

## Tribune: Etat des lieux et questionnements [1]

**Plateaux ouvre régulièrement ses colonnes à des camarades souhaitant apporter leur contribution sur un sujet. Artiste de variétés, Mireille Rivat s'interroge sur les nouvelles pratiques qu'implique le numérique dans le domaine de la musique qu'elle connaît bien et sur ce qui en découle.**

Le numérique implique de nouvelles pratiques et dégage une nouvelle économie. Face aux nouvelles technologies, comment protéger les artistes et leurs créations ? Il s'agit ici d'apporter une contribution au grand débat qui agite nos métiers sur le problème d'Internet et de la loi Hadopi qui en a découlé.

Au commencement tout était simple, si on avait envie d'écouter de la musique ou voir une pièce de théâtre, il fallait attendre l'arrivée de la troupe et se rendre à la représentation. Ce temps est révolu.

La possibilité d'enregistrer des artistes sur des supports a modifié la donne économique. Des industries se sont créées. Avec l'évolution des techniques, elles sont devenues de plus en plus puissantes. Elles doivent donc être rentables coûte que coûte et en conséquence, sélectionnent les produits culturels qui peuvent générer de l'argent. Ce système avait trouvé un équilibre (droit du travail, propriété intellectuelle, enfin « la chaîne des droits »), mais Internet pose des problèmes nouveaux.

En France, il y aurait près de 32 millions d'internautes, dont près de 19 millions raccordés en haut débit. Les enjeux d'Internet sont sociaux et culturels : il s'agit de maîtriser son usage. Aux niveaux juridique et éthique, les modèles économiques de son développement ne sont pas encore stabilisés.

Avant Internet, le piratage existait déjà : cassettes, CD et vidéogrammes copiés illégalement étaient vendus par des escrocs sur les marchés ou dans des magasins. Cette contrefaçon combattue depuis des années est toujours d'actualité. Aujourd'hui n'y aurait-il pas un amalgame entre cette forme de contrefaçon et le téléchargement illégal qui se passe essentiellement dans la sphère privée ?

### **L'industrie de la musique,**

Dans ce secteur, l'artiste qui a signé avec une maison de disques a la possibilité d'avoir deux rémunérations : une à l'occasion de son enregistrement et les royalties (c'est-à-dire le pourcentage accordé aux artistes par l'industrie musicale sur la vente et l'exploitation de leurs œuvres et leurs dérivés). Ce pourcentage varie suivant la notoriété de l'artiste

Voici les différents acteurs sur le circuit standard de la chaîne musicale, depuis le créateur jusqu'au client :

1. Auteur, compositeur -- L'auteur/compositeur est le créateur de l'œuvre, il est souvent son propre interprète.
2. Artistes interprètes -- Interprétation de l'œuvre
3. Producteur -- Le producteur investit dans l'artiste pour le faire enregistrer, faire sa promotion, assure le suivi de sa carrière.
4. Editeur phonographique -- Fixation/reproduction de l'œuvre (CD, K7.)
5. Distributeur -- Distributions des supports
6. Grossiste -- Le grossiste envoie les CD aux détaillants suivant les commandes et l'évaluation des ventes.
7. Détaillant -- Vente des supports au public
8. Utilisateur final -- Ecoute du support

Economie d'un CD audio vendu dans les magasins (pourcentages de la répartition) :

9% pour les paroliers et les compositeurs

6,5% pour l'interprète. Ce pourcentage qui peut paraître faible est très controversé. Tout cela dépend de la « valeur » économique de l'artiste

22% pour la distribution

62% pour les maisons de disques.

Comment se justifie la part de 62% prise par les maisons de disques :

Marge producteur : 20%

Frais généraux : 13%

Fabrication : 10%

Enregistrement : 3%

Promotion : 16%

Economie d'un titre vendu sur les plates formes légales à 99 centimes d'euros:

Producteur : 66 cts

TVA : 16 cts

SACEM : 7,5 cts

Frais bancaires : 4 cts

DRM : 1 ct

Plate forme : 1 ct

Artistes interprètes : 3,5 cts

(Source : ADAMI)

Les frais d'enregistrement se sont réduits grâce aux nouvelles technologies, le coût de la promotion a considérablement baissé grâce à Internet qui devient un nouvel outil de marketing. Pourtant, les maisons de disques continuent de prendre un énorme pourcentage du prix payé par le consommateur. Les artistes sont en droit de demander à ces entreprises une part beaucoup plus importante du prix de vente.

Evidemment, la baisse du prix des CD par une réduction de la TVA au niveau du taux affecté aux livres créerait sans doute une augmentation des ventes (lorsque la FNAC a baissé les prix de certains CD dans une opération « baisse de la TVA », il s'en est résulté une augmentation des ventes énorme !).

Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'État chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique, dit même « Aujourd'hui l'industrie du disque est en pleine transition ; de nouveaux acteurs émergent, tels les sites communautaires ; de nouveaux usages s'imposent, telle l'utilisation des baladeurs numériques ; de nouveaux modes de consommation, en flux, se développent, rendant peu à peu caduque la notion même de propriété de l'objet « disque ». Ces évolutions relèvent des nouveaux modes de consommation de la génération qui n'a pas connu « l'avant numérique ». »

### **Au cœur du débat, l'avenir des artistes et de leur création**

La loi Hadopi qui a été votée ne règle en aucun cas la rémunération des artistes. Peut-on contrôler les échanges sur Internet, sachant qu'existent déjà des logiciels et des plateformes permettant l'anonymat ? Pourtant Internet ne peut pas être une zone de non droit.

La loi du 3 juillet 1985, qui a permis de dégager la notion de l'œuvre et de son interprétation a reconnu deux notions de rémunération :

- **La copie privée** (audiovisuel et sonore) dédommage les auteurs, les interprètes et les producteurs des copies de leur travail fixées sur des supports vendus dans le commerce (cassettes audio et vidéo, CD, DVD, Ipod, etc.), et 25 % de cette recette sont réservés aux projets d'intérêt général. Grâce à cela, l'ensemble de la filière est soutenu dans son activité. Mais les textes sur la copie privée reposent sur la notion de support physique alors que celui-ci tend à disparaître. Comme a dit le sénateur Ivan Renar, avec Internet, on passe « d'une logique de stockage à une logique de flux où l'usage et l'accès l'emportent sur la possession ». Dans ce nouveau contexte, l'auteur et l'interprète n'en demeurent pas moins les moteurs de la création.
- **La rémunération équitable** concerne la diffusion des œuvres fixées sur des supports vendus dans le commerce.

### **L'artiste face aux conglomérats de divertissement**

Les artistes sont au cœur de la bataille. Selon l'ISOC (Internet Society France), « Les géants des télécommunications ne rêvent que de contenus exclusifs pour fidéliser leurs clients. Ils se jumellent avec des sociétés de production pour former des conglomérats de divertissement et procèdent sur le modèle de la vente liée forcée. ». « Aujourd'hui, le marchand est celui qui fait commerce de contenus électroniques, comme les opérateurs de télécommunications et les fournisseurs d'accès. Or, ils ne contribuent nullement à la création artistique, dont ils tirent d'énormes bénéfices ! » rajoute Ivan Renar.

Le téléchargement illégal sur Internet, motif de la loi Création et Internet, est-il la véritable cause de l'effondrement de l'industrie du disque et la menace principale contre les droits d'auteur ? Les échanges de fichiers entre abonnés à Internet est possible grâce à des logiciels qui sont souvent gratuits, mais l'abonnement, lui ne l'est pas. Les bénéfices de ces abonnements vont directement aux fournisseurs d'accès qui peuvent développer leurs revenus publicitaires grâce aux contenus culturels.

Parce que de nombreux artistes vivent dans une immense précarité, toutes ces questions appellent d'une façon urgente des réponses... Internet suscite de nouveaux modèles économiques. Le droit d'auteur a été initialement créé pour protéger l'artiste du marchand et éviter que « l'esprit des affaires ne s'impose aux affaires de l'esprit ».

Mireille RIVAT

Mot de passe \*

- [Demander un nouveau mot de passe](#)

[Haut de page](#)

## [Coordonnées du SFA](#)

### **Syndicat Français des Artistes-interprètes**

1, rue Janssen 75019 PARIS

Métro : [Place des Fêtes](#)

Téléphone : 01 53 25 09 09

Télécopie : 01 53 25 09 01

Serveur vocal : 01 53 25 09 00

E-mail : [contact@sfa-cgt.fr](mailto:contact@sfa-cgt.fr)

Site Web : [www.sfa-cgt.fr](http://www.sfa-cgt.fr)

- [Lire la suite de Coordonnées du SFA](#)

[Audiovisuel](#) [Cinéma](#) [Conventions collectives](#) [Danse](#) [Disque](#) [Doublage](#) [Droits sociaux](#) [International](#)  
[Internet](#) [Politiques culturelles](#) [Propriété littéraire et artistique](#) [Radio](#) [Salaires](#) [Spectacle vivant](#)  
[Télévision](#)

[Audiovisuel](#) [Cinéma](#) [Conventions collectives](#) [Danse](#) [Disque](#) [Doublage](#) [Droits sociaux](#) [International](#)  
[Internet](#) [Politiques culturelles](#) [Propriété littéraire et artistique](#) [Radio](#) [Salaires](#) [Spectacle vivant](#)  
[Télévision](#)

## [Coordonnées du SFA](#)

### **Syndicat Français des Artistes-interprètes**

1, rue Janssen 75019 PARIS

Métro : [Place des Fêtes](#)

Téléphone : 01 53 25 09 09

Télécopie : 01 53 25 09 01

Serveur vocal : 01 53 25 09 00

E-mail : [contact@sfa-cgt.fr](mailto:contact@sfa-cgt.fr)

Site Web : [www.sfa-cgt.fr](http://www.sfa-cgt.fr)

- [Lire la suite de Coordonnées du SFA](#)

## **Accès réservé**

Nom d'utilisateur \*

Mot de passe \*

- [Demander un nouveau mot de passe](#)

- [Tous droits réservés © 2019-2020 Syndicat Français des Artistes-interprètes](#)
- [Mentions légales](#)
- [Crédits](#)

- [Contact](#)
- [LEKTUM](#)
- [Drupal](#)

**URL source (modified on 19/04/2010 - 18:09):** <https://sfa-cgt.fr/tribune-etat-des-lieux-et-questionnements#comment-0>

#### **Liens**

[1] <https://sfa-cgt.fr/tribune-etat-des-lieux-et-questionnements>