



## **Les 9<sup>es</sup> Rencontres européennes des artistes**

*Les artistes–interprètes dans l'économie de la culture*

Les 27 et 28 novembre 2008 à Cabourg

### **SYNTHESE INSTANTANÉE**

---

#### **ATELIER 1**

**Quelle place pour les artistes-interprètes  
à l'ère numérique ?**

---

*Nota : ce document est une synthèse des interventions et des échanges.  
Les propos ne sont pas repris dans leur intégralité mais condensés.*

## Ouverture

---

**CATHERINE SICARD - MARTIN**

*Maire-adjointe de Cabourg*

Je remercie l'ADAMI de sa fidélité à Cabourg depuis 9 années, mais aussi de tous les cadeaux dont bénéficie la ville grâce à votre venue : l'atelier pédagogique destiné aux enfants, la remise des prix, ou encore la diffusion d'un film. Je vous invite aussi à parcourir, entre deux de vos tables rondes, cette cité proustienne à l'architecture si particulière.

**PHILIPPE OGOUZ**

*Président du conseil d'administration de l'ADAMI*

Je vous souhaite la bienvenue à ces rencontres annuelles qui nous offrent un espace de débats sur les questions qui taraudent notre métier. Ces espaces de débats sont trop rares : les artistes interprètes ont par exemple été absents de la récente réforme de l'audiovisuel ou de la loi Création et Internet (cette dernière manque singulièrement d'ambition).

Nous attendons de ces rencontres des éclairages sur les débats en cours, des ébauches de propositions, et un dialogue productif.

**JACQUES TOUBON**

*Député européen, Président d'Eurimages*

L'économie culturelle et la protection des droits des artistes réclament une régulation, des lois, et les décideurs politiques doivent prendre leurs responsabilités sur ce sujet. Même si le progrès technologique soulève des questions épineuses, les principes du droit d'auteur et des droits voisins demeurent.

Pour ma part, j'essaie de défendre la juste rémunération des artistes autour de 5 valeurs :

- **la légitimité** : les droits des interprètes sont légitimes car l'œuvre n'existe qu'à travers les artistes
- **l'individualité** : les droits assurent la liberté de la personne de l'artiste, gage de non-conformisme, de création
- **la solidarité** : cette liberté individuelle ne peut s'exercer que grâce à la gestion collective des droits
- **la modernité** : l'explosion des nouvelles technologies requiert une adaptation des règles
- **l'unité** : les acteurs de l'économie culturelle doivent être unis, ils ont tous la même cause à défendre.

Cette unité doit se manifester par une véritable coopération avec les diffuseurs, les opérateurs et les consommateurs. L'utilisateur final n'a pas à dicter la nature, le contenu, et les conditions de mise à disposition de l'œuvre : c'est à l'artiste d'être au cœur des décisions sur l'œuvre, cette œuvre qui est la principale richesse des réseaux et des plates-formes. La rémunération de l'artiste assure sa liberté, et de la liberté naît la beauté.

## Atelier 1 / Quelle place pour les artistes interprètes à l'ère numérique ?

---

*Modérateur : Bruno BOUTLEUX, directeur général de l'ADAMI*

La chute du marché du disque est une réalité qui s'impose à tous les maillons de la chaîne de la création. Les pratiques de copie privée se développent et ne manqueront pas d'affecter les artistes. Comment chaque maillon de la chaîne de la création parvient-il à s'adapter au développement numérique ?

### **Enquête : quelle place pour les artistes à l'ère numérique ?**

**FRANÇOIS MOREAU**

*Maître de conférences en sciences économiques au CNAM*

et

**MARC BOURREAU**

*Professeur d'économie à Telecom Paris Tech*

L'ADAMI nous a demandé de réaliser une enquête auprès de 4 000 artistes interprètes ou musiciens de l'association (taux de retour de 20%). L'objectif était de mesurer les menaces ressenties par les artistes face au numérique.

L'enquête montre en premier lieu que les artistes maîtrisent l'évolution des techniques de production, de promotion et de diffusion. Beaucoup d'entre eux (plutôt des jeunes) ont une page sur Myspace tout en ayant un contrat avec une maison de disques. Les artistes savent saisir les opportunités offertes par le numérique, lequel facilite l'auto-production ou améliore la notoriété.

Cependant, le numérique représente aussi des menaces pour les artistes (exemple de la chute des ventes de disques à cause du piratage). 30% se déclarent pourtant « indifférents » et même « ravis » de la mise en partage de leur musique sur les réseaux P2P. L'effet des vidéos sur Youtube ou Dailymotion est jugé quant à lui moins pénalisant pour les artistes. La principale préoccupation sur ce sujet est davantage le manque de qualité que le manque de revenus.

Le numérique représente donc **un mélange d'opportunités et de menaces** dans un contexte où les amateurs joueront un rôle de plus en plus important. La grande inquiétude des artistes réside dans la transformation de leur filière et des modèles d'affaires traditionnels. Mais de même qu'ils ont rapidement adopté les techniques du numérique, ils sont prêts à s'engager dans de nouvelles voies sur la commercialisation ou la contractualisation.

## **Evolution des techniques de production dans l'univers numérique**

**ALAIN CHARRIRAS**

*Musicien, administrateur de l'ADAMI*

Le numérique a permis une démocratisation de l'accès à la musique et a révolutionné la production. Comme vous le savez, les *home studio* sont devenus chose banale, les nouvelles techniques donnent droit à l'erreur, les coûts de production plongent, etc. Les acteurs ont appris à composer avec ces nouveaux outils.

Ma grande inquiétude est que la société ne parvienne pas à s'adapter à ces nouvelles catégories d'artistes que sont les artistes producteurs.

## **Trouver le modèle sur Internet**

**FABRICE ABSIL**

*Gérant d'Absilone*

Je développe la promotion des artistes et labels dont je représente les droits.

L'un des facteurs de succès sur Internet est la constitution d'une base de données. *Radiohead* en fournit un exemple flagrant. Ce groupe s'est éloigné de sa maison de disque (EMI) et s'est servi de sa notoriété pour appeler au téléchargement massif et gratuit de ses titres sur son site. *Radiohead* a ainsi constitué une base de données colossale de personnes qui achèteront potentiellement leur CD plus tard. Autre effet bénéfique, le groupe a également pu augmenter ses cachets. Ce modèle évidemment n'est pas généralisable à tous les artistes (notamment ceux qui n'ont pas encore acquis de notoriété).

## **Internet et création**

**PHILIPPE AIGRAIN**

*Co-fondateur de La Quadrature du Net*

Comment ne pas se voiler la face sur la réalité du téléchargement sur Internet tout en finançant la création ? Dans un livre publié récemment et intitulé « Internet et création », j'étudie un système de redevances sur les abonnements Internet.

Ni eldorado, ni trou noir où viendra s'engouffrer la création, cette redevance permettrait de rémunérer la création des œuvres, notamment audiovisuelles.

La diversité culturelle en sortirait renforcée. Mais ce système exige d'abandonner plusieurs dogmes, dont celui qui considère des consommateurs finaux comme des ennemis, alors qu'ils sont des alliés.

**Bruno BOUTLEUX**

Combien représente cette contribution ?

**Philippe AIGRAIN**

Le montant de la contribution de chaque foyer abonné au haut débit (environ 20 millions) devrait se situer entre 3,5 et 7 euros par mois. A 5 euros par mois, cette redevance représente donc 1,2 milliard d'euros par an. La

moitié serait consacrée à la rémunération des artistes et l'autre moitié à des actions de soutien à la production et à la création d'un environnement de travail favorable aux artistes.

**Pascal ROGARD**

Monsieur Aigrain, j'ai lu votre livre, que j'ai téléchargé gratuitement. Vous oubliez que la création n'est pas seulement une question de droit d'auteur : ce sont des salaires pour les techniciens, les effets spéciaux, etc... Je trouve votre système formidable pour rémunérer les artistes pour des films qu'ils n'auront pas les moyens de faire...

**CHRISTOPHE STENER**

*Secrétaire général d'HP France*

**L'industrie n'est pas le fossoyeur du droit d'auteur.** Le droit d'auteur nous fait vivre, il est essentiel. Et contrairement à certaines idées reçues, nous ne sommes pas opposés à la redevance sur la copie privée, car son principe même est logique.

**L'industrie numérique est l'avenir de la culture et de la diversité culturelle.** Elle est un moyen de faciliter la rencontre entre l'artiste et son public.

**L'Europe est le champ naturel du débat.** Il n'est pas réaliste de penser que la France peut rester seule dans son espace.

**La coopération est cruciale** pour lutter contre la contrefaçon, pour informer le consommateur. Soit chacun cherche à optimiser son profit individuel, soit nous coopérons pour que toute la chaîne soit mieux valorisée.

***Riposte graduée***

**PASCAL ROGARD**

*Directeur général de la SACD*

Le paysage se modifie très largement. Par exemple l'arrivée de la TNT conduit à une dispersion et donc à une baisse des audiences des chaînes qui financent les œuvres des artistes. Pour la première fois, le chiffre d'affaires de TF1 va baisser, malgré les 200 millions d'euros de revenus publicitaires qui échapperont au service public audiovisuel (annonce du Président de la République).

Récemment, des accords ont été conclus avec les chaînes sur la redéfinition de leurs obligations et leur recentrage vers les œuvres patrimoniales. Notez que les Américains, au moment des discussions sur la directive médias audiovisuels, voulaient empêcher que l'Europe puisse un jour se doter d'un système de régulation des diffusions sur Internet.

Quant aux opérateurs de télécommunications, ils font leur apparition dans le paysage. Ils s'intéressent aux contenus pour augmenter la valeur ajoutée de leurs services et le revenu par abonné. Il est donc important que ces opérateurs aient des obligations.

Le téléchargement de films dévalorise la valeur des œuvres, il fallait donc trouver des moyens intelligents pour lutter contre la contrefaçon numérique. **La SACD défend un système appelé « riposte graduée »**. Un premier téléchargement illégal est suivi d'un avertissement « pédagogique ». Les suivants font l'objet d'avertissements plus insistants, jusqu'au courrier envoyé en recommandé. Enfin, si l'internaute persiste, il se voit couper la fourniture d'accès provisoirement.

Dans ce système, les ayants droits ne sauront jamais qui est la personne qui s'est livrée à l'acte de téléchargement illicite et ne pourront donc jamais réclamer de dommages et intérêts. Ce système appelle les internautes à ne plus se livrer à la piraterie et surtout les invite à **se tourner vers les œuvres légales**. Pour cela, nous voulons raccourcir les délais de diffusion des œuvres sur Internet. L'objectif n'est pas de punir l'internaute mais de rémunérer l'ensemble de la chaîne de création. Ce projet de loi repose sur la responsabilité des parents et des internautes et j'espère qu'elle sera aussi soutenue au Sénat.

**JACQUES TOUBON**

*Député européen, président d'Eurimages*

La diffusion des œuvres passe et passera de plus en plus par des écrans. Les revenus de ce nouveau système sont les abonnements et la publicité, qui ont comme caractéristique commune la **concentration** : cette dernière est l'avenir de l'économie culturelle ! Toutes les politiques culturelles reposent sur un principe exactement inverse : la diversité. D'où l'obligation pour les pouvoirs publics d'introduire la régulation pour gérer la concentration inévitable du système.

Par ailleurs, les **contenus** sont en réalité l'essentiel du système économique, ils sont la motivation du public qui s'abonne. Or, le contenu sort d'un long processus. Les défenseurs des internautes proposent de prélever sur les systèmes, pour rémunérer les créateurs de contenus. Ce prélèvement doit-il ensuite être réparti en fonction de la consommation ou de la création ? Le système actuel est fait pour que l'acte créatif soit rémunéré.

Côté internaute, **la revendication de base est que l'on ne sache pas ce qu'il fait** : c'est le principe même du *peer to peer*. La volonté de voir fonctionner librement le système de l'Internet est donc en contradiction complète avec le système du prélèvement et de la répartition. Le prélèvement ne peut être que global et ne peut être distribué que globalement. Or, l'art consiste-t-il à niveler tout le monde par le bas ?

Il faut trouver une adaptation de notre système de propriété intellectuelle qui ne soit pas en contradiction complète avec son principe.

Ont été aussi soulevées cet après-midi des questions d'éducation culturelle (que signifie voir le monde à travers un écran ?) et d'élaboration des politiques culturelles (rapidement dépassées).

La culture de l'Internet est formidable pour la diffusion, l'échange et la promotion, mais elle est celle de l'*entertainment*, et ce n'est pas celle que nous défendons ici.

**De la salle**

Certains artistes sont maintenant introuvables dans le commerce mais le sont sur Internet.

**De la salle** (producteur)

Notre devoir est d'exploiter les œuvres des artistes dans les meilleures conditions possibles. A terme, les producteurs de disques auront à cœur de conserver des œuvres en ligne, la numérisation des titres étant maintenant incontournable.

**Fabrice ABSIL**

Demain, iTunes, qui a imposé le marché de la vente au titre, fera disparaître de son catalogue en ligne les masses de titres peu demandés.

**De la salle** (syndicat des distributeurs)

Le marché du disque a été abandonné par la grande distribution, et les distributeurs de biens culturels (FNAC, Virgin, Cultura, etc...) représentent désormais 60% du marché. Il existe des producteurs indépendants et multinationaux qui continuent à aider les artistes : gardons espoir ! Il n'y a jamais eu autant d'artistes de qualité en France, mais il faut les encadrer (l'auto-production n'est pas la bonne solution). Le disque physique n'est pas mort, les disquaires font encore un travail considérable et ont de l'avenir.

**De la salle** (Jean Barney, ADAMI)

Les artistes, en tant que personnes, ont été peu présents dans nos débats. M. Stener, j'ai trouvé votre propos cynique, vous ne pensez pas aux personnes mais à votre business. J'ai retenu de votre propos les termes « capitalistique » et « chaîne de valeur ».

**Christophe STENER**

Le terme capitalistique n'est pas négatif, il évoque les alliances économiques qui lient les éditeurs de contenus et les opérateurs Internet. La chaîne de valeur permet à l'artiste de trouver son public et nous cherchons le modèle économique qui permettra de construire cette chaîne de valeur. En tant que Français, je suis alerté par le manque de prise en compte de cette nouvelle chaîne de valeur. Il ne faut pas se féliciter de la dominance d'un Google.

Ne tirons pas systématiquement sur l'industrie, c'est aussi grâce à elle que le patrimoine français est présent sur Internet !

**De la salle** (Fédération nationale des musiciens)

Nous avons proposé un système de rémunération des artistes fondé sur le principe du droit de mise à disposition, qui consiste en une rémunération incessible prélevée auprès des distributeurs.

**Pascal ROGARD**

Il ne suffit pas d'assurer la rémunération des artistes, il faut aussi financer les œuvres.

Par ailleurs, 10 euros de plus chaque mois pour la redevance représente une somme considérable que les politiques ne pourraient assumer aujourd'hui.

**Jacques TOUBON**

La directive doit être votée rapidement. Il a été proposé de rouvrir le débat des droits, de leur consistance et de leur mise en œuvre, et par conséquent de retarder la décision sur leur prolongation. Il ne faut pas rouvrir le débat sur la négociation des droits, mais les prendre tels qu'ils sont et les prolonger selon les propositions de la directive. Si la prolongation n'est pas votée rapidement, elle ne le sera plus jamais car le prochain Parlement ne la reprendra pas. C'est une position pragmatique.

**De la salle**

Le consommateur a un rôle à jouer et il faut l'anticiper. Par ailleurs, je suis inquiet sur le problème de la répartition...

### **Philippe AIGRAIN**

Les modèles proposés vont du mécénat global (les internautes décident volontairement d'attribuer de l'argent à des artistes) à la licence globale. Ma proposition est hybride. Elle requiert la mobilisation volontaire d'un très grand panel d'internautes qui ne transmettent que des données anonymes.

### **De la salle** (François CHESNAIS)

Premièrement, il n'est pas certain que taxer les fournisseurs d'accès fasse augmenter le prix des abonnements. Deuxièmement, ne faut-il pas craindre qu'un moteur de recherche ou des fournisseurs d'accès deviennent eux-mêmes des producteurs d'artistes ?

### **Jacques TOUBON**

Un projet européen appelé « Arrow » se propose de numériser des œuvres épuisées et orphelines comme Google, mais contrairement au système de Google, le système européen prévoit de demander préalablement l'autorisation à l'éditeur et à l'auteur de diffuser son œuvre.

Nous devons donner des réponses européennes ou françaises à la question : « quelles œuvres circuleront sur Internet ? »

### **De la salle** (avocat)

En tant qu'avocat, je défends les artistes contre *Myspace*, *Youtube*, *Google*, *Dailymotion*...

Des législations protègent les artistes mais ces opérateurs n'en ont cure : il faut en passer par les dommages et intérêts pour rémunérer les artistes. Toute solution impliquant la responsabilisation des opérateurs est illusoire.

### **Jacques TOUBON**

Cette absence de responsabilité est à la base de nos difficultés.

Nos débats doivent absolument être portés à la connaissance de l'échelon européen, ce qui implique également l'éducation des hommes politiques sur ce sujet, lesquels méconnaissent les enjeux réels.

### **Alain CHARRIRAS**

J'ai quelques remarques en conclusion à propos de :

- la directive européenne 92/100 n'a pas encore été transcrit en droit français, ce qui est préjudiciable pour les artistes français
- la différence d'appropriation par les artistes du numérique entre les domaines de l'audiovisuel et de la musique ; elle provient probablement de l'absence de tissu juridique pour la musique lors de l'arrivée de l'Internet, alors qu'il existait une loi sur l'audiovisuel (1986)
- la taxe sur les fournisseurs d'accès ; l'ADAMI envisagera cette solution si le système de riposte graduée ne parvient pas à faire remonter les ventes de disques
- la rémunération via les bannières publicitaires sur les sites diffusant des contenus artistiques ; l'un des projets de l'ADAMI consiste à percevoir une partie des recettes publicitaires générées sur ces sites (notamment communautaires).