revenus en stagnation, voire en léger tassement depuis 1994.

Evolution des perceptions des droits créés en 1985 par secteur (en MF)



(Source : Rapport annuel de la SPPF)

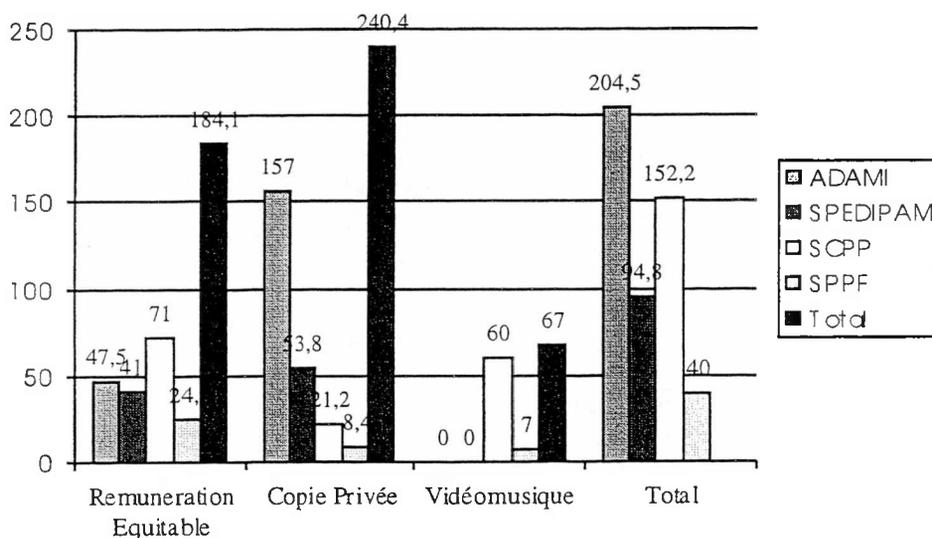
La répartition des droits voisins exclusivement musicaux permet de souligner les catégories d'ayants droit qui profitent des différents types de droits. Si la

rémunération équitable se répartit - comme le veut la loi - équitablement entre artistes-interprètes-musiciens et producteurs phonographiques, la copie privée profite surtout aux artistes-interprètes-musiciens et les droits de vidéomusiques aux producteurs. Au total, 2/5 des droits reviennent aux artistes-interprètes, 2/5 aux producteurs et 1/5 aux musiciens.

Nous verrons plus loin que l'inégale structure de répartition des différentes catégories de droits a engendré d'importants conflits entre artistes-interprètes et producteurs, conflits qui portent pour les premiers sur la répartition des droits, pour les seconds sur l'exercice de leur droit moral d'autoriser ou d'interdire (afin, *in fine*, de maximiser la rentabilité de leur répertoire).

L'origine et la répartition des droits voisins en 1995 (en MF)

(Total : 491,5 MF)



(Source : L'Année du Disque 1996 - N° hors série de la Lettre du Disque)

Il convient de noter, en effet, que la structure de la rémunération des différentes parties prenantes à la filière est extrêmement hétérogène et qu'en conséquence, les droits d'auteur et droits voisins ne constituent pas des enjeux équivalents pour les différentes catégories d'intervenants :

- Les droits d'auteur constituent la source quasiment exclusive de revenu des auteurs et éditeurs.

- Pour les artistes-interprètes-musiciens, les droits voisins ne sont certes pas une source de revenus négligeable puisqu'ils représentent près de 15% de leurs revenus. Cela étant, il s'agit de revenus beaucoup moins importants que les cachets versés par les producteurs de spectacles (probablement sous-estimés ici⁷⁰) et les redevances (royautés) versées par la maison de disques⁷¹. Au cours du temps, les royalties sur les ventes de disques sont devenues de loin la première source de revenu des artistes "étiquettes" alors que reculait la part revenant aux cachets de concert. Les droits voisins peuvent constituer une part plus importante du revenu des musiciens "non étiquettes", mais sont concentrés sur un petit nombre de "requins" qui assurent une grande part des séances de studio.
- Pour les producteurs, les droits voisins représentent aujourd'hui des sommes tout à fait dérisoires comparées à leur CA. Au total, ils ne représentent qu'un peu moins de 2,8% de leurs revenus⁷². On s'attend cependant à ce que cette situation évolue avec le développement des nouveaux supports et des nouveaux média.
- Enfin, la production de spectacle échappe totalement à l'économie des droits d'auteur-droits voisins.

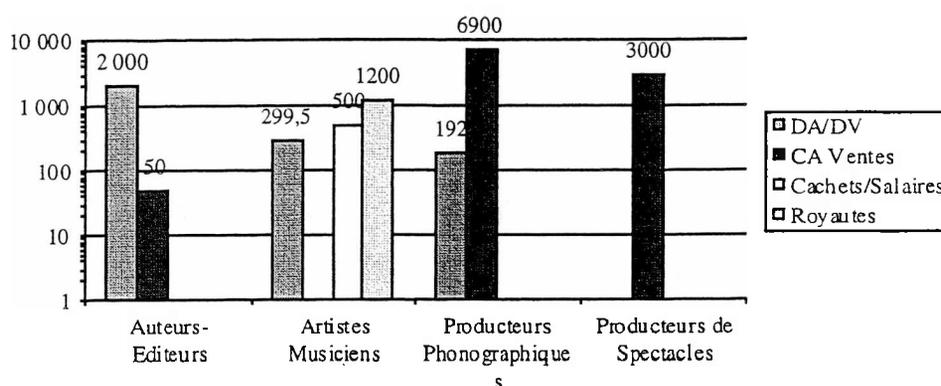
⁷⁰ D'après les observateurs de la filière, le CA du spectacle est probablement le double de celui qui ressort des déclarations fiscales des organisateurs et promoteurs de spectacles. La rémunération des artistes-interprètes et musiciens pourrait donc être aussi largement sous-estimée. Dans ce cas, la part représentée par les droits dans la rémunération des artistes serait encore plus modeste.

⁷¹ « L'impact direct [de la loi de 1985], c'est des centaines de millions de Francs qui s'ajoutent à leur revenu, qui s'est d'ailleurs rarement amélioré au cours des dix dernières années pour ce qui est de leur revenu strictement professionnel dans le cadre de leur contrat de travail. Il y a également un impact indirect qui est très substantiel par l'intermédiaire des interventions d'intérêt général. C'est très positif pour plusieurs raisons. D'abord parce que ça nous permet d'avoir un certain contrôle sur l'application de la loi : chaque fois qu'on attribue une aide, on peut exiger que les droits, non seulement de propriété intellectuelle mais les droits sociaux, soient respectés. Il faut savoir qu'on est dans un secteur où il y a beaucoup de travail au noir. Dans les aides qu'on attribue, on demande systématiquement les feuilles de salaire, on contrôle systématiquement le respect du droit du travail et ça fait des milliers d'artistes-interprètes qui ont été engagés et qui ne l'auraient peut-être pas été, ou pas de la même façon, si on n'était pas intervenu. (...) Enfin, il y a un effet, qui est plus politique, qui est l'effet contrepoids. Avant la loi de 85, parlaient au nom des artistes-interprètes, les syndicats, avec des moyens financiers limités. Maintenant, on a des structures qui ont quand même 20 ou 30 personnes qui représentent les artistes-interprètes pour les droits. Et dans les relations, artistes-interprètes/producteurs, auxquelles nous sommes particulièrement sensibles, ça change quand même un petit peu les choses. (...) On réunit ainsi dans les mêmes forums, le PDG de Sony et un artiste-interprète élu. » (un représentant des musiciens).

⁷² « Grosso modo, les droits voisins, ça représente 5% de la marge nette avant impôt. Ça fait un point de marge nette. (...) Je considère que ce n'est pas assez. » (un représentant d'une major).

Au total, ce sont surtout les auteurs et, dans une moindre mesure, les artistes-interprètes-musiciens dont le revenu global est très sensible aux droits d'auteur. Cela explique sans doute pourquoi de nombreuses composantes de la filière ne considèrent pas que les questions y afférentes sont aujourd'hui cruciales pour expliquer l'économie de cette industrie et l'origine des difficultés qu'elle connaît.

La structure de la rémunération globale des différents maillons de la filière (en MF)



(Source: L'Année du Disque 1996 - N° hors série de la Lettre du Disque)

La grande majorité des droits d'auteur et droits voisins est gérée par des sociétés de gestion collective. En 1995, elles étaient 25. Les droits non gérés collectivement sont évalués dans une fourchette de 3 à 6 Mrds de F.

La loi de 1985 a consacré et renforcé le principe de la gestion collective. Comme nous l'avons souligné plus haut, celle-ci s'avère efficace et de nombreux observateurs s'accordent pour penser que la combinaison de la forte protection des auteurs et artistes associée à la reconnaissance par la loi de sociétés de gestion collective bénéficiant de prérogatives a permis de garantir aux auteurs et artistes-interprètes-musiciens un statut enviable en France lorsqu'on le compare aux marchés étrangers⁷³. Toutefois, on ne peut manquer de s'interroger sur la cohérence du système français de gestion collective. N'est-on pas allé trop loin dans

⁷³ « Quand j'étais compositeurs aux Etats-Unis, il fallait vendre 4 fois plus de disques aux US en droits mécaniques pour avoir le même retour de droits d'auteur qu'en Europe. (...) Sur un marché qui doit représenter 340 millions d'habitants, nous arrivons à faire 65% du droit d'auteur mondial. Les Etats-Unis ne font que 18%... » (un éditeur).

« Les interprètes et les musiciens en France sont les mieux protégés au monde. » (un responsable d'une radio).

la multiplication des intervenants ? Les rôles respectifs de ces derniers sont-ils clairement définis ? En deux mots, le système français de collecte et de répartition ne pourrait-il pas être rationalisé ? (§ I.1).

Au-delà de ces aspects strictement liés à la gestion, se pose de manière plus générale la question de l'adaptation du système juridique et institutionnel français. La place laissée par les principes juridiques retenus par le droit français à la négociation et au contrat est-elle suffisante ? N'est-il pas nécessaire de disposer d'un office du droit d'auteur et des droits voisins ? Il apparaît aujourd'hui que sur plusieurs dossiers, les principes en vigueur en France méritent d'être réexaminés (§ I.2).

Enfin, les nouveaux supports et médias peuvent venir déstabiliser le système actuel. Cela constitue une troisième pierre d'achoppement qui justifie qu'une réflexion soit ouverte sur le régime juridique prévalant aujourd'hui dans l'Hexagone (§ I.3).

1.1. La gestion collective : efficacité et limites

On reviendra d'abord sur le principe de la gestion collective. A bien des égards, elle apparaît justifiée d'un point de vue économique (§ I.1.1). Toutefois, au-delà de ces principes, il apparaît qu'un certain nombre de pratiques recèlent des inefficiences. On suggérera donc des pistes de réflexion après avoir souligné, toutefois, que l'organisation actuelle du système de collecte et de répartition a réussi à surmonter les difficultés nées de la création de nouveaux droits par la loi de 1985 (§ I.1.2).

1.1.1. Principes de la gestion collective

La gestion collective est l'un des piliers du système de protection de la propriété intellectuelle dans la filière musicale française. Il s'agit là d'une situation spécifique à la filière musicale et à la France, la gestion collective étant largement moins représentative sur les autres marchés culturels et, souvent, moins puissante

dans le secteur musical à l'étranger. Cette position particulière, imputable à l'histoire, à la spécificité du cadre juridique national, à la position adoptée par les pouvoirs publics... peut également se justifier par un certain nombre d'arguments économiques (§ I.1.1.1). Toutefois, ces justifications ne mettent pas la gestion collective à l'abri d'attaques régulières de la part d'adversaires, qui peuvent trouver dans la mondialisation et l'irruption des technologies de l'information de nouveaux arguments pour défendre leur position (§ I.1.1.2).

1.1.1.1. Les justifications de la gestion collective

Traditionnellement, deux arguments principaux sont avancés pour justifier l'existence des sociétés de gestion collective : la protection des auteurs et l'importance des coûts de transaction dans la gestion des droits.

- **La protection des auteurs⁷⁴**

L'idée est simple : le pouvoir de négociation des auteurs est généralement bien faible face à l'ensemble des acteurs économiques intervenant dans la valorisation ou l'exploitation de l'oeuvre :

- les auteurs ont, en règle générale, un besoin vital d'intermédiation pour accéder au public ; ils sont donc en situation de dépendance économique forte ;
- ce sont des individus ; ils ont généralement en face d'eux des personnes morales qui sont souvent de grandes sociétés multinationales ;
- ils sont très nombreux alors que les "structures" en aval sont généralement concentrées ;
- sauf pour une infime minorité de "vedettes", les auteurs apparaissent bien souvent comme "substituables" et les acteurs en aval de la création sont naturellement enclins à les mettre en concurrence ;
- il règne une incertitude radicale sur la valeur économique de l'oeuvre tant que celle-ci n'a pas été mise sur le marché. Il en découle que le niveau de la rémunération accordée à l'auteur peut difficilement être déterminé par des mécanismes ordinaires de marché mais repose très largement sur une base

⁷⁴ L'essentiel de l'argumentaire développé ici est transposable aux artistes-interprètes.

conventionnelle faisant intervenir à la fois des "usages", des règles collectives et les rapports de force interpersonnels⁷⁵.

Dans ces conditions, le libre jeu des mécanismes de marché entre des auteurs isolés et les acteurs économiques en aval aurait de fortes chances de se traduire par des conditions de rémunération déplorables pour la très grande majorité des auteurs. D'où l'idée d'associer les auteurs dans le cadre de sociétés collectives, lesquelles, fortes de leur représentativité et de la délégation d'autorité opérée par les auteurs en leur faveur, seraient en mesure de rééquilibrer le pouvoir de négociation entre les auteurs et les acteurs intervenant dans la valorisation et l'exploitation des oeuvres.

En réalité, à l'instar de ce que l'on observe chez les artistes-interprètes, l'argument du rapport de force plaide davantage pour la constitution de simples "syndicats d'auteurs" que de véritables sociétés de gestion collective⁷⁶. C'est ici qu'intervient l'argument des coûts de transaction.

• **L'économie sur les coûts de transaction**

La formule du syndicat semble à première vue suffisante dans le cas des artistes-interprètes car, une fois un accord intervenu entre les représentants des musiciens et leurs employeurs potentiels, les transactions peuvent se dérouler dans un cadre

⁷⁵ Les conditions de production et de mise sur le marché des oeuvres musicales correspondent assez largement au "monde de production" immatériel de Salais et Storper [1993]. En effet, la production de l'oeuvre fait intervenir une "technologie idiosyncratique" - en l'occurrence le talent de l'auteur, ce qui fait son individualité ; le produit de la création peut être considéré comme "générique" dans la mesure où, en dehors des oeuvres de commande, il s'adresse à un public large, composé d'individus indifférenciés. Ce caractère générique du "produit" musical constitue même l'une des caractéristiques distinctives essentielles du produit culturel, censé être produit à partir d'une pure logique artistique sans visée explicite d'atteindre un marché. Selon Salais [1994], dans cette configuration "technologie idiosyncratique - produit générique", "le producteur [ici l'auteur] est seul à donner sa personnalité au produit. Chaque producteur définit pour tous les autres la qualité des produits relevant de son domaine spécifique de savoir et d'action" (p. 389). "L'incertitude sur le futur est complète puisque personne ne peut savoir (...) : premièrement, si et quand les activités de travail se concrétiseront par un produit ; deuxièmement, si et quand ce produit sera validé par l'existence d'un marché. Une telle incertitude interdirait, si elle était exprimée, toute activité de travail. Ainsi, et ce n'est qu'en apparence un paradoxe, les interactions ont besoin d'adhérer à une pragmatique commune qui puisse annuler cette incertitude ou, pour mieux le dire, qui puisse éviter qu'elle prenne un sens paralysant" (p. 392). C'est ainsi que se forment des conventions sur des "règles méthodologiques propres" au sein de la communauté des auteurs et des intermédiaires portant sur la production du produit musical, mais également des conventions de travail spécifiques fixant les conditions de rémunération et d'emploi de l'auteur.

⁷⁶ Il est significatif à cet égard que la plupart des sociétés de gestion collective aient résulté de la modification progressive des statuts et des attributions d'organisations de défense professionnelles.

bilatéral simple : le musicien perçoit directement de son employeur un cachet dont le montant a été calculé sur la base conventionnelle. De même, si la gestion collective est insignifiante dans l'édition, cela tient pour une grande part à la simplicité du circuit de valorisation de l'oeuvre littéraire qui concentre dans la relation auteur-éditeur l'essentiel des problèmes de droits.

La situation est beaucoup plus complexe concernant les auteurs de la filière musicale. Les formes d'exploitation de l'oeuvre sont devenues multiples : spectacle vivant, reproduction phonographique, radio- ou télédiffusion, transmission numérique..., et le nombre d'acteurs susceptibles de tirer une valeur économique de l'oeuvre est potentiellement grand. Comme l'évoque très justement Edelman [1993], « *dès lors que des créateurs produisent pour un marché élargi, le contrôle de leurs oeuvres leur échappe totalement car leur diffusion n'est plus à la mesure individuelle. En d'autres termes, la reprise de l'oeuvre dans les circuits médiatiques dépossède le créateur non pas tant de ses prérogatives pécuniaires mais plutôt du contrôle de ses prérogatives.* » (p. 20). Chaque auteur devrait en effet être en mesure d'établir un contrat avec chacun des utilisateurs de son oeuvre, et inversement - pour respecter le principe du droit patrimonial des auteurs - chaque utilisateur de l'oeuvre aurait au préalable à rechercher ses ayants droit afin d'établir un contrat d'exploitation⁷⁷. A cette difficulté de rencontre des "offres et demandes" s'ajoute la complexité de la détermination de l'assiette devant servir de base au calcul de la rémunération de l'auteur. La loi (notamment en France) a opté pour le principe de la rémunération proportionnelle : le droit patrimonial de l'auteur doit être proportionné à la "valeur économique" de l'oeuvre pour l'utilisateur. C'est parce que la musique contribue marginalement à la création de valeur par le restaurateur qui l'utilise comme élément d'ambiance dans son restaurant que le droit qu'il doit verser à l'auteur est moindre que celui du producteur de disques. De même, un producteur de disques ayant vendu des dizaines de milliers de copies d'une oeuvre est redevable à l'auteur d'une somme plus importante que le producteur n'ayant écoulé que quelques unités.

⁷⁷ « *La gestion collective existe en partie parce que les utilisateurs ont demandé à ne payer qu'une entité* ». (Marc Guèze (1996), DG de la Société civile pour l'exercice des droits des producteurs phonographiques (SCPP)).

Pour que ce principe de rémunération proportionnelle puisse effectivement entrer en application, il est nécessaire de pouvoir évaluer - même grossièrement - la contribution de l'oeuvre à la création de valeur par l'utilisateur. Or, en la matière, l'asymétrie d'information est la règle. Comment un auteur peut-il connaître précisément le nombre de disques vendus ? Comment peut-il connaître le nombre de fois que chaque radio diffuse l'une de ses oeuvres ? Par quel moyen peut-il connaître les restaurants qui ont diffusé sa musique ?... Ne parlons pas des difficultés de mesure de la valeur économique de son oeuvre. Sans l'existence de dispositifs permettant de rétablir une certaine symétrie d'information entre l'auteur et les utilisateurs de l'oeuvre, le droit d'auteur ne saurait être qu'un principe dénué de conséquences pratiques.

La gestion collective apparaît ainsi, dans un contexte de "diffusion de masse", comme un dispositif permettant d'économiser l'ensemble des coûts de transaction impliqués par la passation d'un contrat entre un auteur et les utilisateurs de son oeuvre :

- les sociétés de gestion collective constituent un carrefour de rencontre des offres et des demandes. De ce point de vue, elles remplissent une fonction identique au commerce de gros en réduisant les coûts d'information, c'est-à-dire les coûts nécessaires à la rencontre des offres et des demandes. Si l'on en reste là, l'initiative de la création de sociétés de gestion collective pourrait venir des utilisateurs (ce qui d'ailleurs était le cas historiquement de plusieurs sociétés de gestion collective, dont le puissant BMI aux Etats-Unis) ;
- les sociétés de gestion collective constituent un centre de mise en commun de moyens qui permet d'entretenir des dispositifs de contrôle et d'évaluation de l'utilisation qui est faite des oeuvres représentées, lesquels, de par leur coût, sont souvent hors de portée des auteurs pris individuellement. Les sociétés de gestion collective permettent ainsi de réduire l'asymétrie informationnelle entre les parties, et donc de diminuer l'exposition à l'incertitude et au risque d'opportunisme ;
- enfin, comme le ferait un syndicat d'auteurs, les sociétés de gestion collective, en participant à la définition des règles contractuelles, contribuent à réduire les coûts de transaction par une certaine normalisation des pratiques de contractualisation.

1.1.1.2. Les limites de la gestion collective

Trois arguments sont régulièrement opposés au principe de la gestion collective.

- **"Les sociétés de gestion collective sont en situation de position dominante"**

Si l'on justifie l'existence des sociétés de gestion collective par la double nécessité de rééquilibrer les rapports de force et de réduire les coûts de transaction dans les relations entre les auteurs et les utilisateurs, alors on identifie aisément les forces qui poussent naturellement à une importante concentration du "secteur" des sociétés de gestion collective.

- * **Etre puissant face aux utilisateurs**

Il va de soi que les auteurs parviendront d'autant plus facilement à inverser le rapport de force avec les utilisateurs s'ils se regroupent autour du nombre le plus petit possible de sociétés de gestion collective. Dans cette logique, c'est la société unique, à laquelle tous les auteurs délèguent la gestion de leurs droits, qui est logiquement la structure la plus efficace du point de vue des auteurs. Mais un deuxième argument vient justifier (de manière prêtant moins à contestation) la concentration des structures.

- * **Les économies d'échelle et l'importance de la "taille minimale optimale"**

Les moyens à mettre en oeuvre pour assurer le contrôle de l'exploitation des oeuvres et la collecte des droits sont considérables. Ils constituent pour une très large part des coûts fixes (indépendants du nombre d'oeuvres à protéger et de la masse de droits à collecter). L'activité des sociétés de gestion collective est donc soumise à d'importantes économies d'échelle. Le souci d'efficacité technique plaide donc pour la centralisation des moyens de contrôle et de collecte afin de se rapprocher de la "taille minimale optimale". La concentration du "secteur" de la gestion collective est donc légitimée par des raisons techniques, permettant d'évoquer l'argument du "monopole naturel". Ainsi, au Canada, pour des raisons historiques, deux sociétés d'auteurs ont longtemps coexisté. Ces deux sociétés ont

fusionné en 1988. Les économies de coûts administratifs rendues possibles par cette fusion ont été estimées à 5 millions de \$ par an^{78 79}.

Remarquons que l'argument du monopole naturel ne s'applique en fait qu'aux opérations de contrôle et de perception. La taille minimale optimale de l'activité de répartition est très certainement beaucoup plus faible. C'est d'ailleurs une des raisons qui permet de comprendre le double mouvement de "concentration horizontale" (affectant le contrôle et la perception) et de "différenciation verticale" (caractérisant la répartition) relevé par Paris [1995] dans le secteur de la gestion collective et sur lequel nous reviendrons.

Nous venons d'évoquer les facteurs qui mènent "naturellement" à une forte concentration du "secteur" des sociétés d'auteurs. Celles-ci se trouvent ainsi de fait le plus souvent en situation de position dominante⁸⁰. Cette situation n'est d'ailleurs pas uniquement liée à la concentration du secteur mais tient aussi au simple fait que chaque société détient un monopole (ou un élément de monopole) sur chaque oeuvre ou phonogramme qu'elle représente, les répertoires représentés le cas échéant par les différentes sociétés d'auteurs se révélant ainsi comme très imparfaitement substituables. C'est ce qui fait dire à Tournier [1996] :

« Il est toujours fâcheux qu'il y ait plusieurs sociétés d'auteurs, tout simplement parce que la concurrence entre sociétés d'auteurs n'est pas possible du fait de l'impossibilité de substitution d'une oeuvre à une autre, et donc de repertoire d'une société à l'autre. »

La position dominante qui caractérise les sociétés d'auteurs - aussi bien à l'égard des auteurs qu'à l'égard des utilisateurs - les expose directement au droit de la concurrence. La Commission des Communautés européennes est particulièrement

⁷⁸ Théberge [1993], p. 50 et ss.

⁷⁹ La Commission européenne partage cette analyse. Ainsi M. Monti, dans sa réponse du 12 novembre 1996 à la question écrite de Klaus-Heiner Lehne, écrit : « Dans certains Etats membres on trouve des sociétés de gestion concurrentes qui gèrent les mêmes répertoires. En pratique, dans un certain nombre de cas, ce type de situation aboutit à une augmentation des frais administratifs tant pour les sociétés de gestion que pour les utilisateurs et ce, au détriment des revenus perçus par les ayants droit, ainsi qu'à une diminution de la sécurité juridique. » (Rapport de la Sous-Direction des Affaires Juridiques, juin 1997, p.36).

⁸⁰ La SPRE, SORECOP et COPIE FRANCE font exception sur ce point car il n'est pas en leur pouvoir de liciter l'utilisation des phonogrammes.

claire sur ce point : « *Les licences de droits d'auteur, et les sociétés de gestion collective, sont, en tant que telles, soumises aux règles de concurrence de l'Union. Les sociétés de gestion collective sont des "entreprises" au sens des articles 85 (ententes) et 86 (abus de position dominante) du Traité. Elles ne sauraient être assimilées aux "entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général" qui bénéficient du régime particulier prévu par l'article 90 paragraphe 2 du Traité.* » (Suivi du livre vert, 1996, p. 25).

Les diffuseurs se plaignent souvent de la position dominante de la SACEM qui lui permet d'appliquer des tarifs jugés excessifs. Mais c'est avec les discothèques que le contentieux s'est exprimé le plus ouvertement. En effet, dès la fin des années 70, un certain nombre de discothèques ont refusé de payer les droits SACEM, les jugeant excessifs, et ont porté plainte pour abus de position dominante. En 1993, le conseil de la concurrence, en France, a jugé les tarifs de la SACEM inéquitables et a réclamé à la société une révision de ses tarifs envers les discothèques. Un accord amiable a été trouvé début 1994, sous l'impulsion du ministre de la Culture. La SPEDIDAM et la SPRE ont également été plusieurs fois attaquées pour abus de position dominante mais ont toujours gagné les procès.

Il convient cependant de nuancer l'ensemble de ces débats sur la position dominante des sociétés civiles dans la mesure où ces dernières ne sont que les gestionnaires d'un droit exclusif conféré par la loi. En réalité, ce n'est pas la gestion collective qui crée la position dominante mais le principe du droit d'auteur et des droits voisins qui reconnaît aux créateurs un droit exclusif d'usage et un droit d'autoriser ou d'interdire l'usage de ses créations. Ce pouvoir de monopole sur son oeuvre est le seul moyen de protéger économiquement le créateur et de lui permettre face à des tiers de revendiquer une rémunération. En conséquence, la gestion collective ne crée pas de position dominante. Elle ne fait que consacrer en donnant aux ayants droit les moyens de lutter réellement contre les usages illicites de leur création.

Par ailleurs, les droits de la concurrence français et européen prennent soin de distinguer la notion de position dominante de celle d'abus de position dominante. Si *de facto*, le principe même du droit d'auteur et du droit voisin crée une position dominante, il n'aboutit pas *ipso facto* à des abus. Telles sont les raisons pour

lesquelles les sociétés civiles doivent, à juste titre, continuer d'être soumises aux articles 85 et 86 du traité de Rome qui permet à tous tiers de les attaquer en justice en cas de comportement abusif.

En réalité, c'est entre certains ayants droit et les sociétés civiles (qui en principe sont leurs mandataires) qu'apparaît réellement un problème de position dominante en France. En effet, si l'adhésion à une société civile n'est *de jure* pas obligatoire, elle l'est *de facto*. Or, il n'existe pas, hormis pour les producteurs, de choix pour les ayants droit. Ces derniers sont donc tenus de se soumettre aux principes que leur propose la société civile dont ils relèvent ou de gérer individuellement leurs droits. Incontestablement, les sociétés civiles disposent d'un fort pouvoir de négociation vis-à-vis des ayants droit.

- **"Les sociétés de gestion collective sont inefficaces"**

Cette affirmation est essentiellement le corollaire du constat de la position dominante : n'étant pas exposées à la concurrence, les sociétés de gestion collective n'auraient aucune incitation à minimiser leurs coûts et seraient marquées par un fort degré "d'inefficace-X". La liquidation de la SPADEM (Société de la propriété artistique des dessins et modèles) prononcée en mai 1996 par le tribunal de grande instance de Paris - fait apparemment sans précédent dans l'histoire des sociétés d'auteurs -, imputable à l'accumulation de 15,4 MF de déficit depuis 1991 attribué à une mauvaise gestion, semble évidemment conforter cette idée.

Nous ne sommes pas en mesure de nous prononcer sur l'efficacité de la gestion des sociétés de gestion collective dans la filière musicale, ni sur l'importance des "coûts bureaucratiques", ce qui nécessiterait un audit détaillé.

On pourrait être tenté d'évaluer le degré d'efficacité des sociétés de gestion collective en procédant à la comparaison de leurs taux de frais de gestion avec ceux de leurs homologues à l'étranger. Ainsi, le taux des frais de gestion de la SACEM s'est élevé à 16,6% en 1996 pour son activité propre et à 15,2% en intégrant les perceptions effectuées pour le compte de la SDRM, de SORECOP et de COPIE FRANCE. Dans son rapport de 1995, la sous-direction des affaires juridiques du ministère de la Culture estime que : « Ce résultat fait de la SACEM une des sociétés d'auteurs musicaux dont la gestion est le moins "coûteuse" d'Europe et

sans doute du monde pour les sociétaires français et étrangers qu'elle représente »⁸¹. A titre de comparaison, le taux de frais de gestion de la SIAE (la société d'auteurs italienne) s'est élevé à 14,4% en 1995.

Toutefois, ce genre de comparaisons internationales bute rapidement sur d'importantes limites. En premier lieu, le champ d'activité des différentes sociétés nationales gestionnaires d'une même catégorie de droit ne se recouvre pas parfaitement et biaise la comparaison. C'est ainsi, par exemple, que la SIAE italienne est chargée de collecter la TVA et certaines taxes spécifiques pour le compte de l'Etat. Ces taxes étant d'un recouvrement relativement aisé, le taux de frais de gestion de la SIAE se trouve artificiellement minoré. En deuxième lieu, chaque société peut avoir une approche différente de sa mission et accorder une pondération inégale au souci de faire respecter le droit quel qu'en soit le coût, et à la motivation d'optimiser le rendement de la perception. C'est ainsi que la perception auprès des lieux sonorisés, qui se révèle particulièrement coûteuse, fait l'objet d'efforts beaucoup plus importants à la SACEM qu'à la GEMA allemande.

« La logique de la gestion collective n'est pas d'abord une logique de rentabilité. C'est une logique de droit. On doit considérer que la société a échoué dès lors qu'on découvre un point de vente où la musique est diffusée sans que les droits aient été perçus. (...) On ne peut pas a priori critiquer un dispositif qui met en oeuvre 700 personnes pour récupérer les droits d'exécution publique, sous prétexte qu'il coûte 40% alors qu'il ramène 27% des droits. (...) Les seuls qui sont légitimes pour apprécier ce compromis sont les ayants droit. C'est ni les juges, ni le ministère de la Culture. » (un responsable d'une société de gestion collective).

Enfin, dans la mesure où dans la plupart des cas, chaque société est en situation de monopole, on peut difficilement considérer que la comparaison du niveau de leur taux de frais de gestion fournisse une indication satisfaisante de leur degré absolu d'X-inefficience.

A défaut d'être avéré, le soupçon d'inefficience pèse sur ces sociétés et est régulièrement mis en avant par les adversaires de cette modalité d'administration

⁸¹ et le même rapport de poursuivre en indiquant qu' « une analyse effectuée récemment démontre que la rentabilité d'un agent de la SACEM est supérieure à celle constatée dans la plupart des sociétés d'auteurs de la CEE ».

des droits des auteurs et des interprètes. Les derniers assauts en date sont, d'une part la partie de bras de fer qui s'est engagée entre les majors et les sociétés européennes de perception des droits mécaniques (voir 1ère partie) et, d'autre part, le dépôt en mai 1996 par Léonce Deprez (secrétaire de l'Assemblée nationale) d'une proposition de loi envisageant de confier à la Cour des comptes le contrôle de la gestion des sociétés de gestion collective.

Les interviews que nous avons réalisées au sein de la filière révèlent des appréciations (des représentations ?) diversifiées, assez dépendantes de la position des acteurs dans la filière.

Ainsi, les auteurs et les éditeurs portent généralement un jugement positif sur la gestion de la SACEM :

« Qu'on le veuille ou non, la SACEM est la meilleure des sociétés d'auteurs dans le monde, probablement celle qui est la plus équitable, celle qui a le réseau de perception le plus complexe - justement pour être équitable. La SACEM, par exemple, perçoit beaucoup plus de droits d'exécution que les sociétés d'auteurs américaines. (...) Les 16% de frais généraux de la SACEM sont parfaitement justifiés. » (un éditeur).

« Sur le cinéma, on a 22% de commission par la SACEM. Les auteurs se scandalisent, et moi je suis le premier à dire que c'est quand même assez compliqué. Il y a des inspecteurs qui sont avec leur chronomètre, leur lampe de poche et leur papier dans les salles de cinéma - il y a 12 personnes en France qui sont payées pour faire ça. Et puis, il y a le suivi, il y a les gens qui ne paient pas bien... C'est monstrueux ! » (un éditeur).

« Je n'aime pas le monopole, parce que ça ne favorise pas la discussion. Mais, il faut reconnaître à la SACEM que c'est quand même eux le rempart le plus virulent dans le monde anti-américain, donc anti-major. » (un éditeur-producteur).

« Mais la SACEM a un monopole de fait, pas de droit ! Vous pouvez aller voir des gens qui ne sont pas à la SACEM, ça existe. Si la SACEM est efficace, si un certain nombre de personnes ont décidé de confier leurs droits à la SACEM, il ne faut quand même pas en vouloir à la SACEM ! » (un responsable du société de gestion collective).

Les producteurs et les diffuseurs, qui acquittent des droits à la SACEM, ont par contre une position beaucoup plus réservée :

« La SACEM, c'est un scandale vivant. Moi, si j'avais ne serait-ce que 17% de frais de fonctionnement, ça fait bien longtemps qu'on m'aurait délogé. » (un producteur).

« Le drame des sociétés civiles c'est que, au départ, elles sont là pour défendre les intérêts de leurs ayants droit, mais très rapidement, la structure est là pour défendre les intérêts de la structure. (...) Si la SACEM était là pour défendre les auteurs et les éditeurs, ils n'auraient pas 23% de retenues, ils en auraient 15 ! et Tournier aurait moins d'argent, et on ne filerait pas de jetons de présence à tous les mecs qui sont au conseil d'administration, 25 000 balles par mois... » (un producteur).

« Les sociétés d'auteurs ont un train de vie d'un autre âge (...). Elles ont été créées au début du siècle et dans beaucoup de cas leurs dirigeants sont proches de l'âge de la retraite. Il y a donc aussi une question de génération. Ils ont du mal à se remettre en cause. Quand les éditeurs de musique leur demandent de réexaminer leurs structures, de réduire leurs effectifs... ils n'acceptent pas. » (un représentant des producteurs).

« L'Etat concède un monopole à une société privée sur laquelle il n'exerce aucun contrôle. (...) Il est de notoriété publique que le restaurant de la SACEM était sans doute le meilleur restaurant d'entreprise de France. » (un responsable de radio).

« Les cadres de la SACEM, d'une manière générale, sont plutôt ouverts à des raisonnements de type économique, acceptent volontiers tel ou tel type d'arguments dès lors qu'ils sont bien fondés. Mais il y a un conseil d'administration qui décide de la politique générale. Et là en revanche, il y a des gens qui n'ont pas le même type de formation et qui après tout n'ont rien à perdre et régulièrement jouent les "jusqu'au-boutistes" et les intransigeants. » (un responsable de radio).

Ce qui n'empêche pas certains de reconnaître :

« La SACEM bosse très très bien. Ils ont mis en place un système informatique très performant. Ils ont fait beaucoup de progrès ces dernières années. Ils sont vraiment considérés comme l'un des deux ou trois plus performants au monde. (...) A mon avis, en termes de gestion, il y a beaucoup plus de problèmes au niveau SPEDIDAM et ADAMI. Les musiciens sont infoutus, lorsqu'ils reçoivent la répartition, de savoir d'où ça vient. Les musiciens ne comprennent rien. » (un représentant des producteurs).

« On trouve que la SACEM-SDRM, ça fonctionne bien, parce que ça remplit sa fonction. On sait ce qu'on paie, on sait pourquoi on le paie. Ce n'est pas ce qu'il y a de plus transparent au monde, mais... » (un responsable d'une chaîne de télévision).

Comme en témoigne l'épisode Polygram-MCPS qui a débouché sur l'accord de Cannes de janvier 1997, les producteurs et les diffuseurs verraient d'un très bon oeil l'introduction d'éléments de concurrence parmi les sociétés de gestion collective :

« S'il y avait deux sociétés d'auteurs, il n'y aurait pas 16% de frais généraux. » (un responsable de radio).

« L'ouverture de la concurrence entre les différentes sociétés d'auteurs européennes serait tout à fait souhaitable. On aurait effectivement une situation beaucoup plus équilibrée. On aurait une vraie capacité de négociation. » (un responsable de radio).

Cette ouverture à la concurrence que certains appellent de leurs voeux est assez largement utopique étant donné le poids des rigidités institutionnelles et le degré d'avancement de l'harmonisation européenne face au principe de l'exclusivité territoriale et aux accords de réciprocité qui lient les sociétés de gestion collective⁸². Face à ces difficultés, certains plaident de manière plus pragmatique pour la création d'un "tribunal du droit d'auteur" (à l'image de ce qui existe dans la plupart des pays anglo-saxons⁸³) qui permettrait de jouer un rôle d'arbitre dans des situations ne présentant pas un degré de gravité telle qu'elles justifient l'ouverture de litiges sur la base du droit de la concurrence.

« Moi je crois qu'il serait utile de voir s'il n'y a pas possibilité de créer un tribunal du droit d'auteur, un arbitre, pour surveiller qu'il n'y ait pas d'abus dans l'exercice du droit d'autoriser ou d'interdire (un petit peu comme pour la rémunération équitable). La contrepartie du monopole, ça devrait être une instance arbitrale qui dirait "non, là vous exagérez...". L'administration n'a pas le droit de le faire. Elle peut essayer de le faire à titre officieux, elle peut donner des conseils... (...) On peut toujours aller devant les tribunaux, mais uniquement pour les abus énormes. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

⁸² A cela, rappelons que s'ajoute le fait que des sociétés ne pourront jamais être totalement en concurrence (au moins du point de vue des utilisateurs) du fait du caractère non substituable de leur répertoire.

⁸³ Voir Théberge [1993].

Des témoignages que nous avons recueillis au sein de la profession, on retiendra la grande focalisation des propos sur la SACEM alors même que de nombreux intervenants reconnaissent que cette société est loin de constituer le problème le plus patent au sein de l'ensemble des sociétés civiles. Il reste que compte tenu de sa puissance et de son manque de transparence, cette société cristallise les nombreuses réactions à l'égard des sociétés civiles. Il est à noter que ce manque de transparence s'avère particulièrement problématique car il favorise les spéculations les plus hasardeuses sur le fonctionnement de l'ensemble du système et induit un débat qui, faute d'être informé, est passionné.

Comme nous le verrons plus loin (§ I.1.2 & §I.2), le problème est pourtant loin de se poser en termes manichéens sur l'adhésion ou au contraire le rejet du principe de la gestion collective. A y regarder de près, la gestion collective domine la gestion des droits d'auteur/droits voisins dans la plupart des pays occidentaux. De plus, elle devrait continuer à se développer. Ce qui pose problème, en revanche, ce sont certaines des pratiques des sociétés françaises qui ne paraissent pas toujours correspondre à l'intérêt de leurs mandants (telle l'importance des frais de gestion), ni à celui de la collectivité (telle la volonté de systématiser les prélèvements y compris si leur rentabilité est très marginale).

- **"La gestion collective prive les auteurs de la faculté de défendre eux-mêmes leurs intérêts"**

Les auteurs (ainsi que les éditeurs), lors de leur adhésion à la SACEM, lui font apport de leur droit de reproduction et de représentation. Ils délèguent ainsi (dans le cas général) leur droit d'autoriser ou d'interdire l'utilisation de leurs oeuvres, de même que leur faculté de négocier en direct le montant de la rémunération versée en contrepartie de l'utilisation des oeuvres. Depuis la réforme statutaire intervenue à la SPEDIDAM, les artistes-interprètes "exécutants" font eux aussi apport de leur droit d'autoriser ou d'interdire à leur société civile. Nous avons vu que cette délégation se justifie dans son principe par le gain que les ayants droit sont en position d'attendre de la gestion collective (pouvoir de négociation et économies d'échelle). Toutefois, dans certaines circonstances, des auteurs peuvent souhaiter procéder par eux-mêmes à la défense de leurs intérêts et considérer le

passage par la gestion collective comme une entrave à leur liberté contractuelle. Dans ce cas, deux aspects de la gestion collective sont particulièrement visés.

*** Les tarifs invariables**

La SACEM négocie avec les utilisateurs les tarifs correspondant aux différentes catégories d'utilisation des oeuvres. Un principe important de la gestion collective est que, une fois défini, le tarif s'applique de manière uniforme à l'ensemble des oeuvres du répertoire de la SACEM, quelle que soit l'identité de l'auteur et celle de l'utilisateur. Le principe de non-discrimination contenu dans le droit de la concurrence contraint d'ailleurs les sociétés de gestion collective au respect de ce principe. Or, certains auteurs pourraient faire prévaloir leur notoriété pour négocier des tarifs plus élevés.

La contractualisation directe entre auteurs et diffuseurs se développe actuellement aux Etats-Unis avec la diffusion des "licences sources"⁸⁴. Depuis le début des années 50, les radios et les télévisions ont la possibilité d'opter pour les "licences par programme" plutôt que pour les licences forfaitaires⁸⁵. Avec les licences par programme, le diffuseur dispose toutefois d'un libre accès au répertoire, mais le paiement n'est plus assis sur le revenu total du diffuseur mais simplement sur les revenus issus des programmes contenant de la musique du répertoire de la société. A la suite de la fixation par les tribunaux, en 1995, de nouveaux taux pour les licences par programme, celles-ci se substituent de plus en plus aux licences forfaitaires. Ceci permet aux chaînes de réduire leur utilisation de musique protégée par les sociétés, en utilisant des oeuvres du domaine public ou en négociant en direct avec les auteurs dans le cadre de "licences sources". Le gain pour le diffuseur est évident. S'il dispose d'un pouvoir de négociation suffisant pour s'assurer un tarif élevé, l'auteur peut gagner à ce mode de contractualisation qui lui permet de toucher une rémunération directement calculée sur la "valeur économique" de son oeuvre et non plus une fraction de l'enveloppe générale payée par le diffuseur et répartie par la société. A l'opposé, des auteurs ne disposant pas

⁸⁴ Intervention de R. Guertz au MIDEM 1997 et Bloch et alii [1997].

⁸⁵ Dans le système des licences forfaitaires (qui est celui qui s'applique en France), le diffuseur acquiert le droit de puiser librement dans le répertoire de la société de gestion collective en contrepartie du paiement d'une redevance calculée en général en pourcentage des revenus du bénéficiaire et ne dépendant pas directement du montant et du type de musique effectivement utilisée.

d'une forte notoriété peuvent souhaiter négocier directement les tarifs auxquels ils autorisent l'utilisation de leur oeuvre, en particulier en diminuant ceux-ci afin de favoriser la diffusion de leur travail.

« On peut avoir un auteur très populaire, qui tire d'importantes ressources de ses ventes et de ses concerts et qui peut très bien dire : "promotionnellement, je veux une diffusion très forte pour que mon disque puisse être connu, donc j'abandonne mes droits d'auteur aux diffuseurs". » (un éditeur).

Ce souci de certains ayants droit de pouvoir négocier comme bon leur semble la cession de leurs droits est le principal obstacle au projet de réforme statutaire de l'ADAMI. Afin de mieux défendre le droit des artistes-interprètes dans le domaine des utilisations secondaires des phonogrammes, l'ADAMI envisage, à l'instar de ce qu'a pratiqué la SPEDIDAM, de passer d'un régime de mandat à un régime d'apport. Ce qui a été relativement facile à opérer au sein de la SPEDIDAM se révèle plus difficile à l'ADAMI en raison de la plus forte hétérogénéité de situation de ses adhérents. Les artistes-interprètes "étiquettes" à forte notoriété craignent - à tort ou à raison - de retirer une moindre valorisation de leurs droits dans cette configuration et de devoir supporter le prélèvement correspondant à la couverture des coûts de gestion de la structure.

On notera cependant, comme nous le développerons au § I.2, que le caractère invariable des tarifs est moins lié aux pratiques des sociétés civiles et à leur organisation qu'au cadre légal et réglementaire. Pour qu'une discrimination puisse être effectuée en fonction des oeuvres, des utilisations et des désirs des auteurs, il conviendrait que la loi offre la possibilité à ces derniers de discriminer effectivement les usagers et les usages.

*** Eviter les coûts d'intermédiation**

Ainsi, certains ayants droit préféreraient opter pour la contractualisation individuelle afin d'éviter de perdre une partie de leur droit en frais administratifs de la société de gestion collective. La question ne se pose que lorsque l'auteur est en droit d'estimer que la valeur du service apporté par la société de gestion collective est inférieure au coût de son intermédiation. Ceci peut être le cas lorsque l'auteur (ou son éditeur) dispose de moyens lui permettant de procéder par lui-

même à la mesure et au contrôle des utilisations qui sont faites de ses oeuvres, ou lorsque le champ de valorisation de ses oeuvres est suffisamment étroit pour que l'auteur puisse considérer ne pas avoir besoin d'un dispositif sophistiqué de mesure et de contrôle. C'est sans doute en matière de droit de reproduction mécanique que la question se pose avec le plus d'acuité, les acteurs étant ici relativement faciles à identifier et généralement en nombre limité. Certains producteurs (en particulier les majors) verraient d'un très bon oeil de procéder au paiement direct des ayants droit, s'estimant sans doute capables de réduire les frais de gestion par rapport à ceux réalisés par la SACEM (le fait que les majors soient simultanément éditeurs permet de mieux comprendre l'intérêt qu'elles trouveraient à une réduction des frais de gestion).

« Pourquoi, diable, suis-je obligé d'aller verser à la SACEM - qui va prendre ses 20% de commission - alors que moi je pourrais verser directement l'argent à mes auteurs ? Ils auront beaucoup plus d'argent ! » (un producteur).

Les velléités de renoncer aux avantages de la gestion collective pour procéder à une contractualisation directe entre auteurs et utilisateurs sont certainement le fait d'une petite minorité d'auteurs (mais, sans doute, d'une part plus importante d'utilisateurs). La gestion directe de ces droits exigerait une administration considérable risquant de générer des coûts supérieurs au taux de commission prélevé par les sociétés de gestion collective.

« Je considère que c'est un boulot très difficile, et qu'on ne se rend pas compte de ce que c'est. Dès que nous, on veut faire un peu de gestion collective par nous-mêmes, on se rend compte que c'est un boulot très difficile. » (un éditeur).

Toutefois, la numérisation est susceptible de remettre en cause cet équilibre. En effet, la filière musicale met en place actuellement des procédés électroniques de marquage des oeuvres et de comptabilisation de leurs utilisations. Aux Etats-Unis, des sociétés spécialisées (telle Music Report) se sont créées, et sont capables de livrer une information très précise sur la diffusion des oeuvres et les recettes associées. Ces nouveaux procédés numériques favorisent donc un certain rééquilibrage informationnel entre les diffuseurs et les sociétés, une diminution des coûts de mesure et de contrôle et encouragent donc de part et d'autre (auteurs

et diffuseurs) à procéder à des contractualisations directes. Nous y reviendrons dans le § I.3.

I.1.2. Les indispensables adaptations du système français de gestion collective

Une première analyse du système français de gestion collective nous a amenés à souligner que si, sur le plan des principes, la gestion collective pouvait difficilement être mise en cause, des critiques non négligeables lui sont adressées aussi bien par ses détracteurs que par ses partisans. Si certaines d'entre elles (comme l'abus de position dominante envers les utilisateurs) paraissent *in fine* peu fondées, d'autres révèlent que des adaptations sont nécessaires. L'objet de cette section est de revenir sur ces dernières.

Un rapide retour en arrière nous permettra d'abord de rappeler qu'aujourd'hui, sauf sur certains points de détail, les problèmes de perception et de collecte des informations nécessaires à la répartition sont globalement résolus (§ I.1.2.1). En revanche, nous instituerons sur le fait que de nombreux problèmes se posent du fait du chevauchement de compétences et de la conflictualité entre gestionnaires du système des droits d'auteur/droits voisins (§ I.1.2.2). Cela nous conduira à plaider pour une séparation des fonctions de collecte et de répartition (§ I.1.2.3). En effet, à notre avis, la mutualisation de la gestion des droits va s'approfondir mais il convient de disposer de structures plus rationnelles pour l'assurer (§ I.1.2.4).

I.1.2.1. Un système de collecte en voie de rationalisation

Aujourd'hui, le système de gestion collective renforcé ou instauré par la loi de 1985 semble s'être déployé correctement. Les sociétés nouvellement créées ont progressivement mis en place les moyens nécessaires à la collecte et à la répartition des droits. Si certains problèmes ponctuels demeurent, le système mis en place par la loi de 1985 semble être relativement efficace. Dans le même temps, les modalités de fonctionnement du système actuel révèlent certaines de ses limites qui plaident, non pas contre le principe de la gestion collective, mais plutôt pour son aménagement. Notamment, le système français de collecte et de

répartition devrait mieux séparer les fonctions de perception et de répartition. Par ailleurs, l'opacité encore trop grande des institutions conduit à des interrogations.

Les difficultés liées à la perception et à la répartition des droits à rémunération créés par la loi de 1985 sont en voie d'être résolues. En effet, certains redevables (principalement les radios FM, les discothèques, les importateurs de supports d'enregistrements) avaient soit contesté les droits de certains ayants droit, soit refusé de communiquer leurs relevés de diffusion ou de payer la rémunération équitable ou la rémunération pour copie privée.

La plupart de ces obstacles ont pu être surmontés grâce à l'appui des pouvoirs publics par la voie d'accords entre utilisateurs et ayants droit. Pour autant, à de rares exceptions près, les relevés de diffusion communiqués aux sociétés de répartition sont encore souvent inutilisables, étant soit manuscrits, soit incomplets (programmation et non diffusion, compte non tenu des diffusions inférieures à un certain temps, ne précisant pas des données essentielles à la répartition des droits voisins comme la version de l'oeuvre diffusée, etc.). C'est la raison pour laquelle les sociétés civiles ont dû mettre au point des systèmes de mesure palliant les lacunes des déclarations des utilisateurs.

- La rémunération équitable partagée à parts égales entre artistes et producteurs de phonogrammes est perçue via la SPRE auprès de l'ensemble des utilisateurs de supports de musique enregistrés (radios, discothèques, lieux sonorisés). La répartition s'appuie sur les relevés de diffusion et des systèmes d'évaluation particuliers mis en place.

A compter de 1993 la situation de la plupart des radios s'est régularisée à l'égard des sociétés de perception et de répartition. Les années 1994-1996 ont été marquées par de nombreux accords bilatéraux (entre sociétés de perception et radios) entérinant le principe et le barème de la rémunération équitable, établissant les principes de rémunération applicable à l'avenir et organisant le paiement des arriérés dus pour la période 1988-1993. Aujourd'hui, la plupart des situations problématiques semblent en passe d'être réglées.

La situation des discothèques a été plus longue à être régularisée. Les conflits entre représentants des ayants droit et exploitants de discothèque ont été assez durs. D'un côté, ces derniers ont tenté de faire valoir que la rémunération demandée par les ayants droit était soit incompatible avec leur santé financière (1,65% HT sur les recettes encaissées assorti d'un mécanisme d'abattement), soit le résultat d'un abus de position dominante. D'un autre côté, les sociétés civiles ont mené de nombreux contentieux envers les établissements récalcitrants. Au total, la conflictualité a été forte et la situation ne s'est normalisée qu'au cours de l'année 1996. Les ayants droit ont notamment dû mener d'importantes investigations pour mettre à jour les véritables données économiques et les pratiques de ce secteur d'activité souvent peu transparent.

La SACEM assure la perception pour son propre compte et par délégation pour le compte des autres catégories d'ayants droit de la plupart des droits sur les lieux sonorisés. Elle seule dispose en effet d'un système efficace de supervision des usages et d'identification des utilisateurs.

- La rémunération pour copie privée est perçue auprès des fabricants et importateurs de supports d'enregistrements et est collectée par la SORECOP (cassettes audio) ou Copie France (cassettes vidéo). La répartition s'appuie sur des enquêtes destinées à évaluer les pratiques du public en la matière ainsi que sur les statistiques des ventes de phonogrammes.
- En ce qui concerne les droits de diffusion des vidéomusiques, la collecte est assurée directement par les sociétés civiles dans le cadre de contrats généraux d'intérêt commun ou de contrats particuliers de fourniture de vidéomusiques auprès des chaînes de télévision. La répartition s'effectue en fonction de relevés de diffusion.

Rappelons que ces contrats font l'objet d'une action en contentieux initiée en 1993 par les représentants des artistes-interprètes (SPEDIDAM & SNAM rejoints par l'ADAMI et le SFA) qui considèrent que la diffusion de vidéogrammes TV relève de la licence légale en vigueur pour la diffusion de phonogrammes et non du droit exclusif d'autoriser ou d'interdire reconnu aux producteurs de vidéogrammes. L'enjeu pour les artistes-interprètes est de

capter les 50% de droits de rémunération équitable auxquels ils ont droit lorsqu'on considère que les sommes en jeu relèvent de la rémunération équitable et non des droits voisins des producteurs. Les producteurs et les sociétés qui les représentent considèrent pour leur part qu'ils disposent d'un droit d'autoriser ou d'interdire sur les vidéogrammes de par la loi de 1985, et qu'en conséquence ils ne relèvent pas de la licence légale. Pour eux, l'enjeu semble moins de capter la part de droits réclamés par les artistes-interprètes que de défendre leurs droits à valoriser leurs phonogrammes et vidéogrammes⁸⁶.

En fait, deux périodes doivent être distinguées.

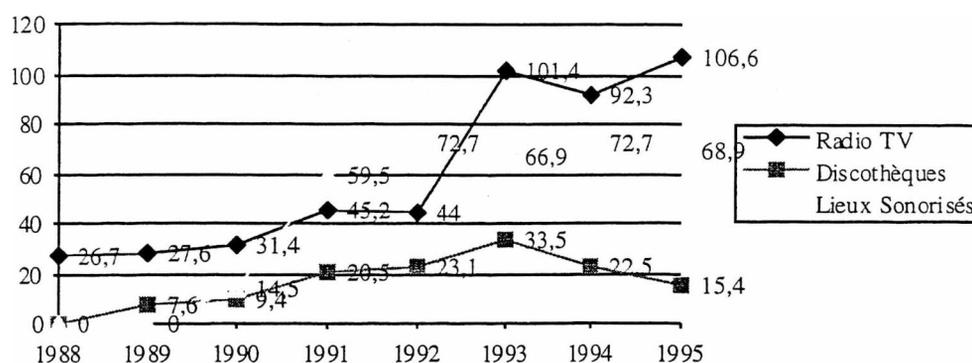
De 1985 à 1993, les efforts des nouvelles sociétés de perception ont été concentrés sur la perception des droits créés par la loi de 1985. Il a fallu, comme avec les radios ou les discothèques, faire admettre aux utilisateurs le principe d'une perception. Ce principe est désormais acquis. Cela s'est traduit par une montée en charge progressive des différentes catégories de rémunérations, dont la rémunération progressive.

A partir de 1993, on constate pour la plupart des catégories de droits créés en 1985 soit une stagnation, soit un léger déclin. Ce dernier est principalement dû au fait qu'en 1993 ont été réglés de nombreux arriérés de cotisations par les utilisateurs. Le système semble donc être arrivé aujourd'hui à maturité. Seul le développement de nouvelles modalités de consommation de la musique semble en mesure de sensiblement infléchir cette tendance à la stagnation.

Ces observations permettent de confirmer les remarques introductives quant au caractère marginal, pour de nombreuses catégories d'acteurs, des droits créés en 1985 dans la structure de leur rémunération et la tendance qu'elles auront nécessairement à le rester.

⁸⁶ Rappelons que les droits voisins des producteurs sur la vidéomusique représentent 67 MF, soit moins de 1% de leurs revenus.

Evolution des perceptions de la rémunération équitable par secteur (en MF)



(Source: Rapport annuel de la SPPF)

Depuis 1993-1994, le problème à résoudre est celui de la répartition. D'une part, il faut obtenir de la part des utilisateurs des informations sur les usages effectifs qu'ils font du patrimoine. D'autre part, il faut pour certains usages *a priori* difficilement contrôlables développer des moyens d'évaluation. Même si aujourd'hui la plupart des difficultés sont en voie de résolution, un certain nombre de problèmes demeurent (et se traduisent par un volume non négligeable d'inrépartissables).

A l'instar des radios⁸⁷, nombre d'utilisateurs ne fournissent pas de relevés détaillés ou exploitables de la manière dont ils utilisent le répertoire. Le problème vient du fait que, compte tenu de la multiplicité des ayants droit, les informations nécessaires à la répartition sont très nombreuses car il faut connaître non seulement le titre de l'oeuvre et son interprète principal, mais aussi la date et le lieu d'enregistrement pour pouvoir identifier avec certitude les ayants droit (à condition qu'existent en sus des bases de données répertoriant tous les ayants droit attachés à une oeuvre). Les relevés effectués par la SACEM sont souvent inutilisables pour les autres catégories d'ayants droit car la SACEM s'intéresse à l'auteur et non pas aux particularités de chaque exécution ou interprétation.

⁸⁷ Plus précisément en matière de radio qui représente 40% des droits distribués au titre de la rémunération équitable, les problèmes viennent principalement des radios nationales publiques qui, en raison d'une mauvaise organisation, produisent des relevés très approximatifs. Les radios locales appartenant ou non à un réseau posent aussi quelques problèmes, beaucoup moins importants néanmoins. Seules les radios périphériques produisent des relevés exacts.

Pour ce qui concerne les usages, *a priori* plus difficilement contrôlables, des moyens spécifiques ont progressivement été mis en place pour les évaluer. C'est le cas notamment de la copie privée dont l'évaluation repose sur des enquêtes d'opinion⁸⁸, ou des discothèques pour lesquelles a été mis au point un panel spécifique⁸⁹.

Aujourd'hui, seuls les droits TV, d'une part, et les droits prélevés dans les lieux sonorisés, d'autre part, ne font pas l'objet d'enquêtes spécifiques pour déterminer leur répartition. Les droits TV sont actuellement trop faibles pour justifier la mise en place d'un tel dispositif et, par ailleurs, les accords conclus bilatéralement entre les sociétés représentant les ayants droit et les sociétés de diffusion de programmes de télévision permettent de garantir une meilleure qualité des relevés opérés par les diffuseurs eux-mêmes. On se contente donc des déclarations des chaînes. Les lieux sonorisés sont trop hétérogènes pour que des systèmes de sondages fiables puissent être conçus.

1.1.2.2. Redondances, conflictualité, inefficacité

Malgré cette évolution favorable, il n'en demeure pas moins un certain nombre de problèmes qui tiennent moins aux relations entre ayants droit et utilisateurs qu'à la forte conflictualité entre ayants droit qui a conduit au déploiement d'un dispositif qui pose indéniablement des problèmes d'efficacité.

En fait deux problèmes se combinent. D'une part, après 1985, le système de gestion des nouveaux droits créés s'est développé en se superposant au système antérieur et sans procéder à sa réorganisation. D'autre part, la forte conflictualité entre ayants droit a abouti à multiplier les structures.

⁸⁸ Plus exactement, des sondages sont réalisés pour évaluer les pratiques en matière de copie privée et pour déterminer, notamment, quels supports sont copiés et selon quelles modalités. Ces enquêtes servent de guide à la détermination des règles de répartition oeuvre par oeuvre qui dépendent à 70% des ventes de phonogrammes et à 30% de la diffusion radio pour les supports audio, et à 100% de la diffusion pour les supports vidéo.

⁸⁹ Dans le cadre d'un partenariat avec MediaControl, la SPRAI (associée aux sociétés civiles d'artistes et de producteurs) a mis au point un système d'évaluation des usages de la musique dans les 3 000 discothèques de France. Le système repose sur un dispositif de "boîtes noires" effectuant un relevé automatique des programmations d'une centaine d'établissements représentatifs, la reconnaissance étant basée sur des ressources humaines.

En 1985, les nouvelles sociétés civiles créées ne disposaient pas des moyens de perception. Elles se sont donc appuyées sur le système mis au point par la SACEM, notamment pour la collecte de tous les droits pour lesquels une structure *ad hoc* n'avait pas été prévue par la loi (notamment pour la rémunération équitable). Le problème principal tient à ce que le système mis au point par la SACEM était en grande partie inadapté aux nouveaux besoins. En effet, la SACEM gère les droits des auteurs et identifie donc leurs oeuvres. Elle ne se préoccupe pas de différencier les fixations. En n'identifiant pas l'origine précise des répertoires utilisés, de nombreux problèmes de répartition se posent ensuite, notamment pour les petits ayants droit (jazz, débutants, etc.). Ceci est en partie à l'origine de nombreux inrépartissables.

A ce premier problème vient s'ajouter celui de la position hégémonique de la SACEM en matière de collecte de droits. Il semble que cela l'ait conduit à prélever des pourcentages très importants sur les sommes collectées pour le compte de tiers. Ainsi, la SACEM qui assurait la perception sur les discothèques pour le compte d'une société civile gestionnaire de droits voisins prélevait 27% des perceptions. Lorsque cette société civile a repris cette activité à son compte, ses frais de perception ne se sont plus élevés qu'à 18,5% des recettes de perception.

Au total, il apparaît que si l'on peut comprendre les raisons qui ont amené certaines catégories d'ayants droit à faire collecter leurs droits par la SACEM et par les sociétés préexistantes, l'efficacité d'un dispositif qui n'était pas prévu au départ pour collecter l'ensemble des droits s'avère douteuse. D'une part, le dispositif existant contrôlé par les auteurs ne s'adapte qu'à la marge aux besoins des autres catégories d'ayants droit. De l'autre, la position dominante du prestataire de service le conduit à pratiquer des tarifs intuitivement excessifs.

La seconde cause de problèmes liés à la structure actuelle du système français est la multiplication des intervenants. Pas moins de 25 sociétés civiles réalisent aujourd'hui la collecte et la répartition des droits. Cela génère des inefficacités et des dysfonctionnements.

Tout d'abord, un certain nombre d'opérations sont réalisées de manière redondante (comptabilité, contrôle des flux, supervision des usages, etc.) puisque, soit ces

sociétés gèrent des opérations complémentaires sur des droits identiques (ex : collecte puis répartition), soit elles gèrent des opérations identiques sur des droits identiques pour des ayants droit différents. Au total, un nombre excessif de contrôles, d'écritures comptables, d'enquêtes, de transferts de fonds... sont effectués de manière redondante⁹⁰.

Ensuite, on aboutit à des situations paradoxales en matière de collecte ou de répartition des droits d'auteur/droits voisins. Ainsi, la gestion de l'ADAMI est marquée par de trop importantes sommes inrépartissables faute de disposer d'un moyen d'identification des ayants droit (ce moyen existe pourtant virtuellement ; il suffirait de rassembler l'information dont disposent les différentes sociétés civiles). La collecte des droits d'auteur/droits voisins pour ce qui concerne les films passant à la télévision constitue un autre exemple de ces situations paradoxales. Ainsi, dans le système actuel, les droits sont payés deux fois par les chaînes. Le producteur de films achète en effet aux auteurs le droit d'utiliser leurs oeuvres pour assurer la synchronisation de films. Lorsque les droits de diffusion des films sont cédés à une entreprise de télévision, ces droits sont acquittés par l'acheteur au producteur. Pourtant, les entreprises de télévision payent à la SACD des droits d'auteur sur les musiques des films diffusés.

Enfin, les sociétés civiles semblent confondre leur rôle de gestionnaire du patrimoine et des revenus des partenaires de la filière musicale avec celui de représentant de leurs intérêts. Cette confusion des rôles n'est pas judicieuse mais elle résulte inévitablement de l'organisation actuelle du système de collecte et de répartition. En effet, la spécialisation des sociétés civiles de répartition⁹¹ dans la gestion des droits d'une seule catégorie d'ayants droit a des effets pervers puisqu'elle tend à transformer les sociétés civiles en syndicat professionnel chargé d'une manière générale de la défense de leur mandants. Cette particularité française ne va pas sans entretenir et pérenniser la forte conflictualité entre les parties prenantes de la profession, ce qui d'une part nuit à l'efficacité de la gestion

⁹⁰ Alors même que, comme on l'a noté plus haut, les prélèvements effectués par les sociétés au titre des frais de gestion sont loin d'être négligeables.

⁹¹ En France, hormis la SACEM, la plupart des sociétés civiles d'ayants droit ne procèdent pas à proprement parler à la perception des droits. Ainsi, la SPPF utilise les services de la SPRE pour collecter la rémunération équitable, ceux de Copie France et de la SORECOP pour les droits de copie privées, ceux de la SACEM pour la rémunération équitable en matière de lieu sonorisé.

de la collecte et de la répartition des droits (en interdisant, par exemple, une forte mutualisation des moyens), et d'autre part empêche la nécessaire prise de conscience d'une communauté d'intérêt.

En la matière, l'existence de deux sociétés de gestion des droits des producteurs est particulièrement illustrative de la situation française. La SPPF a été créée en 1986 après la SPP à l'initiative de 12 indépendants français parmi les plus importants (Trema, Scorpio, Dreyfus...). Elle regroupe aujourd'hui 500 producteurs qui se répartissent en trois catégories : ceux qui dépassent une taille critique de 30 à 40 MF de CA (et vont en fait jusqu'à 125 MF de CA), les intermédiaires qui réalisent annuellement un CA compris entre 10 et 30 MF, et les plus petits dont le CA est inférieur à 10 MF. Le paradoxe veut que cette société regroupe des indépendants dont la plupart sont licenciés au moins pour la distribution chez les majors. La création de la SPPF s'explique largement par la volonté de créer un contrepoids institutionnel à la puissance des majors plutôt que parce que la SPP ne réalisait pas correctement ses missions. Ce n'est qu'en 1992-93 qu'un syndicat, l'UFPI, a été créé en tant que tel pour représenter les intérêts des indépendants ; il regroupe 70 entreprises.

Au total, et sans ignorer les grandes qualités du système français en matière de protection des auteurs et des artistes-interprètes, il apparaît que la structure du système actuel de collecte et de répartition est marquée par plusieurs sources "constitutionnelles" de dysfonctionnement. Une séparation plus nette entre les deux opérations et une réunion au moins des moyens des sociétés de perception d'une part et des sociétés de répartition d'autre part auraient le double avantage de diminuer les coûts de gestion du système actuel, tout en augmentant son efficacité, et d'atténuer sensiblement la conflictualité forte qui marque le secteur.

1.1.2.3. Pour une séparation des fonctions de collecte et de répartition

L'analyse des transformations intervenues au cours des dernières décennies dans le secteur de la gestion collective montre que son organisation d'ensemble évolue selon deux forces contradictoires.

La première est une force d'éclatement, de "différenciation horizontale"⁹². L'histoire, mais surtout la profondeur des divergences d'intérêts entre les différents titulaires de droit, se traduisent par un éclatement horizontal des sociétés de gestion collective, y compris au sein de collèges *a priori* homogènes. C'est ainsi que les auteurs se répartissent entre la SACEM et la SACD selon la nature du répertoire ; les éditeurs dont une part significative des ressources est issue de la vente de partitions se sont regroupés au sein de la SEAM (ex-SEM) ; les artistes-interprètes sont adhérents de l'ADAMI ou de la SPEDIDAM selon que leur nom figure ou non sur l'étiquette du phonogramme ; les producteurs sont divisés entre ceux qui acceptent de cohabiter avec les majors (au sein de la SCPP) et ceux qui refusent cette cohabitation et mettent en avant leur indépendance (au sein de la SPPF)...

Mais simultanément, l'importance des économies d'échelle dans l'activité des sociétés de perception et de répartition plaide pour une concentration horizontale permettant d'atteindre l'efficacité économique. C'est ainsi que la SACEM assure la perception de la rémunération équitable auprès des discothèques (en attendant le démarrage du dispositif électronique mis en oeuvre par la SPRE) et des lieux sonorisés, ainsi que les droits voisins pour la diffusion de phonogrammes par les organisateurs de spectacles pour le compte de la SPRE ; que la SPRE réalise la perception de la rémunération équitable auprès des télévisions et des radios (et, bientôt, auprès des discothèques) pour le compte des artistes-interprètes et des producteurs ; que la SDRM perçoit les droits de reproduction mécanique pour la SACEM, la SACD et la SCAM ; que COPIE FRANCE et la SORECOP perçoivent la rémunération pour copie privée pour l'ensemble des ayants droit, avec l'appui technique de la SACEM...

Le tiraillement du secteur de la gestion collective entre ces deux forces contradictoires témoigne de la dualité de leur activité entre, d'une part, la perception qui ressort principalement d'une logique technique et, d'autre part, la répartition qui répond à une logique politique. Du strict point de vue de l'efficacité économique, la dissociation fonctionnelle entre les deux aspects de l'activité des sociétés de gestion collective est d'autant plus justifiée que la taille critique

⁹² Paris [1995].

réclamée par chacun est très inégale (elle est beaucoup plus importante pour la répartition). La structuration actuelle du secteur de la gestion collective entrave pourtant l'approfondissement de cette logique de dissociation et la pleine exploitation des synergies techniques. La perception reste du ressort de structures émanant de groupes d'intérêts plus ou moins étroitement définis (la SACEM-SDRM, les auteurs et les éditeurs, la SPRE, les producteurs et les artistes-interprètes...). Cet enracinement "corporatiste" des appareils de perception, générateur de méfiance réciproque, nuit à une plus complète centralisation des opérations techniques.

« La SACEM a eu pour mandat de percevoir les droits dans les discothèques pour le compte de la SPRE pendant un certain temps. La SACEM percevait ce qui était versé spontanément, mais n'allait pas chercher ce qui posait problème. Elle assurait d'abord la perception de ses propres droits, et si elle ne se faisait pas payer spontanément les droits de la rémunération équitable, elle n'allait pas les chercher. » (un responsable d'une société de gestion collective).

La manière dont est traitée l'information transmise par les diffuseurs pour opérer la répartition des droits constitue une illustration significative de la situation actuelle. Aujourd'hui, les relevés de programme des radios et télévisions sont traités séparément par la SACEM, les producteurs et les interprètes⁹³. Chacune des sociétés impliquées construit sa base de données.

« On pourrait penser qu'il n'y a qu'une seule base phonographique en France. En fait, chacun a sa propre base : la SACEM, la SSCP, la SPPF.. Sur un plan macro-économique, c'est vrai qu'il y a un problème... » (un responsable d'une société de gestion collective).

« Si on avait de bonnes relations avec les producteurs, on aurait moins de problèmes. Parce qu'on aurait un code, les informations seraient saisies dès le départ, ce code serait saisi au moment de la diffusion. (...) On a essayé il y a 4 ou 5 ans de travailler avec la SPPF et SCPE à la reconnaissance, à la constitution d'une base de données..., mais leur comportement n'a pas permis d'aboutir..., on a été obligé d'arrêter. » (un responsable d'une société de gestion collective).

⁹³ La SSCP et la SPPF ont chacune leur fichier d'œuvres. Ces deux fichiers sont vendus à l'ADAMI. Mais la SPEDIDAM a construit son propre fichier...

Les difficultés associées à une plus grande centralisation sont réelles. Les besoins et les préoccupations des uns et des autres ne sont pas identiques (par exemple, les auteurs et éditeurs perçoivent et répartissent sur les oeuvres alors que les titulaires de droits voisins se fondent sur les phonogrammes). Mais le principal obstacle est culturel et réside probablement dans la réticence de chacune des parties à confier la gestion de certains de ses intérêts à une structure émanant d'une autre catégorie d'acteurs de la filière.

« Les contraintes ne sont pas les mêmes, les délais ne sont pas les mêmes, le rythme de vie n'est pas le même, la culture d'entreprise n'est pas la même, ce qui fait que s'accrocher à nous peut créer un problème. » (un responsable d'une société de gestion collective).

« Les besoins des uns et des autres ne sont pas toujours les mêmes. Les producteurs peuvent avoir besoin d'une information plus superficielle que les artistes-interprètes. » (un responsable d'une société de gestion collective).

L'insuffisance de la collaboration technique entre les différentes sociétés de gestion collective pourra peut-être être dépassée par les changements d'hommes à leur tête.

« Les dirigeants de l'administration des sociétés ont changé, je pense que ça permettra de résoudre des problèmes qui ne l'étaient pas par le passé. Les relations personnelles sont bonnes, il y a toujours des différences dans la manière de faire les choses, mais je pense qu'on travaille de mieux en mieux ensemble. » (un responsable d'une société de gestion collective).

Une manière sans doute plus radicale d'atteindre une plus grande efficacité économique dans la perception des droits est de confier cette mission à des structures indépendantes des parties en présence. C'est la direction qui a été adoptée avec la création de la SPRE, de SORECOP et de COPIE FRANCE. L'approfondissement de cette logique pourrait conduire à l'achèvement de la dissociation entre la perception et la répartition. Les sociétés de gestion collective se cantonneraient aux opérations de répartition (où l'effet de taille est relativement peu important), à la négociation des conventions avec les utilisateurs et aux missions de représentation de leurs adhérents auprès des pouvoirs publics, des organisations internationales, des sociétés des autres catégories d'ayants

droit... Les aspects purement techniques de la perception (y compris la collecte et l'élaboration des données nécessaires à la répartition) pourraient être confiés à des opérateurs techniques indépendants étroitement contrôlés, recrutés sur la base de leur efficacité économique et régulièrement mis en concurrence, à l'instar de ce qui se passe pour certaines concessions de services publics.

1.1.2.4. Une tendance inéluctable à la collectivisation

L'essentiel du droit d'auteur se trouve sous le régime de la gestion collective. Parmi les rares exceptions figurent le droit d'adaptation et, depuis peu, le droit d'utiliser une oeuvre musicale pour la production d'une séquence MIDI destinée à être commercialisée.

« Nous admettons - avec difficulté - que pour les droits d'exécution et les droits mécaniques, il est préférable de laisser la société traiter des tarifs au niveau de l'industrie. Il est évident que les tarifs sont supérieurs à ce qui se passe de l'autre côté de l'Atlantique. (...) Dans la mesure où le tarif est satisfaisant pour nous, je préfère leur faire confiance et travailler avec une force structurelle, historique, etc. Par contre, nous revendiquons la liberté contractuelle en ce qui concerne toutes les utilisations qui directement sont de notre ressort via les contrats avec les auteurs [utilisation dérivée]. (...) Nous souhaitons, et c'est une décision que nous avons prise en chambre syndicale, ne pas avoir de tarif entendu, et pouvoir valoriser l'oeuvre en fonction de l'importance. » (un éditeur).

Toutefois, les quinze dernières années témoignent d'un processus d'élargissement du champ de la gestion collective au sein de la filière musicale. La loi de 1985 a fortement contribué à cette évolution en reconnaissant de nouveaux droits et en imposant le recours à la gestion collective pour la gestion de certains d'entre eux (la rémunération équitable et la rémunération pour copie privée). Mais le champ de la gestion collective s'est également étendu hors des obligations légales. Ainsi, la réforme des statuts de la SPEDIDAM devrait se traduire (si elle ne butait sur la résistance des producteurs) par un basculement complet dans la gestion collective du droit exclusif des artistes-interprètes exécutants. Les projets de réforme statutaire de l'ADAMI aboutiraient au même résultat. Les producteurs - par nature - sont moins enclins à se dessaisir de la gestion individuelle de leurs droits. Les contrats d'intérêts généraux conclus entre la SCPP et les chaînes de télévision

constituent toutefois un élargissement du champ de la gestion collective des droits des producteurs (même si on est ici sous un régime de mandat).

Plusieurs évolutions structurelles de la filière musicale incitent à anticiper une poursuite du processus d'élargissement du champ de la gestion collective.

Le recours à l'action collective est, dans tous les domaines, souvent perçu comme un moyen d'améliorer sa position dans la gestion d'un conflit. Nous avons vu que les sociétés de gestion collective sont souvent nées du besoin de défendre certaines catégories d'acteurs face à d'autres. Puis la "collectivisation" appelle la "collectivisation". MacQueen et Peacock [1994] rappellent que la création de la Performing Right Society au début du siècle en Grande-Bretagne a provoqué des réactions d'association de la part des utilisateurs de musique afin de rééquilibrer le rapport de force. Rappelons que la réforme statutaire de la SPEDIDAM est le produit direct du conflit entre les musiciens et les producteurs et de la difficulté rencontrée par les premiers à valoriser leur droit sur les exploitations secondaires de leurs prestations. La logique de la gestion collective peut apparaître ainsi comme un moyen d'optimiser la valorisation d'un droit existant ou de renforcer la pression pour la reconnaissance de nouveaux droits.

« Compte tenu de la baisse de ces revenus [de la copie privée], il est impératif pour l'ADAMI de rechercher de nouvelles perceptions, notamment par l'organisation collective du mandat individuel d'autoriser. » (Patrick Boiron, DG de l'ADAMI, Daily News, Midem 97, n°1, p. 77).

L'intensité des conflits entre les différents acteurs de la filière musicale et la radicalisation des positions jouent ainsi en faveur du rassemblement des forces dans chaque camp et du développement de la sphère collective.

La diversification et la complexification des champs de valorisation des oeuvres musicales (apparition de nouveaux supports, de nouveaux modes de transmission, internationalisation des marchés...) agissent également en faveur de la gestion collective. Plus les débouchés des oeuvres musicales se multiplient et se diversifient, plus il devient difficile pour les ayants droit - y compris pour les producteurs - de négocier individuellement chaque contrat. La complexification de

la filière musicale induit ainsi une perte d'efficacité comparée de la contractualisation individuelle comme mode de gouvernance des transactions en raison de l'inflation des coûts de transaction.

« Il faut savoir que la gestion collective des droits de propriété intellectuelle est maintenant la règle. Elle est générale et va se généraliser de plus en plus. (...) La logique du contrat individuel non seulement n'a plus sa place, mais n'a plus de pertinence car nous sommes dans un monde qui dispose d'une capacité d'utilisation, de diffusion des oeuvres qui est telle qu'il va y avoir une profusion de diffuseurs, de diffusions... On ne peut pas demander, même à une major, de négocier pied à pied, phonogramme par phonogramme, contrat par contrat, avec l'ensemble des utilisateurs du monde entier... Les moyens ou les petits (les producteurs, ou de manière encore plus certaine, les auteurs et artistes-interprètes) ne pourront jamais gérer leurs droits. »
(un responsable d'une société de gestion collective).

Le multimédia est une bonne illustration de la logique à l'oeuvre. La jeunesse de cette activité, mais plus encore le caractère composite de sa production, font qu'il est très difficile pour les ayants droit de faire respecter leur droit. Les coûts de transaction pour un producteur d'oeuvres multimédia disposé à solliciter les autorisations de l'ensemble des ayants droit impliqués dans la production (images fixes, images animées, textes, musiques...) sont tels que nombreux sont ceux qui s'affranchissent de cette démarche. Ceux qui rémunèrent les auteurs tendent à exiger la cession des droits dans le cadre du contrat de commande, à des conditions souvent très défavorables pour les auteurs.

« Les producteurs [d'oeuvres multimédia] achètent forfaitairement des musiques originales et ils se débrouillent pour avoir de moins en moins de problèmes avec les choses qui sont déjà bien institutionnalisées dans le réseau du droit d'auteur. (...) Ils demandent à un créateur de faire une oeuvre à titre forfaitaire. Après, ils ont tous les droits, parce que le compositeur ne dépose pas. On arrive alors au paradoxe suivant : le producteur peut très bien, dans la configuration actuelle, déposer l'oeuvre en tant que créateur de cette oeuvre qu'il a achetée forfaitairement, puisqu'il n'y a pas de dépôt. » (un auteur).

Cette situation favorise le recours à la gestion collective, à la fois pour simplifier les procédures et pour valoriser dans de meilleures conditions les droits. C'est ainsi que SESAM a été constitué en 1996. Cette structure, qui pour l'instant rassemble la SACEM, la SACD, la SCAM, l'ADAGP et la SDI, a la charge d'assurer la gestion

des droits de reproduction et de représentation dans le domaine du multimédia. Les statuts prévoient que SESAM disposera d'un mandat exclusif de la part de sociétés membres pour autoriser ou interdire et jouira d'une capacité d'action pénale. Des tarifs sont en cours de définition pour chaque mode d'expression. L'objectif est de parvenir à une facture unique dont SESAM répartira le produit entre les différentes sociétés membres (qui à leur tour répartiront auprès de leurs adhérents). Des réflexions sont engagées dans la plupart des pays industrialisés sur la faisabilité de la création d'un "guichet unique" facilitant la licitation pour les oeuvres multimédia. Avec SESAM, la France est le seul pays à ce jour à avoir opté pour un régime de gestion collective centralisé.

« Nombreux sont ceux qui se prononcent en faveur d'une centralisation volontaire de la gestion des droits, par des systèmes de "guichet unique" ou assimilés, notamment pour les utilisations de masse comme les produits et services multimédia. Les avis divergent, cependant, quant à la structure et aux compétences de tels systèmes. La majorité estime que les titulaires devraient conserver la faculté de fixer et de négocier eux-mêmes le montant des droits. » (Commission des communautés européennes, Suivi du livre vert, 1996).

De nombreux pays semblent s'orienter davantage vers une logique de simple guichet d'information facilitant l'identification des oeuvres et des ayants droit, pour orienter ensuite le producteur multimédia directement vers les ayants droit ou vers la société de gestion collective dont ils sont adhérents⁹⁴.

*

Au total, il ressort de nos constats et réflexions sur le système français de gestion collective que son principe ne doit pas être globalement remis en cause car il est générateur d'efficacité. En revanche, il nous est apparu que ce dernier pouvait être sensiblement rationalisé :

⁹⁴ Voir, par exemple, Bensoussan [1996] pour un état des discussions en cours au Japon. En Allemagne, une structure a été créée en 1996 permettant aux producteurs multimédia d'obtenir des informations sur les oeuvres qu'ils souhaitent utiliser. Toutefois, cette structure n'assure qu'une simple représentation des ayants droit et ne peut délivrer de licence.

- d'une part en séparant nettement les fonctions de collecte et de répartition afin de diminuer les redondances et les conflits entre les parties prenantes à la filière ;
- d'autre part en améliorant la transparence des sociétés de gestion collective sur lesquelles continuent de planer un doute quant à l'efficacité de leur gestion. Il est certain qu'une objectivation de leur gestion, via le contrôle d'un organisme indépendant et compétent telle que la Cour des Comptes, aurait l'immense avantage de permettre aux mandants de ces sociétés de mieux comprendre comment elles défendent leurs droits, et aux redevables comment se fixent et se calculent les sommes demandées.

1.2. De la gestion collective au cadre légal et institutionnel : les limites de la conception française du droit d'auteur

Le débat sur la légitimité du principe de la gestion collective doit être dépassé afin de s'interroger de manière plus fondamentale sur les modalités efficaces de cette gestion collective. On peut alors se demander si non seulement les sociétés civiles, mais aussi le cadre qui contraint leurs actions sont efficaces. Un tel exercice conduit inéluctablement à faire évoluer la perspective. Le problème n'est plus tant de s'interroger sur les sociétés civiles et leurs pratiques que sur les limites du cadre juridique français. A partir de là, deux démarches sont possibles. La première consiste à plaider pour une évolution de ce cadre. La seconde consiste à assumer les limites économiques de ce cadre au nom de principes supérieurs (le droit moral des artistes, la défense de la culture, etc.)

Nous commencerons par proposer une lecture analytique des propriétés du cadre institutionnel et juridique français en nous référant notamment à celui des Etats-Unis mais aussi à celui du droit de propriété industrielle. Cela nous permettra de montrer que ce qui caractérise le système français de gestion des droits tient plutôt à un relatif retrait des pouvoirs publics dans la mise en oeuvre des droits de propriété et une relative rigidité institutionnelle (§ I.2.1). Cela nous conduira à insister sur certaines des limites du cadre institutionnel et juridique actuel (§ I.2.2).

1.2.1. Une lecture du cadre institutionnel français : absence d'institutions publiques et rigidités

Dans une étude comparative sur les modalités de gestion des droits de la propriété intellectuelle, Bessy & Brousseau [1997] identifient un certain nombre de fonctions essentielles. Reprenant les analyses de North [1990], ils soulignent que la gestion des droits de propriété implique deux séries d'opérations :

- des opérations de mesure qui consistent à définir de manière précise et aux yeux de tous sur quoi portent les droits d'exclusivité d'usage ;
- des opérations d'exécution qui consistent à donner une réalité à ces droits en excluant de l'accès à la ressource concernée quiconque n'y est pas habilité.

En matière de propriété intellectuelle, la mesure renvoie d'une part aux opérations de délimitation concrète des ressources immatérielles sur lesquelles des droits d'exclusivité sont définis, et d'autre part à l'identification précise des ayants droit.

Les opérations d'exécution renvoient, quant à elles, à trois catégories d'opérations :

Il convient tout d'abord d'assurer l'interdiction d'usage aux parties non autorisées. Ceci implique la détection de ces usages non autorisés et la mise en oeuvre de contraintes crédibles (notamment par corps) pour effectivement interdire aux utilisateurs non autorisés l'accès à une ressource dont l'exclusion est, par nature, difficilement réalisable.

Il convient ensuite de mettre en oeuvre un dispositif formel de gestion des autorisations d'usage de manière à permettre aux ayants droit de céder des droits d'usage à des tiers. Ce système d'autorisation est essentiel pour permettre d'établir une distinction entre les usages licites et ceux qui ne le sont pas. Lorsqu'une telle distinction ne peut être établie, les éventuels contrefacteurs ou usagers illicites ne risquent aucune sanction. Aucun tribunal n'accepterait de leur infliger des dommages et intérêts. Tout au plus pourraient-ils être condamnés à payer les

droits d'usage dus. Ils ont donc intérêt dans ce cas à utiliser la ressource en question sans spontanément demander l'autorisation et payer des droits d'usage aux ayants droit. En effet, si le contrôle est coûteux, ils n'ont qu'une probabilité strictement inférieure à un de se faire détecter. L'espérance de redevances payées est alors strictement inférieure au montant des redevances payées en cas de déclaration spontanée. Dans ces conditions, le droit d'exclusivité et le droit à rémunération sont détruits par les anticipations des utilisateurs.

Enfin, en cas d'autorisation d'usage, il convient de mesurer l'intensité effective de l'usage de la ressource et de s'assurer du versement éventuel de droits d'usage.

Trois types d'acteurs peuvent assumer ces fonctions :

- Les détenteurs des droits eux-mêmes. Du fait de leur connaissance du matériel protégé, de leur spécialisation dans le domaine des connaissances concerné, ils sont les plus à même d'estimer si une forme d'expression ou une idée est identique à ce qui fait l'objet d'une reconnaissance de droits exclusifs. Par ailleurs, ils sont également les mieux à même d'estimer si un usage donné par un tiers va ou non à l'encontre de leur intérêt. *A contrario*, ils peuvent être incités à étendre leur droit d'interdire ou leur droit à rémunération au-delà de ce qui est légalement consenti. De plus, les opérations en question peuvent avoir un coût prohibitif pour eux.
- Les institutions privées (les sociétés civiles). Elles émanent des acteurs de la filière et leur permettent de collectiviser la gestion d'un certain nombre de moyens et d'opérations. Ce faisant, elles sont un moyen de diminuer les coûts de gestion de ces opérations de mesure ou d'exécution. En revanche, elles présentent l'inconvénient de ne pas pouvoir assurer de manière totalement individualisée la gestion des droits d'exclusivité des propriétaires de ressources immatérielles car, précisément, elles perdraient dans ce cas les moyens de réaliser des économies d'échelle et d'envergure.
- Les institutions publiques émanant non pas des acteurs de la filière mais de l'Etat (le système judiciaire, l'Office du copyright). Elles bénéficient du pouvoir en dernier ressort, ce qui leur confère une puissance particulière pour exécuter

un certain nombre de fonctions comme la garantie effective de l'exclusion d'usage. Par ailleurs, elles peuvent constituer dans un espace juridique donné un guichet unique qui limite les coûts à la fois des propriétaires et des utilisateurs. Cette puissance et cette efficacité des institutions publiques peuvent légitimer leur intervention dans la gestion des droits de la propriété intellectuelle. Elles contribuent en effet à rendre plus tangibles des droits de propriété sur les ressources immatérielles. Cela renforce les incitations des innovateurs et créateurs à générer de telles ressources et facilite leur circulation entre créateurs et utilisateurs potentiels (puisque les créateurs ont de meilleures garanties de bénéficier des revenus en cas d'utilisation par des tiers). Les institutions publiques sont en revanche en général encore plus génériques et encore moins spécialisées que les institutions privées. Elles ne permettent pas nécessairement d'assurer une gestion et une protection individualisées efficaces des droits sur les ressources intangibles.

Ces caractéristiques et propriétés contrastées des différents types d'instances impliquées dans la gestion des titres de propriété intellectuelle les rendent plus ou moins aptes à exercer certaines fonctions. D'une manière générale, il apparaît que les opérations de mesure devraient idéalement être assurées par des institutions publiques. En effet, leur caractère de guichet unique et de tiers neutre est le meilleur garant d'une délimitation saine et efficace des droits. Elles permettent notamment à un utilisateur ou un créateur quelconque de vérifier si d'autres revendications de propriété existent et qui détient des droits. En l'absence d'un tel système de guichet unique, les chances sont grandes que des revendications se recouvrent et qu'il soit impossible d'identifier les éventuels détenteurs de droits (afin de demander des autorisations d'usage et de payer des redevances d'utilisation).

Le caractère trop générique des institutions publiques peut cependant s'opposer à une gestion efficace de la mesure. C'est pourquoi il peut être utile qu'elles s'appuient le cas échéant sur des institutions plus spécialisées pour assurer ces fonctions.

En matière d'exécution, l'intervention d'institutions publiques est en revanche moins légitime. En effet, une fois que des ressources intangibles ont été créées, il

n'est pas optimal du point de vue collectif de garantir des droits d'exclusivité d'usage trop forts aux créateurs. Au contraire, une diffusion la plus large possible d'une ressource indivisible comme l'information augmente le bien-être collectif puisqu'elle permet d'augmenter le nombre d'utilisateurs sans détériorer les capacités d'utilisation de la ressource par chacun. Dans le même temps, il convient qu'un minimum de protection soit assuré pour que les créateurs soient incités à créer. Dans ces conditions, il peut être optimal pour les pouvoirs publics de laisser à la charge des acteurs le soin de rendre effectifs eux-mêmes leurs droits. L'Etat s'assure ainsi que les droits ne seront que partiellement protégés (puisque les ayants droit limiteront nécessairement la protection effective de leurs droits), ce qui favorisera la diffusion tout en maintenant des incitations à la création (puisque les créateurs ont la possibilité de valoriser commercialement leurs oeuvres). Cela étant, ce raisonnement doit être nuancé.

Les fonctions d'exclusion (*usus*) doivent continuer d'être assurées en dernier ressort par les pouvoirs publics car eux seuls disposent de la capacité d'user en dernier ressort de la violence (légale) pour contraindre si nécessaire les utilisateurs illégaux. Cependant, les institutions publiques sont inefficaces pour assurer la détection des usages illégaux car cela les contraindrait à des efforts démesurés de supervision (tous les usages de toutes les ressources immatérielles devant être contrôlés); d'autre part, ces efforts seraient en grande partie inefficaces car il faudrait que les institutions aient une connaissance intime de l'ensemble des matériels protégés pour reconnaître en cas d'usage illicite ou de contrefaçon l'oeuvre protégée.

la gestion des autorisation (*abusus*) doit en revanche être assurée de manière optimale par les détenteurs des droits qui eux seuls peuvent déterminer si une utilisation donnée peut leur nuire ou non et dans quelles conditions des droits d'usage peuvent être concédés.

enfin, la gestion de ces droits d'usage (*fructus*) peut idéalement être assurée par des institutions privées afin de socialiser les moyens de supervision et de gestion de la logistique financière associée (Cf. § I.1).

Le table suivant résume cette discussion.

**La capacité des différentes formes de gouvernance à gérer
les droits de propriété intellectuelle⁹⁵**

Opérations	Entités les plus aptes à gérer les fonctions (et conditions)		
	Institution Publique	Institution Privée	Ayants droit (et concurrents)
Mesure:			
Délimitation des DPI	+	Support Possible	Support Possible
Identification des ayants droit	+	Si pas d'Inst.Publ.	
Exécution			
Usus : respect du principe d'exclusion d'usage			
Détection des usages illégaux	SC CD PD DP	SC CD PD DP	PI AD SU PP
Exclusion	+ +		
Abusus : respect du principe de cession des droits			
Gestion des autorisations		DP	PP
Fructus : collecte des revenus générés par l'usage			
Contrôle des usages effectifs		PD	SU
Collecte des moyens de paiement		DP	PP

SC: Copie servile

CD: Définition claire des droits

PD: Diffusion publique

DP: Politique de diffusion sans restriction

PI: Plagiat

AD: Définition ambiguë des droits

SU: Usages privés et secrets

PP: Politique de prohibition ou diffusion discrim.

(Source : Bessy & Brousseau [1997])

⁹⁵ Dans ce tableau, on note que les institutions (publiques ou privées) sont en mesure d'assurer de manière efficace la détection des usages illégaux lorsqu'il s'agit de simple copie (Servile Copies), lorsque les droits de propriété sont clairement délimité (Clear Delineation), lorsque l'utilisation du matériel protégé est publique (Public Display) et lorsque les ayants droit mettent en oeuvre des politique de diffusion (Diffusion Policies) par lesquelles ils autorisent tout tiers demandeur à utiliser leurs oeuvres. *A contrario*, lorsqu'il s'agit de plagiat, lorsque les droits exclusifs accordés par la loi sont peu explicites, lorsque les usages peuvent rester totalement privatifs et lorsque le détenteur des droits choisit une politique d'exclusion et de discrimination des différents utilisateurs, les institutions sont relativement inefficaces. Dans le même ordre d'idée, la gestion optimale des autorisations dépend des politiques de diffusion suivies. Elle est facilement collectivisable si une politique de large diffusion est choisie. Elle ne l'est pas si une politique discriminatoire est retenue. La gestion de la collecte des droits est quant à elle d'autant plus collectivisable que l'usage est public et qu'une politique de diffusion non-discriminatoire est retenue.

Lorsqu'on examine la manière dont est organisé dans la musique en France le système de gestion des droits de propriété intellectuelle, on observe que les fonctions de mesure ne sont pas réalisées par des institutions publiques (comparables aux offices de brevets) mais par les ayants droit eux-mêmes.

Plus précisément, la fonction de délimitation des droits de propriété est exercée par les ayants droit qui, en inscrivant leurs oeuvres sur un support matériel, délimitent *de facto* leurs droits. Une telle procédure se différencie de celle en vigueur, par exemple, dans les offices de brevets où une expertise est réalisée par les spécialistes de l'office afin de s'assurer que l'oeuvre sur laquelle une exclusivité est réclamée est effectivement originale. Un tel contrôle *a priori*, même s'il n'est pas suffisant⁹⁶, permet d'éviter de remettre en cause, *ex-post*, les titres de propriété. Par ailleurs, il limite les chances d'utilisation inintentionnelle d'un matériel protégé puisqu'un utilisateur de ressources immatérielles bénéficie du moyen de vérifier (auprès de l'office) si elles font l'objet d'une protection.

La fonction d'identification des ayants droit est quant à elle assurée par les ayants droit eux-mêmes et, le cas échéant, par des institutions privées... en l'occurrence les sociétés civiles (avec les problèmes d'imparfaite cohérence évoqués dans le § I.1). Là encore, une institution publique est *a priori* plus efficace car elle constitue un guichet unique qui permet à tout utilisateur potentiel d'identifier facilement l'ensemble des détenteurs de droits. Cela est évidemment indispensable à la fois pour demander des autorisations et payer des redevances.

Notons que les fonctions de mesure sont effectivement exercées par les pouvoirs publics en matière de droits de propriété intellectuelle sur la technologie (c'est le rôle des offices de brevets), mais qu'en général ce n'est pas le cas en matière de droit d'auteur. En effet, en matière d'oeuvre artistique, la revendication d'une exclusivité a moins de conséquences négatives, si elle est erronée, qu'en matière de technologie. Un contrôle préalable par les pouvoirs publics permet donc, dans ce second cas, d'éviter la formation de monopoles technologiques excessifs. L'entretien d'un système d'identification des ayants droit est quant à lui également un bon moyen de garantir les droits de propriété intellectuelle dans la mesure où il facilite

⁹⁶ Cf. Bessy & Brousseau [1997].

les demandes d'autorisation et le paiement de droits par les utilisateurs, ce qui, en aval, permet de mieux discriminer les contrefacteurs et pirates du reste des utilisateurs.

Dans le domaine de la musique en France, les pouvoirs publics sont absents de ces deux opérations alors qu'aux Etats-Unis il existe un Copyright Office. Une oeuvre qui a fait l'objet d'une revendication explicite de protection (d'une part en apposant le sigle d'une revendication de protection (©, ®), d'autre part en faisant l'objet d'un dépôt à l'office) est considéré par un tribunal, en cas de conflit juridique, comme un titre de propriété sans ambiguïté. Le dépôt auprès de l'office est donc, sans être obligatoire, encouragé. Cela permet à l'office de disposer d'une banque de données assez exhaustive sur les oeuvres protégées et leurs ayants droit, et donc aux utilisateurs de les identifier plus facilement.

En France, la constitution de ces banques de données relève, le cas échéant, des sociétés civiles. Ces dernières présentent deux inconvénients. D'une part, elles ne sont que mandataires des ayants droit. Une partie de ces derniers peut se refuser à les utiliser. D'autre part, elles sont spécialisées par catégories d'ayants droit. Ces deux éléments se combinent pour empêcher la réalisation d'un guichet unique. Un utilisateur potentiel doit, le cas échéant, s'adresser à plusieurs interlocuteurs pour identifier les différents titulaires de droits afin de leur demander le cas échéant l'autorisation et négocier une rémunération. Une telle précaution ne l'assure néanmoins pas qu'il n'existe pas d'ayants droit non répertoriés.

Les fonctions d'exécution ne sont pas non plus assurées par les pouvoirs publics à l'exception de l'exclusion effective qui repose sur la mise en oeuvre de l'appareil judiciaire.

En France, la détection des usages illégaux et la supervision des usages légaux, la gestion des autorisations d'utilisation et la collecte des droits d'utilisation reposent pour l'essentiel sur des institutions privées : les sociétés civiles⁹⁷. Les détenteurs des droits ne s'occupent de ces fonctions qu'en matière de postsynchronisation.

⁹⁷ En fait, il convient de distinguer deux types d'usages illégaux : la copie servile et le plagiat. La copie servile consiste en une réutilisation de l'oeuvre dont on ne modifie pas les caractéristiques essentielles. Le plagiat consiste à réutiliser des éléments de l'oeuvre originale pour faire oeuvre de

Comme le souligne le tableau suivant, il n'existe en réalité que peu de différences sur ce point avec le système américain. La différence essentielle entre les deux systèmes repose d'une part sur le fait qu'aux Etats-Unis les organes de gestion collective des droits assument totalement ou partiellement les risques commerciaux associés à l'exploitation des oeuvres. En effet, deux catégories d'acteurs interviennent : les producteurs de disques et les sociétés de gestion des droits⁹⁸. Aux USA, les producteurs phonographiques ou les éditeurs peuvent acquérir, contre un paiement forfaitaire (un salaire ou un cachet) les copyrights d'un auteur ou d'un artiste-interprète. Cela aboutit *de facto* à une mutualisation de la gestion des droits mais les risques associés à l'exploitation de l'oeuvre sont assumés par l'entreprise de gestion collective. Les auteurs et artistes-interprètes sont payés indépendamment du succès effectif de leur oeuvre. Les sociétés de gestion collective américaines adoptent, quant à elles, une solution intermédiaire entre cet extrême et le système français où les auteurs, artistes et interprètes sont payés en fonction des revenus générés par leurs oeuvres (au moins d'une estimation de ces revenus). Les sociétés américaines rémunèrent les auteurs qui leur confient leurs oeuvres au prorata du succès de ces dernières (en fonction des ventes, de la diffusion, etc.) mais non en fonction des sommes collectées. Autrement dit, ces sociétés ne prélèvent pas une part des sommes collectées mais distribuent aux ayants droit une part de leurs revenus qu'elles partagent entre eux au prorata du succès relatif des différentes oeuvres. Si elles améliorent l'efficacité de la collecte, cela ne conduit pas nécessairement à une augmentation de la rémunération des créateurs⁹⁹.

création et prétendre à la nouveauté. Les institutions (privées ou publiques) ne sont réellement capables de lutter que contre la copie servile. La détection du plagiat implique en effet une connaissance intime des oeuvres piratées et une forte capacité à "décoder" les oeuvres censées être originales. Elle est donc en grande partie du ressort des auteurs.

⁹⁸ Il y en a trois (par ordre d'importance) : l'American Society of Composers Authors and Publishers (ASCAP), la Broadcast Music Inc (BMI), et la Society of European Stage Authors and Composers (SESAC).

⁹⁹ Il convient de noter que les deux logiques extrêmes de gestion des risques ne produisent pas les mêmes incitations en matière de collecte de revenus. La méthode française dans laquelle les sociétés civiles sont rémunérées en fonction d'une part fixe des revenus nets collectés (revenus collectés moins coûts de collecte) conduit à rémunérer la société de gestion collective en fonction du total des revenus collectés et conduit *de facto* à maximiser ce volume même si, à la marge, la collecte coûte très cher. La méthode américaine basée sur l'assumption totale ou partielle du risque par les organes de gestion collective conduit ces derniers à supporter les coûts de collecte. Ils sont donc incités à ne collecter que tant que la recette marginale de la collecte est supérieure à son coût marginal et ils ne collecteront pas quand le coût marginal sera élevé. Selon Bessy & Brousseau [1997], cela explique pourquoi des

D'autre part, l'Etat intervient fortement dans le régime d'autorisation en instituant un principe de licence obligatoire dans de nombreux cas au nom du respect du principe de concurrence. Ainsi, un auteur qui a accepté la réalisation d'un phonogramme à partir d'une de ses oeuvres ne peut s'opposer à la réalisation d'autres phonogrammes à partir de la même oeuvre. De même, les propriétaires de phonogrammes ne peuvent s'opposer à leur diffusion par les média.

La gouvernance des droits de propriété intellectuelle en France et aux Etats-Unis

Opérations	Brevets		Droit d'auteur/Copyrights	
	USA	France	USA	France
Mesure				
Délimitation des DPI	Inst Pub Spec	Inst Pub Spec	AD	AD
Identification des ayants droit	Inst Pub Spec	Inst Pub Spec	Inst Pub Spec	AD / Inst. Priv
Exécution				
<i>Usus : respect du principe d'exclusion d'usage</i>				
Détection des usages illégaux	AD	AD	AD / Inst. Priv	AD / Inst. Priv
Exclusion	Inst Pub Spec	Inst. Pub	Inst. Pub	Inst. Pub
<i>Abusus : respect du principe de cession des droits</i>				
Gestion des autorisations	AD	AD	Inst. Pub & Priv	Inst. Priv
<i>Fructus : collecte des revenus générés par l'usage</i>				
Contrôle des usages effectifs	AD	AD	Inst. Priv	Inst. Priv
Collecte des moyens de paiement	AD	AD	Inst Priv rb/tm	Inst. Priv tm

Inst Pub: Institution publique
AD: Ayants droit
tm: Simple médium

Inst Priv: Institution Privée
Spec X Inst: Institution (Pub ou Priv) spécialisée
rb: Prise en charge des risques

(Source: Bessy & Brousseau [1997])

organismes comme la SACEM sont incités à davantage collecter que les sociétés américaines. Le système français privilégie la protection, le système américain la diffusion.

Au total, contrairement à ce que l'on prétend souvent, ce qui différencie la France des Etats-Unis tient moins à un plus grand degré de collectivisation qu'à une moins grande souplesse dans la mesure où le système juridique français autorise une moins grande flexibilité dans la gestion des droits de propriété sur les oeuvres de l'esprit et sur la nature des institutions privées qui permettent de les gérer. Aux Etats-Unis, les auteurs, artistes et interprètes ont la possibilité de choisir plusieurs modalités de gestion de leurs droits (revente à un tiers, gestion par une société d'auteur, gestion directe). Ce n'est pas le cas en France.

En revanche, il apparaît clairement que l'exécution des droits, et notamment la gestion des autorisations d'usage, n'est assurée au niveau individuel dans aucun des deux pays (sauf pour la postsynchronisation). Ceci résulte bien entendu des économies d'échelle et des effets en matière de pouvoir de négociation de la gestion collective. Il en découle que dans aucun des deux pays les auteurs et autres titulaires des droits n'ont les moyens *a priori* de s'opposer à certains usages de leurs oeuvres.

En effet, comme l'ont noté Bessy & Brousseau [1997], la gestion collective des titres de propriété induit nécessairement une atténuation de ces derniers ("*Mitigating Effect*"). Il importe de noter qu'à partir du moment où les autorisations d'usage et la collecte de droits sont réalisées collectivement, les oeuvres ne font plus l'objet d'une gestion personnalisée. D'une part les licences d'utilisation ou de diffusion sont généralement accordées collectivement pour des répertoires entiers, d'autre part les redevances d'utilisation ne sont pas personnalisées en fonction des oeuvres jouées. Cette observation conduit à relativiser la différence fondamentale de protection dont bénéficieraient les auteurs et artistes français par rapport aux artistes américains. Dans les faits, en raison de la collectivisation de la gestion de leurs droits, les titulaires de droits moraux ne peuvent les exercer. Tout au plus ces droits leur servent-ils à négocier, *ex-post* et dans des situations très particulières, leurs droits économiques. Nous avons cité dans la première partie de ce rapport le cas de vedettes qui renégocient leur contrat d'édition phonographique sous des prétextes moraux pour bénéficier de meilleures conditions économiques. Nous verrons plus loin (§ I.2.3) que des comportements analogues sont observés dans le multimédia. Dans un cas comme dans l'autre, ces comportements opportunistes qui s'appuient sur le caractère

moral de certains droits ont pour principal inconvénient de dissuader les investissements des producteurs phonographiques soumis à un fort risque de "hold-up".

Lorsqu'on le compare au système américain, le système juridique français de gestion des droits apparaît marqué par une double source d'inefficacité.

En premier lieu et paradoxalement, l'intervention des pouvoirs publics apparaît trop faible en matière de mesure et de délimitation des droits de propriété. Le développement d'un office des droits d'auteur et droits voisins en matière musicale permettrait aux auteurs et différents ayants droit de déposer leurs oeuvres afin de mieux les protéger. Les utilisateurs disposeraient ainsi d'un répertoire complet des oeuvres et des ayants droit qui faciliterait leur identification et donc la gestion des demandes d'autorisation et des paiements de redevances. Un système centralisé et public aurait l'avantage de permettre de constituer un guichet unique. Un tel guichet apparaît aujourd'hui indispensable dans le contexte du développement des nouveaux supports et de la multiplication des modalités d'exploitation des oeuvres.

Ensuite, le système français de gestion collective apparaît trop rigide. Cela est moins dû aux institutions en elles-mêmes qu'au cadre juridique. La non-cessibilité des droits d'auteur et droits voisins oblige *de facto* à une gestion soit purement individuelle des oeuvres, soit purement collective. *A contrario*, le système américain permet beaucoup plus de souplesse. En fonction des choix de valorisation des auteurs, en fonction de leur politique de diffusion, en fonction de leur goût pour le risque..., ces derniers peuvent choisir des moyens différenciés de gestion de leurs oeuvres : gestion individualisée des autorisations et négociation au cas par cas des redevances, gestion collectivisée par une société prenant en charge ou non les risques commerciaux. Ils peuvent de plus choisir des politiques adaptées aux différentes composantes de leur répertoire dans la mesure où ils ne sont pas tenus de céder l'ensemble de leurs oeuvres. Ils peuvent enfin adopter des politiques différenciées en fonction des types d'utilisation de l'oeuvre (diffusion média, postsynchronisation...). Cette possibilité est ouverte par le caractère cessible et négociable du copyright.

Le droit français oblige à une gestion plus rigide et plus duale des droits d'auteur et droits voisins. Il n'est pas certain qu'il permette systématiquement une meilleure protection des créateurs. Il n'est pas sûr non plus que tous les auteurs, compositeurs et interprètes aient systématiquement les mêmes politiques de diffusion et les mêmes préférences en matière d'assomption des risques. D'autre part, *de facto*, la capacité des auteurs, artistes et interprètes à exercer leur droit moral est quasiment nulle en matière de diffusion, d'exécution publique et de reprise de leurs oeuvres.

En fait, l'absence de souplesse du droit français est en grande partie à l'origine de la position hégémonique des sociétés civiles. En effet, la loi prévoit selon quelles modalités les relations entre ayants droit et sociétés civiles doivent s'organiser. Elle prévoit également dans ses grandes lignes les modalités de gestion des droits. Cela interdit toute différenciation des services de la part des sociétés civiles à leurs mandants. Dès lors, il y a une logique de concentration des sociétés de répartition par catégories d'ayants droit. Nous avons souligné plus haut (§ I.1.1.2) que cette concentration était sans doute à l'origine de frais de gestion excessifs.

Ainsi, sans qu'on puisse les considérer comme unique facteur causal, les principes de base du droit d'auteur français semblent constituer un handicap pour l'émergence d'une industrie puissante :

- en régime permanent, ils ne permettent pas à l'industrie de sécuriser ses investissements (en étant en mesure d'exercer un contrôle étroit sur leurs répertoires du fait des droits importants reconnus aux auteurs et, surtout, aux interprètes et musiciens) et participent d'une inflation des coûts ;
- en régime transitoire, ils ne permettent pas une adaptation rapide aux modifications de l'environnement car des négociations collectives longues et complexes sont nécessaires pour adapter le cadre juridique et conventionnel.

Revenons sur ces deux limites.

1.2.2. Règles collectives vs contrat

Le système des droits d'auteur/droits voisins limite *de facto* considérablement la liberté contractuelle entre les acteurs de la filière. Il fait échapper une bonne partie des acteurs, et notamment les auteurs, mais aussi dans une moindre mesure les artistes-interprètes-musiciens à la négociation des conditions d'utilisation de leurs oeuvres et de leurs modalités de rémunération. En effet, celles-ci dépendent largement de la loi ou de négociations collectives entre les différentes parties prenantes de la filière.

Au total, dans la filière musicale, les rapports entre la plupart des catégories d'ayants droit des droits d'auteur-droits voisins sont régis essentiellement par des règles collectives. De la même façon, les rapports entre ces derniers et les utilisateurs relèvent de la loi. Il n'y a dans la plupart des cas aucune négociation interindividuelle sur les autorisations ou interdictions, de même qu'il n'existe pas de négociations interindividuelles sur le montant des rémunérations.

Echappent à cette logique : les rapports entre auteurs et éditeurs qui font l'objet d'un contrat d'édition ; les rapports entre artistes-interprètes et producteurs de phonogrammes qui font l'objet d'un contrat d'exclusivité ; les rapports entre producteurs eux-mêmes quant à l'utilisation respective de leurs catalogues d'enregistrement (droits de reproduction, licences de distribution, etc.) ; les rapports entre producteurs et distributeurs.

La logique de la réglementation et de la collectivisation des relations entre intervenants est double. Elle permet d'économiser sur les coûts de transactions lorsque nombre d'entre elles sont redondantes ou comparables. Elle permet aussi de protéger les intérêts des parties économiquement les plus faibles.

Sans contester la force de ces deux arguments, il convient de les nuancer. La standardisation des relations s'oppose à une adaptation fine aux spécificités des différentes situations. Comme on le sait, les situations sont extrêmement contrastées au sein de la filière musicale suivant la notoriété des artistes, le genre musical pratiqué, le type d'entreprise, etc. La réglementation des rapports entre

les différentes catégories d'ayants droit s'oppose à une adaptation aux spécificités de chacune des situations.

Par exemple, les relations entre les producteurs de phonogrammes et les exploitants de services de diffusion musicale numérique peuvent s'apparenter soit à la diffusion d'émissions radiophoniques, soit à la distribution de phonogrammes selon les caractéristiques du service qui peut diffuser des phonogrammes sans qu'il soit possible de les copier ou bien offrir à la demande l'accès à des phonogrammes copiables. Comme nous l'évoquerons plus loin, les possibilités de configuration de tels services numériques sont très grandes et les producteurs devraient pouvoir négocier des principes de rémunération en fonction de ces dernières. La réglementation des relations entre producteurs et diffuseurs oblige à retenir un régime général qui, nécessairement, s'avérera inadapté à certaines des pratiques possibles.

Outre ces inefficiences, la standardisation est génératrice de conflits car de nombreux ayants droit ne peuvent adapter les pratiques à leurs besoins spécifiques via des négociations interindividuelles et en faisant jouer la concurrence ; il ne leur reste donc comme possibilité que de faire évoluer les règles collectives, le plus souvent en provoquant des conflits¹⁰⁰.

D'autre part, les intérêts des parties les plus faibles ne sont pas nécessairement mieux protégés par un système réglementaire et collectif.

La question qui se pose est finalement de savoir si les inégalités observées dans la filière musicale, et plus généralement dans le monde artistique, proviennent du fonctionnement même de ces marchés ou du faible pouvoir de négociation des artistes face aux industriels et aux marchands. Plusieurs arguments viennent contredire la vision spontanée que l'on peut avoir de ces problèmes.

¹⁰⁰ Cette crainte des conflits juridiques lourds, appuyés sur le droit moral, est aujourd'hui une des principales préoccupations des acteurs de la filière. Par exemple, concernant la taxation des nouveaux supports, se pose la question de savoir s'ils relèvent du droit de postsynchronisation ou s'ils doivent faire l'objet d'une redevance spécifique. Les producteurs, contrairement aux artistes, penchent plutôt en faveur de la seconde solution car ils souhaitent éviter d'être soumis à des négociation *ex-post* de la part des artistes.

Tout d'abord, en dépit d'une réglementation très favorable aux artistes, le système français conduit à de très fortes inégalités.

« Avec quelques très riches, énormément de pauvres et une cruelle absence de "classe moyenne", la "société artistique" ressemble à s'y méprendre à la structure économique d'un PVD. » (S. Davet, "L'officiel 93").

« Les artistes français qui peuvent vivre uniquement des royautés provenant des ventes de leurs disques sont très peu nombreux. Par exemple, un trio doit vendre plus de 40 000 albums chaque année pour générer à chacun de ses membres des revenus supérieurs au SMIC. », (Castagnac [1993]).

« Chez chaque major, seuls une vingtaine d'artistes sont en mesure de vendre 50 000 albums en moyenne. Cela représente une rémunération de 750 kF de royalties auxquels il convient d'ajouter environ 750 kF de droits d'auteur si l'artiste est auteur-compositeur. » (un producteur)

Ensuite, force est de constater que les revenus des artistes sont très fortement liés aux ventes de disques. Tous nos interlocuteurs estiment que l'ensemble des droits est globalement fortement corrélé aux ventes et donc, pour les auteurs-compositeurs-interprètes, aux royautés. Il est de notoriété publique que la répartition des droits opérée par la SACEM bénéficie en très grande priorité à un petit nombre d'ayants droit auteurs de succès¹⁰¹. Il en va de même des cachets liés aux spectacles, quoi que dans une moindre mesure.

Dans ce contexte, il apparaît que le système français de forte protection des auteurs bénéficie avant tout à ceux qui disposent d'ores et déjà d'un fort pouvoir de négociation vis-à-vis des industriels et des marchands. Il n'est en revanche pas certain que les petits ayants droit touchent des revenus significativement plus élevés que ceux qu'ils toucheraient dans un autre contexte institutionnel.

¹⁰¹ Ainsi, en 1994, 73% des auteurs vivants s'étant vu verser des droits ont reçu moins de 6 000 F. Ils n'étaient que moins de 20% à recevoir plus de 300 000 F. Seuls 109 compositeurs ont perçu plus de 1 MF de droits. En 1995, sur les 100 auteurs ayant reçu les plus forts montants, 64 exerçaient leur activité dans le domaine de la variété (dont 39 auteurs et/ou compositeurs également interprètes), 25 étaient des compositeurs de musique pour l'audiovisuel et 11 des compositeurs de musique symphonique.

Cela est d'autant moins sûr que dans un système tel que le système américain, les auteurs et les artistes peuvent travailler sous plusieurs statuts et notamment être à la fois salariés pour une partie de leurs interventions et indépendants pour une autre partie (les situations pouvant évoluer au cours du cycle de vie). Une telle souplesse leur permet, le cas échéant, de mieux adapter leurs prestations et leurs modalités de rémunération à la réalité de leur pouvoir de négociation (notamment, des rémunérations relativement basses peuvent être associées à un statut stable et une rémunération fixe..., ce qui n'est pas possible dans le système français).

Enfin, force est de constater que les marchés de l'art en général génèrent des phénomènes de vedettariat qui aboutissent à une sur-rémunération considérable des artistes qui ont la faveur du public, ceci indépendamment des différentiels d'efforts et de talent. C'est avant tout le succès public qui permet à un artiste de bénéficier à la fois de revenus élevés et d'un fort pouvoir de négociation. Il n'est pas certain que ce dernier soit sensiblement affecté par le cadre législatif et réglementaire.

Telles sont les raisons pour lesquelles le cadre législatif en vigueur mériterait d'être réaménagé. D'une part, il n'aboutit qu'imparfaitement à son objectif de protection. D'autre part, il ne favorise pas nécessairement le développement d'une industrie puissante. D'après les producteurs, la loi de 1985 est insatisfaisante car elle ne définit pas de manière suffisamment précise le champ des droits exclusifs et des droits à rémunération de chacun, ni la manière dont ils s'articulent en cas de recouvrement. La loi de 1985 a notamment conféré des droits voisins à deux catégories de bénéficiaires (les producteurs et les artistes) sans organiser leurs relations. Aujourd'hui, les relations entre artistes et producteurs ne sont pas réglées. Le contentieux permanent qui en résulte, notamment sur les taux de rémunération des uns et des autres, a de nombreux effets paralysants.

Selon les producteurs, cette situation place la production phonographique dans une position de relative faiblesse vis-à-vis des artistes-interprètes et musiciens. Par comparaison avec la situation du cinéma où les relations entre artistes-interprètes et producteurs sur la propriété de l'oeuvre sont clairement établies au bénéfice du producteur, les producteurs phonographiques sont unanimes pour

considérer que la situation française nuit au développement d'une industrie forte du disque.

Les producteurs devraient donc bénéficier d'un régime de présomption de cession des droits des artistes, ce qui leur permettrait d'être le guichet unique entre les utilisateurs et diffuseurs et les artistes-interprètes. Cela renforcerait leur capacité à valoriser les oeuvres.

Au-delà de ces revendications catégorielles, ce qui est en cause, c'est le caractère inadapté d'un régime juridique trop général.

La situation française présente donc en théorie des avantages en matière de protection des acteurs économiquement faibles. Elle a cependant des inconvénients. Nous venons d'en mentionner certains. Mais les plus importants à nos yeux sont ceux qui s'expriment en période de changement. La prédominance de la loi et des accords collectifs ne favorise pas l'innovation dans les pratiques et consacre des situations acquises. Une réforme réglementaire étant toujours lourde, elle survient toujours avec retard. Or de tels effets peuvent avoir des répercussions à long terme (effet d'hystérèse). En effet, dans la phase initiale de développement de l'industrie ou du marché, l'incertitude juridique et réglementaire peut conduire à un certain attentisme de la part des acteurs. Dès lors, les compétences nécessaires à l'apparition de nouveaux produits se développent ailleurs (à l'étranger), ce qui peut handicaper à long terme les acteurs de la filière musicale française. Ces effets "cognitifs" peuvent être éventuellement renforcés par des effets de standardisation. Les standards techniques et juridiques qui s'imposent peuvent ne pas être compatibles avec les options retenues par le système français. Le cas du multimédia l'illustre particulièrement.

Il existe aujourd'hui plusieurs problèmes qui constituent autant de freins au développement du multimédia. Si l'on met de côté ceux liés aux coûts de revient et d'utilisation (nécessité de posséder un micro-ordinateur puissant) des produits multimédia, des problèmes juridiques subsistent.

Les oeuvres multimédia posent d'abord problème du fait de leur caractère composite puisqu'elles relèvent de plusieurs droits (littéraire, musical,

audiovisuel...). Elles posent également un important problème d'identification des détenteurs de droits, à la fois en matière de négociation préalable des autorisations et en matière de paiement des droits.

En ce qui concerne les autorisations, on peut se demander si le système américain de licence légale ne devrait pas prévaloir. En effet, aux Etats-Unis, à partir du moment où une oeuvre a été au moins une fois matérialisée sur un support diffusé auprès du public, le titulaire des droits ne peut plus s'opposer à la reproduction de son oeuvre. La logique de ce principe est liée à la volonté d'éviter les discriminations abusives entre les usagers, de favoriser la diffusion de l'oeuvre, et d'éviter des coûts prohibitifs de négociation.

La solution au second problème passe largement par la mise au point d'un système efficace d'identification des oeuvres et de leurs ayants droit.

Ces difficultés freinent le développement du multimédia car elles en rendent la gestion très coûteuse. Comme dans le même temps, le marché actuel apparaît relativement étroit, les producteurs peuvent hésiter à se lancer dans l'activité.

Il existe cependant un frein plus profond au développement du multimédia. Il s'agit du caractère exclusif des droits d'auteur. Ce problème dépasse d'ailleurs le cas de la musique car les droits littéraires sont concernés au même titre que d'autres droits. Cependant, dans le cas de la musique, ils sont accentués à cause de l'extension donnée par la loi de 1985 aux droits voisins des artistes-interprètes. En effet, les oeuvres multimédia renvoient par nature à de nombreux ayants droit de droits exclusifs. Sur ce marché encore très incertain, ces derniers peuvent faire l'objet de comportements opportunistes. Il est en effet arrivé à plusieurs reprises (Cf. Breese [1996]) que des ayants droit utilisent leur droit moral pour exiger des redevances importantes sur des produits ayant connu un certain succès commercial. Cela pose un triple problème :

- Un problème de légitimité, car la contribution de chaque producteur de "composants" à une oeuvre collective, dont le caractère innovant tient aux capacités de l'assembleur et non de ceux qui ont produit les oeuvres incorporées produites dans un autre dessein, est difficile à évaluer. Comment dès lors faire

la part entre le travail créatif de l'assembleur qui crée réellement un nouveau produit et en prend le risque commercial et artistique, et les producteurs de "composants" dont les qualités intrinsèques ne sont pas modifiées, même si certaines de leurs modalités d'usage dans l'oeuvre composite peuvent être de nature à en transformer la perception par le public. On touche là évidemment à un problème délicat qu'il est difficile de trancher de manière simple et qui dépend pour une large part de la manière dont le produit multimédia intègre les oeuvres qui la composent, de la préexistence ou non de l'oeuvre, du caractère réellement créatif de l'oeuvre multimédia, etc.

- Un problème de cohérence, car le nombre des ayants droit peut les conduire à totalement exproprier le réalisateur des fruits de son produit. Il est en effet arrivé à plusieurs reprises que la somme des taux de redevance exigés par les différents ayants droit dépasse les 100%.
- Un problème de logique économique, car le producteur de l'oeuvre multimédia, anticipant une possible expropriation et - en tous cas - des risques élevés de longs et coûteux conflits économique-juridiques, peut être incité à ne pas réaliser de tels investissements.

Dans le système anglo-saxon, ces problèmes peuvent être réglés plus facilement du fait de la cessibilité des droits. La liberté de contractualisation que ce principe implique, et la crédibilité des engagements contractuels permettent au producteur de l'oeuvre multimédia de s'assurer *ex-ante* de sa liberté d'usage des droits qu'il acquiert et du taux de rémunération des oeuvres qu'il incorpore à son produit. Les possibilités de calcul économique existent et il peut "rationnellement" décider ou non la production.

Dans le système français, ces problèmes ne peuvent être résolus en l'absence d'une intervention législative ou réglementaire ou de négociation collective. A terme, il est certain que des solutions "raisonnables" seront trouvées pour permettre aux producteurs de réaliser des produits multimédia dans des conditions économiques acceptables tant en ce qui concerne l'incertitude juridique que le taux de rémunération. Cela étant, les dispositions générales s'avéreront nécessairement complexes à mettre au point compte tenu de la diversité des situations (oeuvres

produites à la commande ou non, taux d'utilisation des oeuvres incorporées, nature des produits multimédia, etc.). Des compromis ne pourront être trouvés qu'au-delà d'un certain délai de maturation du marché.

La nécessaire lenteur des adaptations législatives pose plusieurs problèmes. Au cours de la phase transitoire, certains droits risquent de ne pas être récupérés par les potentiels ayants droit ; l'incertitude peut empêcher le marché de se développer. Ces difficultés peuvent perdurer en raison d'effets d'hystérèse. L'économie de la technologie, qui met l'accent sur les délais nécessaires à la construction de compétences et les effets de dépendance du sentier en matière de concurrence technologique et de standard, insiste en effet sur les avantages concurrentiels dont bénéficient les premiers entrants qui empêchent *de facto* souvent leurs poursuivants de les rattraper. Le risque est donc grand de voir l'industrie du multimédia se développer ailleurs, où elle bénéficiera ensuite d'une avance considérable.

A ces risques, il convient d'ajouter que d'autres éléments défavorisent aujourd'hui la production du multimédia en France. Il s'agit notamment des coûts de production, des cachets des artistes qui sont supérieurs en France, et du droit du travail qui protège mieux les artistes en France qu'à l'étranger.

1.3. Nouveaux média : opportunités et enjeux

Bien qu'il s'agisse encore d'un horizon relativement lointain, le système de gestion des droits de propriété intellectuelle risque d'être affecté par l'irruption de la distribution on-line. Nous reviendrons plus loin (§ II.2) sur les détails du développement de ces nouveaux moyens de diffusion des oeuvres musicales. Toujours est-il que la distribution d'oeuvres musicales numérisées sur des réseaux physiques ou hertziens risque d'affecter considérablement à la fois les circuits économiques de consommation des oeuvres musicales et les possibilités de gestion des droits qu'elles impliquent.

La technologie numérique introduit plusieurs ruptures par rapport à la situation antérieure :

- Elle conduit inévitablement à une dématérialisation des oeuvres. Sur le plan juridique, il s'agit incontestablement d'une transformation importante car tout le système du droit d'auteur et des droits voisins reste basé sur les modalités d'inscription matérielle des oeuvres. Aujourd'hui, le producteur est celui qui a l'initiative de la première fixation matérielle de l'interprétation, et le droit est fondé sur la circulation de reproductions matérielles de cette fixation initiale. Avec la distribution en ligne mais aussi les techniques de production numérique, les choses peuvent être amenées à changer. La production d'une interprétation pourra de plus en plus reposer sur l'assemblage numérique de séquences de son réalisées dans diverses conditions (enregistrement, synthèse, sampling, etc.). La distribution pourra se faire sur une base totalement immatérielle et oeuvre par oeuvre, alors qu'aujourd'hui on continue de distribuer des albums. Surtout, elle pourra se faire selon une multitude de modalités (simple écoute, possibilité de stockage, possibilité de réutilisation de séquences, possibilité de duplication, etc.). Tant que des disques continueront d'être pressés et distribués, *a priori* le droit permettra des adaptations faciles. En revanche, si le support que constitue le disque disparaît, le droit sera profondément désarçonné. De plus, les fonctions économiques d'un certain nombre d'intervenants, et en particulier des producteurs¹⁰², seront profondément transformées.
- Le numérique multiplie les possibilités de consommation de la musique. Comme nous l'avons déjà mentionné, des banques de données ou des bornes numériques permettent de rapatrier des fichiers de données correspondant à des oeuvres musicales à fin de reproduction sur un support matériel, de stockage sur un support optique ou magnétique (un disque dur) ou d'audition. A partir de ces possibilités de base, de multiples formes de consommation sont offertes : audition de programmes ou d'oeuvres à la demande, gravage (ou stockage d'albums ou de morceaux), saisie pour réintroduction dans des oeuvres ou des programmes de divertissement d'une partie des oeuvres, etc. Au-delà de cette diversification des modalités de consommation des oeuvres musicales, le

¹⁰² Rappelons qu'aujourd'hui plus de 99% des revenus des producteurs sont constitués par les ventes de phonogrammes.

numérique contribue à accentuer le lien entre le monde de la musique et d'autres industries, car la musique apparaît de plus en plus comme une des composantes de l'offre audiovisuelle et multimédia. Si, aujourd'hui, l'exploitation audio représente l'essentiel du CA de l'industrie, le développement de la vidéomusique et du multimédia conduit inéluctablement à un fort développement du marché de l'image musicale qui sera numérique et associera des fichiers d'images, de sons et de textes qui démultiplieront d'autant les modalités de consommation de la musique. Le multimédia risque même de faire évoluer la notion d'oeuvre musicale et de phonogramme car, de plus en plus, les oeuvres comprendront des sons et des images, mais aussi des données (par exemple de configuration du morceau que l'on va écouter) et des connexions directes à des serveurs Internet.

- Enfin, le numérique accroît les capacités de contrôle des usages, car il permet de coder les oeuvres notamment pour les identifier, pour interdire certains types d'usages (par exemple, interdiction ou limitation de la copie). Il permet aussi, là encore grâce à des systèmes de marquage électronique, de garder une trace de tous les usages d'une oeuvre. De telles possibilités constituent le pendant de la multiplication des modalités d'utilisation des oeuvres. En fait, toutes reposent sur le même principe, la transmission et le stockage de fichiers électroniques. En fonction du contrôle des clés d'accès que l'on donne à ces fichiers, on peut reproduire les fonctionnalités allant de la simple radiodiffusion (autorisation de stockage temporaire et d'écoute immédiate) à la distribution d'un support matériel (autorisation de la reproduction du fichier sur un support tel qu'un CD).

Aujourd'hui cependant, le marché du on-line est loin d'être mûr, et ce pour diverses raisons.

- Elles sont d'abord techniques. Les réseaux aujourd'hui disponibles ne permettent pas réellement de mettre en place les systèmes adéquats. La numérisation de la musique réclame des capacités importantes de stockage et de transmission. Une minute de musique représente environ 10 mégaoctets (MO) d'espace mémoire. Bien que les techniques de compression actuelles permettent de réduire les fichiers d'un facteur 10, une minute de musique

représente en stockage et en transmission des fichiers d'environ 1 MO totalement incompatibles avec la plupart des réseaux et terminaux actuels. La diffusion de musique sur l'actuel Internet, notamment, est quasiment impossible car le réseau serait vite saturé (la plupart des ménages accèdent à Internet via le réseau téléphonique ; or celui-ci offre des débits qui exigeraient des heures pour rapatrier quelques morceaux¹⁰³). En fait, les seuls réseaux aujourd'hui disponibles sont les réseaux de TV câblée..., mais la rareté des terminaux (micro-ordinateurs) de grande capacité constitue un obstacle non négligeable au développement des usages.

- Elles sont également économiques. Il y a peu d'offre... car il y a peu de demande. Cette dernière est évidemment freinée par les coûts de la consommation de musique sous cette forme..., notamment le coût des équipements nécessaires. Pour de longues années encore, le disque risque de demeurer le principal support de consommation. C'est pourquoi il n'existe aujourd'hui que quatre solutions de distribution on-line proposées par quatre "start-up" de taille à peu près identique. Ces quatre solutions sont comparables dans leur esprit. Seul Eurodat propose cependant un système réellement opérationnel et très sécurisé qui comporte notamment un système de vérification des codes de manière à éviter la fraude.
- Il convient d'ajouter que jusqu'à ce jour la mise au point de solutions de distribution on-line n'a été supportée par aucune institution en France. Les premiers serveurs opérationnels ont de fortes chances d'être mis en oeuvre aux Etats-Unis du fait du développement d'Internet mais surtout de la plus grande réceptivité des industriels américains à l'idée du commerce électronique. Ainsi, Eurodat, la société de F.X. Nutall a-t-elle été à l'origine de Eurodat USA, une joint-venture impliquant plusieurs entreprises américaines importantes dont le but est de développer et commercialiser des serveurs de distribution on-line. Les systèmes de distribution on-line ont donc de fortes chances d'être privés et américains.

¹⁰³ Le chargement du dernier single de David Bowie réclame 45 minutes dans la meilleure définition. Ceci n'a cependant pas empêché N2K, qui bénéficiait de l'exclusivité de diffusion du single sur Internet (avant la sortie du CD), d'enregistrer 200 000 chargements en deux semaines (distribution gratuite).

- Enfin, elles sont juridiques. Comme nous le verrons plus loin, la distribution on-line implique systématiquement une inscription au moins temporaire de l'oeuvre sur un support physique comme un disque dur. La question est de déterminer quels principes juridiques s'appliquent : s'agit-il du principe de la licence légale qui prévaut en matière de radiodiffusion puisqu'il y a diffusion à travers un réseau d'un signal immatériel ? Ou bien s'agit-il de l'exclusivité associée à la reproduction mécanique puisqu'il y a inscription physique ? Doit-on au contraire créer de nouveaux principes juridiques adaptés aux différents usages possibles des oeuvres ? L'incertitude qui règne aujourd'hui sur les évolutions technico-économiques futures freine l'adoption de principes juridiques clairs. Cette incertitude juridique entretient elle-même une certaine incertitude technique et économique.

Pour l'ensemble de ces raisons, l'horizon de la mutation vers le on-line apparaît relativement lointain et aucun basculement majeur ne devrait intervenir avant 5 à 8 ans.

Pour autant, la question est d'une brûlante actualité car les possibilités ouvertes par le on-line constituent un élément de déstabilisation majeure pour le système actuel de gestion des oeuvres et de perception des droits d'auteur/droits voisins. En la matière, le on-line apparaît comme un moyen susceptible de bousculer le fonctionnement actuel de la gestion collective. Il apparaît aussi comme le vecteur d'un renforcement potentiel de la position des producteurs dans la filière. Il semble toutefois que sa mise en oeuvre soit soumise à un certain nombre d'évolutions juridiques que nous allons aborder à présent avant d'évoquer les perspectives d'évolution.

Pour tenter de clarifier ces questions, il peut être utile de distinguer trois opérations distinctes impliquées par la reconnaissance de droits d'auteur et de droits voisins dans la transmission numérique des oeuvres musicales :

- l'identification des oeuvres et des ayants droit ainsi que le repérage et la comptabilisation des transmissions ;
- l'acte de licitation de l'exploitation (transmission) de l'oeuvre ;

- la perception des droits.

I.3.1. L'identification des oeuvres et des ayants droit et la traçabilité des transactions

La mise en oeuvre de systèmes de distribution on-line est l'occasion, comme nous l'avons signalé, de disposer d'outils beaucoup plus fins de contrôle et de supervision des usages. La mise au point de tels dispositifs implique néanmoins la mise en oeuvre de systèmes d'identification des oeuvres, de leurs ayants droit et, le cas échéant, de leurs usagers qui ne vont pas sans poser problème. En effet, la logique voudrait que ces systèmes d'identification soient universels car les usages et les marchés vont l'être. Or, les conflits inter-étatiques et interprofessionnels se conjuguent pour retarder l'adoption et la diffusion de standards satisfaisants.

Sur le plan technique, l'un des obstacles à la diffusion du on-line réside dans le fait qu'il n'existe pas de standards pour l'identification des oeuvres et des ayants droit. Les producteurs ont mis au point un système de codage (ISRC : International Standard Recording Code) dont ils ne veulent pas communiquer les clés aux sociétés de gestion des ventes. Le code ISRC (adopté par l'ISO en 1986) est toutefois un code insuffisant dans la mesure où il ne permet d'identifier que le propriétaire et l'enregistrement précis sans fournir d'information exhaustive sur les ayants droit. Il convient donc de coupler ce code d'identification avec une base de données pour identifier les ayants droit. A ce jour, ces bases de données commencent à être développées par certaines sociétés civiles de producteurs. Elles leur servent à assurer un contrôle plus efficace des utilisations des enregistrements, à simplifier la gestion collective des droits et à faciliter la lutte contre le piratage. Il n'existe cependant pas de système de centralisation des codes ISRC et d'identification systématique des oeuvres. Cela n'encourage donc pas les utilisateurs à recourir à ces codes pour construire leurs relevés.

C'est pourquoi d'autres projets sont en cours concernant l'identification des oeuvres, des ayants droit et la comptabilisation des transmissions. Des recherches sont actuellement menées sur des procédés de marquage des oeuvres (CITED, COPICAT, IMPRIMATUR...). Des standards minimums internationaux sont en

cours de discussion au sein de l'OMPI. Il reste qu'on est encore loin de disposer de systèmes standardisés et opérationnels.

L'un des dangers d'un trop grand attentisme en la matière est que des sociétés privées développent leur propre système d'identification afin de gérer des serveurs de distribution on-line et que ces solutions privatives finissent par s'imposer à l'ensemble des membres de l'industrie.

En matière de contrôle des usages, les choses sont un peu plus avancées. Le Serial Copy Management System (SCMS) a été développé par l'industrie du disque et l'industrie de l'électronique grand public pour limiter à une seule les possibilités de copie à partir d'un enregistrement lu sur DAT. Le SCMS permet deux générations de copie digitale à partir d'un enregistrement original analogique. La loi américaine de 1992 relative à l'enregistrement sonore numérique (Audio Recording Act) oblige les fabricants et importateurs à insérer ce système. Des procédés similaires s'appliqueront probablement aux transmissions numériques. D'ores et déjà, le procédé ASFS d'Eurodat interdit de faire la copie d'un fichier audio chargé.

Reste que le développement du on-line impliquera la mise en oeuvre de techniques communes de compression et de cryptage de manière à limiter la complexité de la décompression et du décryptage pour les utilisateurs.

Notons que le cryptage est toujours violable mais que c'est un problème de course entre producteurs et contrefacteurs. L'essentiel est de mettre au point des systèmes suffisamment fiables pour que, combinés avec des protections juridiques, le piratage ne demeure que marginal. L'OMPI a récemment proposé de déclarer hors la loi la mise à disposition du public de systèmes de décryptage ou de contournement des systèmes de sécurité.

Au-delà de la nécessité d'une normalisation, il semble nécessaire qu'apparaissent des tiers de confiance au sein du réseau chargé de vérifier et conserver la trace de toutes les transactions réalisées. Cela permettra aux producteurs (et à toutes les parties prenantes) de contrôler les déclarations réalisées par les serveurs et de connaître précisément le détail des transactions, ce qui peut servir de base à un

système de répartition des sommes liées, par exemple, à la rémunération équitable.

En la matière, les réflexions juridiques et institutionnelles sont peu avancées. Là encore, pourtant, le danger n'est pas négligeable de voire apparaître une offre privative fournissant ce service. C'est déjà ce que l'on observe dans le commerce électronique avec les méthodes de cryptage et de paiement qui sont fournies par des sociétés privées. En soit, la solution privative ne pose pas de problème de principe. Elle risque fort cependant de déboucher sur des services innaccessibles à une partie des acteurs de la filière et de favoriser une concentration de l'ensemble de la distribution on-line entre les mains des majors (Cf. § II.2).

Les sociétés de gestion collective voient dans ce besoin de disposer de tiers de confiance un moyen de restaurer leur rôle central dans le secteur. Deux éléments s'y opposent cependant. D'une part, l'intérêt de disposer d'un système public ou parapublic réside dans son caractère neutre et de guichet unique. Dans l'état actuel des choses, les sociétés civiles françaises ne peuvent individuellement prétendre remplir ce rôle. D'autre part, les sociétés civiles n'ont à ce jour pas pris de positions essentielles dans le secteur. A terme, les véritables détenteurs de l'information seront les serveurs assurant la distribution en ligne et les sociétés de gestion collective dépendront des informations qui leurs seront transmises par ces derniers.

A défaut d'occuper une position structurelle clé, certains voient dans la phase de transition le moyen pour les sociétés civiles de prendre une part active au déploiement des systèmes on-line. La mise au point des codes d'identification appelle incontestablement une participation active des sociétés de gestion collective, dans un premier temps pour les négociations sur les standards à adopter, puis pour contribuer à l'élaboration des bases de données.

« Dans la perspective du numérique, là, à mon avis, la gestion collective se justifiera plus que jamais. (...) La gestion collective, c'est fondamentalement la mise à jour en permanence d'une base de données d'ayants droit. Et ça, personne sauf la gestion collective ne peut le faire. » (un responsable d'une société de gestion collective).

Toutefois, une fois que les règles en la matière auront été définies et stabilisées, on voit difficilement ce qui empêcherait de faire reposer le dispositif sur un simple guichet auprès duquel viendrait se déclarer chaque ayant droit.

En fait, tout dépendra de la nécessité réelle, sur le plan technique, de disposer d'un système centralisé. En effet, les techniques utilisées sur le Web permettent précisément aux utilisateurs de disposer d'un système transparent et virtuellement centralisé (ils se connectent au départ à un seul serveur), alors que les hyperliens les conduisent en réalité à naviguer de serveur en serveur. Un fort degré de standardisation des codes d'identification des oeuvres et des ayants droit devrait permettre *a priori* de mettre en oeuvre un système décentralisé de bases de données chargé d'une part de stocker les oeuvres, d'autre part de contrôler les utilisations. Dans ce contexte, les sociétés de gestion collective perdraient très nettement de l'intérêt.

Par ailleurs, même en cas de forte centralisation, il n'est pas évident que ce soient les sociétés de gestion collective qui s'érigent en point de passage obligé dans les réseaux. Dans d'autres secteurs - notamment les systèmes informatisés de réservation aérienne - l'expérience a montré que les guichets uniques sont constitués par les sociétés privées qui sont parvenues à déployer les premières d'importants réseaux ; elles deviennent les intermédiaires obligés du commerce électronique et assurent *de facto* le rôle de tiers de confiance en gérant les réseaux électroniques transactionnels.

1.3.2. La gestion des autorisations et le régime juridique des oeuvres diffusées sur les réseaux

L'identification des oeuvres et des ayants droit ainsi que la traçabilité des transactions constituent le volet "technique" des problèmes que pose la transmission numérique. Se pose ensuite la question de la nature des droits reconnus aux différentes catégories d'ayants droit et des modalités de gestion des autorisations. Ce qui se joue là est le contrôle futur de l'accès au marché et du mode d'utilisation des oeuvres.

Le complément de la Convention de Berne issu de la Conférence diplomatique sur certaines questions du droit d'auteur et des droits voisins qui s'est tenue en décembre 1996 sous l'égide de l'OMPI étend le droit exclusif de l'auteur d'autoriser ou d'interdire la diffusion de son œuvre, que celle-ci s'opère « *par fil ou sans fil, y compris la mise à disposition du public des œuvres de manière que chacun puisse y avoir accès de l'endroit et au moment qu'il choisit de manière individualisée* ». Il a été admis que, une fois qu'une œuvre protégée est mise en circulation sur Internet, l'auteur perd tout contrôle sur sa diffusion. D'où l'accent mis par l'OMPI sur la nécessité de procéder au marquage des œuvres et sur le besoin d'anticiper, dès l'instant où l'œuvre est diffusée sur Internet, toutes les utilisations possibles pour chiffrer la rémunération due à l'auteur.

Les choses sont pour l'instant moins nettes concernant la nature des droits voisins. L'arrivée du on-line préoccupe en particulier les producteurs car la loi de 1985 est selon eux incomplète. Dans la mesure où elle ne leur permet pas d'exercer un droit d'autoriser ou d'interdire une reproduction ou une exécution des œuvres sur les réseaux, ils voient dans les nouveaux média un risque de cannibalisation du marché qui pourrait à terme se révéler mortel pour eux dès lors que la circulation de supports physiques ne sera plus prépondérante dans l'économie de la musique.

D'une manière générale, les nouveaux moyens de diffusion et les nouveaux media incitent les producteurs à plaider pour la limitation du champ de la rémunération équitable au profit du droit exclusif.

Un premier problème s'est posé avec la directive Câble et Satellite. La diffusion par satellite, très bon marché grâce à la compression, ne permet pas aux producteurs d'exercer leur droit d'interdire. Ils disposent simplement d'un droit à rémunération. Ce droit leur assure une protection faible car ils ne peuvent contrôler la copie privée de vidéomusique. En revanche, sur le câble, le droit exclusif des producteurs n'est pas en danger car à l'avenir, la diffusion de vidéomusique sera basée sur le principe du téléchargement qui permettra de contrôler les usages des œuvres diffusées.

La différence entre les anciens moyens de diffusion (radio et TV analogique) et les nouveaux réside dans le numérique qui permet une substitution parfaite avec le

disque. C'est ce qui justifie, selon les producteurs, l'attitude qu'ils adoptent vis-à-vis des fournisseurs de bouquets numériques (droits exclusifs) par rapport à celle qu'ils ont en matière de radios analogiques (droit à rémunération). Selon eux, il faut éviter la suppression totale de l'exclusivité de la reproduction mécanique.

Dans le même esprit, plusieurs contentieux opposent aujourd'hui les représentants des producteurs et ceux des artistes-interprètes sur les limites de leurs droits. D'une manière générale, les producteurs veulent étendre assez largement leur droit d'autoriser ou d'interdire afin d'être mieux en mesure de valoriser économiquement leurs enregistrements.

“Panique à bâbord ! Si on rentre dans le cadre de la licence légale sur ces supports-là, on est mort. Evidemment, on se bat pour avoir un droit exclusif. Internet, ça paraît évident parce que, hop, vous téléchargez le disque, l'affaire est réglée... Mais c'est aussi vrai sur tout ce qui arrive avec la D.A.B. Demain, avec la D.A.B on pourra avoir 150-200 programmes, il y aura la radio Jacques Brel, la radio Brassens... on est mort ! Là dessus, on avait demandé au ministère de se bouger quand ils ont fait l'adaptation française de la directive européenne câble et satellite. On avait demandé de préciser le fait qu'à partir du moment où on était sur le câble ou le satellite, la licence légale ne s'appliquait pas. Mais ça n'a pas été fait.” (un représentant d'une major)

Les représentants des artistes-interprètes cherchent au contraire à combattre cette prétention des producteurs.

Sur le plan du principe, les artistes-interprètes ne veulent pas que leur droit moral soit *de facto* remis en cause par les producteurs. Ainsi ont-ils par exemple engagé en 1990 un contentieux à l'encontre de Europe 2 et des sociétés SCPP et SPPF suite à la conclusion d'un contrat général d'intérêt commun autorisant Europe 2 à reproduire des phonogrammes pour les besoins de son activité de fournisseurs de programmes. L'ADAMI et le SFA estiment que de tels contrats violent les droits moraux des artistes. *A contrario*, les producteurs estiment qu'ils entrent dans le cadre de l'exercice légitime de leur droit d'autoriser ou d'interdire.

Sur le plan économique, les artistes préfèrent que certaines pratiques soient du ressort de la licence légale pour l'exercice de laquelle 50% des droits à rémunération équitable leur reviennent. Ainsi, les sociétés d'artistes et les

syndicats se sont opposés à la signature de contrats généraux d'intérêt commun entre les sociétés de producteurs et les chaînes d'exploitation de services musicaux payants sur réseaux câblés (sociétés DMX, Music Choice Europe, Mood Media, Multiradio, etc.). Pour les artistes-interprètes, ces sociétés, à l'instar des radios, diffusent des programmes qui doivent donner lieu à la rémunération équitable. Pour les représentants des producteurs, ces sociétés exploitent les phonogrammes selon un mode qui s'apparente, du point de vue économique, à la distribution au public de phonogrammes. Elles doivent donc se voir appliquer, sur le plan de la rémunération, une économie basée sur les pratiques en matière de contrat de licence ou de distribution. Elles défendent d'autant plus ce principe qu'à long terme ces utilisations pourraient constituer l'une des sources principales de revenus des producteurs dans le contexte de la dématérialisation des supports d'enregistrement.

Selon les producteurs, si la position des artistes-interprètes devait l'emporter, de nombreux secteurs utilisateurs, et notamment l'audiovisuel non-cinématographique et le multimédia, bénéficieraient d'une situation très favorable en matière d'utilisation de leur répertoire puisque la licence légale ne leur permettrait pas de librement négocier les rémunérations correspondant aux utilisations faites de leurs enregistrements.

Au total, les producteurs ont donc engagé aujourd'hui d'importantes offensives pour limiter le champ de l'application des principes de licence légale. Selon eux, ce régime doit demeurer une exception au principe du droit d'autoriser ou d'interdire reconnu aux producteurs par la convention de Rome, car il ne permet pas de contrôler efficacement les utilisations des phonogrammes et de garantir le respect de leurs droits. Surtout, ils craignent de se voir dépossédés d'une partie des bénéfices attendus des nouveaux supports et moyens de diffusion de leurs enregistrements, alors même que ces supports et média se substitueront pour partie à la vente de phonogrammes. Au total, la rémunération des producteurs se voit menacée et ils veulent protéger cette capacité à travers une limitation très forte du principe de la licence légale à la diffusion radiophonique. C'est ainsi qu'ils tentent d'orienter le droit interne vers la reconnaissance des principes présentés dans la Directive européenne Câble et Satellite de manière à exclure de la licence légale l'exploitation de phonogrammes au moyen du satellite ou de services on-line.

Cette évolution ne va pas sans poser un problème de principe et un problème juridique de fond. Aujourd'hui, une séparation claire est faite entre les titulaires de droits exclusifs (droits d'auteur) et les titulaires de droits à rémunération (droits voisins des producteurs, des artistes-interprètes). Avec le numérique, la logique voudrait que ce soient les titulaires de droits voisins - les producteurs - qui maîtrisent les systèmes pour le compte du reste des membres de la filière. Cela pose un problème car les titulaires de droits exclusifs ne veulent pas que ce soient des titulaires de droits voisins qui gèrent les systèmes les empêchant *de facto* d'utiliser leur droit d'exclusion.

Pour les producteurs, le caractère vital du contrôle des usages réalisés sur les réseaux est essentiel car lui seul peut leur permettre, à terme, de contrôler les usages des oeuvres immatérielles qu'ils auront contribué à produire. S'ils disposent du droit d'autoriser ou d'interdire, ils seront en bien meilleure position pour lutter contre le piratage car ils seront en mesure d'imposer aux diffuseurs et exploitants de serveurs des conditions strictes de protection de leurs oeuvres. Par ailleurs, ils pourront également mieux valoriser les oeuvres en négociant des conditions de cession différenciées en fonction des usages réalisés par les clients des exploitants de serveurs.

Notons que les exploitants de serveurs pourraient aussi bien devenir eux-mêmes le noeud de la filière. En l'absence d'une forte protection des producteurs, les serveurs pourraient acquérir auprès des producteurs le droit d'utiliser les enregistrements au prix de gros¹⁰⁴. Il se chargeraient ensuite d'acquitter des droits mécaniques en cas de copie ou des droits de diffusion en cas de simple écoute par l'utilisateur. Dans cette configuration, le problème principal résulterait de l'imparfait retour sur investissement dont pourraient disposer les producteurs, les dissuadant d'investir.

¹⁰⁴ Encore faudrait-il que les producteurs puissent donner au nom des artistes-interprètes et des auteurs des autorisations de diffusion et / ou de duplication.

La position de la Communauté européenne semble pour l'instant s'orienter davantage vers la reconnaissance d'un droit exclusif pour les titulaires de droits voisins. L'OMPI paraît dans des dispositions similaires.

L'éventuelle reconnaissance d'un régime de droit exclusif ne résoudra cependant pas la question des modalités de la gestion de ce droit et de la place que la gestion collective pourrait être amenée à y prendre.

Une fois les bases de données constituées et les oeuvres marquées, l'acte de licitation de l'exploitation numérique de l'oeuvre se trouvera grandement simplifié, chaque utilisateur pouvant alors très facilement identifier les ayants droit. Inversement, le marquage des oeuvres devrait permettre de conserver des traces numériques de chaque utilisation des oeuvres. En théorie, la rencontre des utilisateurs et des ayants droit devrait donc s'opérer de manière relativement aisée, ce qui amoindrit la pertinence du recours à la gestion collective. Le procédé Transcopyright, créé par Ted Nelson (le créateur de l'hypertexte) pour la transmission des images numériques, témoigne du fait qu'il est possible d'imaginer des procédés décentralisés. Avec Transcopyright, l'utilisateur d'une image numérique pourra facilement identifier son auteur et prendre connaissance des modalités à suivre pour la rediffuser de manière licite. Pour cela, l'image est accompagnée d'un hyperlien vers une page Web dans laquelle l'auteur expose les conditions demandées pour une rediffusion. Des logiciels en cours de développement permettront d'automatiser les enregistrements relatifs aux utilisations et géreront le versement des droits.

« Du fait de la dématérialisation - ce n'est pas qu'on veuille mettre les sociétés de gestion collective de côté -, on aura un énorme central qui fera que, dès qu'on aura un utilisateur dans le monde, on sera crédité directement. La dématérialisation entraîne la suppression de certains relais. » (un éditeur).

Pourtant, il semble que l'on s'achemine - en France tout au moins - vers la gestion collective des droits associés aux nouveaux média (licitation). Lors de la transposition dans le droit français de la Directive européenne Câble et Satellite intervenue le 27 mars 1997 (JO du 28 mars 1997), le principe d'une gestion collective obligatoire a été établi, pour les droits d'auteur comme pour les droits

voisins, pour la transmission par câble. Depuis sa réforme statutaire, la SPEDIDAM est en mesure de bénéficier de l'apport des droits des musiciens et l'ADAMI semble souhaiter s'orienter dans la même direction. La collectivisation de la licitation (et de la négociation des tarifs) est de nature à simplifier considérablement les négociations en vue d'aboutir à la définition d'usages régulant les transactions numériques. La même orientation est prise aux Etats-Unis. L'ASCAP a créé une nouvelle licence pour les utilisations on-line¹⁰⁵. L'agence Harry Fox (éditeurs) a conclu un accord avec Compuserve et des négociations sont en cours avec America on Line.

I.3.3. La collecte et la répartition des droits

Avec les réseaux numériques s'établit la possibilité de créer une relation directe entre l'utilisateur et le producteur. Par ailleurs, les techniques numériques permettent d'assurer une traçabilité très grande de l'usage des produits et de leurs composants. Dans ces conditions, les systèmes actuels de prélèvement et de répartition des droits d'auteur/droits voisins basés sur des estimations sont nécessairement remis en cause. Cela devrait condamner les systèmes de gestion collective tels qu'ils existent actuellement. En effet, deux caractéristiques importantes de la distribution on-line conduiront à de fortes pressions sur les systèmes de gestion collective :

- D'une part, l'instantanéité des flux condamne le lent processus de collecte et de répartition dans la mesure où, avec les systèmes de distribution numérique, il est théoriquement possible de reverser instantanément aux différents ayants droit les sommes qui leur sont dues. Un système de distribution sécurisé permet en effet d'identifier immédiatement le type d'usage (audition ou reproduction matérielle), donc les droits qui s'appliquent, et de connaître pour chaque oeuvre les ayants droit dont on peut créditer le compte dès le paiement reçu. Naturellement, il est également possible de créditer le compte d'un organisme de gestion collective et de lui indiquer avec précision les modalités de

¹⁰⁵ La tarification est modulée en fonction de la valeur économique attribuée à la musique. Des taux différents s'appliquent aux services marchands fondés sur la musique, les organisations à but non lucratif utilisant de la musique à titre accessoire...

répartition des sommes versées. On le comprend néanmoins, dans ce cas, l'organisme est totalement transparent.

- D'autre part, les techniques numériques permettent de mesurer et de stocker la trace de chaque utilisation d'une oeuvre. En effet, il est désormais possible à un coût raisonnable, moyennant un minimum de normalisation technique, d'enregistrer avec précision chaque copie ou chaque usage d'une oeuvre numérisée. Le principe de base repose soit sur un cryptage des oeuvres nécessitant, pour y accéder, de s'adresser à un serveur unique qui, dès lors, peut enregistrer toute modalité d'usage de l'oeuvre (audition privée, diffusion publique, reproduction sur un support à fin d'écoutes multiples, etc.) ; soit sur l'inclusion dans le codage numérique de l'oeuvre d'un système d'identification et de mémorisation qui enregistre chacun de ses usages et transmet à un serveur ces informations. Quoi qu'il en soit, chaque modalité d'usage de l'oeuvre, dont on peut connaître par ailleurs les ayants droit et les usagers, est enregistrée, ce qui permet de répartir les droits collectés en fonction d'informations précises sur les usages effectifs et non en fonction d'estimations comme cela est souvent le cas aujourd'hui.

Dans cette concurrence entre les systèmes actuels de gestion collective et les systèmes alternatifs maîtrisés par les diffuseurs, les seconds bénéficieront d'un atout considérable : ils seront les acteurs qui réaliseront la location ou la vente de l'oeuvre et maîtriseront à ce titre à la fois l'information sur ses usages et la perception des droits. Ils sont les partenaires indispensables des sociétés de gestion collective, l'inverse n'est pas vrai.

Cela étant, le on-line n'est pas incompatible avec le système actuel de gestion des droits. En effet, les distributeurs de musique on-line peuvent très bien reverser les sommes perçues au titre des droits d'auteur et droits voisins aux sociétés civiles *ad-hoc* avec les informations nécessaires à la répartition. Tout le problème vient des possibilités, inexistantes jusqu'à ce jour, de contourner ce circuit traditionnel.

Les sociétés de gestion collective conservent néanmoins certains atouts. Pour un certain nombre d'usages off-line ou de sonorisation, la perception des droits reste une opération logistique difficile à organiser.

« Même si l'on va vers une logique d'identification électronique de toutes les diffusions, pour autant il faudra aller chercher l'argent. Nous, on sait bien qu'aller chercher l'argent c'est un vrai métier ! C'est impossible quand on n'est pas organisé en gestion collective. » (un responsable d'une société de gestion collective).

Par ailleurs, la perception effective des droits impliquera très fréquemment des relations avec un très grand nombre d'acteurs - les exploitants de serveurs - notamment dans un contexte international¹⁰⁶. Les choses risquent de se révéler extrêmement complexes pour les acteurs individuels en raison de l'importance du nombre et de la diversité des transactions. Beaucoup estiment que c'est principalement à ce niveau que la gestion collective aura un rôle fondamental à jouer. On ne peut toutefois pas exclure que cette fonction soit assurée par d'autres opérateurs, en particulier les sociétés de services informatiques ou de télécommunications (ou encore, pourquoi pas, des intermédiaires financiers spécialisés dans le paiement électronique).

Au final, le développement du on-line induit d'importantes adaptations du système juridique. Elles doivent porter notamment sur :

- l'obligation d'insérer des dispositifs d'identification et d'anti-copie (ISRC, SCMS, etc.) et le développement de systèmes *ad-hoc* ;
- la clarification du cadre juridique en matière d'attribution du droit d'autoriser ou d'interdire pour les oeuvres virtuelles véhiculées par les réseaux numériques avec, par ailleurs, un aménagement des principes de rémunération différencié en fonction des usages ;
- la recherche d'une coordination internationale des règles et standards.

En matière institutionnelle, des évolutions sont aussi souhaitables. Elles portent notamment sur :

- le développement de bases de données centralisées d'identification et d'un système centralisé de supervision opérée par des acteurs neutres ;

¹⁰⁶ Notons que la mise en oeuvre du on-line pose par ailleurs d'indéniables problèmes d'harmonisation internationale. En cas de transaction internationale, les droits doivent-ils être prélevés dans le pays où se situe le serveur ou dans celui où se situe l'utilisateur final, sachant que la législation n'est pas homogène d'un pays à l'autre ? Si les différences de législations sont trop marquées, ne risque-t-on pas d'assister à une délocalisation de certaines activités ?

- la recherche avec les sociétés de gestion collective d'une adaptation de leur gestion à ces technologies nouvelles pour accélérer les paiements et faire face aux multiples demandes d'utilisation des oeuvres, notamment d'intégration dans des oeuvres composites.

Il reste qu'il y a de fortes chances pour que la transmission numérique déstabilise profondément les modalités actuelles de la gestion collective, d'autant que les négociations internationales ont reconnu pour les auteurs (ou semblent s'apprêter à reconnaître pour les titulaires de droits voisins) un droit exclusif pour les transmissions numériques. Comme par le passé, l'élément qui semble jouer avec le plus de force pour un rôle actif des sociétés de gestion collective dans les transmissions numériques est la nécessité de défendre les droits des différentes catégories d'acteurs représentés par ces sociétés dans ce nouveau domaine d'application.

« Dans ce cas [de la transmission numérique], on n'est plus dans des rémunérations issues des licences ; c'est du droit exclusif. Ce qui veut dire que si ces systèmes d'accès par bases de données se substituent à la radiodiffusion ou rendent inutile la copie privée, il y aura un glissement des exploitations soumises à droit à rémunération vers des exploitations soumises aux droits exclusifs, et là, si les droits exclusifs [des artistes-interprètes] ont été cédés aux producteurs, les artistes-interprètes ne toucheront plus rien. » (un responsable d'une société de gestion collective).

D'où la nécessité, aux yeux de l'interviewé, que ces droits exclusifs soient gérés au niveau de la société civile.

« Je crois qu'aujourd'hui, le domaine où nous pouvons convaincre le plus facilement les artistes-interprètes d'adhérer fortement à une gestion collective, c'est le numérique. Dans ce domaine, eux, ils ne suivront rien du tout. » (un responsable d'une société de gestion collective).

*

Les polémiques concernant les modalités de gestion des droits d'auteur et droits voisins en France portent souvent sur le principe même de la gestion collective.

Nous avons tenté de souligner qu'il s'agit là d'une mauvaise manière de poser le problème.

Parce qu'elle est ancrée dans la tradition juridique et institutionnelle française, et parce qu'elle a, avec l'expérience, été mise en oeuvre dans des conditions relativement efficaces tant du point de vue culturel qu'économique, cela a peu de sens de remettre en cause le principe de la gestion collective.

Par ailleurs, sur le plan de l'efficacité économique stricte, la gestion collective des droits d'auteur-droits voisins sur des oeuvres en général renvoyant à plusieurs ayants droit et faisant l'objet d'usages nombreux et variés, est porteuse de très importantes économies de coûts de transaction. Elle est d'ailleurs mise *de facto* en oeuvre dans tous les pays du monde... y compris ceux qu'on associe généralement à une gestion individuelle des droits des auteurs, artistes et producteurs.

En réalité, nos analyses tendent à souligner que le cadre juridique et institutionnel français pêche par trois faiblesses.

En premier lieu, et paradoxalement, par une insuffisante intervention de la puissance publique en matière de délimitation des droits de propriété. Il devrait en réalité appartenir à une agence publique comparable aux Offices de Brevets ou à l'Office du Copyright américain de tenir à jour un registre (une base de données) recensant l'ensemble des oeuvres et de leurs ayants droit. Dans le contexte de la dématérialisation des oeuvres musicales, l'existence d'un tel registre devient cruciale afin de donner une tangibilité réelle aux droits conférés par la loi aux auteurs, artistes et producteurs de ces oeuvres. En effet, seule l'existence d'une base de données centralisée, gérée par un acteur indépendant, permettra l'accès des différents protagonistes de l'industrie aux informations cruciales pour gérer les demandes d'utilisation (et donc garantir le droit d'utiliser ou d'interdire) et les flux de redevances associés aux usages (et donc garantir les droits à rémunération). Si de tels systèmes sont développés par des opérateurs privés ou les représentants de certains groupes de pression, une partie des ayants droit risque de ne plus être en mesure de les faire respecter.

En second lieu, la multiplication des sociétés civiles et le recouvrement de leurs prérogatives apparaissent comme générateurs d'inefficacité et entretiennent une conflictualité déplacée. Il est certain que deux types de réformes devraient être engagés. D'une part, il faudrait plus clairement distinguer les fonctions de collecte et de répartition en spécialisant les sociétés civiles dans l'une ou l'autre de ces fonctions ; les sociétés de perception étant chargées notamment d'améliorer la qualité de l'information qu'elles collectent afin d'autoriser une répartition plus équitable. D'autre part, il faudrait que les sociétés de répartition ne soient plus utilisées comme des dispositifs de lobbying et des instances représentatives par les différents protagonistes de la filière. Ces évolutions pourraient être favorisées par le développement du multimédia et de la distribution on-line qui bouleversent les équilibres antérieurs. Les pouvoirs publics devraient profiter de cette révolution pour favoriser de telles évolutions de l'actuel système des sociétés civiles.

En troisième lieu, le cadre juridique français apparaît comme souvent trop rigide au regard d'un certain nombre de réalités économiques et industrielles. Il peut même s'avérer contre-productif dans la mesure où la défense d'objectifs culturels se traduit par un affaiblissement des industries culturelles. Or, il ne faut pas l'oublier, la musique a aussi une forte dimension industrielle et commerciale, notamment parce que la clé de voûte du système est constituée par l'industrie du disque. 94% des ventes de cette industrie sont composées de musique de variété et une forte proportion de cette dernière est indéniablement de nature plus "commerciale" qu'"artistique". Dans le même temps, c'est précisément cette activité commerciale qui subventionne l'autre à la fois directement (par le système étatique ou au sein des maisons de disques) et indirectement parce que de nombreux auteurs, artistes et producteurs maintiennent une activité "culturelle" grâce aux revenus qu'ils tirent de l'activité commerciale. Il y a en sus, évidemment, toute une partie de la production qui a un caractère hybride dans la mesure où elle est à la fois "culturelle" et commerciale".

Pour ces raisons, il est légitime de tenir compte des impératifs industriels qui marquent la filière. Dans ce contexte, un assouplissement du droit français, qui permettrait aux producteurs de mieux maîtriser les usages de leurs oeuvres et reconnaîtrait le rôle essentiel qu'ils jouent en prenant des risques industriels et commerciaux et en finançant l'activité de création, apparaît nécessaire. Cette

évolution du droit, qui devrait prendre la forme non pas d'une remise en cause totale des droits des différents titulaires de droits d'auteur et voisins, mais qui devrait en permettre une plus grande négociabilité, apparaît nécessaire notamment dans le cadre du développement du numérique. Le multimédia comme la distribution on-line constituent des occasions d'aménager les principes des droits d'auteur et droits voisins de manière à permettre une gestion plus souple, plus adaptée à la diversité des situations et des motivations des ayants droit, ainsi qu'à des potentialités technologiques qui évoluent très vite.

II - LE PROBLEME DE L'ACCES AU PUBLIC

Si les droits d'auteur/droits voisins, leurs principes et leurs modalités de gestion jouent un rôle essentiel dans l'économie du secteur musical, il reste qu'ils n'influencent qu'en partie la distribution des revenus. A cela deux raisons. Tout d'abord, d'autres sources de rémunération sont déterminantes dans la formation des revenus de la plupart des intervenants. Ensuite, pour ceux qui touchent des droits d'auteur/droits voisins, il apparaît que le montant de ces derniers est fortement corrélé aux ventes de phonogrammes. Or, la concentration du marché est devenue un problème majeur.

On constate en effet aujourd'hui une très grande concentration des ventes de phonogrammes sur un faible nombre de titres, qui plus est, fortement "marketés". Ceci pose des problèmes à l'ensemble des parties prenantes à la filière :

- Cela contribue évidemment à fortement concentrer les revenus des auteurs sur un faible nombre d'entre eux... réduisant *de facto* les capacités des autres à vivre de leur production musicale.
- Il en va naturellement de même des artistes-interprètes et musiciens, ce qui conduit à assécher le vivier de jeunes talents. Non seulement ces derniers ne vendent pas, mais en plus ils ne disposent plus de moyens d'accéder à des circuits où ils sont exposés au public.
- En ce qui concerne la production, la logique économique en vigueur aujourd'hui tend à asphyxier la production indépendante qui avait pour principal rôle de découvrir les nouveaux talents et de les exposer, ainsi que de faire vivre les genres musicaux plus spécialisés.
- La production de spectacles vivants souffre aussi de cette concentration du marché qui raréfie la diversité et le nombre de spectacles.

- Au niveau collectif, cette concentration produit deux effets pervers majeurs. Elle tend à réduire considérablement la diversité musicale en empêchant nombre d'artistes, de producteurs et de genres d'exister dans des conditions économiques viables, et elle fragilise la filière musicale française qui n'a plus les moyens aujourd'hui de renouveler son offre à long terme.

Une telle concentration ne s'observe pas dans les autres pays. Même s'il existe partout - comme dans tous les domaines artistiques - des logiques de vedettariat qui tendent à concentrer les faveurs du public sur un nombre relativement restreint d'artistes, la diversité apparaît comme beaucoup plus grande et le renouvellement des répertoires paraît assuré, notamment dans les pays anglo-saxons.

L'objet de cette section est de revenir sur les raisons et les effets pervers de cette concentration. Nous montrerons que se sont progressivement organisés trois goulets d'étranglement dans le secteur, à savoir :

- la production (les majors, qui représentent 90% de la production, ne signent qu'environ 30 nouveaux artistes par an avec un taux de renouvellement catastrophique) ;
- la distribution ;
- l'exposition média.

Nous verrons que non seulement chacun d'entre eux a conduit à des situations assez irréversibles mais qu'en plus ils font système pour empêcher la filière, malgré la prise de conscience des acteurs, d'évoluer vers une moins grande concentration de l'activité.

Nous examinerons ensuite si la distribution on-line constitue un moyen crédible de renversement de la tendance observée ces dernières années.

II.1. La concentration de l'offre

En France, le nombre d'albums achetés par personne et par an est de 2 contre 2,3 en Allemagne et 3 aux USA. Par ailleurs, on n'observe aucune tendance au

rattrapage puisque le marché, après une période d'euphorie à la fin des années 80 et au début des années 90, a vu sa croissance s'effondrer avant de connaître une certaine récession.

Certains attribuent ce manque de dynamisme du marché français à un prix trop élevé du disque ou aux difficultés macro-économiques. De telles explications ne sont cependant pas totalement satisfaisantes car, comme nous le verrons plus loin, le prix du disque n'est pas significativement plus élevé en France qu'à l'étranger ; d'autre part, ces arguments n'expliquent pas les variations de la demande. De la même façon, si le peu de goût des Français pour la musique - lorsqu'on les compare avec les autres nations - peut constituer l'une des raisons du faible nombre d'albums vendus par tête, il ne permet pas non plus d'expliquer ces fluctuations de la demande.

Ces pourquoi il convient de considérer également les explications qui reposent sur la raréfaction de l'offre. Ces dernières années ont été marquées par un renouvellement des discothèques tardivement équipées en CD. Une fois ce renouvellement réalisé, il semble que faute d'offre satisfaisante - c'est-à-dire correspondant à la diversité de leurs goûts - une partie des consommateurs a cessé d'acheter des disques. Cette réduction de la diversité de l'offre tient pour beaucoup à la concentration du marché et à une "rationalisation" générale des critères de gestion aboutissant à privilégier les produits les plus rentables. Il s'agit soit des artistes à forte notoriété et donc déjà reconnus, soit de compilations qui permettent à faible coût de valoriser fortement les fonds de catalogues.

Revenons sur les trois dimensions de cette concentration.

II.1.1. La concentration de la production et la raréfaction des talents

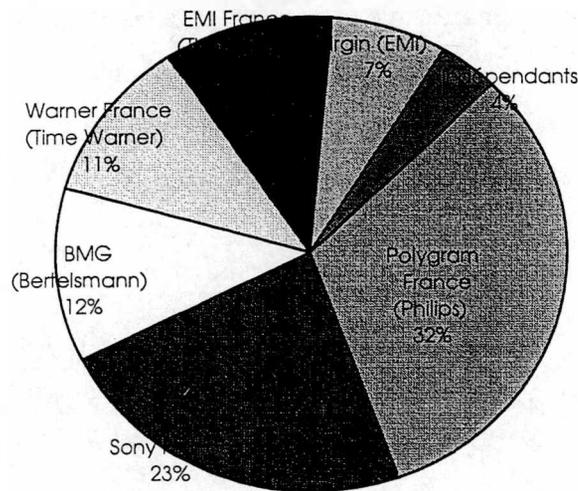
La concentration de la production peut s'illustrer par deux chiffres :

- Cinq filiales de majors détiennent aujourd'hui près de 96% du marché du disque. Comme nous le verrons plus loin, elles capturent un très grand nombre

de ressources indispensables à la valorisation de la production, notamment l'accès aux médias et aux réseaux de distribution.

- Les indépendants représentent 27% de la production de titres mais seulement 4% des ventes. Autrement dit, ils sont l'une des sources essentielles de diversité mais n'ont plus accès aux consommateurs.

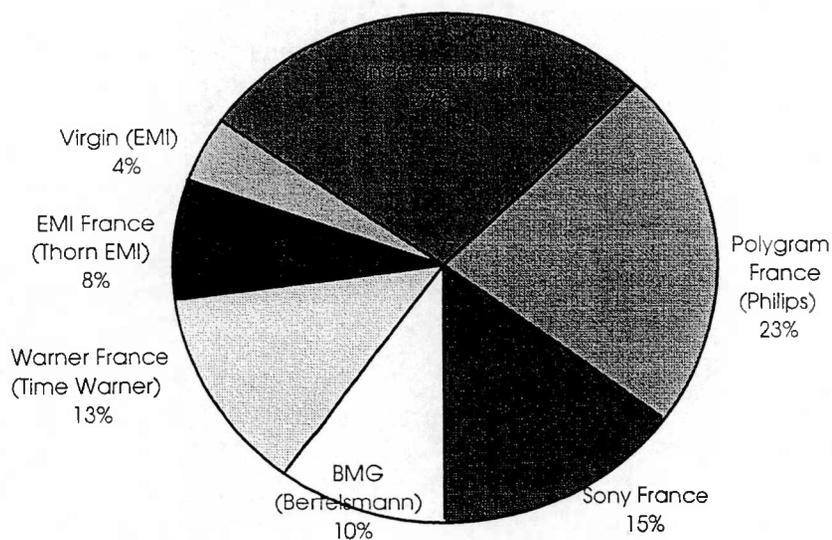
La répartition du marché français en 1996



(Source : L'Année du Disque 1996 - numéro hors série)

La répartition de la production en 1995 : le dépôt légal

(Total : 15 463 références)



(Source : L'Année du Disque 1996 - numéro hors série)

Schématiquement, les majors n'ont pas vocation à travailler sur des productions inférieures à 50 000 exemplaires et sont peu capables de gérer des productions inférieures à 20 000 (Castagnac [1993]). Leurs structures sont en effet conçues pour un marché de masse. Or, comme nous l'avons précédemment noté, un très faible nombre d'artistes sont capables de réaliser un volume de ventes dépassant les 50 000 exemplaires (une cinquantaine par major). C'est pourquoi la concentration du marché entre les mains des majors aboutit *ipso facto* à une forte concentration de l'offre sur certains artistes.

Il convient d'ajouter que cette tendance naturelle des majors à réduire la diversité a été renforcée par les politiques de rationalisation adoptées à partir de la fin des années 80. Alors qu'auparavant, sur un marché moins concentré et plus euphorique, dominait une logique artistique où des vedettes et des "produits commerciaux" subventionnaient fortement une production plus "artistique", les actionnaires des grandes sociétés multinationales ont imposé une augmentation de la rentabilité de ces entreprises qui s'est traduite par un arrêt des subventions croisées et une logique de rentabilisation immédiate des ressources.

« A cause de la concentration considérable qui a eu lieu dans ce milieu depuis 15 ans, il n'y a plus d'indépendants. On est face à des logiques de grands groupes, or on sait très bien que sur le plan économique, un grand groupe ne réagit pas forcément de la même façon qu'un indépendant. (...) Ils cherchent de la marge, il n'en ont rien à faire de la création. » (un représentant des artistes-interprètes).

Les grandes maisons de disques ont donc concentré leurs efforts sur les "valeurs sûres" et sur l'exploitation marketing de leur fonds de catalogues (compilations, remasterisation, etc.) au détriment de l'entretien d'"écuries" plus diversifiées et du renouvellement des répertoires. Si cette tendance a été inversée récemment, avec une augmentation notable de la signature de jeunes artistes¹⁰⁷, il reste que les majors demeurent structurellement adaptées et organisées pour un marché de masse et qu'elles ne peuvent prendre des risques inconsidérés.

¹⁰⁷ *« La stratégie des majors a complètement évolué. Ils en sont à une stratégie de découverte de nouveaux talents. Ils créent des structures légères de création. »* (un responsable d'une société de gestion collective).

La concentration aboutit donc à une forte réduction de l'offre de diversité musicale puisqu'à elles seules, les cinq majors ne peuvent pas "signer" autant d'artistes que le faisait la production indépendante jusqu'au milieu des années 80. On ajoutera que les majors sont aujourd'hui fortement contraintes dans leurs comportements par les exigences de la grande distribution qui a besoin de produits à rotation rapide.

La concentration des majors sur les produits de masse explique la survie économique de quelques indépendants. Le comportement des majors elles-mêmes contribue à la viabilité de ces indépendants puisqu'elles font appel à des labels spécialisés, soit intégrés, soit indépendants pour traiter certains créneaux. Il reste que la production indépendante en France est aujourd'hui globalement en très mauvaise santé.

Aujourd'hui, seuls les indépendants disposant d'un fonds de catalogue rentable sont viables. Ces catalogues ont été constitués dans le passé, notamment durant les années 60-70. Ils n'ont pour la plupart pas été renouvelés. L'un des problèmes majeurs des indépendants est constitué par l'accès à la grande distribution. En effet, cette dernière doit assurer une rentabilité minimale de ses surfaces de vente. Cela l'encourage à ne distribuer que les produits les plus vendus et aux taux de rotation les plus rapides.

Deux problèmes se combinent : d'une part, les indépendants ont globalement vocation à produire les petits tirages qui n'intéressent structurellement pas la grande distribution ; d'autre part, les indépendants n'ont plus facilement accès aux principaux points de vente.

Le problème d'une entreprise de distribution est d'accéder aux réseaux de vente, et particulièrement la grande distribution, soit directement auprès des chaînes d'hypermarchés, soit par le biais des grossistes.

Le mode de gestion des grandes surfaces, basé essentiellement sur le rendement au mètre carré, leur interdit de référencer un fournisseur nouveau capable de ne proposer qu'un faible nombre de produits représentant, qui plus est, de faibles

volumes de ventes. Les grands distributeurs, en revanche, intéressent la grande distribution, car ils peuvent proposer un vaste catalogue de "locomotives" commerciales fréquemment renouvelées. Compte tenu de la difficulté pour les petits distributeurs à accéder à la grande distribution, la surface de marché qu'ils peuvent couvrir est nécessairement modeste, ce qui dissuade les producteurs indépendants de distribuer leurs produits via ces petites structures. D'où la forte concentration de la distribution réalisée par les majors.

En réaction, les distributeurs indépendants tendent à leur tour à resserrer leur catalogue, rendant encore plus difficile l'accès au marché pour les producteurs indépendants et les productions "non standards".

« Au début on était disposé à distribuer tous les producteurs qui nous semblaient faire un produit qui avait un intérêt, même si c'était un intérêt marginal (il nous est arrivé de distribuer des disques à 15 exemplaires sur tout le territoire français). Aujourd'hui, nos propres clients ne veulent plus ces produits-là. Ils ne veulent plus de produits qui n'ont pas de soutien marketing, qui n'ont pas une médiatisation, et qui n'ont pas un minimum de potentiel commercial. Et les produits culturels n'ont pas de potentiel commercial, surtout ils n'ont pas de marketing. Sans marketing, sans médiatisation, vous pouvez faire le plus beau produit du monde, vous n'aurez pas de clientèle, pas de magasin. » (un distributeur indépendant).

Pour ces raisons, les circuits de distribution indépendants ont quasiment disparu en France. Il n'existe plus de producteurs indépendants qui aient leur propre distribution à l'exception de deux producteurs de musique classique (Auvidis et Harmonia Mundi). Demeurent, avec Musidisc, deux ou trois autres petites sociétés indépendantes de distribution - Media 7, Melodie et Night and Day - qui produisent peu mais distribuent de tous petits ou moyens producteurs spécialisés dans des niches musicales.

La production indépendante est donc aujourd'hui quasi-intégrée aux majors dans la mesure où de nombreux producteurs sont soit des producteurs indépendants se limitant à assurer la responsabilité de la production d'enregistrements, qui passent une licence avec une major capable d'assurer la fabrication, la promotion et la distribution des phonogrammes ; soit des labels indépendants assurant la

responsabilité de l'enregistrement, de la fabrication et la promotion de leurs phonogrammes, et passant des licences de distribution avec une major.

La production réellement indépendante assurant toutes les fonctions de l'enregistrement à la distribution ou passant par un distributeur indépendant a quasiment disparu. Cette évolution explique que la logique industrielle des majors se soit progressivement imposée à l'ensemble de la production.

En fait, seuls certains créneaux très étroits échappent aujourd'hui à cette logique liée aux difficultés d'accès aux réseaux de distribution. La *Techno* en constitue un exemple car sa diffusion repose sur des magasins spécialisés court-circuitant les systèmes traditionnels de distribution. Les artistes français vendent des centaines de milliers d'albums aussi bien en France qu'à l'étranger via ces circuits.

Plusieurs raisons, notamment le développement de la distribution en grandes surfaces, l'autorisation de la publicité télévisée, le développement des radios, expliquent la progressive disparition des indépendants. Nous y reviendrons. Il convient cependant d'en mentionner une dernière, plus rarement évoquée : l'arrêt de la distribution des 45 tours en 1991.

D'un côté, la production de 45 tours était rentable car les coûts de production étaient relativement bas. Le format conduisait à des frais de production (100 à 150 kF en 1987-88) très inférieurs à ceux d'un album (600 kF). Les outils industriels étaient largement amortis, les coûts de fabrication étaient également relativement bas. De l'autre, il s'agissait d'un support bien adapté au lancement d'artistes français, car le public avait l'habitude d'acheter ce format et les ventes étaient relativement importantes. Aucun support de substitution n'étant disponible à l'époque, il y a eu - lors de la disparition des 45 tours - un effet de ciseau pour les petits producteurs qui n'ont pas été nécessairement en mesure de faire face aux coûts de production plus élevés exigés par les albums.

D'une manière plus générale, la taille minimale optimale s'est considérablement accrue ces dernières années du fait d'une véritable industrialisation du secteur, notamment en matière de marketing et de distribution, l'une des causes principales de cette industrialisation étant la concentration de la distribution.

II.1.2. La concentration de la distribution de détail et la focalisation sur les produits à rotation rapide

« La distribution est la source de tous les maux, la sclérose en plaque du métier. Les distributeurs indépendants n'ont maintenant accès qu'à 35, voire 40% du marché et n'y pénètrent qu'avec des conditions de remises toujours plus importantes. » (B. de Bosson, Pr. délégué de l'UFPI, in L'année du disque 1996, p. 36).

En matière de distribution, la concentration s'est traduite par une polarisation de plus en plus grande des ventes de disques dans les grandes surfaces généralistes. Cela a abouti à détruire le réseau des disquaires indépendants qui, d'une part, assuraient une forte capillarité de la distribution, et d'autre part étaient les vecteurs de la diversité et des nouveautés à petit tirage. C'est la disparition de ce réseau de vente traditionnel qui est aujourd'hui à l'origine des difficultés d'accès au marché de la production indépendante.

« Avant, il y avait les disquaires indépendants qui faisaient connaître, chacun avait son petit coup de coeur... Quand on a 2 000 disquaires, c'est 2 000 personnes à qui on peut faire écouter des disques. Aujourd'hui, les disquaires indépendants n'existent plus. La quasi-totalité de la distribution est entre les mains de groupes financiers. La culture ne peut les intéresser que marginalement, peut-être pour un vernis, mais pas pour la valeur de l'action en bourse » (un distributeur indépendant).

Plusieurs raisons expliquent cette évolution.

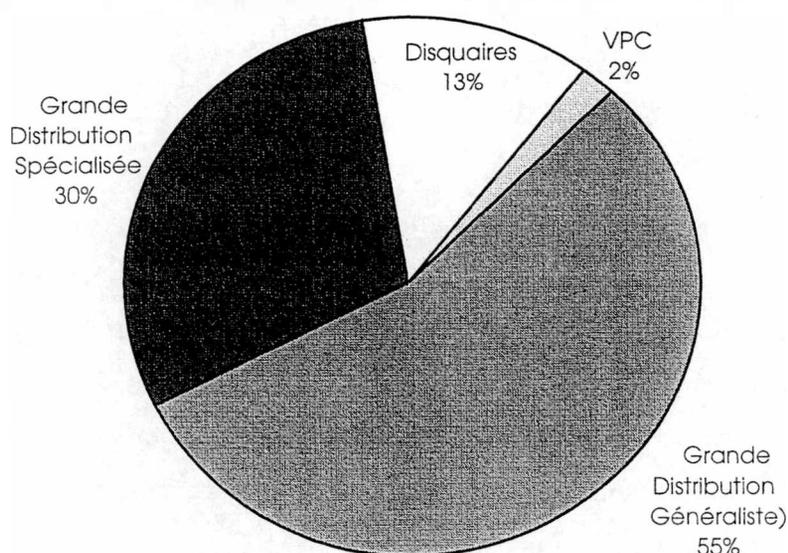
Les majors, depuis le début des années 80, ont privilégié le développement de la distribution via les grandes surfaces. Ce développement a notamment été lié à la politique de Sony (ex-CBS) et de Polygram qui voyaient dans la grande distribution un moyen efficace d'accroître leurs ventes et de simplifier leur gestion logistique en aval. Il en a résulté une situation délicate car les majors réalisent aujourd'hui une telle proportion de leur activité avec la grande distribution, qu'elles ont largement perdu de leur pouvoir de négociation.

Cette évolution est également la conséquence de la libération du prix du disque en 1979. La libération des prix a non seulement permis à la grande distribution de pratiquer des politiques commerciales agressives, mais elle a également perturbé la gestion du petit commerce peu habitué à gérer des politiques tarifaires différenciées (en amont du côté des grossistes, et en aval du côté de la clientèle).

D'une manière plus générale, la politique ayant favorisé la vente des phonogrammes par la grande distribution s'inscrit dans les stratégies anti-inflationnistes de la fin des années 70 / début des années 80 qui reposaient sur le développement de cette même grande distribution. La France est aujourd'hui en matière de disque, comme pour beaucoup d'autres catégories de biens de consommation, le pays où la grande distribution est la plus développée au détriment des commerces traditionnels.

La percée de la grande distribution dans le disque a également été liée à sa capacité à réaliser des subventions croisées entre le livre et le disque. Au total, on est passé d'un réseau de 1 500 disquaires en 1980-81 à environ 200 aujourd'hui. Dans le livre, le prix unique instauré par la loi Lang de 1981 a permis de maintenir la capillarité du réseau de distribution. La grande distribution généraliste assure aujourd'hui près de 55% de la distribution de disques.

La répartition de la distribution en 1996



(Source : DGCCRF, Direction de la Musique et de la Danse, Rapport du groupe de travail sur le disque)

Le principal problème que pose la distribution en grandes surfaces non spécialisées réside dans la faible diversité de l'offre proposée ainsi que dans le faible effort de conseil, traditionnel dans cette forme de distribution. Or, le disque est un produit qui fait l'objet d'achats d'impulsion. Les 3/4 des consommateurs rentrent dans un magasin sans avoir fait de choix préalable. Cela explique l'importance de l'exposition des albums dans les points de vente pour assurer l'accès au public.

L'un des problèmes centraux de la crise actuelle apparaît lié à cette difficulté d'exposer les nouveaux talents ou les artistes "créneaux" dans les grandes surfaces compte tenu des risques qu'ils représentent pour les distributeurs, ces derniers raisonnant en termes de rentabilité au mètre carré.

Le marché du disque est constitué d'environ 200 000 références. Parmi celles-ci, les professionnels ont l'habitude de distinguer :

- les nouveautés, qui constituent les plus gros volumes de ventes, et notamment de ventes unitaires. Elles sont commercialisées par les producteurs aux tarifs (de gros) les plus élevés ("full price") mais peuvent être caractérisées par des prix de vente très attractifs du fait des pratiques qui accompagnent généralement les campagnes promotionnelles dont elles font parfois l'objet. Les hypermarchés, notamment, consacrent l'essentiel de leurs surfaces de vente à ces nouveautés ;
- le fonds de catalogue constitue le plus grand nombre des références. Il est vendu essentiellement par la grande distribution spécialisée et les disquaires.

Le problème essentiel de la grande distribution est qu'elle offre une faible diversité de choix. Dans la plupart des grandes surfaces non spécialisées, seuls 150 à 8 000 titres sont exposés¹⁰⁸. Certains estiment que les ventes de la grande distribution

¹⁰⁸ Il convient de souligner que dans la grande distribution environ 50% du CA sont réalisés sur 8 000 références. Le disque en tout ne représente que 1 à 2 % du CA d'un hypermarché. Il y a donc une forte pression à la baisse du nombre de références. Il est fréquent de voir des supermarchés et hypermarchés ne disposant pas de plus de 1 000 références, parfois moins (200).

non spécialisée représentent à peine 15% des produits du marché. A titre de comparaison, une grande surface spécialisée propose au moins 50 000 titres, souvent plus (la FNAC propose 50 000 à 100 000 titres, Virgin Megastore dispose de 100 000 à 150 000 références). Les disquaires distribuent entre 5 000 et 30 000 références avec une moyenne qui semble se situer aux alentours de 15 000 titres¹⁰⁹.

Notons un phénomène inquiétant par ailleurs : la distribution spécialisée (comme la FNAC) a, au cours des dernières années, mené une politique de rationalisation qui a consisté à n'assurer la distribution que des produits au turn-over le plus fort. L'offre de diversité a beaucoup baissé dans ces réseaux.

Il convient de souligner que le nombre de disquaires indépendants a régressé dans la plupart des pays européens. En 10 ans, les disquaires britanniques sont passés de 2 200 à 1 300 et n'assurent plus que 10 % des ventes. Ils ne représentent plus que 20% du marché allemand. Il n'y a guère qu'au Bénélux et en Italie qu'ils représentent encore une fraction notable de la distribution.

En fait, l'exception française réside principalement dans la quasi disparition d'un réseau dense de disquaires indépendants et dans le développement de la grande distribution généraliste. Ailleurs, ce sont plutôt des chaînes de disquaires ou de grande distribution spécialisée qui se sont développées. Il y a notamment dans la plupart des pays européens des chaînes de disquaires intégrés (Nuggets, Our Price...) qui n'existent quasiment pas en France. Ils ne représentent à eux tous qu'une centaine de magasins en France, loin des chiffres très importants de la Grande-Bretagne où les chaînes se livrent une concurrence forte et maintiennent un réseau de distribution très maillé¹¹⁰.

La grande distribution jouit d'avantages concurrentiels considérables vis-à-vis des disquaires spécialisés. Ceci rend sa position quasi-inexpugnable aujourd'hui.

¹⁰⁹ La DGCCRF donne des chiffres tout à fait différents : les hypermarchés proposeraient entre 5 000 et 15 000 références, les grands magasins spécialisés aux environs de 100 000 et les disquaires de 5 000 à 30 000.

¹¹⁰ Au total, la Grande-Bretagne est caractérisée par un marché concentré autour de 7 grandes chaînes de distribution (75% du marché) mais qui permet au total de déployer 4 500 points de vente sur le territoire ; l'Allemagne reste un marché beaucoup moins concentré avec 9 000 points de vente dont 700 disquaires indépendants ; la Hollande dispose d'un tissu de spécialistes dense (environ 1 000 points de vente) ; les indépendants belges représentent 40% du marché.

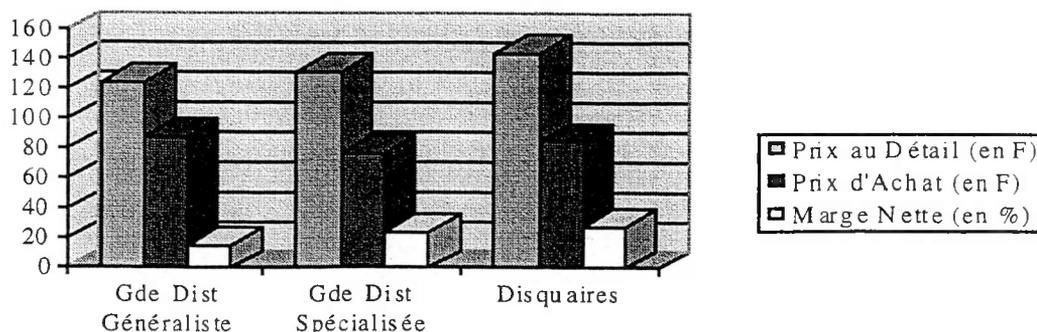
Selon une enquête réalisée en 1996 par la DGCCRF, le relevé des prix de CD fait apparaître une moyenne de 125,30 F dans les grandes surfaces généralistes, 132,50 F dans la grande distribution spécialisée et 144,20 F chez les disquaires indépendants.

Ces moyennes masquent de fortes variations. Un même titre peut, en fonction des pratiques promotionnelles, être vendu de 99,90 F à 161 F, ces deux extrêmes ayant été relevés chez deux disquaires indépendants. Cela étant, la moyenne pour ce disque reflète bien la hiérarchie entre les différents circuits de distribution.

Le prix moyen d'achat net résultant des factures étudiées par la DGCCRF est de 88 F pour la grande distribution généraliste, 78 F pour la grande distribution spécialisée et 85,50 F pour les disquaires. L'examen des factures montre que c'est la grande distribution spécialisée qui obtient un net avantage en termes de conditions d'achats et que, par ailleurs, les pratiques sont peu transparentes.

La marge moyenne dans la grande distribution généraliste s'établit à 16%, à 25,3% dans la grande distribution spécialisée et à 27,5% chez les disquaires. Ces marges varient fortement autour de la moyenne dans la grande distribution généraliste (de 0 à 31%), traduisant une forte différenciation des politiques commerciales. De telles variations ne sont pas observées dans les autres formes de distribution. La plus forte marge unitaire des disquaires s'explique largement par le fait qu'ils sont spécialisés sur les produits à rotation moins rapide, ce qui implique des frais de stockage importants.

Coûts et marges dans la distribution



(Source : DGCCRF, Direction de la Musique et de la Danse, Rapport du groupe de travail sur le disque)

Ces moyennes masquent les pratiques promotionnelles, de la grande distribution, notamment. Parmi les nouveautés, certains titres font l'objet d'une forte promotion. Ils sont notamment l'objet de publicité télévisée et sont par ailleurs les plus diffusés par les radios. Les distributeurs, et notamment les hypermarchés, proposent à la vente ces disques au prix coûtant. Dans certains cas, la DGCCRF estime même qu'ils sont proposés à des prix anormalement bas du fait de la manière d'affecter les charges fixes et communes des surfaces de vente entre les différents produits. Les autorités de la concurrence estiment cependant que cela ne conduit pas à effectuer des péréquations entre produits culturels et autres produits. En revanche, il y a péréquation entre produits culturels et phonogrammes.

Compte tenu de leurs coûts, les disquaires ne peuvent soutenir la concurrence par les prix des grandes surfaces. Or, eux seuls proposent l'accès aux fonds de catalogue.

Les réseaux de distribution traditionnels qui ont disparu ne pourront pas être recréés. Cependant, un système de prix unique permettrait sans doute de rendre plus viable la distribution spécialisée et de maintenir en activité les quelques disquaires traditionnels qui ont survécu. Ces deux éléments permettraient de stopper la tendance à la concentration du marché. Aujourd'hui, la plupart des producteurs, y compris les majors, semblent favorables à une telle loi.

Au total, deux séries de mesure ont provoqué ou accentué la concentration de la distribution du disque : la libération des prix en 1979, et l'autorisation de la publicité télévisée en 1988. Dans un cas comme dans l'autre, malgré des effets prévisibles, aucune mesure d'accompagnement n'a réellement été mise en oeuvre.

En 1988, l'effet de l'autorisation de la publicité télévisée sur la relance de la consommation a été notablement accentué par la baisse de la TVA qui est passée de 33% au taux normal de 18,6% (aujourd'hui 20,6%). Cette baisse de la TVA ne favorisait pas en soit la concentration. Elle a eu néanmoins des effets pervers car, conjuguée à l'autorisation de la publicité télévisée, elle a permis aux producteurs d'opérer une péréquation au profit de la publicité télévisée. La baisse de la TVA a

permis une hausse de 1,1 Mrd de F du CA HT des producteurs et, dans le même temps, la facture publicitaire s'est élevée de 620 MF, soit 56% de l'augmentation du CA (Castagnac [1996]). En contrepartie de la reconnaissance du caractère culturel du disque, et pour pallier les effets pervers des mesures de soutien prises en 1987, le SNEP s'était engagé à mettre en place un fonds - le FIDIP (Fonds d'Intervention pour la Diffusion Phonographique) - pour, entre autres, soutenir les disquaires indépendants. Des mesures n'ont été prises que cinq années plus tard. Elles n'ont par ailleurs pas été réellement destinées à soutenir ces disquaires.

Face à cette concentration de la distribution de détail, une solution envisageable par les producteurs et distributeurs indépendants est l'intégration du commerce de détail. C'est la voie qui a été retenue par Harmonia Mundi qui constitue depuis 1992 un réseau de magasins dans toute la France¹¹¹. Cependant, rares sont aujourd'hui les indépendants qui disposent d'une surface financière (mais aussi d'un fonds de catalogue) autorisant cette option stratégique. Le fort individualisme qui règne dans la profession constitue certainement une entrave à la création d'associations d'indépendants permettant d'avancer dans cette direction.

L'intervention étatique reste légitime, car elle seule est efficace en matière de création d'espaces d'exposition pour les talents nationaux. En effet, les accords volontaires ne peuvent plus fonctionner dans une profession où les rapports de force sont devenus trop inégaux. Cela étant, les pouvoirs publics n'ont aujourd'hui que des marges de manoeuvre limitées pour restaurer une autre économie à la distribution des phonogrammes.

II.1.3. L'effet accentuateur de l'exposition média

Les effets pervers de la concentration de la distribution et de l'évolution des pratiques commerciales ont été renforcés par la difficulté à exposer médiatiquement les nouveaux artistes.

¹¹¹ « Nous avons réveillé et fidélisé un public qui n'achetait plus de disques, tout simplement parce que les gens peuvent à nouveau voir nos produits en vitrine ! » (Bernard Coutaz, PDG d'Harmonia Mundi, in Dupuy (1996)).

Les radios, notamment commerciales, ne peuvent prendre le risque de voir baisser le niveau de leur audience compte tenu de l'importance de l'influence des taux d'écoute sur leurs recettes publicitaires. C'est pourquoi elles pratiquent le système de la "play list" qui consiste à concentrer la diffusion sur un faible nombre de titres de manière à la fois à donner une couleur musicale à la radio, immédiatement reconnaissable par l'auditeur, et à se positionner sur un créneau musical (et donc d'auditeurs) particulier.

Il existe 1 750 stations de radio en France, mais en fait 5 d'entre elles représentent 95% de l'audience. La particularité de la France réside dans la concentration de trois des principales radios sur le même créneau "jeune". NRJ, Fun et Skyrock sont les trois radios "jeunes" qui lancent les disques. En effet, le marché du disque est très largement concentré sur les 15-30 ans qui constituent l'essentiel des acheteurs.

La logique de formatage des radios commerciales (comparable, bien que non concertée avec celle de la grande distribution), la concentration du marché français ainsi que leur positionnement en France sur un créneau identique réduisent considérablement les possibilités d'exposition des jeunes artistes ainsi que des fonds de catalogue.

« Le petit producteur qui vient me voir et qui ne distribue pas ses disques en grande surface, qu'est-ce que j'en ai à faire de le passer ? Nous, on s'adresse au grand public, c'est du business. Pourquoi je prendrais des risques ? Je ne suis pas rémunéré au risque, moi. » (Benoît Sillard, PDG de Fun Radio, *Le Cahier du Nouvel Economiste*, n°1067, 15/11/96, p. 87).

Sur les 2,5 millions de passages radio en 1995, Francis Cabrel totalisait à lui seul 23 700 passages. Avec un seul titre, Céline Dion a bénéficié de 9 000 passages. Au cours de la dernière semaine de septembre 1996, on ne comptait aucun titre d'indépendants sur la liste des 25 plus fortes rotations radio¹¹²...

L'idée germait depuis longtemps de tenter d'infléchir les politiques de programmation des radios dans un sens plus favorable à la production française.

¹¹² *Le Cahier Samedi du Nouvel Economiste*, n°1067, 15 novembre 1996.

Au début des années 1990, une concertation entre le SNEP et les radios a abouti à une convention suivant laquelle les radios s'engageaient à réaliser au moins 25% de programmation francophone. Cet accord n'a pas été respecté par les plus grosses radios et les producteurs n'ont pas été en mesure ou n'ont pas eu la volonté d'exercer des représailles. Une intervention législative a été nécessaire pour imposer des quotas. Entrés en vigueur au 1er janvier 1996, les quotas imposent aux radios de diffuser un minimum de 40% de chansons françaises, dont 50% de nouveautés. Ils ont globalement été respectés par les radios, mais le bilan de leur application reste mitigé. En effet, le pourcentage d'artistes francophones programmé par les radios n'a pas évolué significativement entre 1995 et 1996 (21%). Par ailleurs, celui des titres francophones programmés n'a évolué que marginalement (de 31 à 35%). En fait, les radios ont surtout sensiblement accru le taux de rotation des chansons françaises qu'elles passaient. Ainsi, les titres français passent beaucoup plus fréquemment que les titres étrangers (par exemple, pour une radio, les titres français ont eu en moyenne droit à 144 passages contre 39 pour les titres étrangers). Ainsi, l'exposition des artistes francophones s'est sensiblement améliorée, mais elle est restée concentrée sur un faible nombre d'artistes ; principalement des jeunes talents confirmés tels que Pascal Obispo, Zazie, Ophélie Winter. Cela a nettement aidé à vendre les albums de ces derniers... mais n'a pas permis réellement de recréer un dispositif d'exposition pour les véritables débutants. En outre, de l'avis général, les indépendants n'ont que marginalement profité des quotas.

« J'ai eu la liste des 100 titres les plus diffusés en 1996 donnée par le SNEP. 95% viennent des majors et il y a 5% qui sont de la Dance Music. (...) La loi sur les quotas devrait porter sur la production indépendante française. » (un producteur indépendant).

L'exploitation de cette surface d'exposition créée par les quotas dépend largement des politiques des maisons de disques, et des majors en particulier. Elles doivent mettre en oeuvre les moyens nécessaires pour que ces jeunes talents puissent produire des albums.

Par ailleurs, la politique des quotas pose un certain nombre de problèmes de mise en oeuvre. Les radios spécialisées éprouvent des difficultés à trouver suffisamment de productions françaises correspondant à leur style musical pour remplir leurs

quotas. Les petites radios n'accèdent pas facilement aux disques. La musique française non francophone (*Dance, World Music, etc.*) ne bénéficie pas de cette mesure. Un certain nombre d'aménagements s'avèrent donc nécessaires.

Les effets du goulet d'étranglement constitué par les radios ont été accentués par la réduction de la diversité en matière d'exposition TV. En fait, deux phénomènes se sont combinés : d'une part la forte réduction du nombre d'émissions musicales et de variétés à la télévision, en raison de leur faible rentabilité commerciale (liée essentiellement à leurs coûts élevés) et de l'évolution des modalités de gestion des chaînes de télévision depuis la privatisation de TF1 en 1986 ; d'autre part le développement de la publicité télévisée à partir de 1988.

Pour les producteurs, cette dernière a amélioré la visibilité de la production phonographique pour le public et stimulé la croissance du marché.

« Le bilan de la pub à la télé est largement positif. (...) C'est important que tous les jours on parle du disque. C'est une pression formidable sur le consommateur pour faire que le disque reste un produit très chaud. Il ne faut pas oublier que le disque est un produit d'impulsion. » (le responsable d'une major).

Mais la publicité télévisée a également provoqué des effets pervers. En premier lieu, elle a contribué à la concentration de l'exposition médiatique sur quelques titres et artistes. Plus profondément encore, elle a littéralement bouleversé l'économie du secteur en augmentant très sensiblement son intensité capitalistique. Revenons donc sur son analyse.

L'autorisation de la publicité TV a marqué l'arrêt de la création. En effet, la publicité a d'une part diminué les moyens que les maisons de disques consacraient aux jeunes artistes, et d'autre part initié une politique de rentabilisation des catalogues existants fondée sur la réalisation de produits marketés (notamment les compilations) soutenus par d'intenses campagnes publicitaires. Cette politique a permis de réaliser sans risque des profits élevés au cours des années 80. Les éditeurs phonographiques sont devenus les seconds annonceurs en France avec 2,3 Mrds de F de dépenses annuelles en 1996 (en progression de 23% par rapport à 1995), dont 1,7 Mrd de F réalisé en publicité TV. L'investissement publicitaire

représente 15% du chiffre d'affaires de la profession. Cela a considérablement augmenté les coûts fixes dans le secteur et a *de facto* exclu les indépendants du marché. Hors compilations, seuls les artistes américains majeurs ou les vedettes françaises justifient des campagnes de publicité.

La publicité TV a été autorisée dans un contexte de marché difficile pour l'industrie phonographique. Elle a immédiatement montré son impact dans la mesure où cela s'est traduit par une augmentation significative des ventes de disques ayant fait l'objet de publicité. A titre illustratif, on peut estimer qu'en 1996 près de 54 millions des 98 millions d'albums CD vendus étaient concentrés sur 270 titres (ceux ayant obtenu un label du SNEP, c'est-à-dire les albums au moins disques d'or). La publicité TV a néanmoins eu d'indéniables effets pervers.

En concentrant les achats sur un nombre limité de disques "prévendus"¹¹³, elle contribue à générer un effet de substitution au détriment des jeunes talents et des genres musicaux les moins faciles.

En concentrant les achats sur un nombre limité de disques faciles à vendre, elle a favorisé leur diffusion par la grande distribution, renforçant ainsi le mouvement de concentration. C'est principalement sur les disques faisant l'objet de publicité télévisée que portent les opérations promotionnelles et de discount des distributeurs. Le phénomène a de plus tendance à s'autorenforcer puisque la grande distribution réclame par la suite des produits faisant l'objet d'une forte publicité TV.

Les effets de la publicité télévisée ont par ailleurs été d'autant plus forts que les émissions de variétés ont quasiment disparu du PAF. La publicité est désormais le principal moyen pour les producteurs d'exposer leurs artistes à la télévision. Cela constitue d'ailleurs le principal argument des producteurs pour justifier le maintien du principe de la publicité TV. Les vidéo-clips jouent également un rôle important dans la promotion des phonogrammes. Mais la réalisation d'un clip coûte en moyenne 200 à 300 kF et ne rapporte au mieux (directement) que

¹¹³ « *Quelle pub on peut faire à la télé, si ce n'est une pub de compils ou de valeurs sûres ? L'investissement est trop considérable...* » (un responsable d'une société de gestion collective).

quelques dizaines de kF. Le clip constitue ainsi un moyen promotionnel réservé aux productions importantes. Seulement 15% des disques enregistrés bénéficient d'un clip en France...

La quasi-substitution de la publicité TV aux programmes audiovisuels a par ailleurs totalement privé les indépendants de toute exposition TV. Ils ne peuvent en effet, sauf exception, supporter les budgets requis par les campagnes de publicité télévisée.

La publicité télévisée concerne en effet quasi-exclusivement les disques produits par les multinationales. Elle absorbe plus des 3/4 des budgets publicitaires du disque et est concentrée sur un faible nombre de disques. Les compilations représentent une part très significative des budgets investis (60,4% en 1990). L'amortissement d'une campagne qui peut coûter aux alentours de 5 MF par disque exige *a minima* 100 000 exemplaires vendus (soit le volume nécessaire pour devenir disque d'or). Ce point mort est d'autant plus difficile à atteindre que si les premières campagnes de publicité (nouvelles et peu nombreuses) ont permis d'assurer un rendement de 150 à 200 000 exemplaires, ce chiffre a significativement baissé au cours des dernières années.

En focalisant l'attention sur un nombre restreint de titres, la publicité concentre la demande sur quelques produits. Pour attirer le plus grand nombre, ces produits doivent par ailleurs être attractifs pour de vastes pans de la clientèle. Cela incite les producteurs à privilégier l'exploitation de compilations qui présentent l'intérêt à la fois de ne pas coûter cher, de ne pas être des produits risqués et de satisfaire, par la diversité offerte, des segments relativement larges de la clientèle. De la même façon, seules les vedettes consacrées ou les produits marketés peuvent représenter un potentiel de ventes suffisant pour justifier des campagnes publicitaires.

L'autorisation de la publicité télévisée a donc, au-delà de la concentration des médias, été l'un des éléments majeurs qui a favorisé la concentration du marché et réduit l'offre de diversité et de nouveautés. Comme en matière de distribution, il apparaît qu'une intervention publique est à la fois légitime et nécessaire pour freiner l'inflation des coûts et rendre à nouveau viable la production indépendante.

Plusieurs catégories d'acteurs de la filière souhaitent que l'on revienne sur la libéralisation de la publicité télévisée pour le disque.

« Je rêve que l'on arrête un jour la publicité TV, mais les risques de déstabilisation sont énormes, il faut la diminuer progressivement. » (un représentant des artistes-interprètes).

Toutefois, une telle mesure s'opposerait au lobbying des majors qui mettent en avant qu'elle contribuerait fatalement à dégrader encore une conjoncture déjà morose.

« L'année dernière, en avril-mai, on a eu beaucoup de difficultés à acheter de la pub, parce que les écrans étaient pleins. Le marché a fait moins 15. Clairement, si on arrête la pub télé, rapidement le marché va faire moins 20. Et ce n'est pas parce que le "top album" va vendre beaucoup moins que celui qui ne vendait pas avant va vendre plus. » (le responsable d'une major).

Les marges de manoeuvre sont donc étroites, car les politiques de quotas ou d'interdiction ont leurs limites que ce soit en termes d'acceptabilité ou d'efficacité. On peut donc s'interroger sur la capacité des nouveaux moyens de distribution à restaurer une large exposition de la diversité et des nouveautés.

II.2. La solution vient-elle de la distribution on-line ?

Les nouvelles perspectives ouvertes par la vente par correspondance et la distribution on-line nourrissent l'espoir de restaurer virtuellement la capillarité des réseaux de distribution et d'ouvrir plus largement l'accès au public en autorisant le contournement des goulets d'étranglement qui viennent d'être évoqués.

« Je pense que le commerce électronique va jouer un rôle d'ouverture. Ça va désenclaver la distribution. Ça va faire sauter des obstacles. » (un éditeur).

Les systèmes de distribution on-line pourront-ils rétablir virtuellement la capacité qu'avaient les disquaires de présenter à la clientèle une vaste gamme de choix et

de permettre leur audition ? Nous allons tenter à présent de répondre à ces questions en prenant soin de distinguer trois types de distribution on-line (§ II.2.1) et en soulignant leurs conséquences contrastées, de même que les multiples contraintes qui pèsent aujourd'hui sur le développement du commerce électronique aussi bien dans le cas particulier du disque qu'en général (§ II.2.2). Cela nous amènera à évoquer la faible maturité actuelle du marché et en même temps l'importance des processus d'apparition d'une offre dans la détermination des caractéristiques futures des systèmes.

II.2.1. Trois scénarios alternatifs

La filière musicale devrait être parmi les premiers secteurs à se trouver fortement touchée par le développement du commerce électronique. Deux raisons à cela :

- Le disque fait partie des produits vis-à-vis desquels les consommateurs se déclarent les plus disposés à procéder à des achats à distance. L'enquête Consommation du Crédoc, réalisée à la fin de 1996, révèle que 36,6% des personnes interrogées sont prêtes à acheter des disques par correspondance, ce qui place ce produit en troisième position après les livres (50,8%) et les vêtements (37%). Signalons cependant que les trois quarts des personnes disposées à l'achat de disques par correspondance évoquent le courrier ou le téléphone et seulement 7,6% Internet.
- Contrairement à la plupart des produits qu'il sera possible d'acquérir par voie informatique, le disque est l'un des rares qui est appelé à perdre sa matérialité à l'occasion de l'accès à ce nouveau mode de distribution. En effet, si aujourd'hui l'essentiel du commerce on-line de musique est une VPC électronique (prise de commande et paiement électroniques, suivis de l'expédition physique du CD), l'avenir est la transmission numérique des oeuvres musicales. Cette dématérialisation est très déstabilisatrice pour la filière musicale, en particulier pour les producteurs dont l'inscription dans la filière est traditionnellement associée au support physique.

Internet n'est encore qu'un mode marginal de commercialisation du disque. On estime à 18 millions de \$ le volume de transactions réalisé sur le Net en 1996¹¹⁴. Même si aujourd'hui les prévisions sont souvent revues à la baisse, on estime que le marché pourrait atteindre 1,6 Mrd de \$ dès 2002¹¹⁵. Une grande majorité de grandes entreprises sont déjà présentes sur le Web¹¹⁶. En réalité, derrière les stratégies d'annonce, les réalisations concrètes sont peu nombreuses et la distribution on-line de musique n'échappe pas à cette règle.

Il apparaît important de distinguer nettement trois usages possibles des réseaux, et notamment des réseaux de type Internet :

- utiliser le réseau pour assurer la promotion et l'exposition de produits, ceux-ci restant physiquement distribués via les systèmes traditionnels ;
- utiliser le réseau pour assurer en sus la prise de commande. Le produit physique est alors acheminé vers les clients. Il s'agit donc de vente par correspondance ;
- utiliser le réseau pour assurer la distribution de produits (nécessairement informationnel). Il s'agit de distribution on-line à proprement parler.

Ces trois usages posent chacun des problèmes particuliers qui vont d'ailleurs croissants.

II.2.1.1. Réseaux électroniques et promotion

L'utilisation actuelle des réseaux pour assurer la promotion des produits pourrait être considérée comme un moyen de contourner la faible exposition dont souffrent certains producteurs et artistes. En autorisant l'audition d'échantillons, elle rend possible l'exposition peu onéreuse des jeunes talents et des genres musicaux marginaux. Plusieurs problèmes se posent néanmoins.

- Ils sont d'abord technico-économiques :

¹¹⁴ *Les Echos*, 12 août 1997.

¹¹⁵ Idem. Lors du Midem 1997, N. Buschnell, directeur de la stratégie de Playnet Technologies, estimait que les achats de musique on-line devraient représenter entre 11 et 23% du marché en l'an 2000.

¹¹⁶ Gerry Kearby, de Liquid Audio, estime qu'il existe actuellement 70 000 sites musicaux sur le Web...

Comme nous l'avons déjà mentionné, les capacités actuelles des réseaux et des terminaux rendent très difficile la transmission de séquences de musique compte tenu du volume qu'elles représentent. Dans l'état actuel des choses, la capacité d'exposition des oeuvres est nécessairement limitée à de courts extraits que les utilisateurs ne peuvent, de plus, pas nécessairement écouter dans de bonnes conditions puisque la plupart des PC ne sont pas reliés aux chaînes hi-fi.

Les utilisateurs d'Internet représentent aujourd'hui une très faible part de la population ; qui plus est, ils ne sont pas nécessairement acheteurs de disques.

Les coûts de revient d'Internet ne sont pas négligeables, surtout si l'on y passe du temps. Il n'est pas évident que les utilisateurs soient prêts à "chiner" sur Internet.

- Ils tiennent ensuite aux modalités d'utilisation des réseaux :

Le problème d'un utilisateur de réseau comme Internet n'est pas d'accéder à de l'information mais de trier l'information qui le submerge, d'où l'importance de l'architecture des serveurs et de la logique des moteurs de recherche. Or ceux-ci sont avant tout conçus par ceux qui proposent de l'information sur les réseaux et non par les utilisateurs. Ils n'ont pas pour logique d'offrir la diversité... mais d'attirer l'attention et d'orienter les choix.

Les systèmes informatiques de réservation aérienne (SIR) fournissent un exemple éclairant de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) pour discriminer différents offreurs (Humphreys [1990], Brousseau [1993], Dang N'guyen [1996]). Les SIR sont des systèmes informatiques exploités dont les terminaux, installés dans les agences de voyage, servent à informer les vendeurs des disponibilités et des tarifs des prestations touristiques et de transport et qui permettent d'effectuer des réservations. Puisqu'ils sont exploités par un prestataire déterminé - souvent un transporteur aérien -, l'exploitant est incité à favoriser ses prestations et celles de ses alliés. Pour ce faire, il lui suffit de manipuler les algorithmes déterminant les modalités de présentation de l'information. En effet, l'expérience a montré que près de 80% des réservations étaient faites à partir de la première page écran des réponses indiquant les

différentes propositions en fonction d'une demande de transport. Dans ces conditions, les critères déterminant l'ordre d'affichage, mais aussi le choix des critères affichés (durée du trajet, nombre de changements et d'escales, etc.) permettent de jouer sur les coûts relatifs de recherche du client (ou de son mandataire) et de favoriser certains offreurs au détriment d'autres (Brousseau & Rallet [1997]).

Ainsi, les chances sont fortes pour que les systèmes qui se développeront soient des systèmes concurrents destinés à promouvoir les produits phares des offreurs dominants plutôt que la diversité.

L'expérience prouve en effet qu'en matière de commerce électronique et d'exposition virtuelle des produits, les solutions individualistes prennent le pas sur les expériences coopératives. La logique est simple. D'une part, les acteurs dominants disposent d'un avantage concurrentiel essentiel pour devenir les leaders en matière d'offre d'intermédiation électronique. D'autre part, les offreurs n'ont aucun intérêt à aménager des systèmes d'information trop transparents qui renforcent la concurrence entre eux. Là encore, l'expérience des SIR est éclairante (Cf. Brousseau [1995].)

Dans le transport aérien, le développement des SIR a lui aussi été marqué par la capacité des entreprises dominantes à imposer des solutions. Les SIR aujourd'hui les plus importants ont été développés par les compagnies qui dominaient déjà le marché du transport aérien. C'est cette position qui leur a permis de devenir des intermédiaires essentiels entre les offreurs de transport et les réseaux de distribution (American Airlines et United Airlines détiennent plus de 70% du marché de la réservation en Amérique du Nord). Avant la déréglementation du transport aérien aux États-Unis, à partir de 1974, les SIR étaient pour les compagnies aériennes des outils de gestion interne et les circuits de distribution n'y avaient pas accès. Les vendeurs de billets téléphonaient aux compagnies pour vérifier les disponibilités et faire enregistrer les réservations. La déréglementation a rendu cette procédure caduque. L'offre s'étant complexifiée (multiplication des tarifs et des produits) et évoluant sans cesse (évolution permanente des politiques commerciales), les réseaux de distribution ont eu besoin d'accéder en temps réel à l'information la concernant. Cela a conduit les compagnies aériennes à aménager

des accès à leur SIR. Chaque compagnie proposa aux agences de voyage un accès spécifique à son SIR. Du fait de la position quasi-monopoliste des grandes compagnies sur de vastes zones du marché intérieur¹¹⁷, les circuits de distribution choisirent d'utiliser en priorité le SIR de la compagnie dominante régionalement puisqu'elle représentait l'essentiel de leurs ventes. L'accès à un SIR étant coûteux - car payant et induisant des investissements en matériel et en formation -, les distributeurs furent *a contrario* dissuadés d'utiliser les SIR des compagnies plus marginales. Or, du fait de l'automatisation qu'induit un SIR (recherche, émission de billets, comptabilité, etc.), les agences privilégient les produits qu'il commercialise. Afin de ne pas être exclues des zones où était déployées des SIR, les compagnies non-dominantes demandèrent aux exploitants de SIR de commercialiser leurs produits. Progressivement, ces derniers permirent l'accès à la totalité de l'offre de transport, ce qui fit disparaître toute incitation à utiliser plusieurs SIR. Les compagnies régionalement dominantes s'érigèrent ainsi en intermédiaires exclusifs entre les transporteurs et la clientèle drainée par les agences de voyage. On notera que ce développement a eu lieu alors que plusieurs tentatives de création de systèmes universels ont échoué.

Quels enseignements tirer de ces différentes observations ? Pour l'essentiel, elles convergent pour souligner que la mise au point de systèmes d'information ouverts, permettant aux consommateurs de librement - ou à l'aide de conseils d'intermédiaires "neutres" - découvrir de nouveaux produits et dénicher des raretés, est très aléatoire. Le problème d'un utilisateur de réseau électronique tient à ce qu'il est virtuellement submergé par l'information. Il est alors à la recherche de guichets uniques qui lui assurent un accès aux informations qu'il utilise le plus souvent. La logique des offreurs de services informationnels est alors de constituer ces guichets uniques, notamment en attirant les acheteurs potentiels par des produits d'appel, et en offrant une diversité suffisante (via des accords

¹¹⁷ Il convient d'insister sur l'importance des effets de localisation dans le développement des SIR. Tout transporteur aérien est avant tout une compagnie "régionale" qui assure l'essentiel des vols intérieurs à sa région (i.e. les États en Amérique du Nord, les pays en Europe) et l'essentiel des vols entre sa région d'origine et le reste du continent ou du monde. En conséquence, la plupart des compagnies possèdent une part de marché dominante dans leur région. Les agences de voyage de ces régions vendent donc essentiellement les services de ces compagnies et éprouvent une préférence pour leurs SIR. Ainsi, tous les SIR ont une forte implantation régionale et la pénétration d'un marché dans lequel la compagnie mère est peu présente est difficile. Cela justifie les politiques de croissance externe (aux États-Unis) et d'alliances internationales menées par les compagnies exploitant les grands SIR américains lorsqu'elles ont voulu se développer.

avec d'autres offreurs) pour que le consommateur "modal" satisfasse l'essentiel de ses besoins grâce à son offre. Il s'agit au fond d'une démarche qui n'est pas très différente de celle des grandes surfaces : offrir le minimum de diversité mais sûrement pas toute la diversité.

Dès lors, il y a fort à parier que l'essentiel de l'information sur les oeuvres disponibles soit concentré sur quelques serveurs liés aux majors qui mettront nécessairement l'accent sur les produits les plus rentables pour elles. Les réseaux électroniques ne garantissent donc pas une meilleure exposition de la production des indépendants et des genres musicaux particuliers... à moins que des serveurs se spécialisant sur ces créneaux parviennent à atteindre une taille critique. En effet, sur le Web, se pose des problèmes de notoriété. Seuls les sites les plus connus sont les plus visités.

Il convient enfin d'ajouter que dans le cas où les réseaux électroniques ne sont utilisés que pour assurer la promotion des oeuvres, subsiste le problème de leur diffusion auprès du public via les réseaux de distribution. Autrement dit, tant que les produits ne sont pas diffusés par correspondance ou on-line, la simple promotion des raretés et nouveautés sur le réseau ne garantit pas leur capacité à être vendues puisqu'il faut encore qu'elles soient disponibles dans les points de vente. Rappelons-le, la grande distribution ne prend pas les commandes des clients.

II.2.1.2. La vente par correspondance

Hormis les problèmes de concentration, la réalisation de transactions sur les réseaux pose un certain nombre de problèmes liés aux risques de défaillances de la part des vendeurs et acheteurs.

- Du côté des vendeurs, les risques de paiement frauduleux ne sont pas négligeables. Aujourd'hui des solutions de paiement électronique commencent à apparaître. Cependant, si elles sont viables sur le plan technique, elles continuent de poser d'importants problèmes institutionnels. D'abord, de nombreux systèmes concurrents émergent et on est loin de converger vers un système universel de paiement, seul capable d'offrir à la fois une grande

sécurité et une grande facilité d'utilisation. On imagine mal, en effet, que les utilisateurs soient obligés de s'abonner ou simplement de communiquer des informations confidentielles à une grande quantité d'opérateurs de systèmes de paiement, car tous les offreurs n'utilisent pas les mêmes. Du côté des offreurs, on n'imagine mal qu'ils puissent accepter des paiements garantis par des "tiers de confiance" inconnus. Ensuite, de nombreuses questions juridiques et fiscales demeurent non réglées.

- Du côté des acheteurs, les risques d'absence de livraison, de livraison erronée, de détournement des données personnelles communiquées ne sont pas non plus négligeables. Pour l'instant, peu de solutions existent à ces problèmes. Ce qui se dessine, en revanche, c'est le développement d'intermédiaires commerciaux engageant leur nom et leur réputation vis-à-vis du grand public pour garantir la sécurité des transactions. Autrement dit, les grands de la distribution et de la vente par correspondance risquent de devenir les acteurs essentiels du marché.

Au total, la réalisation de transactions on-line n'aboutira pas nécessairement à une déconcentration de la distribution. Par ailleurs, un certain nombre d'obstacles technico-économiques continuent de s'opposer à l'émergence d'une distribution de masse on-line.

Il faut enfin ajouter que la vente par correspondance en matière de disque pose indéniablement un problème, celui des frais de port. La transmission sécurisée par les systèmes de messagerie ou par la poste est relativement coûteuse. On oublie souvent les économies logistiques réalisées grâce à la stabilisation et la concentration des flux physiques que permet l'organisation traditionnelle de la distribution.

II.2.1.3. La distribution on-line

La vraie distribution on-line consiste à transmettre des fichiers de données numérisées sur les réseaux. Dans ce cas, l'appareil récepteur est un système de traitement informatique qui peut ou non être relié à de l'équipement hi-fi. Aujourd'hui, il n'existe pas encore véritablement sur le marché d'appareil uniquement dédié à la réception de tels fichiers, mais il est envisageable dans un

avenir proche que des terminaux spécialisés soient développés par les grands de l'électronique grand public afin d'assurer une compatibilité avec les systèmes hi-fi ou les systèmes audiovisuels intégrés qui commencent à apparaître sur le marché. Dans l'attente de telles solutions, un micro-ordinateur multimédia ou un récepteur de télévision multimédia sont nécessaires pour recevoir et traiter de tels fichiers.

Ces fichiers, une fois réceptionnés, peuvent faire l'objet de plusieurs modalités de traitement différenciées.

- **Ecoute immédiate** : le fichier est directement transmis à une carte son pour être auditionné par l'utilisateur. Une variante de ce système est un dispositif de stockage temporaire qui stocke le fichier et le détruit après audition. Cette procédure peut être utilisée pour développer deux types de services :

1) des services de radiodiffusion : en effet, on ne fait que reproduire les fonctionnalités de la classique radiodiffusion où l'auditeur est passif face au programme qui lui est proposé. Par rapport à la radiodiffusion classique, il y a néanmoins une variante notable. La capacité de codage du signal numérique permet de ne le délivrer qu'à des abonnés ou bien de facturer le service au temps d'écoute. On ouvre ainsi la possibilité de développer des réseaux de radiodiffusion thématique et ne dépendant pas des recettes publicitaires. Notons qu'il s'agit d'un système particulièrement bien adapté à des usages professionnels tels que la sonorisation des lieux publics, puisqu'il devient possible pour le professionnel de ne payer que ce qu'il consomme (à la différence du système actuel) et de disposer d'une musique d'ambiance sur mesure.

2) des services d'écoute à la demande : l'utilisateur accède à des banques de données qui lui permettent de sélectionner les oeuvres qu'il souhaite écouter. L'auditeur, ici, est actif et consomme sa propre programmation. Il est facturé soit à la minute, soit en fonction des oeuvres écoutées.

- **Stockage** : le fichier est transmis sur un disque dur où il est stocké. On reproduit ici les fonctionnalités de la vente d'un phonogramme dans la mesure où une fois transmis, le fichier peut être utilisé à sa guise par l'utilisateur. On ne lui permet pas, cependant, de reproduire le fichier autrement que pour son

usage personnel (stockage de sécurité, utilisation sur deux terminaux différents à titre personnel, etc.). Le fichier est donc en principe protégé pour éviter la copie. En fait, il existe deux grandes variantes à ce processus (toutes deux néanmoins butent actuellement sur les capacités des terminaux ; plus exactement, il n'existe pas aujourd'hui de solution technique économiquement viable pour que les terminaux aux capacités requises soient largement diffusés dans le grand public et notamment auprès de la population des 15-30 ans qui reste la principale consommatrice de phonogrammes et de musique en général) :

1) réinscription sur un support physique : le fichier stocké dans le disque dur est utilisé pour opérer une reproduction sur un CD. L'intérêt de cette solution est qu'elle restaure la gravure d'un support physique et que, par conséquent, le cadre juridique actuel ne demande qu'une adaptation marginale. Surtout, elle permet de ne pas rendre immédiatement obsolètes les investissements réalisés par les ménages dans leur chaîne hi-fi à la fin des années 80. Elle a donc des chances de susciter une adhésion plus facile de ces derniers à ce nouveau mode de diffusion des phonogrammes. Elle exige en revanche que des systèmes de gravage bon marché soient rapidement disponibles, ce qui est loin d'être le cas aujourd'hui. Elle risque aussi d'encourager le piratage dans la mesure où il apparaîtra relativement facile à des informaticiens amateurs de "déplomber" les protections virtuelles insérées dans les fichiers de manière à reproduire plusieurs CD à partir d'une seule transmission.

2) stockage dans un système informatique de grande capacité : le fichier est stocké dans un disque dur de grande capacité relié directement au système hi-fi. Il peut être auditionné de nombreuses fois. Ce système permet le cas échéant une meilleure protection informatique, car le système d'exploitation du disque dur peut faire l'objet d'une programmation complexe. Surtout, lors d'une connexion à un réseau, le disque dur peut être inspecté par le vendeur du fichier pour observer si les fichiers vendus ont fait l'objet de manipulations. Il est à noter que ce type de technologie existe déjà sur Internet et qu'elle pose surtout des problèmes du point de vue de la protection de la vie privée. S'il est difficile d'admettre qu'à terme n'importe quel opérateur privé aura la possibilité de superviser les usages que chaque citoyen fait de son système informatique, on peut imaginer des solutions intermédiaires où, via des systèmes d'abonnement,

de location de terminaux dédiés, de mise au point d'agences publiques de supervision du commerce électronique, etc., des solutions seront trouvées pour que les vendeurs d'information voient leur capital protégé contre le piratage. La principale limite à cette solution réside dans le fait qu'il n'existe aujourd'hui aucun système couplant l'informatique et la hi-fi pour permettre son développement.

- **Commercialisation pour réutilisation** : il s'agit ici d'un usage essentiellement professionnel. Un professionnel voulant réutiliser tout ou partie de l'oeuvre à des fins de post-synchronisation, d'insertion dans un produit multimédia ou dans une autre oeuvre musicale, se fournit auprès du serveur en fichiers afin de pouvoir les manipuler. Les fichiers doivent ici être déprotégés afin de permettre les manipulations. D'un côté, le déplombage pose peu de problèmes de sécurité, car il s'agit de transactions en petit nombre (comparées aux transactions avec le grand public) qui peuvent faire l'objet d'une supervision soit par les parties prenantes, soit par un organisme public ou professionnel chargé d'assurer la sécurité de telles transactions. Par ailleurs, la transmission de fichiers déprotégés est soumise à demande d'autorisation et le serveur peut à la fois contrôler l'identité de l'acheteur et mettre au point des dispositifs de suivi des usages de ce qu'il vend. On peut même ajouter que les différents titulaires de droits peuvent le cas échéant être appelés à contrôler les transactions réalisées. Les fichiers stockés par le serveur peuvent en effet être munis d'hyperliens permettant l'alerte automatique des ayants droit. D'un autre côté, cependant, la transmission de fichiers déprotégés entre professionnels peut faire l'objet de piratages importants du fait, précisément, des capacités techniques des utilisateurs professionnels. Délibérément ou involontairement (employés indéclicats...), les réceptionnaires de fichiers peuvent facilement les utiliser de manière non conforme aux engagements pris (qui ont déterminé les tarifs).

Au total, il apparaît d'abord que le on-line recouvre sous une appellation unique des choses très différentes qui posent des problèmes techniques et institutionnels variés. Il est sans aucun doute difficile dans ce rapport, et compte tenu de l'état actuel de développement du marché, de passer en revue tous les problèmes et les solutions optimales.

Soulignons toutefois qu'au-delà des incertitudes juridiques mentionnées précédemment, le développement du on-line se heurte aujourd'hui à :

- l'absence de terminaux. Si, techniquement, on sait réaliser les terminaux nécessaires au développement du marché, on ne sait pas les produire de manière économique. Il s'agit bien sûr d'une question de temps, mais les professionnels estiment que tant que des terminaux pouvant être commercialisés au prix d'environ 500 F actuels ne seront pas disponibles, la consommation on-line sera marginale. Il convient d'ajouter qu'en sus, ces terminaux doivent être simples d'utilisation. En tout état de cause, l'horizon pour que de tels terminaux se développent est de l'ordre, *a minima*, de 7 à 8 ans estiment-ils.
- l'absence de réseaux. La diffusion de fichiers de musique exige de grandes capacités. Aujourd'hui, elles ne sont pas disponibles pour la simple promotion de quelques titres. Elles ne le sont *a fortiori* pas pour la diffusion généralisée de multiples services musicaux ou audiovisuels. Là encore, l'horizon d'un câblage haut débit de l'ensemble des foyers est relativement lointain.
- l'absence d'institutions *ad-hoc*. La protection informatique et virtuelle des oeuvres diffusées sur les réseaux ne permettra sans doute pas à elle seule d'assurer une protection efficace contre le piratage. Des moyens devront être dédiés à la supervision des usages. Cela risque de poser des problèmes délicats d'intrusion dans l'intimité de la vie privée. Cette supervision devra donc être confiée à des agences publiques ou parapubliques. Ce pourrait être l'une des fonctions assumées à terme par les actuelles sociétés civiles. Soulignons cependant qu'il n'y a aucune raison pour que seule une partie prenante, quelle qu'elle soit, soit amenée à contrôler ces institutions qui, de plus, devront étendre leur souveraineté par delà les frontières puisque le marché sera internationalisé. D'importants problèmes juridiques devront donc être résolus.

Que l'on évoque les systèmes de simple promotion commerciale on-line, la vente par correspondance, ou la véritable distribution on-line, force est de constater d'abord que l'on évoque un futur à moyen terme. Pour des raisons tant techniques

qu'économiques ou juridiques, la distribution de musique via les réseaux est loin d'être mûre.

La VPC commence à peine à décoller. Elle bénéficie aujourd'hui du flou juridique qui caractérise Internet. Il permet notamment aux distributeurs de ne pas acquitter les taxes à la consommation (TVA, etc.), ce qui rend d'emblée les produits nettement plus attractifs. Il n'est pas certain, cependant, que cet avantage soit durable... d'autant qu'il convient de tenir compte des frais de port.

D'une manière générale, les parties prenantes de l'industrie, à commencer par les majors, ont une stratégie attentiste vis-à-vis des nouveaux média. Cette attitude est en grande partie liée au fait qu'une partie des intervenants se sont engouffrés sur le marché du multimédia, notamment du CD-Rom et du DVD, alors que les technologies n'étaient pas au point. Ils ont souvent découvert à leurs dépens qu'à l'heure actuelle, les attentes de la demande ne sont pas claires et les matériels de lecture inexistantes ou alors complexes à utiliser et onéreux. En tout état de cause, les caractéristiques des marchés multimédias sont aujourd'hui loin de les faire ressembler au marché de masse et populaire que visent les grandes maisons de disques et - d'une manière plus générale - la musique populaire (96% du marché).

Les problèmes évoqués plus haut sont évidemment cruciaux pour l'avenir de l'industrie. Cela étant, l'incertitude est encore aujourd'hui beaucoup trop forte pour prétendre être en mesure de comprendre quels types de systèmes vont finir par s'imposer. Il est *a fortiori* encore plus complexe de déterminer si ces nouveaux média pourront permettre d'opérer une déconcentration de l'industrie.

Malgré ces incertitudes, on peut cependant en douter.

II.2.2. Des chances aléatoires de déconcentration

Au-delà des incertitudes qui pèsent sur les propriétés exactes des futurs systèmes de distribution on-line, il convient de noter un élément qui, lui, ne semble faire guère de doute : le rôle crucial joué dans cette nouvelle forme de distribution par les serveurs. Au centre de ce système se situent en effet des serveurs qui stockent

les oeuvres numérisées mais surtout contrôlent les transactions et les usages et exploitent les systèmes de navigation qui permettent aux clients de sélectionner, rapatrier et utiliser les oeuvres. Les futurs exploitants de serveurs seront sans aucun doute les maîtres de l'industrie musicale du futur.

Ils seront d'abord ceux qui entretiendront des relations de clientèle avec les utilisateurs, à la fois parce qu'ils concevront les systèmes de codage-décodage (brouillage, plombage, etc.) des oeuvres numérisées et que les utilisateurs devront se fournir auprès d'eux en logiciels, terminaux, abonnements, clés d'accès..., et parce qu'ils leur fourniront des prestations de service (bouquet de chaînes, modalités particulières de facturation orientées vers la fidélisation et la simplification, aide à la navigation et au choix encore dans un but de simplification, assistance technique, etc.). Ils proposeront notamment de devenir les guichets uniques pour les utilisateurs de manière à leur faciliter l'accès aux nouveaux produits et média.

Ils seront ensuite le principal noeud financier du système dans la mesure où ils collecteront l'ensemble des recettes directement auprès des utilisateurs. Ils maîtriseront l'information nécessaire pour assurer la répartition de ces recettes entre l'administration pour ce qui concerne les impôts et taxes et les différents propriétaires et ayants droit des oeuvres en fonction des modalités d'utilisation. Soit ils assureront directement le versement des sommes dues aux ayants droit, soit ils verseront ces sommes et transmettront l'information nécessaire à la répartition aux sociétés civiles. Dans un cas comme dans l'autre, cependant, ils seront indispensables à l'ensemble des acteurs.

Ils seront enfin les principaux contrôleurs des usages et les garants de la sécurité des transactions. Les possibilités de piratage seront en effet essentiellement contrôlées par eux, et ils s'assureront que les fichiers transmis sont effectivement utilisés selon les termes des accords passés. Par ailleurs, dans tous les cas où des autorisations seront nécessaires, eux seuls en dernier ressort délivreront ou non le fichier au demandeur. Ils joueront là un rôle d'intermédiaire essentiel entre les utilisateurs et les détenteurs de droits d'autoriser ou d'interdire.

Le rôle des exploitants de serveurs sera d'autant plus crucial que, quelles que soient les modalités d'usage de l'oeuvre - simple audition, achat à fin de détention d'une copie matérielle de celle-ci, achat à fin de transformation ou utilisation de celle-ci dans une autre oeuvre -, ils seront les intermédiaires de la transaction. Aucun acteur ne joue ce rôle aujourd'hui. Les exploitants de serveurs seront à la fois exploitants de chaînes de radio, vendeurs de programmes de sonorisation, distributeurs de disques, etc.

Or, aujourd'hui, aucun acteur n'est en mesure de réaliser cette activité. Quelques petites sociétés ont développé les technologies nécessaires à l'exploitation de ces serveurs (notamment Eurodat qui a développé la technologie ASFS¹¹⁸ et lancé en mai 1997 le service Paris-Musique, une expérience en collaboration avec la filiale de la Lyonnaise des Eaux qui exploite le réseau câblé de la capitale et permet sur ce réseau le téléchargement d'oeuvres musicales). Mais les expériences en cours butent sur les obstacles techniques, juridiques et économiques mentionnés plus haut.

Par ailleurs, plusieurs types d'acteurs sont en concurrence pour le contrôle de ces futurs serveurs.

Ils pourraient d'abord être exploités par des sociétés de services spécialisées issues de ces start-ups. L'avantage stratégique dont disposent ces dernières réside dans leur maîtrise technologique des systèmes de codage et de distribution de la musique. Cet avantage est tempéré par plusieurs éléments. Sur le plan technique, il n'est pas certain que ces entreprises soient en mesure d'exploiter de gros systèmes informatiques. Sur le plan juridique, leur capacité à accéder aux oeuvres est en question. Si une législation favorable au droit d'autoriser et d'interdire des producteurs est adoptée, elles seront évincées et ne seront que des partenaires techniques. Les sociétés civiles peuvent aussi combattre les promoteurs de ces serveurs, craignant de leur part un contournement de leurs systèmes de collecte et de répartition.

¹¹⁸ La technologie ASFS (Audio Soft File Structure) est un standard de format de fichier qui permet d'intégrer tous les paramètres nécessaires à la gestion technique, juridique et économique d'une oeuvre musicale. Le fichier contient des informations techniques sur les modalités de codage des séquences de son, des informations juridiques sur les propriétaires et ayants droit, et d'éventuelles informations financières sur les modalités de tarification.

Ce pourrait également être les producteurs. Ils maîtrisent les catalogues et disposent du savoir-faire nécessaire pour les renouveler et les promouvoir. Leur capacité à les exploiter et à être les principaux maîtres d'oeuvre des futurs systèmes de commercialisation dépend essentiellement de l'évolution de la législation. En effet, la capacité des producteurs à contrôler les serveurs dépendra essentiellement de leur droit d'autoriser ou d'interdire en matière de télédistribution. Une telle évolution dépend bien entendu du législateur, mais aussi des craintes qu'une mainmise de leur part peut provoquer chez les autres parties prenantes de la filière musicale.

Les programmeurs, c'est-à-dire ceux qui maîtrisent le savoir-faire en matière de conception de programmes, pourraient aussi être des prétendants non négligeables. Ils disposent en général d'une forte notoriété auprès du grand public et de moyens pour promouvoir leurs éventuels systèmes de diffusion. Leur principale faiblesse réside dans leur capacité d'accès aux catalogues.

Il pourrait aussi s'agir des grands de la distribution (grande distribution et VPC). Eux aussi disposent d'une forte notoriété auprès du grand public. Par ailleurs, ils développeront de toute façon des systèmes de commerce électronique et pourraient donc offrir l'accès à des produits musicaux parmi d'autres produits. Dans une phase de transition, ils pourraient bénéficier des synergies entre leurs réseaux de distribution traditionnels et les moyens on-line. Leur principal point de vulnérabilité réside dans leur capacité d'accès aux catalogues¹¹⁹. Par ailleurs, les systèmes de commerce électronique sont plus dédiés à la gestion de ressources physiques - et donc à la prise de commandes - qu'à la distribution on-line à proprement parler.

Enfin, les sociétés civiles d'ayants droit pourraient aussi, s'appuyant sur la délégation de gestion dont elles bénéficient, tenter de maîtriser ces nouveaux

¹¹⁹ « *Le plus gros vendeur de disques sur Internet, c'est CD Now. (...) Il liste l'ensemble des disques disponibles et travaille avec un grossiste. Il n'a pas de stock. Il a magasin virtuel, point à la ligne. (...) Le jour où on va parler de téléchargement, ce n'est pas le grossiste qui pourra donner les autorisations, ce sont les producteurs. Or les producteurs, c'est qui ? C'est soit les producteurs indépendants, et là il y en a une foule gigantesque, ou bien ce sont les majors companies. Les majors ne vont pas s'embêter. Elles vont aller voir un grand du logiciel, elles vont faire des joint-venture là-dessus... (...) Au final, CD Now à terme va disparaître.* » (un producteur indépendant).

systèmes de distribution. Il reste que la commercialisation à proprement parler ne relève ni de leurs missions, ni de leur savoir-faire. Elles ne maîtrisent pas plus les techniques on-line. Enfin, elles sont fortement divisées.

Parmi ces acteurs, il semble néanmoins que les majors disposent d'atouts plus solides que les autres.

En contrôlant aujourd'hui l'accès à la distribution, les majors sont le passage obligé pour les indépendants et tirent de cette position une forte capacité de contrôle sur la filière. Il est donc probable qu'ils souhaiteront maîtriser également la distribution on-line. Il y a fort à parier que, malgré leur attitude actuelle, dès qu'ils sentiront le marcher basculer vers la distribution on-line, si cela doit se faire, ils entreront en force sur ce créneau pour distribuer directement leurs catalogues.

Si la loi reconnaît que la distribution on-line fait l'objet de droits exclusifs (car il y a reproduction mécanique de l'oeuvre) et non seulement de droits à rémunération équitable (car il y a diffusion), les majors seront en mesure de construire des systèmes de distribution exclusifs d'où leurs concurrents seront exclus. On a de fortes chances de voir émerger une concurrence comparable à celle qui a eu lieu dans la réservation aérienne. Les utilisateurs préféreront spontanément s'adresser aux sites fournissant les plus gros catalogues (de manière à minimiser les coûts de recherche). D'où un avantage stratégique aux serveurs disposant des catalogues les plus étoffés : ceux des majors les plus importantes. Dès lors, les propriétaires de catalogues de petite taille (petites majors et indépendants) auront intérêt à distribuer leurs produits via les serveurs des majors les plus importantes, d'où un phénomène d'autorenforcement. A terme, comme dans le transport aérien, une très forte concentration pourrait marquer la distribution on-line de musique avec la coexistence de deux ou trois, ou même d'un seul, serveur(s) (ou réseau de serveurs) contrôlé(s) par une des majors.

Cette activité pourrait s'avérer d'autant plus lucrative que les exploitants de serveurs pourraient prendre *de facto* en charge la gestion de la trésorerie des droits d'auteur et droits voisins. S'il est en principe possible de les répercuter en temps réel aux ayants droit, les majors, surtout si elles sont dans une position hégémonique, pourront les conserver pendant quelque temps (limité néanmoins

par le butoir que constitue le délai actuel que les sociétés civiles mettent pour percevoir et verser les droits). Dans ces conditions, les majors seront en mesure de réaliser des produits financiers non négligeables en même temps qu'elles s'affranchiront d'un certain contrôle exercé par les sociétés civiles.

Il ne faut pas oublier, par ailleurs, que les majors sont pour une large part d'entre elles intégrées à des groupes appartenant au secteur de l'électronique grand public (Sony, Philips) ou de la communication (Bertelsmann, Time, Thorn). Dans un cas comme dans l'autre, ces groupes bénéficient d'un certain nombre d'atouts pour pénétrer le marché de la distribution on-line parce qu'ils en maîtrisent un des composants essentiels : les appareils terminaux pour les producteurs de "hardware", les stocks d'information et le savoir-faire en matière de services pour les groupes de communication et loisirs.

« C'est la communication et le marketing du réseau qui vont faire vendre les produits, donc... (...) Il faudra quand même se rendre sur les sites. Et si personne ne les connaît, ça va être difficile de s'y rendre. Donc, qui va gagner ? Ceux qui auront la communication maximum pour se rendre sur les sites. Donc, Polygram, Sony, EMI, Warner... On pourra faire un succès planétaire avec Polygram et Sony. A titre individuel.. ça arrivera, mais ce ne sera qu'accidentel. » (un distributeur indépendant).

Les majors semblent depuis peu décidées à passer à la vitesse supérieure et à prendre position sur ces nouveaux modes de distribution. C'est ainsi, par exemple, que Sony a ouvert durant l'été 1997 un site de vente sur Internet.

Il est donc loin d'être évident que les futurs systèmes de distribution réduisent sensiblement la concentration de l'industrie, de nouveaux obstacles à l'accès au public risquant de se substituer à ceux qui existent aujourd'hui.

En tout état de cause, et en dépit du rôle majeur que les grands opérateurs seront probablement amenés à y jouer, le on-line constituera très certainement un système de distribution plus "perméable" que ne l'est actuellement la distribution traditionnelle. Même si la distribution électronique doit être dominée par les majors, celles-ci, débarrassées des contraintes imposées par la grande distribution ou la rentabilisation de campagnes publicitaires télévisées, devraient être en mesure d'offrir au public l'accès à un catalogue étendu et diversifié. La concurrence

devrait même les amener à offrir les catalogues les plus larges possible. Le commerce électronique ouvre de nouvelles perspectives en matière de micro-marketing et de segmentation de la clientèle, qui devraient profiter au développement des micro-marchés. Les serveurs généralistes de VPC électronique existants (CD Now, Music Boulevard...) proposent des catalogues supérieurs à ceux des grandes surfaces spécialisées (150 000 titres sont accessibles sur Music Boulevard). Il est significatif que le jazz soit actuellement à l'origine de 18% des transactions effectuées par Music Boulevard, alors que ce genre musical ne représente que 3% du marché aux Etats-Unis.

Par ailleurs, il sera beaucoup plus aisé pour un producteur indépendant d'intégrer la distribution électronique (probablement en partenariat avec des prestataires de services) que d'intégrer, aujourd'hui, le commerce de détail et de se faire distribuer efficacement par les majors.

« Actuellement, pour mettre les disques dans les bacs, il faut qu'ils passent en radio, etc. Là [sur Internet], non, ils sont dans les bacs. Il y a les outils de recherche. (...) Il faut faire la promotion du "magasin", pas forcément du disque. (...) La promo du magasin, c'est des liens avec d'autres sites, les outils de référencement comme Altavista... » (un producteur indépendant).

Déjà, plusieurs producteurs (ou distributeurs) indépendants en France se sont lancés (ou s'appêtent à le faire) dans l'aventure de la distribution électronique. Les ventes restent confidentielles, mais ces expériences témoignent de ce que le commerce électronique favorise l'exploitation de marchés de niche.

En théorie, Internet rend même possible pour un artiste de s'adresser directement au public sans l'intermédiation d'un producteur (d'autant plus facilement que la diffusion des "home studios" autorise une production "domestique" de qualité quasi-professionnelle). De jeunes artistes pourraient ainsi être tentés de présenter directement leur travail sur le Web. Déjà certaines sociétés (notamment Ken en France) proposent leur intermédiation et leur assistance technique. La distribution électronique (et en particulier lorsque la diffusion on-line sera techniquement et économiquement viable) pourrait ainsi favoriser l'émergence d'une frange "off" (voire non marchande) dans la filière musicale. A l'autre extrémité de l'échelle de la notoriété, les grandes vedettes pourraient être tentées de court-circuiter les

filères traditionnelles pour exploiter leurs oeuvres par elles-mêmes. Déjà Prince a décidé de vendre lui-même par Internet son dernier CD... Il reste qu'Internet est un "pull media" (contrairement, par exemple, à la radio). Sans puissance de communication, il est à craindre que le commerce électronique ne permette aux petits opérateurs éprouvant aujourd'hui des difficultés d'accès au public que d'exploiter des micro-marchés.

En parallèle à une politique de revitalisation du réseau des disquaires indépendants, les pouvoirs publics devraient engager rapidement une réflexion sur l'utilisation des nouveaux modes de distribution électronique pour décongestionner l'accès au public. La mise en œuvre d'une politique d'incitation des producteurs et distributeurs indépendants pour l'ouverture de sites de vente à distance constitue, semble-t-il, une piste d'action intéressante et sans doute peu onéreuse. Une telle politique passe notamment par la clarification des conditions juridiques de la vente on-line.

III. LES PERFORMANCES DE LA FILIERE MUSICALE

Si les modalités de gestion des droits d'auteur-droits voisins posent un certain nombre de problèmes, nous avons vu dans les pages qui précèdent que les contraintes d'accès aux marchés semblent être un sujet de préoccupation beaucoup plus brûlant pour nombre de partenaires de la filière car ils sont à l'origine à la fois d'une répartition très inégalitaire des revenus et d'une asphyxie des nouveaux talents et des genres musicaux plus ciblés ou plus "difficiles".

Ainsi, nous sommes placés devant un paradoxe. La France est réputée pour être l'un des pays qui assure le statut le plus enviable à ses auteurs et à ses artistes. Pourtant, les acteurs de la filière sont relativement unanimes à reconnaître que la filière musicale est en crise. Crise des ventes, tout d'abord, avec la fin des années d'or qui ont suivi l'arrivée du CD. Mais également crise de la créativité. Les jeunes talents sont moins nombreux à accéder à la notoriété ; les genres - réputés difficiles - qui se situent hors de la variété, voient leurs débouchés se contracter... Bien évidemment, la crise de la créativité n'est sans doute pas étrangère à la crise du marché.

« On est dans une période navrante. » (un auteur).

« Il y a un problème de créativité. La fréquence des albums des artistes majeurs a tendance à se réduire. Comme il n'y a pas un renouvellement suffisant de ces artistes gros vendeurs... Il y a également certainement un problème qualitatif, qui n'est d'ailleurs probablement pas que français. Les artistes ne se sont peut-être pas assez renouvelés. Au cours des 10-15 dernières années, il n'y pas d'artiste majeur qui soit apparu... Et pourtant les producteurs n'ont jamais autant produit. Il n'y a qu'à voir le nombre d'albums produits par an. Rien que pour les membres du SNEP, on a recensé 200 ou 250 albums nouveaux par an... Les producteurs prennent des risques ! » (un représentant des producteurs).

« Vous n'avez pas constaté que culturellement c'était le vide absolu ? C'est terminé, la culture ne peut pas exister puisque la consommation ne peut se faire que par la médiatisation et le marketing. (...) Quand on fait un produit culturel, on a très rarement le grand public avec soi, les finances avec soi, et donc on fait un produit marginal. Et un produit

marginal qui ne bénéficiera pas d'un budget ne peut aller nulle part. »
(un distributeur indépendant)

S'agit-il d'une pure crise artistique ? La musique, comme d'autres arts, serait-elle en proie à une crise interne, à une difficulté à se régénérer, à renouveler son contenu et ses modes d'expression ? C'est possible¹²⁰. Beaucoup en doutent¹²¹. Doit-on rendre le système des droits d'auteur et des droits voisins responsable de cette crise de la créativité ? Comme certains le suggèrent, il serait à l'origine du niveau élevé du prix du disque ou inciterait les créateurs à privilégier la logique commerciale au détriment de la démarche artistique¹²²... Mais on peut également défendre que les racines du mal sont plus profondes et résident dans la structure actuelle de la filière musicale : hégémonie des majors animées par une pure rationalité marchande en aval, resserrement des goulets d'étranglement en amont.

Comme nous l'avons signalé, la tendance à la concentration sera difficile à contrecarrer, à la fois parce que la grande distribution bénéficie d'un avantage concurrentiel essentiel vis-à-vis de la distribution indépendante, et parce que les majors ont de fortes chances de devenir les maîtres des futurs systèmes de distribution on-line.

Pour autant, la concentration de la distribution ne constitue pas à elle seule l'unique cause des difficultés de l'industrie. Ce phénomène a d'ailleurs été en partie causé par la politique de certains producteurs. Plus fondamentalement, l'industrie française de la musique souffre d'une faiblesse de ses structures de

¹²⁰ « *La créativité de l'industrie musicale, elle est le reflet de l'état de la créativité globale. Mon sentiment, c'est qu'on est en fin de siècle, et qu'il y a peu de création. Mais partout !* » (le responsable d'une major).

¹²¹ « *Je ne suis pas d'accord du tout avec l'idée d'une crise de la créativité. Je trouve que les artistes n'ont jamais été aussi bons, aussi préparés, aussi mûrs, aussi musiciens que maintenant. La rareté de l'émergence de nouveaux talents est plutôt liée à la mutation des modes de consommation de la musique.* » (un éditeur).

¹²² « *Je n'ai qu'une chose à dire : abolissons le droit d'auteur et l'expression retrouvera sa raison d'être. (...) Le droit d'auteur est quelque chose qui est devenu complètement perverti à cause de la société marchande et des média (...). Je suis pour la revendication de la paternité des oeuvres (...) mais la façon dont on a ensuite lié le droit d'auteur au prorata du nombre d'objets vendus a déclenché un effet pervers. (...) Je suis pour qu'on arrête de considérer que c'est le nombre d'objets vendus qui est désormais en amont de la création. (...) Aujourd'hui, c'est quand même l'appât du gain qui attire des tas de petites cons qui n'ont rien à dire dans tout ça. Et si ils ont des chances commercialement d'être vendus, alors les maisons de disques vont mettre tout leur poids sur eux et pas sur les choses intéressantes qui se font à côté. (...) 90% des gens qui ont du talent et du savoir-faire aujourd'hui ne font que de la musique alimentaire.* » (un auteur).

production, notamment du côté de la production indépendante, qui l'a empêché d'entretenir, contrairement à nos homologues étrangers, un vivier de jeunes talents capables de relancer en permanence la consommation autour de nouvelles modes et carrières d'artistes. Ces dernières années, la consommation en France a très largement été concentrée sur les fonds de catalogues que ce soit, dans un premier temps, dans le cadre du renouvellement des discothèques lié à l'avènement du CD, dans un second temps, de l'explosion du marché des compilations. En l'absence de nouveaux supports et de nouveaux talents, l'effondrement du marché était inéluctable.

Or le marché du disque joue un rôle essentiel dans ce secteur. Il constitue d'abord plus des 2/3 du CA généré par la musique¹²³, mais en plus il joue un rôle d'entraînement pour les autres activités qui s'appuient sur le disque (radiodiffusion, vidéomusique, sonorisation, etc.) ou sur les artistes révélés par les phonogrammes (spectacle vivant, notamment, mais aussi prestation télévisée). Au total, une grande partie des revenus des différentes parties prenantes à la filière - à l'exception notable de ceux des producteurs de spectacles - sont générés directement ou indirectement par le marché du disque. Enfin, les producteurs de disques apparaissent comme les financeurs essentiels des carrières des artistes. Ils sont ceux qui avancent les sommes nécessaires pour produire leurs albums, mais aussi ceux qui assurent leur promotion et leur distribution et les font vivre grâce à des avances de royalties. Il convient d'ajouter à ce rôle financier, un rôle de conseil et de gestion des carrières, qui se traduit notamment par le fait que les producteurs mettent en relation interprètes, musiciens et auteurs-compositeurs, générant ainsi de nombreuses collaborations et productions qui n'auraient pas nécessairement vu le jour sans eux.

C'est pourquoi la crise que connaît le marché et l'industrie du disque a des conséquences catastrophiques pour l'ensemble de la filière. Dans les pages qui

¹²³ Il s'agit là d'une estimation qui vaut pour la France et ne concerne que les activités musicales au sens étroit du terme (disque + spectacle vivant). Selon une estimation du Bureau pour l'Exportation de la Musique et qui porte sur l'ensemble de la filière musicale (disque, droits d'auteur et voisins, spectacle vivant et activités annexes telle que les médias, les instruments, etc.) en Europe (118 milliards de F de CA et 315.000 emplois), le disque ne représente que 40% de ce total. Cela étant il reste néanmoins le moteur de toutes les activités car c'est lui qui génère une bonne partie du CA du spectacle et produit l'essentiel des droits. Il est donc important de comprendre les conditions économiques de réalisation de cette activité

suivent, nous reviendrons sur les évolutions récentes du marché du disque pour asseoir le constat sur l'ampleur de la crise qui le marque (§ III.1). Nous constaterons que, même si les performances à l'exportation pourraient être améliorées, les marchés extérieurs ne sont pas suffisants pour prendre le relais d'une demande intérieure déprimée et encore moins pour soutenir la production indépendante (§ III.2). Cela nous conduira à revenir sur les origines de la crise de la demande intérieure. S'agit-il d'un problème de prix trop élevé du disque, comme on le prétend çà et là, ou d'un problème plus structurel de crise de l'offre comme nous venons de le laisser entendre (§ III.3)? Nous serons ensuite amenés à montrer que le spectacle vivant ne parvient pas à jouer, en France, le rôle de contrepoids qu'il pourrait jouer, que ce soit sur le plan financier ou en matière d'exposition des jeunes artistes (§ III.4). Ces différents éléments nous amèneront à évoquer les politiques publiques. Il semble qu'en la matière, une évolution sensible serait nécessaire tant en termes d'ampleur que de modalités d'intervention. Il s'agit moins d'augmenter de manière démesurée le montant des fonds publics destinés à soutenir la musique que de mettre au point un système parafiscal de soutien à l'industrie du disque et de mieux tenir compte des spécificités de l'économie de la production musicale pour la soutenir de manière plus appropriée que dans le passé (§ III.5).

III.1. Un secteur en crise ?

La musique constitue en France un secteur industriel et culturel particulièrement important. Générant un chiffre d'affaires de 7 Mrds de F avec le disque et de 3 Mrds de F dans le spectacle vivant, il s'agit du second secteur culturel après le livre (14 Mrds de F), loin devant le cinéma (4 Mrds de F) et la TV (4 Mrds de F).

Le marché du disque est très largement dominé par la musique populaire qui représente 94% des ventes en valeur. Le jazz et la musique classique se répartissent le restant dans une proportion respective de 1 pour 4.

Le marché de la musique populaire joue un rôle essentiel à un double titre. D'une part, il représente l'essentiel du marché et fait donc vivre la plupart des membres de la filière. D'autre part, il subventionne très largement les autres pans de la

production, puisque l'étroitesse des marchés en question rend difficile la rentabilisation de la production.

C'est très largement sur le marché de la musique populaire que se joue la santé de l'industrie. Or il s'agit d'un marché fortement évolutif. La demande de nouveauté y est forte et le volume des ventes est très largement induit par la capacité de la filière à mettre à jour de nouveaux auteurs-compositeurs et de nouveaux interprètes capables à la fois de proposer des sons et des mélodies nouvelles et de susciter des mouvements d'adhésion, notamment de la part de la jeunesse qui constitue l'essentiel des acheteurs de phonogrammes.

Le marché de la musique de variété se divise approximativement en deux parts égales entre la variété française et la variété internationale. La santé du marché français dépend donc en partie de l'offre internationale, notamment anglo-saxonne. Cela étant, la France reste marquée par une forte spécificité culturelle. La part de la variété française dans les ventes reste légèrement dominante et a même eu tendance à croître ces dernières années. La production française joue donc un rôle essentiel dans la santé du secteur. Il s'agit par ailleurs d'un enjeu culturel essentiel.

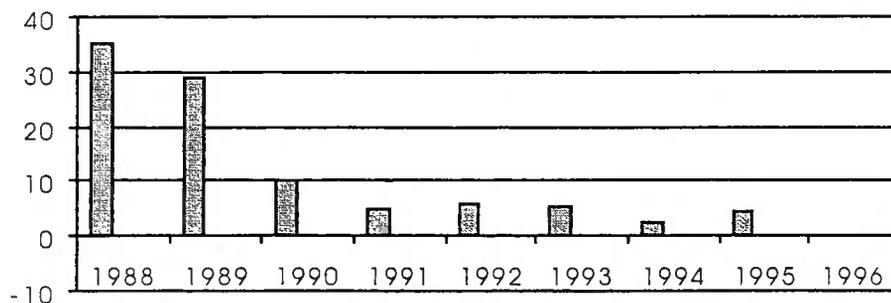
Aujourd'hui, le marché du disque stagne. Cette stagnation est à la fois le résultat et à l'origine d'une crise non négligeable dans le secteur qui avait connu de longues années de croissance ininterrompue, voire d'euphorie.

Le marché du disque a d'abord connu une forte croissance à partir des années 50, à la fois poussé par l'avènement de technologies peu coûteuses d'écoute et par la forte progression du pouvoir d'achat. Cette forte croissance a stimulé une intense créativité musicale qui, elle-même, a entretenu la demande.

Le marché du disque a été marqué par une première crise de 1982 à 1987. Après quoi, la baisse de la TVA (de 33,3% à 18,7%) et l'autorisation de la publicité télévisée ont coïncidé avec l'explosion du marché du CD liée à la reconstitution des discothèques des ménages. Les taux de croissance ont été phénoménaux (+ 35% en 1988, +29% en 1989). A partir du début des années 90, la croissance s'est ralentie pour marquer le pas en 1996. On note même que les certifications (disque d'or, de

platine, etc.) décernées par le SNEP en 1996 (361) ont régressé par rapport à 1995 (477), ce qui traduit clairement un effondrement du marché et une évolution notable de l'attitude de la demande. Les explications les plus couramment avancées sont : la fin du processus de reconstitution des discothèques, la perte d'intérêt du public pour les compilations¹²⁴, la faible fréquence des productions de grandes vedettes ainsi que l'insuffisance des nouveaux lancements, la concurrence des nouvelles formes de loisirs (CD-Rom, télévision numérique...).

Taux de croissance annuelle du marché du disque



(Source : L'Année du Disque, numéro hors série de la Lettre du Disque)

Cet effondrement de la croissance du marché s'est accompagné d'une évolution de sa structure. La conjoncture morose a notamment eu pour effet de relancer le marché du single. Les singles se vendent désormais mieux que les albums, compte tenu notamment de la structure très jeune de la clientèle. En 1996, les formats courts ont progressé de 39,8% en volume et atteignent 30 millions d'unités. Ils représentent aujourd'hui 20% du marché.

Le retournement du marché provoque une dégradation de la rentabilité des entreprises. Les structures oligopolistiques du marché, conjuguées au caractère très dynamique de la demande, ont permis jusqu'au milieu des années 90 de contenir la pression concurrentielle et de dégager des profits considérables. En 1994, à partir des comptes d'un échantillon d'une trentaine d'entreprises d'édition et de production, on pouvait relever un niveau de taux de marge industrielle (excédent brut d'exploitation / valeur ajoutée) de 61% en moyenne, alors que la

¹²⁴ A investissement égal, sur une compilation de musique *dance*, Sony Music dit ainsi vendre trois fois moins de disques qu'il y a deux ans (*La Tribune*, Lundi 20 janvier 1997).

rentabilité des fonds propres (résultat net / fonds propres) atteignait le taux moyen exceptionnel de 45%. Ces ratios se sont ensuite sensiblement dégradés. En 1996, le taux de marge industrielle moyen a été ramené à 55% et la rentabilité des fonds propres à 36%. Si ces niveaux moyens demeurent relativement élevés, ils dissimulent le fait qu'une fraction non négligeable d'entreprises - des indépendants pour une large part - révèlent une situation financière préoccupante. Le nombre des défaillances d'entreprises, qui était en net repli en 1994-1995 après la flambée du début des années 90, se redresse significativement en 1996.

“On arrive à remplir nos objectifs en terme de chiffre d'affaires, mais on gagne deux fois moins qu'il y a deux ans. On assiste à une diminution folle de la rentabilité et il devient de plus en plus difficile de réinvestir dans de nouvelles production” (Jacques le Calvé, Caliope, in Dupuy (1996)).

“On arrive sur un marché qui est flat, voire négatif, et sur lequel il y a une totale érosion des marges, parce que 1) la distribution bouffe de plus en plus de remises et de ristournes. 2) On est arrivé au taquet sur les réductions de coût de fabrication du CD. 3) globalement, les royalties d'artistes n'ont pas cessé d'augmenter depuis 10 ans. 4) il y a une inflation globale du marketing et des investissements.” (un producteur)

La France est le 5ème marché mondial. Avec 2,4 Mrds de \$ (en 1995), elle représente 6% d'un marché qui est par ailleurs extrêmement concentré puisque les 5 premiers pays représentent 70% du marché (Etats-Unis 30,5%, Japon 19,0%, Allemagne 8,2%, Royaume-Uni 6,5%). Avec 5,6 albums vendus par foyer, la France se classait en 10ème position mondiale en 1995 (11 albums en Norvège, 10,4 aux USA, 8,7 en Grande-Bretagne...). Les 15 pays de l'Union européenne représentent un marché de 12,2 Mrds de \$ soit 30,6% du marché, autant que les USA.

III.2. Les exportations constituent-elles une voie d'élargissement des débouchés ?

La réponse à cette question est en réalité mitigée, car l'activité est stagnante au niveau mondial et la France est mal armée pour exporter sa musique.

Si le marché s'est ralenti en France, l'activité est d'une manière plus générale stagnante en Europe et aux USA depuis quelques années. Dans le reste du monde,

deux zones représentent un fort potentiel de développement : la zone Asie-Pacifique (notamment l'Asie du sud-est) et l'Amérique latine. Dans ces deux zones, les phénomènes sont relativement identiques à ceux observés sur le marché européen : une forte présence des produits issus du marché américain et une production locale variable suivant les pays, en moyenne plus forte qu'en Europe cependant. L'exportation de musique française n'y est donc pas facile.

En dehors de la conjoncture, en effet, le principal obstacle à l'exportation de musique française est constitué par la structure de la plupart des marchés partagés entre une production locale et une production internationale, essentiellement américaine.

Ceci est notamment le cas du marché européen. Il est plus important que le marché américain mais très segmenté. Le marché américain est donc le plus grand marché unifié du monde. Il exerce un indéniable leadership culturel qui dépasse son importance relative. Il s'est érigé en marché prescripteur car les succès américains deviennent les succès internationaux et sont exportés dans l'ensemble des pays. Pour devenir un succès international, un morceau européen doit donc devenir un succès américain.

Ainsi, même si trois des six majors sont européennes, elles suivent la logique du marché américain pour développer leur répertoire international.

L'autre obstacle à l'exportation réside dans la forte spécificité culturelle de chaque marché qui exige des stratégies très contrastées. En Europe, en particulier, le marché est très segmenté et très spécifique d'un pays à l'autre. La France a maintenu une forte tradition de chanson francophone qui continue de représenter plus de 50% du marché (54% en 1996, 52% en 1995). Ce n'est, par exemple, pas le cas de l'Allemagne pour qui le répertoire local était tombé à 18% au début des années 90 (il est remonté depuis à 42% de part de marché). De la même façon, les pays latins comme l'Italie ou l'Espagne connaissent des taux de pénétration de la musique étrangère extrêmement fluctuants (de 30 à 55% de musique locale selon les périodes).

Au total, les exportations françaises sont faibles. Bien qu'il soit difficile de les évaluer, celles-ci dépassent probablement à peine les 10 millions de disques.

La France subit indéniablement le handicap de la langue puisque l'essentiel de la production américaine et anglaise, mais aussi d'Europe du Nord, se fait en anglais, mais elle pâtit également d'une spécificité culturelle en termes de style de chanson. Seuls quelques artistes, comme Patricia Kaas, s'exportent parce qu'ils correspondent aux standards internationaux. L'essentiel des exportations est réalisé sur des créneaux musicaux : *Rap* français, *Hip-hop*, *Dance*, *World Music*.

Au-delà de ces spécificités culturelles, d'autres raisons plus économiques et industrielles expliquent les faibles performances à l'exportation de la musique française. Quatre raisons majeures semblent se conjuguer :

- la taille du marché intérieur a pendant longtemps été suffisante pour assurer tant aux artistes qu'aux producteurs des revenus importants. Il n'y a jamais eu de tentative sérieuse d'exportation de la part des uns et des autres. Cela n'a évidemment pas été le cas aux Pays-Bas ou au Danemark.
- cette faible incitation à l'exportation a été renforcée par le niveau relativement plus bas de rémunération des artistes à l'exportation. En France, la bonne protection des artistes leur assure une rémunération relativement forte et ce dès le premier franc de recette sur les albums vendus. A l'étranger, le prix du disque est soit plus bas, soit comparable ; il faut donc baisser les prix de gros pour compenser les coûts d'exportation et la rémunération des artistes est donc moins forte. De plus, elle ne commence qu'une fois les frais du producteur (en l'occurrence du promoteur-distributeur) recouverts. Cela induit une moins bonne rémunération à l'exportation et donc une plus faible incitation à exporter.
- la structure des firmes multinationales privilégie les succès américains qui présentent, compte tenu de l'état de la demande mondiale et de sa forte réceptivité à la musique anglo-saxonne, de fortes chances de succès à l'exportation. En effet, en France, le répertoire français est à 85% distribué par les filiales des multinationales. Au sein de ces groupes, les exportations reposent sur chacune des filiales locales qui sont par ailleurs tenues de réaliser

des objectifs financiers. Les succès internationaux leur garantissant la réalisation de ces objectifs, elles ne sont pas encouragées à prendre des risques avec des succès locaux réalisés dans tel ou tel pays non anglo-saxon. Il faut donc qu'un artiste ait réalisé des performances commerciales exceptionnelles sur le marché national pour que les filiales étrangères acceptent de prendre le risque de l'importer.

- enfin, la crise de créativité a conduit à ne pas disposer d'un vivier d'artistes prêts à se lancer dans une carrière internationale. Les compagnies ont très largement préféré consacrer leurs moyens financiers à des campagnes de publicité et à la réalisation de compilations.

Une partie des difficultés à exporter semble donc tenir aux faiblesses des structures de production françaises.

III.3. Prix trop élevé ou crise des talents ?

A l'évidence, les handicaps culturels et industriels français en matière d'exportation sont trop grands pour laisser croire que les marchés étrangers sont une voie de salut pour l'industrie française du disque. Revenons donc à l'analyse du fonctionnement du marché intérieur. Il est souvent avancé que le prix excessif du disque en France constitue le principal handicap de l'industrie française. Tour à tour, le niveau excessif des taxes ou celui des rémunérations des auteurs et artistes sont invoqués. S'il est certain que ces deux éléments pèsent sur le prix du disque, force est de constater que ce dernier n'est cependant pas significativement supérieur en France par rapport aux autres pays européens. Par ailleurs, aucune évolution récente du prix du disque ne permet d'expliquer la conjoncture qui marque le marché depuis maintenant cinq ans (§ III.3.1). C'est pourquoi il convient de revenir à d'autres voies d'explication pour tenter de comprendre la crise qui semble marquer la demande (§ III.3.2).

III.3.1. Un prix qui ne paraît guère plus élevé qu'ailleurs

La baisse de la TVA en 1987 a coïncidé avec une forte reprise du marché. C'est l'argument principal qui conduit de nombreux professionnels à souligner une corrélation forte entre le niveau de prix du disque et les volumes de vente. Ils oublient cependant souvent que d'autres événements ont accompagné la baisse de la TVA à partir de 1987 : autorisation de la publicité télévisée, fort développement du parc de lecteurs de CD, reprise conjoncturelle... La corrélation entre niveau des prix et volume de la demande n'est donc pas nécessairement aussi forte qu'on le prétend souvent.

Il convient de souligner que le prix du disque a peu progressé sur 25 ans (x 2,5) si on le compare à d'autres biens culturels comme le livre (x 5) ou le cinéma (x 7). Dans la période récente, il n'y a pas eu d'augmentation significative des prix. Par conséquent, il n'est pas pertinent de prétendre que le prix du disque est le facteur essentiel de la crise que connaît actuellement le secteur. Durant les périodes d'euphorie, le prix était somme toute le même en francs constants.

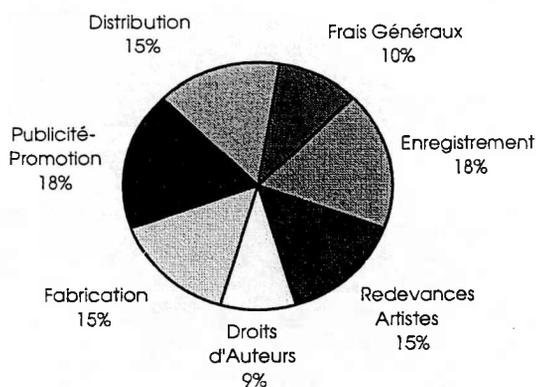
Bien entendu, une baisse de la TVA, telle qu'elle est réclamée par un certain nombre de partenaires de la filière, aurait sans doute un effet bénéfique sur les ventes. Il n'est pas certain cependant que cet effet se prolongerait à long terme. Par ailleurs, une telle baisse n'aurait aucun impact positif sur la concentration du secteur. Il pourrait même, comme en 1987, la renforcer dans la mesure où les recettes engrangées par les producteurs pourraient être utilisées pour accroître encore les investissements publicitaires. Comme nous l'évoquerons plus loin, une baisse de la TVA peut être souhaitable à condition qu'elle soit l'occasion de créer une taxe parafiscale comparable à celle qui finance le CNC pour doter la profession d'outils véritablement puissants d'intervention sur les structures de la production.

Un second argument est souvent avancé en matière de prix du disque : les coûts excessifs de production en France comparés à ceux des disques à l'étranger. On invoque souvent le système de rémunération très favorable aux auteurs et artistes-interprètes. Tout d'abord, ces derniers bénéficient d'une forte protection juridique et institutionnelle à travers les sociétés d'auteurs. Ensuite, les artistes français

touchent des redevances dès le premier album vendu alors qu'aux USA ils participent, voire prennent totalement en charge, les coûts de production. Ne touchant des redevances qu'une fois les coûts des producteurs amortis, les artistes en touchent globalement moins.

Les études réalisées par les producteurs eux-mêmes ne parviennent pas à démontrer que cela agit significativement sur le niveau des coûts et des prix. La rémunération des artistes et les droits d'auteur ne constituent qu'une part minoritaire des coûts de production.

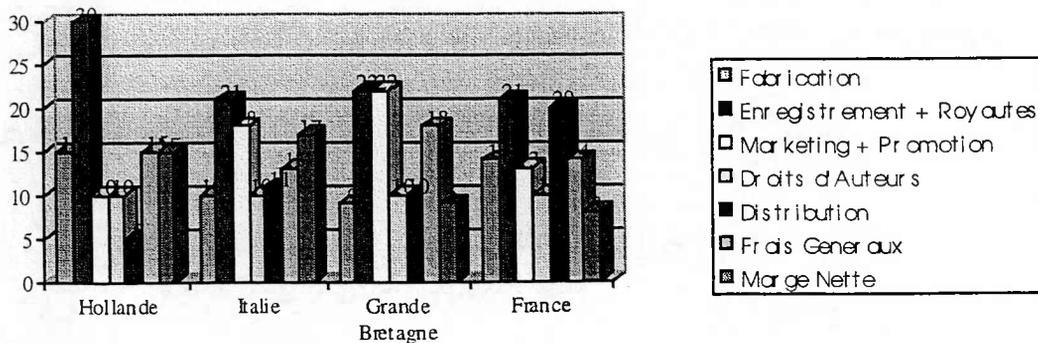
La structure du prix de gros d'un disque français en France



(Source : L'Année du Disque, numéro hors série de la Lettre du Disque)

Par ailleurs, la structure des coûts en France ne semble pas se traduire par une part nettement plus importante des postes redevances d'artistes et droits d'auteur chez nos voisins étrangers.

Structure des coûts dans l'industrie phonographique européenne



(Source : SNEP)

Au total, l'argument selon lequel la rémunération des artistes pèse significativement plus sur les coûts de production en France qu'à l'étranger ne semble pas sérieusement étayé. En revanche, il est exact que les artistes et les auteurs français bénéficient d'un système relativement favorable de rémunération et de protection juridique et sociale.

Les études sur la structure des coûts de la production de disque sont en revanche instructives. Elles soulignent notamment le poids des dépenses de promotion et l'évolution essentielle que cela a entraîné ces dernières années.

En fait, un album de 12 chansons coûte en production 600 à 700 kF en moyenne chez une major (500 kF chez un indépendant). A cette somme il convient d'ajouter un budget minimal de sortie de 700 kF et de 250 kF pour la réalisation d'un clip, si bien qu'un album revient au minimum à 1,5 - 1,7 MF. Sans oublier les éventuels frais de publicité télévisée (2 MF) qui peuvent donc augmenter très fortement le coût d'un album, et même le faire doubler.

"Aujourd'hui, le ticket d'entrée est de grosso modo 2 ou 3 MF, soit un seuil de rentabilité à 100 000 albums" (le responsable d'une major).

Si les coûts de fabrication des disques ont baissé ces dernières années, les coûts d'enregistrement, de marketing et de distribution ont eu tendance à augmenter. Cela s'est traduit par une augmentation sensible du point mort. D'après le SNEP, celui-ci se situe aux alentours de 70 000 exemplaires. 80% des albums ne parviennent pas à de telles ventes. Il faut néanmoins souligner que ce point mort est calculé en fonction des dépenses moyennes de promotion. Celles-ci étant très inégalement réparties entre les différents albums, des ventes inférieures à 70 000 voire à 30 000 exemplaires peuvent néanmoins être rentables. Il reste vrai cependant que l'industrie reste marquée par une grande concentration des ventes et des profits sur un faible nombre de titres. Certains genres musicaux ne parviennent jamais au point mort. D'après le SNEP, par exemple, les albums de musique classique sont en moyenne déficitaires de 305 kF par album.

Ce poids croissant de la publicité et de la promotion dans les budgets de production explique pour une large part les difficultés rencontrées par les indépendants au

cours des dernières années. En effet, puisque la production d'un phonogramme coûte beaucoup moins cher (entre 2,5 et 3 MF environ) qu'un film de cinéma (15 à 20 MF), la musique devrait être un secteur où la production indépendante est plus viable. Cependant, les budgets marketing représentant désormais environ 2 MF par album, à comparer aux 600 à 700 kF de frais de production pure, ils ont considérablement renforcé les économies d'échelle dans l'activité (ce sont des coûts fixes) et donc la taille minimale optimale. La structure des coûts (3/4 de frais fixes de promotion) explique donc l'asphyxie progressive des indépendants et la concentration du secteur en l'absence d'un système d'aide au financement de la production comparable à celui qui existe dans le cinéma (§ III.5). Le lancement d'un artiste coûte aujourd'hui beaucoup plus cher (3 MF) qu'il y a 15 ans (500 kF).

Si l'on revient à la question du prix du disque, les études réalisées soulignent d'abord la difficulté qu'il y a à conclure en la matière. D'après les enquêtes de la DGCCRF, le prix apparaît comme extrêmement variable d'un point de vente à l'autre. Ces variations sont très largement dues aux politiques des distributeurs bien plus qu'à celles des producteurs. C'est d'ailleurs un point de friction entre les deux professions.

En effet, le prix du disque au détail est davantage fixé en fonction des stratégies de la distribution qu'en fonction de celles des maisons de disques. Notamment, les producteurs pratiquent souvent une politique de prix destinée à favoriser les nouveaux talents en les commercialisant avec des codes prix inférieurs de l'ordre de 20%. Ces baisses ne sont pas nécessairement répercutées sur les prix de détail. Sur un autre plan, les distributeurs pratiquent des remises de l'ordre de 20 à 30% sur un certain nombre de disques, notamment les nouveautés... mais ils ne réservent pas ces promotions aux artistes les moins connus. Au contraire, elles bénéficient également aux "best sellers". Cela accroît la concentration du marché sur un faible nombre d'albums.

Il est donc difficile de déterminer avec précision un indice fiable du niveau du prix du disque qui serait comparable avec des indices identiques calculés pour l'étranger. Malgré ces difficultés, les quelques études existantes ne démontrent pas de niveau significativement moins élevé des prix à l'étranger. Une étude sérieuse sur ce point mériterait cependant d'être réalisée.

En tout état de cause, le ralentissement du marché du disque est en train de provoquer un durcissement de la concurrence entre les maisons de disques, qui se traduit par la mise en œuvre de politiques de prix plus agressives.

« Sur le terrain commercial, 96 a donné le coup d'envoi à la dérégulation du "mid-price" à l'initiative de Polygram. Cette bataille sur les prix risque d'avoir de graves conséquences. Le fonds de catalogue était traditionnellement la poule aux oeufs d'or du marché français. Aujourd'hui, une certaine sensibilité du consommateur au prix commence à jouer. Cela va nous amener de plus en plus à "pricer" en fonction de la valeur ajoutée artistique du disque, telle que le consommateur la perçoit, et plus forcément par catégorie de produits. Comme dans luxe, où joue l'effet "premium à la marque". Mais ce qui me gêne le plus dans l'immédiat, ce sont les réflexes désespérés de panique de certains éditeurs qui peuvent abîmer le paysage. » (Paul-René Albertini, PDG de Sony Music in l'Année du disque 1996).

« Là, on est parti pour une jolie concurrence par les prix. (...) Aujourd'hui, on a un certain nombre de maisons de disques qui souffrent et qui sont prêtes à brader leurs disques. Le prix moyen du disque baisse depuis 3 ans. Ce qui est très angoissant, parce que nos coûts ont plutôt tendance à augmenter. » (un producteur).

Ce renforcement de la concurrence par les prix pourrait avoir l'effet favorable sur le marché qu'attendent les acteurs de la baisse du taux de TVA. Pourtant, elle risque d'exacerber les difficultés structurelles que vit la filière musicale. Une baisse des prix provenant d'une contraction des marges reviendrait naturellement à relever le niveau du seuil de rentabilité. Ce relèvement rendrait encore plus problématique l'équilibre financier des producteurs indépendants. Il risque par ailleurs d'encourager les majors à se concentrer encore davantage sur les valeurs les plus sûres, au détriment principal des productions nationales.

« Une des réponses des majors, si demain le marché devient plus difficile, c'est de diminuer la production locale. » (le responsable d'une major).

III.3.2. Une structure industrielle qui nuit à la créativité et à l'émergence de nouveaux talents

Comme le soulignent un certain nombre d'observateurs du secteur, la crise que traverse aujourd'hui l'industrie française semble moins liée à des prix trop élevés qu'au manque d'attractivité de l'offre. Sur ce marché composé à 94% de musique de variété, les besoins en nouveauté sont essentiels. Or, la production française, comme la production mondiale, est dominée par des majors qui n'ont pas nécessairement la vocation et les moyens d'encourager une forte créativité.

Le marché mondial est dominé par 6 majors qui réalisent 85% du CA mondial. Ce poids économique des majors s'est trouvé renforcé par le développement de leur présence sur le segment de l'édition. L'édition est par nature une activité de découverte. L'éditeur travaille sur l'oeuvre alors que le producteur travaille sur un support. Traditionnellement, l'horizon temporel de l'éditeur excède très largement celui du producteur... L'éditeur est donc un acteur essentiel de la créativité de la filière. L'intégration de l'édition par les majors revient à priver les éditeurs "traditionnels" d'une part substantielle de revenus (pratique des "éditions de récupération") et à transposer dans l'activité éditoriale une logique financière proche de celle en vigueur dans la production.

« Aujourd'hui, l'édition phonographique ne joue pas son rôle de dénicheur de talents. Cela tient sans doute en partie au fait que les éditeurs sont souvent des filiales des multinationales. Automatiquement, quand une maison de disques signe un artiste, elle va signer l'édition aussi. » (un représentant des producteurs).

« Nous disposons de moyens financiers importants, mais chaque deal doit avoir un sens. Nous n'avons pas de contraintes économiques immédiates, mais nous disposons de deux ans (sic) pour donner nos premiers résultats. » (Nicolas Galibert, Directeur de Sony Music Publishing, in Castagnac [1993], p. 85).

« Il arrive tout le temps que l'on renonce à quelque chose que l'on trouve bien parce qu'on aura du mal à assurer l'exposition commerciale. Ca n'a jamais été aussi fort que maintenant. » (le responsable de la filiale édition d'une major).

Les producteurs indépendants ne tiennent plus qu'environ 15% du marché. La très grande majorité d'entre eux est de petite taille. Il existe cependant en Europe sept ou huit grands indépendants dont le CA avoisine les 600 MF. Les plus gros indépendants français restent donc de taille modeste puisque leur CA ne représente en moyenne qu'environ 100 MF. Typiquement, les gros indépendants français sont des entreprises de 15 à 40 personnes. Il n'y a que 7 à 8 entreprises de ce type en France. L'immense majorité des petits indépendants compte moins de 10 salariés.

Ces quelques chiffres illustrent la faiblesse de la production française. Les indépendants n'ont ni les moyens humains, ni la surface financière pour faire face aux nouvelles exigences du marché. L'une des conséquences de leur faiblesse est qu'en réalité très peu d'indépendants le sont réellement. La distribution de la plupart d'entre eux est assurée sous licence par les majors.

Ces dernières années, l'activité de production a été profondément bouleversée par l'évolution de la logique des circuits économiques. Traditionnellement, les producteurs étaient des détecteurs de talents et leur métier consistait à savoir accompagner et financer le développement de leurs carrières. Aujourd'hui, en sus de ces compétences de base, les producteurs phonographiques doivent être en mesure de gérer des politiques de publicité et de promotion, la production de clips et d'activités audiovisuelles (cinéma, télévision....), et l'exportation de leurs phonogrammes. De nombreuses structures, trop petites, ont été incapables de gérer ces défis.

Le résultat de ces évolutions a été une perte de viabilité économique de la part des structures indépendantes. D'après le Registre National du Commerce et des Sociétés, le résultat net des maisons de disques était de 5,63% en moyenne pour les sociétés dont le CA dépassait 80 MF en 1994-95. Il était de 1,7% pour les sociétés ayant 50 à 150 MF de CA. Les fortes rentabilités sont donc essentiellement associées à la grande taille.

En France aujourd'hui, seuls les indépendants disposant d'un catalogue de vedettes sont viables. Ces catalogues sont cependant majoritairement constitués d'artistes ayant percé dans les années 60 et 70. Il est très difficile aujourd'hui pour

la production indépendante de financer le développement de nouveaux artistes. Or, traditionnellement les indépendants assuraient précisément ce rôle de renouvellement des catalogues.

Comme nous l'avons signalé dans la section précédente, les indépendants souffrent de multiples handicaps en matière d'accès au marché et d'exposition média. Ils n'ont pas non plus les moyens de financer la promotion de leurs artistes. A de telles discriminations s'en ajoutent d'autres.

Ainsi sont-ils défavorisés dans la production même de disque car la SDRM consent aux producteurs phonographiques les plus importants des avantages non négligeables en matière de versement des droits de reproduction mécanique. Alors que le régime général consiste à exiger de la part du producteur le versement préalable des droits pour le montant total du tirage réalisé - ce qui représente environ 10% d'un budget de production discographique -, les plus grands éditeurs bénéficient d'un régime qui leur permet de ne verser des droits que sur les disques vendus, en bénéficiant en outre d'un délai de règlement non négligeable.

Une telle discrimination renforce la logique de la concentration. D'une part, elle est génératrice d'économies d'échelle artificielles qui défavorisent les indépendants face aux majors. D'autre part, elle conduit certains indépendants à licencier la fabrication auprès de distributeurs bénéficiant d'accords BIEM (Bureau International de l'Édition Mécanique).

Aucune mesure n'est réellement venue en aide aux indépendants au cours de ces dernières années. Les systèmes instaurés par la loi Lang de 1985, par exemple, n'étaient pas destinés particulièrement à soutenir la production indépendante. De fait, la rémunération équitable profite aux producteurs, au prorata des ventes de phonogrammes. La concentration du marché aidant, ce sont surtout les multinationales qui bénéficient des flux ainsi créés.

Comme nous le verrons plus loin, il n'existe aucun système de soutien à la production comme cela existe dans l'audiovisuel. Très souvent, les producteurs de clips, par exemple, ne financent qu'une partie du coût de ces clips. Ces derniers

sont largement couverts par les maisons de disques et par des subventions du CNC et du FCM. Au total, leur apport se situe souvent à hauteur de ces subventions.

La faiblesse des indépendants français constitue sans doute possible le talon d'Achille de la production française. En effet, les indépendants sont puissants dans tous les pays où la production musicale est florissante, que ce soit aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne ou aux Pays-Bas. En Grande-Bretagne, ils représentent même le 3ème ou 4ème poste d'exportation. Les indépendants jouent en effet le rôle de découvreur et de stimulateur de la production que les majors ne peuvent assurer.

« L'avenir de la création appartient en grande partie aux producteurs indépendants. C'est très facile pour moi de le dire, parce que je constate que j'arrive à des débouchés sur des artistes peut-être plus facilement avec des indépendants qu'en majors. (...) C'est souvent plus simple, et sur des trucs un petit peu ciblés, ils sont assez vite partants. (...) Ils raisonnent moins, ils gambergent moins... alors que les labels [de majors] ont tellement de pression. (...), donc les signatures sont lourdes et longues à déclencher. Sur un indépendant, on sait tout de suite si c'est oui ou si c'est non. » (le responsable de la filiale édition d'une major).

La logique financière des majors les conduit à prendre peu de risques avec les jeunes artistes et à refuser d'investir à trop long terme dans un grand nombre de débutants. Ils "signent" donc un faible nombre d'artistes par an (par exemple, Polygram signe 10 nouveaux artistes par an).

Il ne s'agit pas d'un simple accident conjoncturel. Il est exact qu'en France, les importants profits réalisés par la production à la fin des années 80 et au début des années 90 n'ont pas été investis à cette époque dans la production de nouveaux talents. Cela constitue sans aucun doute l'une des voies d'explication de la crise de créativité du début des années 80, lorsque le "filon" de la compilation a commencé à s'essouffler. Toutefois, bien que les majors aient révisé au cours des dernières années leur politique d'exploitation systématique de leurs catalogues afin d'utiliser une partie de leur cash-flow pour financer le développement de nouveaux artistes,

ces entreprises sont structurellement moins productrices de nouveaux talents que les indépendants¹²⁵.

D'abord et avant tout, ce sont des entreprises soumises à une logique de fonctionnement industriel. Les critères de rentabilité financière produit par produit sont primordiaux. Le catalogue national ou les nouveaux talents ne peuvent être exploités que s'ils permettent d'atteindre des niveaux de rentabilité qui ne diffèrent pas radicalement de ceux du catalogue international. Dans cette perspective, les subventions croisées entre artistes ne sont envisageables que dans une optique "cycle de vie" du produit : les artistes confirmés financent le cas échéant le démarrage de nouveaux talents. Cela étant, ces derniers doivent faire rapidement la preuve de leur potentiel commercial sous peine de ne pas voir leur contrat renouvelé et leurs options levées. *De facto*, les taux de renouvellement des jeunes artistes sont jugés "catastrophiques" par les observateurs du secteur. Dans les entreprises plus artisanales, typiquement la production indépendante, il a toujours été admis que certains artistes ne sont pas rentables et qu'ils doivent être subventionnés par de la musique plus commerciale. C'était typiquement le cas de Barclay dans les années 60-70. C'est le cas aujourd'hui de Dreyfus qui finance sa production de jazz (Lockwood, Petruccianni, etc.) grâce à la production de *Dance Music* et d'artistes à succès comme Christophe ou J-M. Jarre.

Ensuite, la prise de risque est nécessairement moins grande chez les majors du fait de l'importance du contrôle financier. Chez les indépendants, les "coups de coeur" ou le "flair" du dirigeant-fondateur amènent nécessairement à prendre des risques moins calculés et moins encadrés.

C'est pourquoi l'asphyxie progressive des indépendants français constitue sans aucun doute une défaillance structurelle majeure. Les indépendants qui agissent plus souvent selon d'autres critères que des critères purement financiers

¹²⁵ Selon certains, elles le seraient d'autant moins que, intégrées à des grands groupes diversifiés, le disque apparaîtrait de plus en plus comme une "vache à lait" qu'il s'agirait de rentabiliser sans engagement excessif de liquidité afin de financer l'engagement dans des activités d'avenir.

« *L'économie du disque est une économie en perte de vitesse. Les grands groupes considèrent que ce qui est important aujourd'hui, ce n'est pas le disque, c'est l'audiovisuel, le multimédia, la communication. (...) On ne va pas investir dans le disque, on veut en tirer le maximum avant que ça s'écroule.* » (un représentant des artistes-interprètes).

éprouvent aujourd'hui des difficultés à financer le démarrage de carrière de nouveaux artistes, d'autant que les "jeunes" artistes potentiellement les plus rentables ont tendance à s'adresser directement aux majors qui peuvent leur assurer une meilleure diffusion et promotion. La France connaît donc une crise des talents du fait de l'impossibilité pour ces derniers de s'adresser soit aux indépendants, soit aux majors pour financer leur démarrage de carrière.

Cette situation est renforcée par les problèmes que connaît la filière du spectacle vivant.

III.4. Le spectacle vivant : un contrepoids qui ne peut jouer son rôle

Le mouvement alternatif a changé les pratiques ces dernières années. Il a notamment créé des moyens de viabiliser le développement de jeunes artistes, particulièrement à travers le spectacle. L'industrie est donc moins dépendante, pour l'éclosion de nouveaux talents, du marché du disque. Aujourd'hui, en effet, les artistes existent par le spectacle. Il est le principal vecteur de la reconnaissance artistique.

Cela étant, le spectacle vivant, s'il permet à de nombreux artistes de vivre, n'assure pas de hauts niveaux de revenus. La production de spectacles elle-même est une activité peu rentable. Cela a eu tendance à s'aggraver ces dernières années du fait de la détérioration de la situation économique de nombreuses catégories sociales entraînant une baisse des dépenses culturelles.

D'une manière plus générale, le spectacle vivant, malgré une certaine vitalité sur quelques créneaux, n'offre pas suffisamment de surface d'exposition pour constituer un véritable contrepoids aux défaillances de l'industrie discographique.

Près d'un tiers du CA du secteur est représenté par le spectacle vivant (3 Mrds de F). Son rôle est considérable à double titre. D'une part, il permet à la grande majorité des musiciens et interprètes de vivre. Cela est particulièrement vrai pour la musique "non variété" (classique, jazz, folk, etc.) quasiment exclue du marché du

disque aujourd'hui (6% du marché seulement). D'autre part, il est le vivier de la production phonographique.

La production de spectacles musicaux se réalise dans des conditions difficiles en France. Il en résulte un secteur artisanal, aux limites de la rentabilité économique, et qui à bien des égards manque de dynamisme. Trois problèmes principaux se posent :

- Le secteur est toujours soumis aux ordonnances de 1945 régissant l'organisation de spectacles vivants sur la base de licences d'exploitation accordées aux exploitants de lieu de spectacles. Ces ordonnances ne sont plus adaptées aux modalités contemporaines d'organisation de spectacles. Elles ne permettent pas, notamment, de distinguer clairement les rôles entre les organisateurs de spectacles, les régisseurs, les exploitants de salle, etc. Cela débouche sur des problèmes de mise en oeuvre. Les licences n'ont pas été attribuées selon des règles claires et surtout aucun véritable contrôle n'est effectué. La profession est donc à la fois marquée par l'existence d'un trop grand nombre d'intervenants et par une imparfaite fiabilité d'une partie d'entre eux.
- Le statut des entrepreneurs de spectacles est peu attractif. Ils sont des employeurs d'artistes et, à ce titre, investis d'une lourde responsabilité. Dans le même temps, ils bénéficient de peu de protection face au statut des artistes. Contractuellement, ces derniers sont soumis à peu d'obligations à l'égard de leur employeur. De la même façon, sur le plan juridique, les entrepreneurs ne se voient garantir aucun droit tel que des droits voisins (y compris sur les vidéos des spectacles qu'ils produisent). Pourtant, les entrepreneurs sont un maillon essentiel du secteur et jouent un rôle-clé dans la reconnaissance des artistes. Ainsi, bien qu'ils investissent dans la carrière de ces derniers en prenant des risques non négligeables et bien qu'ils participent à la construction de leur image de marque, leur rôle économique n'est pas reconnu par des protections juridiques et contractuelles.
- Enfin, l'organisation de spectacles se déroule dans des conditions économiques et juridiques complexes du fait de l'absence de convention collective couvrant l'ensemble de la production de spectacles. Tout ceci pose des problèmes

complexes de nomenclature d'emplois, de calcul des effectifs, de définition des statuts et des contrats de travail qui rendent l'activité périlleuse sur le plan juridico-économique... Tout ceci étant aggravé par le problème de la gestion de l'indemnisation chômage des intermittents du spectacle.

L'ensemble de ces problèmes structurels vient s'ajouter au caractère de l'activité qui se traduit à la fois par une cyclicité inter-annuelle en fonction de l'évolution des modes et du succès des différents artistes, et par une cyclicité intra-annuelle liée au fait que le public est plus disponible pendant la période estivale et en des lieux géographiques différents de ceux où il se trouve le reste de l'année (et où se situent une bonne partie des infrastructures).

Ces éléments se sont combinés pour maintenir un caractère très artisanal à la production de spectacles. Elle est pour l'essentiel le fait de PME (dont le CA peut néanmoins varier de 3 à 100 MF). On y compte aussi beaucoup de structures associatives. La caractéristique générale de ces structures est leur grande fragilité qui est liée à la fois à la faible rentabilité et aux fortes fluctuations de l'activité qui empêchent ces associations ou entreprises de disposer de solides structures financières et de développer des organisations efficaces reposant sur du personnel spécialisé. On se situe donc dans un cercle vicieux où les conditions économiques de réalisation de l'activité sont trop mauvaises pour permettre d'initier un mouvement de rationalisation, gage d'une plus grande efficacité économique.

L'une des principales conséquences de cette faiblesse de la production de spectacles musicaux est l'absence d'un véritable circuit de concert capable de supporter d'une part l'émergence de nouveaux talents, et d'autre part l'activité des artistes-interprètes. En France, contrairement à l'exemple de la Grande-Bretagne, il n'existe pas de véritable industrie du spectacle musical. Hormis les tournées de vedettes déjà reconnues, le spectacle de musique reste confiné dans des "festivals" nécessairement saisonniers et dans un très faible nombre de lieux spécialisés concentrés sur quelques grandes villes (les grandes salles de concert pour le classique, les clubs pour le jazz, quelques cafés et salles pour le rock).

Ainsi, face à une industrie du disque en grande difficulté, la filière du spectacle vivant ne permet pas d'assurer une activité suffisante pour entretenir un vivier de

nouveaux talents et d'artistes-interprètes. Il convient donc de s'interroger sur la nécessaire intervention publique.

III.5. Des politiques publiques mieux ciblées

En France, la production musicale et phonographique reste construite sur un mode entrepreneurial qui, compte tenu des exigences de rentabilité à court terme, conduit largement à la situation actuelle. *A contrario*, dans le cinéma, l'économie est très administrée. D'une part le système public, avec l'avance sur recette, les subventions du ministère de la Culture et le CNC, contribue à assurer la viabilité de nombreux projets qui permettent d'entretenir un vivier de jeunes artistes. D'autre part, la distribution et surtout la télévision, en pré-achetant et coproduisant les films, encouragent la prise de risque économique¹²⁶.

Par comparaison, le système de soutien à l'activité musicale est à la fois modeste et peu orienté vers ce qui constitue la clé de voûte de la filière : la production phonographique.

En dehors des sociétés civiles, trois institutions constituent l'essentiel du dispositif. Elles se caractérisent par la modestie de leurs moyens.

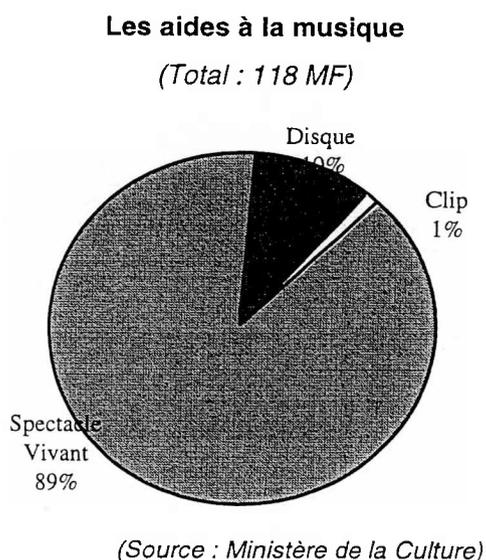
- Le Fonds de Soutien au Spectacle de Variété existe mais ses moyens et sa mission ne lui permettent pas de jouer un rôle d'entraînement comparable à celui du CNC. Il distribue environ 30 MF d'aides par an... soit 1 p. mille du CA du spectacle vivant.
- L'IFCIC (Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles), dont la mission est de garantir les prêts bancaires aux projets culturels, est peu sollicité par le monde de la musique. De 1983 à 1996, seuls

¹²⁶ En France, les producteurs de cinéma bouclent leur budget avant le "premier coup de manivelle". Un projet typique de 30 MF se finance en propre à hauteur de 1,5 MF, le reste étant en général couvert à l'avance par les aides publiques, la coproduction des chaînes de télévision, la réservation de droits d'utilisation en télévision, des accords de distribution et des accords avec les éditeurs vidéo. Dans ce type de montage, l'IFCIC escompte des contrats passés avec les partenaires de manière à ce que le producteur dispose de la trésorerie. L'organisme assume notamment deux risques : celui de "bonne fin" et celui de dépassement.

230 dossiers ont été traités, ce qui représente une garantie d'environ 250 MF de crédits. Cette activité est en déclin depuis les années 1990.

- Le Bureau des Exportations Musicales emploie 2,5 personnes et gère un budget d'à peine 10 MF.

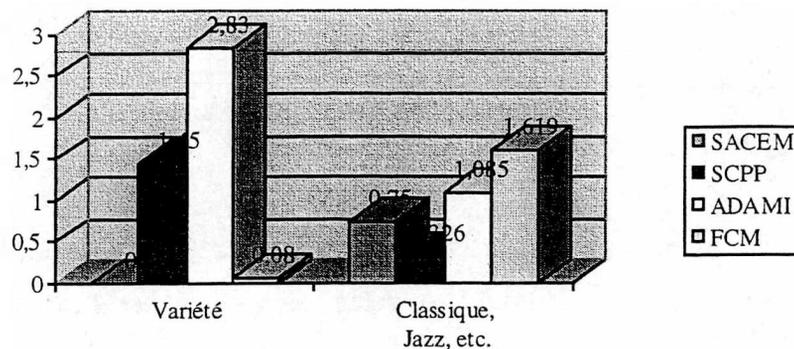
L'aide publique envers la filière musicale (essentiellement le budget de 1,7 Mrd de F de la Direction de la Musique et de la Danse) est essentiellement tournée vers les grandes institutions et le spectacle vivant. La production de disques n'en bénéficie que très peu. L'aide à l'industrie du disque est donc modeste. Le montant total des aides est de l'ordre de 10 MF. Cette aide est par ailleurs distribuée via un système complexe de multiples guichets (MFA, IFCIC, FCM, etc.) qui nuit à son efficacité.



Telle est aussi la caractéristique principale des aides accordées par les sociétés civiles d'auteurs, d'artistes-interprètes et de producteurs. Sur un budget total de 118 MF, seuls 8,1 MF sont consacrés au disque.

Les aides au disque par organisme et par genre

(Total : 8,1 MF)



(Source : Ministère de la Culture)

La modestie des budgets en jeu est telle que les aides accordées sont souvent relativement marginales et se comptent en kF. Dans ces conditions, les aides ne représentent qu'une petite partie des coûts de production et, si elles sont vitales pour des petits producteurs marginaux, elles ne constituent en rien un système de financement autorisant la prise de risque comparable à celui en vigueur dans le cinéma.

Au total, l'ensemble des sommes consacrées à la production de disques par les différentes sociétés civiles ne dépasse pas 18 MF. Cette somme est modeste si on la compare aux aides au spectacle vivant grâce à la taxe parafiscale qui représente environ 30 MF. Mais surtout, elle apparaît totalement dérisoire en comparaison du système parafiscal qui alimente le CNC et permet de dégager un montant de 2,5 Mrds de F en faveur du cinéma.

Les sommes en jeu ne sont pas seulement modestes, elles apparaissent souvent comme mal employées.

Le Plan Labels inaugurerait le premier programme d'aide directe aux structures de production discographique en insistant sur leur rôle de découvreur de talents. Ce plan n'a cependant pas pu répondre aux attentes compte tenu de la modestie des moyens alloués (8 MF), qui a conduit à du "saupoudrage" de subventions modestes et ponctuelles. De plus, il ne s'attaquait qu'à une des multiples causes de la difficulté de renouvellement des catalogues.

Dans une autre logique, Musique Française d'Aujourd'hui lancé en 1978 n'a pas non plus produit les effets escomptés. Seuls une centaine de titres, à la diffusion en général modeste, ont été lancés.

L'une des raisons du faible rôle joué par les organismes de soutien dans la production musicale tient précisément aux structures de financement de la production. Dans le cinéma, les producteurs ne prennent que peu de risques. Ils sont pour l'essentiel assurés par les circuits de distribution. Par ailleurs, une bonne part de la production est financée à crédit. Dès lors, un organisme comme l'IFCIC ou un mécanisme comme l'avance sur recette sont en harmonie avec la logique de financement de l'activité et le caractère peu indépendant et peu entrepreneurial de la production. *A contrario*, dans la musique, l'essentiel des risques et des financements sont assurés par le producteur. Cela a moins de sens de garantir les crédits comme on le fait dans le cinéma. Cela est d'autant plus vrai que les producteurs financent leur production sur fonds propres et non par emprunt. Les majors ont une santé financière suffisante pour ne pas avoir à recourir à l'emprunt. Les indépendants, plus fragiles financièrement, ne veulent pas se hasarder à financer des projets risqués par emprunt. A cette prudence "naturelle" s'ajoutent les politiques de rationalisation et de prudence des banques qui refusent de financer des activités/produits trop risqués et, par ailleurs, considèrent que les indépendants de la musique et du spectacle sont de trop petites structures pour qu'elles y consacrent des efforts spécifiques. Par ailleurs, une tutelle exercée par des organismes publics ou des instances paritaires serait mal ressentie par des producteurs qui sont les seuls à assumer les risques. Dès lors, la logique plaide plus en faveur d'une politique d'aide et de subvention que d'une politique de gestion des risques. Par ailleurs, puisqu'il convient d'aider la production qui reste la clé de voûte du système, la logique plaide en faveur d'une aide aux producteurs plutôt qu'à la production d'oeuvres.

Si la France voulait se doter en matière musicale d'un système comparable à celui du cinéma, il faudrait instituer une taxe parafiscale comparable à celle qui existe sur les entrées en salle. L'intérêt d'un tel système, en outre, est qu'il contribue à faire financer la production française grâce aux recettes générées par les films étrangers. L'autre intérêt est qu'il évite une étatisation de la culture puisque ce sont les professionnels de la branche culturelle concernée qui gèrent les fonds.

Il existe des tentatives de mise en place de mécanismes nouveaux comme le Fonds Jeune Talents. Il s'agit d'un fonds de garantie permettant aux producteurs (indépendants) de financer le lancement de jeunes artistes. Il est utilisé pour financer par exemple des clips. Reste que, comparé aux fonds de soutien disponibles dans le cinéma, les sommes en jeu sont tout à fait dérisoires.

Dans le même ordre d'idée, l'IFCIC étudie aujourd'hui la possibilité de financer les paiements effectués par les producteurs à la SDRM. En effet, les petits producteurs doivent payer à l'avance les droits de reproduction mécanique (tandis que les gros ne payent qu'une caution). Cette avance coûte cher. L'IFCIC envisage de garantir les avances de trésorerie en la matière.

Dans le même esprit, pourraient être envisagés aujourd'hui des systèmes permettant aux producteurs de financer la vente au détail.

Un problème majeur, cependant, continue de marquer la filière et de s'opposer à la mise en oeuvre de systèmes efficaces de soutien. Il s'agit de l'éclatement de la profession et surtout de la forte conflictualité des relations entre les acteurs.

« La filière musicale en France souffre d'un manque de concertation entre auteurs, artistes et producteurs français indépendants. (...) Tout le monde a envie de générer des droits d'auteur, des royalties et des ventes de disques. » (un producteur indépendant).

Le cinéma semble avoir été en mesure de mettre au point des structures plus efficaces du fait d'une plus grande conscience collective des interdépendances entre les différentes parties. Ainsi, les aides au financement de la production dans le cinéma ne semblent pas ressenties par les protagonistes de la filière comme un cadeau à l'une des parties contre les autres. Elles sont plutôt interprétées comme le moyen de garantir la vitalité de l'activité, et donc l'activité de l'ensemble des parties.

Aujourd'hui, les politiques culturelles de soutien au secteur doivent tenir compte de ces spécificités et des compétences des professionnels qui animent la filière.

L'une des spécificités du secteur est que le show-biz et la variété financent l'ensemble de l'activité. Une politique culturelle doit donc avant tout être une politique industrielle de soutien au dynamisme de l'industrie phonographique et ne doit donc plus se contenter d'être une politique de soutien aux artistes.

L'autre spécificité est le goulet d'étranglement que constitue aujourd'hui l'accès au public. Il faut donc soutenir, en bénéficiant au maximum d'effets de levier, les initiatives élargissant l'accès au public. Les actions souhaitables en la matière sont très variées et dépendent des différents segments du marché. Elles vont du soutien à l'exportation à la subvention de salles de spectacle en passant par une politique active d'incitation des médias.

Par ailleurs, aucune politique de la filière n'est possible si on ne recrée pas des système d'exposition. Cela passe par :

- l'imposition de quotas aux radios qui sont ainsi obligées de passer des nouveaux talents afin de remplir leurs obligations ;
- une modification du cahier des charges des chaînes de télévision pour, de la même façon que les radios, les empêcher de se cantonner aux valeurs sûres¹²⁷ ;
- la sauvegarde d'un réseau de disquaires via un système de prix unique.

Ainsi, il s'agit essentiellement d'une politique de stimulation des débouchés plus que de l'offre. Dans le passé, les politiques d'aide aux labels ou de création de labels spécialisés comme MFA (Musique Française d'Aujourd'hui) n'ont pas permis d'atteindre les résultats escomptés faute d'une distribution adaptée. En effet, la musique "subventionnée" ne rencontre pas nécessairement son public et n'est par ailleurs pas distribuée.

¹²⁷ La mise en œuvre de quotas sur la diffusion musicale à la télévision, appelée par certains, bute sur l'opposition farouche des chaînes :

« Là, c'est de la folie furieuse ! Ca veut dire que vous allez supprimer des films pour mettre des concerts à la place ? Aucun pays au monde ne fait ça ! (...) Si il n'y a pas plus de musique actuellement, c'est qu'il y a un équilibre qui s'est fait entre ce qui est porteur d'audience. N'oubliez pas que 50% de nos recettes viennent de la publicité. (...) On est obligé de veiller à l'audience beaucoup plus que les gens ne le croient. (...) La musique, effectivement, si elle est bonne on la passe, si elle n'est pas bonne on en passe moins. (...) On fait avec ce qu'on a ! (...) N'oubliez pas qu'à la télévision il y a beaucoup d'autres genres [films, documentaires...], donc il n'y a aucune raison qu'il y ait un genre qui soit privilégié. » (un responsable d'une chaîne de télévision).

« Les producteurs essaient de faire une grande pression actuellement sur la télé. Mais la télé a des cahiers des charges hallucinants, on ne va pas rajouter encore une obligation de ce genre. » (un représentant des artistes-interprètes).

Plus structurellement encore, une intervention publique visant à résorber la "crise" de la filière musicale passe par une politique culturelle générale ambitieuse. Plusieurs des acteurs que nous avons interrogés ont déploré un certain nombre de défaillances en amont de la filière musicale, au premier rang desquelles figurent l'insuffisance de la formation musicale du public et des musiciens, ainsi que la faiblesse de la culture musicale des Français qui pénalise l'expression des genres musicaux non directement issus de la variété.

« Le problème numéro 1 en France, c'est le recul de la curiosité intellectuelle en France. » (un distributeur indépendant).

« Si on veut avoir la meilleure équipe de France en football, il faut qu'il y ait des stades partout et des petites écoles où les mêmes apprennent à taper dans un ballon. Après, qu'il y ait des centres de formation... et que petit à petit on arrive comme ça à avoir des 3ème division, des 2ème division, puis des première division... Nous, ce qu'on cherche, c'est l'équipe de France. Le problème que l'on a, c'est qu'il n'y a absolument rien en termes de formation. » (un producteur).

« Les talents éventuels n'ont pas les moyens d'être appuyés sur le métier nécessaire, et par conséquent, le génie, on ne le voit pas. Si le génie malgré tout émerge, c'est un peu par hasard, et la filière se jettera dessus. » (un responsable de radio).

« Aujourd'hui vous pouvez apprendre le violon n'importe où en France. Essayez donc d'apprendre la guitare électrique. Bon courage ! Où est-ce qu'aujourd'hui un même à Paris peut jouer de la musique ? » (un producteur).

« Le problème numéro 1 en France, c'est le recul de la curiosité intellectuelle. » (un distributeur indépendant).

SYNTHESE GENERALE

L'économie des droits d'auteur et des droits voisins doit d'abord être replacée dans son contexte.

Si les droits d'auteur représentent l'essentiel des revenus des auteurs et éditeurs de musique, ils ne sont que des revenus marginaux pour le reste des protagonistes de la filière musicale. Ils représentent, certes, 15% des revenus des artistes (interprètes, musiciens), mais à peine 1% de ceux des producteurs de disques et n'interviennent pas dans la rémunération des producteurs de spectacles vivants. Ceci explique que les problèmes de la filière ne soient pas uniquement associés aux droits d'auteur et droits voisins.

Par ailleurs, l'économie des droits d'auteur et droits voisins est étroitement dépendante de l'économie de la production de disques. Or celle-ci est marquée, depuis une quinzaine d'années, par une évolution qui tend à concentrer le chiffre d'affaires sur un petit nombre de produits. On observe donc une répartition très inégalitaire des droits d'auteur et voisins qui reflète, grosso modo, la répartition des ventes d'albums. Les recettes et les droits se concentrent sur un faible nombre d'auteurs-compositeurs, d'artistes-interprètes, et de musiciens. Ceci est renforcé par la concentration du chiffre d'affaires du spectacle vivant (beaucoup moins prononcé, toutefois) sur les artistes qui réalisent les meilleures performances commerciales en matière de disque.

Ceci tend à balayer deux idées reçues.

La première consiste à penser que les droits d'auteur et droits voisins génèrent des revenus parallèles à ceux qui sont générés par les ventes de disques et permettent, en association avec les revenus du spectacle vivant, à plusieurs économies d'exister. On aurait donc plusieurs genres musicaux permettant, en fonction de

systèmes de financement diversifiés, à plusieurs types d'artistes et d'industriels de vivre. En réalité, hormis les domaines devenus marginaux sur le plan économique de la musique classique et du jazz, il ne semble y avoir qu'une seule économie dans le monde de la musique populaire ou de variété. Elle tourne autour de l'économie du vedettariat. Les auteurs ou artistes-interprètes qui ne réussissent pas à générer des volumes suffisants de ventes (de l'ordre de 50 000 exemplaires en moyenne par album) ne parviennent ni à vivre de l'activité, ni à susciter de la part des producteurs le désir de financer la poursuite d'une carrière. En effet, en deçà de tels seuils, les artistes ne sont pas suffisamment rentables compte tenu des contraintes économiques auxquelles est soumise l'industrie. Les jeunes talents ne peuvent donc que devenir des vedettes sous peine de n'effectuer qu'un passage temporaire dans le milieu. En deçà de tels seuils, les artistes ne sont plus, en effet, que des artistes saisonniers ou à temps partiel.

La seconde idée reçue consiste à penser que les droits d'auteur et droits voisins permettent d'étaler la perception temporelle des revenus de manière à compenser les aléas des succès commerciaux. Le volume de ces droits perçus par les différents ayants droit dépend en réalité totalement des succès commerciaux. Par ailleurs, ils sont perçus peu de temps après les revenus des ventes (royautés)... en général dans un délai d'un à deux ans. Pour ces raisons, le système des droits d'auteur et droits voisins est très procyclique pour les ayants droit et ne contribue pas à générer un véritable lissage temporel des revenus.

En fait, l'ensemble des ces remarques doit être néanmoins nuancé car les situations varient très fortement en fonction du statut précis des différentes parties. Selon que l'on est auteur, compositeur, interprète, musicien "étiquette" ou "non-étiquette", producteur ou toute combinaison possible de ces différents statuts, selon que l'on écrit, chante ou joue pour un ou de très nombreux artistes, suivant le genre musical pratiqué..., les situations sont extrêmement contrastées. Il reste néanmoins que, quels que soient les statuts et les créneaux, la filière musicale est marquée par une répartition extrêmement inégalitaire des revenus. Un très petit nombre d'intervenants concentrent l'immense majorité des revenus. Cela nuit en grande partie à l'expression d'une diversité artistique, car nombre d'artistes et producteurs sont *de facto* exclus du cœur de l'activité économique et ne peuvent donc financer la production et la distribution de leurs oeuvres.

C'est pourquoi le présent rapport s'est articulé autour de deux pistes de réflexion principales. La première concerne les modalités de gestion des droits d'auteur et droits voisins en France. La seconde éclaire les causes et conséquences de la concentration du marché autour d'un faible nombre d'artistes et d'oeuvres.

Les principes et les modalités de gestion des droits d'auteur et droits voisins en France apparaissent comme globalement satisfaisants. La loi de 1985 a permis de rénover et d'adapter la législation aux nouvelles conditions technico-économiques de la production et de l'exploitation des oeuvres musicales. Elle a en outre permis d'inscrire des principes qui manquaient cruellement dans le cadre législatif antérieur, en reconnaissant notamment des droits aux artistes-interprètes et musiciens ainsi qu'aux producteurs de phonogrammes. Douze ans après sa mise en oeuvre, les difficultés liées à son application sont désormais largement surmontées sur le plan institutionnel.

Il apparaît toutefois que le cadre législatif et institutionnel actuel peut encore être amélioré. Des évolutions apparaissent d'autant plus nécessaires que le développement du numérique risque de remettre en cause son efficacité.

Sur le plan des principes juridiques, ce qui est en cause est la trop grande rigidité des principes législatifs français. Celle-ci s'oppose à une adaptation fine des modalités de gestion des oeuvres en fonction des préférences tant des usagers que des ayants droit. Or, le numérique permet précisément d'adapter de manière très fine ces modalités de gestion. Il apparaît donc nécessaire de redonner une plus grande marge de manoeuvre contractuelle aux ayants droit de manière à leur permettre de mieux bénéficier des multiples modalités de valorisation de leurs oeuvres. Un tel assouplissement du droit est d'autant plus nécessaire que les stratégies d'éviction sont faciles à mettre en oeuvre à l'ère des réseaux. Si le cadre juridique et réglementaire français tarde trop à s'adapter, les risques de délocalisation d'un certain nombre d'activités (production multimédia, gestion des serveurs on-line, etc.) ne sont pas négligeables. Cela pourrait avoir des effets pervers graves à long terme, dans la mesure où notre pays se priverait du développement des compétences nécessaires à l'exercice de ces nouveaux métiers. Cela pourrait le priver de toute capacité d'initiative forte dans le domaine du

numérique qui est par ailleurs, à n'en pas douter, la technologie-clé pour l'avenir de la filière musicale.

Sur le plan de l'organisation du système de gestion des droits d'auteur et droits voisins, il apparaît que le système français de gestion collective est marqué par un trop grand émiettement. Vingt-cinq sociétés civiles se partagent les tâches de perception et de collecte des droits ainsi que de gestion des autorisations. Il en résulte une certaine redondance et des recouvrements de compétences qui exacerbent les conflits et nuisent à une saine et efficace gestion des droits. Il ne faut pas négliger, par ailleurs, que les ayants droit sont le plus souvent dans l'impossibilité de mettre en concurrence les organes de gestion collective à qui ils délèguent la gestion de leurs droits, ce qui n'encourage pas les sociétés civiles à toujours défendre de la manière la plus efficace possible les intérêts de leurs mandants. Sans qu'il soit possible de réellement trancher en la matière, compte tenu de l'opacité du système français, on peut se demander si les sociétés civiles cherchent réellement à minimiser leurs frais de gestion et si elles recouvrent de manière toujours efficace les droits compte tenu du niveau élevé de certains coûts de perception.

Contrairement à ce qui est souvent prétendu, il ne s'agit pas là uniquement d'un problème de relations entre les sociétés civiles et leurs ayants droit. En effet, les mauvaises incitations auxquelles les sociétés civiles sont le cas échéant soumises peuvent conduire à une affectation inefficace des ressources au niveau collectif. Notamment, cela peut nuire à l'utilisation et à la diffusion des oeuvres musicales qui doivent rester l'objectif des politiques publiques. Aussi bien pour des raisons économiques que culturelles, il n'y a aucune raison de protéger excessivement les auteurs, artistes-interprètes et producteurs au motif qu'ils seraient titulaires de droits de propriété et de droits moraux sur leurs oeuvres. Au contraire, il appartient à la société et à l'Etat de décider quel est le bon niveau et le bon système de protection de manière à ce que les auteurs, artistes et producteurs soient incités à produire, mais qu'en même temps leurs oeuvres profitent au plus grand nombre possible dans les conditions économiques les plus favorables.

Sur un tout autre plan, il apparaît par ailleurs là aussi que le système de gestion français des droits d'auteur et droits voisins n'est pas optimal dans le cadre du

développement des technologies numériques. En effet, celles-ci vont permettre d'établir une gestion quasiment en temps réel et très précise de ces droits compte tenu de la connaissance fine qu'on aura des usages. Dans ces conditions, le rôle traditionnel des sociétés civiles risque d'être court-circuité puisque la perception des droits sera directement assurée par les gestionnaires des serveurs qui diffuseront en ligne les oeuvres qui produiront, par ailleurs, l'information nécessaire à la répartition. Ces serveurs pourraient donc se substituer aux sociétés de gestion collective en percevant et répartissant les droits d'auteur et droits voisins.

Pour l'ensemble de ces raisons, il semble que trois voies d'évolution devraient être suivies :

- Tout d'abord, le système français de sociétés civiles devrait être rationalisé en distinguant systématiquement les fonctions de collecte et de répartition. Il devrait être impossible à une société d'effectuer les deux fonctions.
- Ensuite, le nombre de sociétés civiles devrait être réduit et le principe d'organisation d'une société civile (de répartition) par catégorie d'ayants droit devrait être remis en cause. Il est en effet générateur d'une trop grande conflictualité.
- Enfin, les pouvoirs publics devraient étudier l'intérêt de la création d'un office du droit d'auteur et de droits voisins qui aurait pour mission d'entretenir un fichier national des oeuvres protégées permettant un repérage systématique des ayants droit. Dans le cadre du développement de la distribution on-line, un tel système central et public aurait l'avantage d'éviter une privatisation de la gestion de cette information, qui deviendra cruciale pour rendre exécutoire les droits reconnus aux auteurs, artistes-interprètes-musiciens. Cet office pourrait en outre être chargé de vérifier la manière dont les serveurs exécutent leurs tâches de supervision des usages des oeuvres qu'ils commercialisent.

Afin d'éviter un bouleversement de la législation et de l'organisation institutionnelle actuelle de la gestion des droits d'auteur et droits voisins, qui n'est ni praticable ni souhaitable, ces adaptations pourraient être notamment mises en

oeuvre dans le cadre d'une législation *ad-hoc* concernant le numérique. L'avènement de cette technologie faciliterait l'acceptation par les différentes parties prenantes de nouveaux principes de gestion. Elle rend de toute façon ces adaptations indispensables.

Cela étant, la modification des principes juridiques et organisationnels de gestion des droits d'auteur et droits voisins n'aura *a priori* aucun impact significatif sur le second problème structurel essentiel de cette filière : la concentration du marché sur un faible nombre d'oeuvres. Cette concentration résulte d'un triple mouvement :

- Une concentration de la distribution des phonogrammes dans la grande distribution généraliste (55% des ventes) dont les critères de gestion favorisent la diffusion des produits à forte rotation. Cela conduit à ne proposer au public qu'un faible nombre de nouveautés dont les ventes sont stimulées par des politiques agressives de prix. Les genres mineurs, les créneaux musicaux et les jeunes talents ne disposent plus de moyens de distribution significatifs. Or, les 3/4 des achats de disques sont des achats d'impulsion réalisés grâce à la mise en présence du consommateur avec le produit. Une part significative de la production n'est dès lors plus vendue.
- Une concentration de l'exposition musicale sur un nombre limité de radios. Le système français de radio privé présente deux particularités. Premièrement, l'audience est concentrée sur un très petit nombre de réseaux nationaux. Deuxièmement, ces réseaux ont choisi le même type de créneau musical. Chaque radio fonctionnant autour d'une "play list" destinée à donner une identité musicale à la radio, seul un petit nombre d'artistes et d'oeuvres sont exposés au public via les médias. En effet, en raison de la disparition des émissions télévisées à dominante musicale, la radio est devenue le média essentiel de diffusion.
- La publicité télévisée est précisément le seul substitut à la disparition de l'exposition télévisée traditionnelle. Elle a deux effets pervers essentiels. D'une part, elle concentre les achats sur les produits qui font l'objet d'une promotion. D'autre part, elle élève considérablement les prix de revient des albums et

conduit à concentrer la production et la promotion sur un faible nombre de produits marketés capables de réaliser suffisamment de ventes pour amortir les coûts des campagnes publicitaires.

Au total, cette concentration du marché a pour effet d'asphyxier progressivement la production indépendante qui ne peut plus ni accéder aux circuits de commercialisation (trop complexe à référencer pour la grande distribution), ni à l'exposition médiatique (en particulier à la publicité télévisée). Elle a entraîné ces dernières années une concentration du marché entre les mains de 5 majors, filiales de multinationales.

Or, les majors sont structurellement mal adaptées à la production de nouveaux talents et des genres musicaux mineurs. Leurs structures industrielles ne peuvent être amorties que sur des marchés de masse et les critères financiers de gestion imposés par les multinationales s'opposent à la prise de risque et à la gestion de carrière sur longue durée.

Traditionnellement en France, et encore dans la plupart des pays, ce sont les producteurs indépendants qui financent la découverte de nouveaux talents et entretiennent un vivier de genres musicaux mineurs. La diversité et la vitalité culturelles dépendent de cette production indépendante.

La concentration de l'industrie française autour des cinq majors et l'asphyxie de la production indépendante ont pour effet de créer une situation irréversible où il n'existe plus de dispositif pour financer les démarrages de carrière et renouveler les catalogues. Même si les majors ont pris ces dernières années conscience de ce danger, le problème est en réalité structurel. Des comportements plus entrepreneuriaux chez les majors ne se substitueront pas à l'existence d'un réseau dense et prospère de producteurs indépendants.

Le spectacle vivant ne constitue pas en France un secteur capable d'assurer la viabilité et le dynamisme d'un vivier de jeunes artistes. Le cadre réglementaire mais aussi les habitudes du public sont telles qu'il offre en réalité une très faible capacité d'exposition et de genèse de revenus pour les débutants et les genres

musicaux mineurs. Seule l'industrie du disque est en mesure de réellement faire vivre les protagonistes de la filière.

Dans le même ordre d'idée, il apparaît que la distribution on-line ne constitue pas à ce jour une solution viable tant sur le plan économique que technique pour assurer une meilleure capacité d'exposition et de distribution à la production indépendante et aux genres musicaux qu'elle représente. De plus, il n'est pas certain que cela soit le cas à terme, car de nombreux éléments se conjuguent pour laisser penser que les futurs réseaux numériques de distribution des oeuvres musicales seront contrôlés par les majors.

Telles sont les raisons pour lesquelles l'action des pouvoirs publics se trouve légitimée. L'enjeu aujourd'hui est de mener une politique culturelle en s'appuyant sur les spécificités industrielles de la filière. Il convient en effet de tenir compte du rôle central joué par la production, en particulier la production indépendante, dans ce secteur.

Pour ces raisons, une politique d'aide à la production doit se substituer à une politique d'aide aux oeuvres et aux artistes. Cela passe moins par le développement d'aides directes aux producteurs que par l'aménagement de systèmes leur permettant à nouveau d'accéder à l'exposition médiatique et à la distribution. Il s'agit donc de mettre en oeuvre une série de mesures contraignant les chaînes de télévision et de radio à mieux exposer les artistes francophones, notamment les nouveaux talents, à entretenir, voire restaurer, un réseau de disquaires indépendants, à stimuler la création de sites de ventes on-line par les indépendants, à favoriser la production de spectacles, etc.

Ces mesures devraient être accompagnées d'une politique réglementaire protégeant les intérêts de la distribution indépendante dans le cadre du déploiement des systèmes de distribution on-line. Le droit de la concurrence devrait, par exemple, être exercé avec une vigilance toute particulière en la matière. Par ailleurs, l'instauration d'un Office du droit d'auteur et des droits voisins permettrait de garantir une certaine transparence informationnelle. Des mesures trop protectionnistes et spécifiques à la France risquent, en revanche, d'être inefficaces.

Enfin, pour financer une politique d'aides plus directes aux producteurs, l'aménagement d'une taxe parafiscale alimentant un organisme interprofessionnel comparable au CNC pourrait permettre de restaurer la viabilité de la production indépendante.

BIBLIOGRAPHIE

- BENSOUSSAN A. [1996], "La protection et l'utilisation de la propriété intellectuelle dans une économie mondiale en constante évolution. Autoroute de l'information : aspects européens et japonais", *Les annonces de la Seine*, n° 74, lundi 28 octobre, pp.12-22.
- BESEN S., RASKIND L. [1991], "An introduction to the Law and Economics of Intellectual Property", *Journal of Economic Perspectives*, 5, 3-27.
- BESSY C., BROUSSEAU E. [1997a], "The Governance of Intellectual Property Rights: Patents and Copyrights in France and in the US", Paper presented at the Inaugural Conference for The International Society for New Institutional Economics, The Present and Future of the New Institutional Economics, Sept. 19-21, Washington University, St. Louis, Missouri, USA / Working Paper ATOM, Université de Paris 1, Oct.
- BESSY C., BROUSSEAU E. [1997b], "Brevet, Protection et Diffusion des Connaissances: une Relecture Néo-institutionnelle des Propriétés de la Règle de Droit", *Revue d'Economie Industrielle*, Numéro spécial: "Economie Industrielle de la Science", n°79, 1er trim, pp. 233-254.
- BLOCH R.E., PERLMAN S.P., BYRON H.T. [1997], "US Antitrust Law and its Effect on Copyright Protections for the Music Industry", in E. LAUVAUX et J. TURTON (eds), *The impact of Competition Law on the Music Industry*, Reports presented at the meeting of the International Association of Entertainment Lawyers, Midem, Cannes, MAKLU Publisher, Apeldoorn, pp. 16-32.
- BREESE P. [1996], "Les limites de la conception française du droit d'auteur", *Les Echos*, lundi 28 oct., p. 45.
- BRENAC E., JOBERT B. [1996], *Les soutiens publics à l'industrie phonographique*, Rapport réalisé pour le département des études et de la prospective du ministère de la Culture, CERAT, sept. (confidentiel).
- BROUSSEAU E. [1993], *L'économie des contrats ; technologies de l'information et coordination interentreprises*, PUF, Paris.
- BROUSSEAU E. [1996], "Intermédiation par les réseaux : Quelles institutions ?", in BROUSSEAU E., PETIT P., PHAN D. (sld), *Mutations des Télécommunications, des Industries et des Marchés*, Economica ENSPTT, Paris, pp. 171-229.
- BROUSSEAU E., FORAY D. [1997], *Les enjeux économiques des droits de propriété industrielle*, Rapport IMRI pour le ministère de l'Industrie, DGSI, Contribution à la "Mission Lombard", juin.
- CASADESUS G. [1996], "Le statut d'artiste-compositeur en l'an 2000", *Les Echos*, 4 avril.
- CASTAGNAC G. [1993], *Favoriser un développement qualitatif de la création dans le secteur phonographique*, Rapport au Directeur de la Musique et de la Danse, février.

- CHRISTIE A. [1995], "Reconceptualising Copyright in the Digital Era", *EIPR*, vol. 11, pp. 522-530.
- CONSTANT M. [1996], "L'avenir de la musique en France : qu'est-ce qui est "musicalement correct"", *Le Figaro*, 30 avril.
- COOPER J.L., WOODBURY G.G. [1997], "A review of certain restrictions affecting record company-artist agreements", in E. LAUVAUX et J. TURTON (eds), *The impact of Competition Law on the Music Industry*, Reports presented at the meeting of the International Association of Entertainment Lawyers, Midem, Cannes, MAKLU Publisher, Apeldoorn, pp. 27-32.
- CORNU M., WALLAERT C. [1995], *Les procédures contractuelles dans le soutien à la création*, Etude pour la Direction de la Prospective du ministère de la Culture, octobre.
- DANG N'GUYEN G. [1996], "Les Systèmes de Réserve Aérienne et l'Economie des Réseaux", in BROUSSEAU E., PETIT P., PHAN D. (sld), *Mutations des Télécommunications, des Industries et des Marchés*, Economica ENSPTT, Paris, pp.231-262
- DAVID P. A. [1993] : "Intellectual Property Institution and the Panda's Thumb : Patents, Copyrights and Trade Secrets in Economic Theory and History", in M.B. WALLERSTEIN (ed.), *Global Dimensions of Intellectual Property Rights in Science and Technology*, National Academy Press, Washington DC, pp. 19-61.
- DESURMONT T. [1996], "Qualification juridique de la transmission numérique", *Revue Internationale du droit d'auteur*, n° 190, oct., pp. 55-89.
- DESURMONT T. [1997], "Le point sur le numérique et la télé par satellite", *Echanges*, n° 76, avril, pp. 8-9.
- DGCCRF et Direction de la Musique et de la Danse [1997], *Rapport du Groupe de Travail sur le Disque*, ministère de l'Economie et des Finances, ministère de la Culture, février.
- Direction de la Musique et de la Danse, [1997], *Le système d'aide financière à la filière musicale*.
- DOMMERING E.J. [1996], "Copyright being washed away through the electronic sieve. Some thoughts on the impending copyright crisis", in B. HUNGENHOLTZ (ed.), pp.1-11.
- DUPUY E. [1996], "Les éditeurs français face à la crise", *Le Monde de la Musique*, n°195, janvier, pp. 54-57.
- EDELMAN B. [1993], *Droits d'auteur droits voisins - Droit d'auteur et marché*, Dalloz, Paris.
- EDELMAN B. [1994], "Le crépuscule du droit d'auteur", *Le messager Européen*, n°8, p. 371-390.
- EUROPEAN MUSIC OFFICE [1996], *Les freins et les obstacles à la circulation des répertoires des productions et des artistes en Europe*, Rapport de la Mission d'Inventaire, sept.
- FONDS DE SOUTIEN AUX VARIETES [1997], *Fonds de Soutien, Mode d'emploi*, Fonds de Soutien aux Variétés.

- FRANK B. [1996], "On an Art without Copyright", *Kyklos*, vol. 49, fasc. 1, pp. 3-15.
- FRITH S. [1991], "Souvenirs, souvenirs", in P. MIGUES & S. HEMM, *Rock, de l'Histoire au Mythe*, Coll. Vibrator, Anthropos.
- GELLER P.E. [1994], "Must Copyright Be For Ever Caught between Marketplace and Authorship Norms ?", in B. SHERMAN, A. STROWEL (eds), *Of Authors and Origins*, Clarendon Press, Oxford, pp. 159-201.
- GUEZE M. [1996], "Bilan de la gestion collective des droits voisins en France. Le point de vue des producteurs de phonogrammes", miméo.
- GUEZE M. [1996], Propos durant la discussion au cours du séminaire "Le droit d'auteur est-il en crise ?", Séminaire Crises et Mutations, Les Amis de l'Ecole de Paris, séance du 23 février.
- HENRIOT P. [1996], "Relation contractuelle et rapports de force", *L'officiel de la Musique*, IRMA, 9ème édition, pp. 58-59.
- HUGENHOLTZ P.B. (ed) [1996], *The Future of Copyright in a Digital Environment*, Kluwer, Information Law Series, The Hague.
- HUMPHREYS B. [1990], *Les Systèmes Informatisés de Réservation*, Rapport Institut du Transport Aérien.
- HURT R.M., SCHUCHMAN R.M. [1966], "The Economic Rationale of Copyright", *American Economic Review*, vol. 56, may, pp. 421-432.
- IFCIC, Rapports d'activité.
- JASPARD C., SCHNEIDER E., SZYMANSKI [1996], *Peut-on porter un jugement en termes d'efficacité sur les systèmes de gestion du droit d'auteur dans le domaine musical en France et aux Etats-Unis ?* Mémoire de Maîtrise, Université de Nancy 2.
- JOSELIN-GALL M. [1995], *Les contrats d'exploitation du droit de propriété littéraire et artistique. Etude de droit comparé et de droit international privé*, GLN Joly Edition, Paris.
- KÉRÉVER A. [1996], "Chronique de Jurisprudence", *Revue Internationale du Droit d'Auteur*, n° 190, oct., pp. 175-206.
- LA LETTRE DU DISQUE [1996], L'année du Disque 96, Hors série annuel.
- LAING D. [1993], "Copyright and the International Music Industry", in S. FRITH (ed.), *Music and Copyright*, Edinburgh University Press, Edinburgh, pp. 23-39.
- LANGE A. [1991], "L'évaluation du droit d'auteur en France", *Communications et Stratégie*, pp. 93-112.
- LEFEUVRE G. [1995], "Musique et jeux vidéo", *Notes*, n°14, mai-juin, pp. 4-5.
- LIENHARDT R., BLANCHARD S. [1993], "Le droit d'auteur", in G. CASTAGNAC, *Profession éditeur*, CIR Editions, coll. L'officiel, Paris, pp. 9-36.
- MacQUEEN H.L., PEACOCK A. [1994], "Implementing Performing Rights", ICARE, International Conférence on the Economics of Intellectual Property Rights, University of Venice, oct. 6-8.

McCain R.A. [1994], "The Case for Minimal Protection of Intellectual Property Rights: Game Theoretic and Cost of Transaction Perspectives", ICARE, International Conference on the Economics of Intellectual Property Rights, University of Venice, oct. 6-8.

MICHEL J.-F., BEAU M.-A. [1995], "La diffusion de la chanson française dans le monde en 1996", AFAA-Bureau Export de la Musique Française.

MINISTÈRE DE LA CULTURE [1994], "Les musiciens d'orchestre professionnels", *Développement Culturel*, n° 103, mars.

MINISTÈRE DE LA CULTURE [1995], *La gestion collective des droits des auteurs et des droits voisins en France en 1994 par les sociétés de perception et de répartition des droits*, Rapport présenté par la sous-direction des affaires juridiques de la direction de l'administration générale, décembre.

NORTH D. [1990], *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press.

PARIS Th. [1995], "Du droit des auteurs au droit des sociétés d'auteurs ?", Mémoire de DEA Méthodes scientifiques de gestion, CRG, Ecole Polytechnique.

Report of the Working Group on Intellectual Property Right [1995], Intellectual Property and the National Information Infrastructure, Bruce A. Lehman, Chair, Library of Congress.

SALAS R., STORPER M. [1993], *Les mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris.

SANTAGATA W. [1994], "Institutions for the Contemporary Art Market: Artists and Art Merchants between Rules and Rights Allocation", ICARE, International Conference on the Economics of Intellectual Property Rights, University of Venice, oct. 6-8.

SCHONNING P. [1996], "Applicable law in transfrontier on-line transmission", *Revue Internationale du Droit d'auteur*, n°190, oct, pp. 20-53.

SIWEK E.S, MOSTELLER G. [1996], *Copyright Industries in the US Economy: the 1996 Report*, Report for the International Intellectual Property Alliance, Mimeo, Economist Incorporated, Washington DC.

SIWEK E.S., FURCHTGOTT-ROTH H.W. [1990], *Copyright Industries in the US Economy*, Report for the International Intellectual Property Alliance, Mimeo, Economist Incorporated, Washington DC.

SNEP [1997], *L'économie du disque*, Paris.

SNEP; Rapports annuels.

SPPF, Rapports annuels.

THOMAS S. [1995], "L'industrie phonographique. Les hautes technologies dans le sillage du compact", *Le 4 pages*, SESSI, Ministère de l'Industrie, n° 53, septembre.

TOURNIER J.-L. [1993], "Considérations philosophico-juridiques sur les droits des auteurs et ceux des artistes-interprète ou exécutants", *La revue de la SACD*, n°5, 4ème trim., pp. 65-68.

WILLIAMSON O.E. [1985], *The Economic Institutions of Capitalism : Firms, Markets, Relational Contracting*, New-York, Macmillan, The Free Press, 450 p.

WILLIAMSON, O. E. [1996]. *The Mechanism of Governance*, Oxford University Press.

