



**Conférence
des Nations Unies
sur le commerce
et le développement**

Distr.
GÉNÉRALE

TD/401
3 juin 2004

FRANÇAIS
Original: ANGLAIS

Onzième session
São Paulo, 13-18 juin 2004

**LES ENJEUX DE L'INDUSTRIE MUSICALE MONDIALE
POUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT***

* Ce document a été écrit par Roger Wallis, professeur associé spécialisé dans les multimédias, Institut royal de technologie, KTH, Stockholm (Suède) et Zeljka Kozul-Wright, fonctionnaire du Programme spécial en faveur des pays les moins avancés de la CNUCED. Il exprime les vues des auteurs et ne reflète pas nécessairement celles de la CNUCED.

TABLE DES MATIÈRES

	<i>Page</i>
Introduction.....	3
Tendances de l'industrie musicale mondiale	4
Le défi de la mondialisation.....	6
Évolution des technologies de l'industrie musicale.....	8
Évolution des moyens de diffusion.....	9
Fusions, absorptions et initiatives en résultant	10
Nouveaux venus et instabilité croissante dans la chaîne de valeur.....	13
Les sociétés de perception, intermédiaires indispensables	15
Règles internationales et contraintes nationales	15
Le Système commun d'information de la CISAC	16
Règles du jeu équitables: les enjeux d'ordre international, régional et local.....	17
La piraterie dans les pays en développement.....	19
Pratiques optimales et recommandations de politique générale	20
Partage des risques.....	20
Développement institutionnel	21
Édifier et consolider une industrie locale	22
Conclusions.....	22

Introduction

1. De nombreux pays en développement se caractérisent par la coexistence de résultats économiques médiocres et l'abondance de matières premières qui sont exploitées commercialement par des entreprises de pays avancés. Cela est généralement le cas des ressources naturelles, mais aussi des ressources culturelles, dont on parle beaucoup moins. De nombreux pays en développement regorgent de biens culturels, de talents locaux et de productions artistiques. Toutefois, ils n'ont pas pu les exploiter pour développer et renforcer leurs capacités «productives» et restent ainsi bloqués en bas de l'échelle de valeur d'un marché mondial de plusieurs millions de dollars.

2. Dans le cas particulier de l'industrie musicale, le talent et l'expérimentation sont depuis longtemps une source de créativité qui influe sur les activités commerciales internationales (Lovering, 1998). Grâce aux nouvelles technologies de la communication, tant matérielles que virtuelles, qui permettent une interaction plus étroite des cultures et des expressions culturelles, ce potentiel créatif et commercial a de fortes chances de se développer. Les auteurs du présent document s'efforcent de recenser les facteurs favorables et défavorables à l'essor de cette industrie dans les pays en développement et donc à sa contribution à une croissance, à des emplois et à des recettes d'exportation qui font cruellement défaut.

3. Plus précisément, les auteurs posent un certain nombre de questions essentielles pour les décideurs soucieux de mieux exploiter leurs biens culturels et s'efforcent d'y répondre:

- ◆ La situation actuelle de l'industrie musicale mondiale permet-elle de rendre une part équitable des recettes aux pays les plus pauvres dont la musique est exploitée au niveau mondial?
- ◆ La chaîne de valeur de l'industrie musicale est-elle suffisamment souple et permet-elle aux nouvelles technologies de servir les intérêts de toutes les parties créatives?
- ◆ Quels intermédiaires sont nécessaires pour veiller aux intérêts mondiaux des créateurs et des détenteurs de droits des pays les moins développés et quelle est la situation actuelle du régime du droit d'auteur?
- ◆ L'intégration verticale de l'industrie du divertissement constitue-t-elle une menace pour les acteurs économiques les plus pauvres?

4. Les réponses à ces questions doivent être recherchées avant tout au niveau national, où les orientations peuvent avoir l'impact le plus fort, mais les facteurs internationaux comptent aussi. En effet, depuis sa création, l'industrie musicale a été très fortement influencée par l'interdépendance des facteurs économiques nationaux et internationaux. Les régimes de droits d'auteur et les organismes qui les gèrent jouent un rôle particulièrement important dans le développement d'une industrie musicale viable. Il ne fait pas de doute que le système de droits d'auteur, malgré ses défauts, est le meilleur moyen de protéger les intérêts des créateurs des pays en développement. Ce système doit être élaboré au niveau local, si l'on ne veut pas qu'il soit détourné par des acteurs mondiaux dont la priorité n'est pas de produire le plus de recettes possible au profit des nations les plus pauvres. Toutefois, pour réduire autant que faire se peut ce risque, l'appui concerté des organisations internationales compétentes ainsi que des autorités nationales, régionales et (à terme) mondiales entreprennent est indispensable.

Tendances de l'industrie musicale mondiale

5. L'industrie musicale, qui repose sur le droit d'auteur, est organisée en fonction d'actifs très spécialisés, de cycles de produit courts et de marchés imprévisibles. De nombreuses caractéristiques de cette industrie découlent de la forte dimension publique d'activités intellectuelles qui font du libre marché une solution organisationnelle sous-optimale du point de vue de l'offre et de la diffusion (Dayton-Johnson, 2000). Sa forme contemporaine tire son origine de la dissociation, à la fin du XIX^e siècle, de l'idée créative et de son expression dans un bien reproductible dont la production pouvait faire l'objet d'innovations organisationnelles et technologiques. De ce fait, la création, l'exploitation et la protection de rentes économiques sont des notions essentielles pour comprendre l'évolution des structures et des stratégies de l'industrie musicale (Andersen *et al.*, 2000).

6. Les dysfonctionnements du marché et les rentes économiques ont entraîné la polarisation d'une structure industrielle où un petit nombre de grandes entreprises organisent les principaux segments de la chaîne de valeur et un grand nombre de petites entreprises se livrent à des activités très spécialisées. Les grandes entreprises, qui possèdent souvent des actifs incorporels et des actifs corporels, tirent des progrès technologiques réalisés dans cette dernière catégorie d'actifs de nouvelles sources de bénéfices importants et jouissent, en tant que pionnières, d'avantages considérables leur conférant une longévité surprenante. Ainsi, sur les cinq grandes sociétés internationales du secteur (AOL-Time Warner, Vivendi Universal, Sony, EMI et BMG connues sous le nom de «majors») qui contrôlent actuellement 80 % des ventes de musique, Sony est la seule à avoir été constituée après la Seconde Guerre mondiale alors que les origines de BMG et EMI remontent au XIX^e siècle. En outre, toutes ont été à la pointe de la technologie dans le domaine de la production (Negus, 1999, p. 37 à 45). Toute une série de petites entreprises fournissant des services très spécialisés aux grands acteurs du marché se sont souvent développées grâce à des relations locales fortes, l'industrie musicale étant caractérisée par des économies d'agglomération analogues à celles de zones industrielles (Anderson *et al.*, 2000).

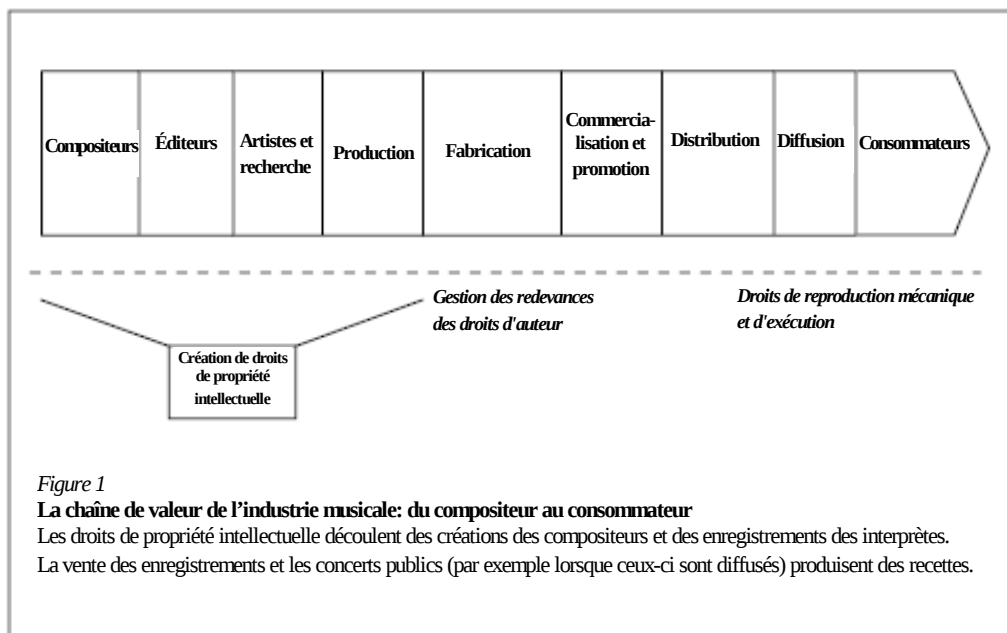
7. À l'origine des revenus de l'industrie musicale, il y a, en général, la création d'une composition musicale qui se transforme ensuite en un produit final matériel destiné aux consommateurs. La chaîne de valeur de l'industrie musicale comporte une série d'étapes qui lient le créateur à l'utilisateur du produit musical (fig. 1). Chaque activité de la chaîne ajoute de la valeur au produit final, sans que soit nécessairement assurée sa rentabilité, qui dépend en plus du pouvoir de négociation exercé dans les transactions effectuées avec les entreprises en amont et en aval (Mol et Wijnberg, 2000).

8. Généralement, l'auteur crée une œuvre musicale et contacte une maison d'édition musicale (ou la division chargée des artistes et du répertoire d'une maison d'enregistrement). Un contrat concédant à l'éditeur le droit d'exploiter l'œuvre musicale est signé. L'éditeur faisait initialement parti du processus de production; il investissait dans les partitions et les distribuait. Une répartition à parts égales des revenus avec le compositeur était considérée comme raisonnable en raison des investissements que l'éditeur devait réaliser pour produire les partitions. L'éditeur recherchait aussi des artistes et des maisons de disques souhaitant enregistrer et diffuser les œuvres du compositeur. Lorsque l'œuvre et les artistes étaient réunis, la maison de disques procédait à l'enregistrement, fabriquait des phonogrammes, assurait la promotion du produit et distribuait l'enregistrement final.

Figure 1

La chaîne de valeur de l'industrie musicale: du compositeur au consommateur

Les droits de propriété intellectuelle découlent des créations des compositeurs et des enregistrements des interprètes. La vente des enregistrements et les concerts publics (par exemple lorsque ceux-ci sont diffusés) produisent des recettes.

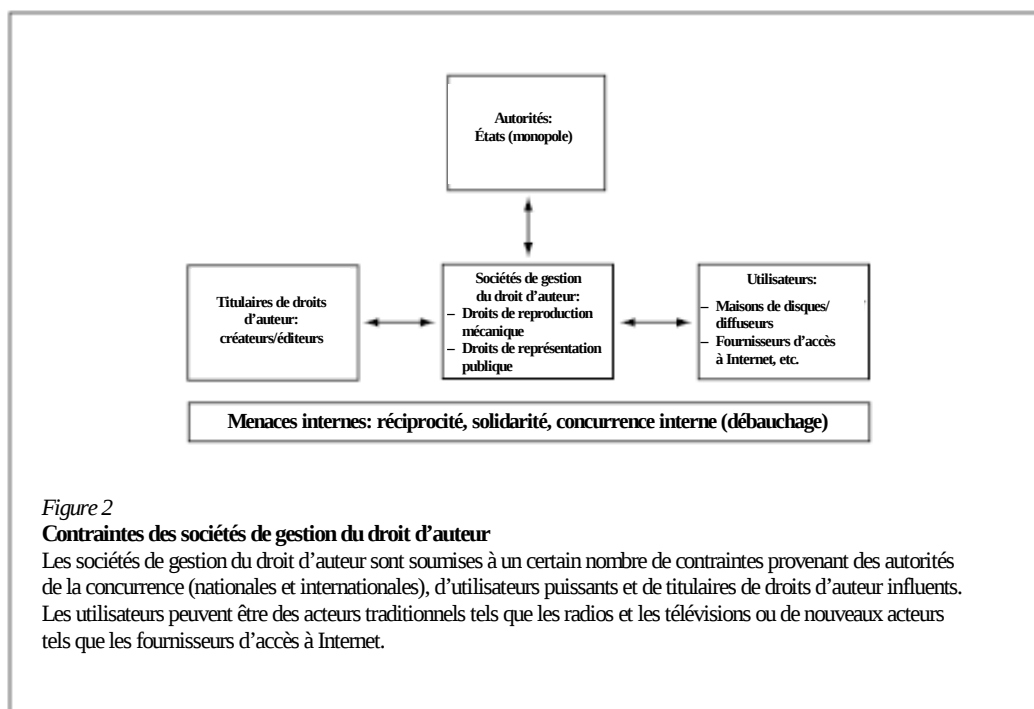


9. Un enjeu essentiel étant de toucher un public aussi large que possible et par le plus grand nombre de moyens possible (concerts, partitions, enregistrements sonores, etc.), la commercialisation de la chanson devient un élément essentiel de la chaîne. Toutefois, l'unité de la chaîne de valeur dépend de manière cruciale de la reproductibilité de l'idée musicale. Contrairement à d'autres droits de propriété intellectuelle, le droit d'auteur protège uniquement l'expression d'une idée sous une forme fixe et n'est pas octroyé, mais simplement affirmé par le créateur. En outre, le créateur d'une idée musicale est soucieux dès le départ de toucher un marché aussi large que possible. Même si l'auteur détient les droits de propriété originaux, le processus de reproduction confère à l'œuvre une dimension publique et lui fait généralement prendre une forme plus complexe dont sont propriétaires en commun l'auteur, l'éditeur, la maison de disques et d'autres entités assurant la commercialisation du produit musical. Divers droits sont à l'origine de différentes formes de recettes. Les droits de reproduction mécanique concernent les sommes versées aux compositeurs et aux éditeurs lorsque les œuvres musicales sont reproduites sur des supports matériels tels que les disques compacts (CD). Les droits d'exécution sont source de revenus pour les compositeurs et les éditeurs et, dans la plupart des pays, pour les interprètes et les producteurs, lorsque les enregistrements sont exécutés en public (voir les figures 2 et 3)¹.

¹ Les États-Unis constituent la seule exception de taille concernant ce dernier point; même si la situation pourrait toutefois changer avec l'entrée en vigueur de la nouvelle loi intitulée «Millennium Digital Copyright Act».

Figure 2
Contraintes des sociétés de gestion du droit d'auteur

Les sociétés de gestion du droit d'auteur sont soumises à un certain nombre de contraintes provenant des autorités de la concurrence (nationales et internationales), d'utilisateurs puissants et de titulaires de droits d'auteur influents. Les utilisateurs peuvent être des acteurs traditionnels tels que les radios et les télévisions ou de nouveaux acteurs tels que les fournisseurs d'accès à Internet.



10. De ce point de vue, le droit d'auteur favorise la créativité, jette les bases de l'organisation de la chaîne de valeur du secteur et autorise l'expérimentation et l'emprunt d'idées, qui jouent un rôle essentiel dans la créativité musicale. Toutefois, le cadre instauré par le droit d'auteur est loin d'être sans risques et les entreprises doivent faire face à un degré élevé d'incertitude dans leurs stratégies d'investissement. Le choix des artistes et leur développement sont une source immédiate d'incertitude. Les marchés des œuvres musicales n'existent pas en eux-mêmes, ils doivent être créés et entretenus, ce qui exige des investissements supplémentaires dont la rémunération est incertaine. Enfin, les innovations technologiques ont été à l'origine de chocs et la source de recettes potentielles depuis que l'industrie musicale s'est libérée des contraintes d'espace et de temps liées aux concerts publics (Gronow et Saunio, 1997).

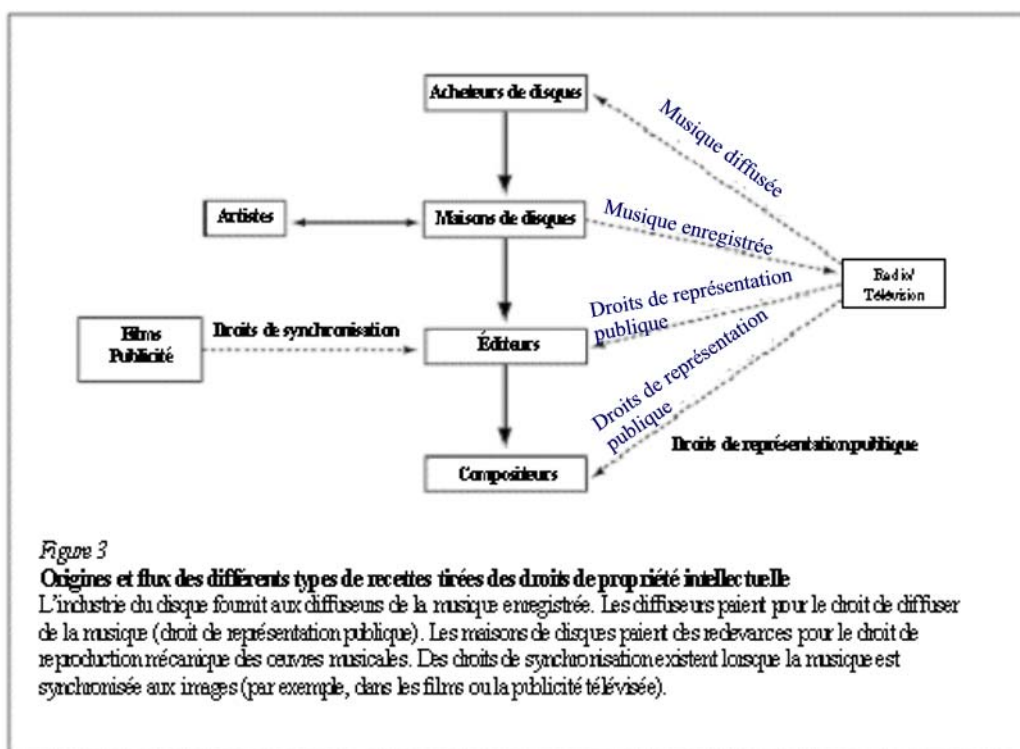
Le défi de la mondialisation

11. L'évolution actuelle de l'industrie musicale – comme du secteur de l'audiovisuel en général – est le résultat de l'interaction d'un ensemble de facteurs économiques, politiques et culturels, ces derniers comprenant à la fois des aspects sociaux et juridiques. Dans le cas

particulier de l'industrie musicale, ces facteurs ont été fortement influencés par un processus de convergence technologique s'inscrivant dans le cadre plus large des secteurs de l'audiovisuel et de la communication. Bien que l'on ait eu tendance à considérer que la technologie est l'élément moteur, les changements d'orientation jouent un rôle encore plus important à de nombreux égards.

Figure 3
**Origines et flux des différents types de recettes tirées
des droits de propriété intellectuelle**

L'industrie du disque fournit aux diffuseurs de la musique enregistrée. Les diffuseurs paient pour le droit de diffuser de la musique (droit d'exécution). Les maisons de disques paient des redevances pour le droit de reproduction mécanique des œuvres musicales. Des droits de synchronisation existent lorsque la musique est synchronisée aux images (par exemple, dans les films ou la publicité télévisée).



12. En outre, dans le cadre de la mondialisation des entreprises, il importe de souligner que le financement exerce une influence prépondérante non seulement dans le cadre plus large de l'économie internationale (CNUCED, 1997), mais aussi dans les stratégies particulières des sociétés visant à faire des bénéfices et à les conserver (Grahl, 2001). Cette évolution fait que les stratégies des entreprises dépendent moins de la localisation géographique du siège et impose une structure et un comportement industriels plus uniformes où les fusions-acquisitions et l'accès aux liquidités jouent un rôle accru dans l'élaboration des stratégies.

13. Cette évolution contribue à modifier la manière dont la musique et la culture sont diffusées. L'un des éléments les plus importants est la structure des recettes tirées des droits de propriété intellectuelle. Il s'agit en l'occurrence des droits des créateurs ou de leurs représentants de contrôler l'exploitation de leurs créations et d'exiger une rémunération correspondante, et de l'extension de la protection de ces droits aux *interprètes* et *producteurs* dans les pays qui ont signé la Convention de Rome de 1961 sur «les droits voisins» (Malm et Wallis, 1992). Les faits nouveaux survenus dans le cadre de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et au sein de l'Union européenne (UE) ont stimulé ce processus, en particulier grâce aux avantages tirés d'un contrôle plus strict de la propriété intellectuelle, notamment de l'extension de la durée minimale de protection du droit d'auteur à 70 ans après le décès de celui-ci dans l'UE et 75 ans aux États-Unis. Cette évolution juridique a accru l'attrait des droits d'auteur en tant qu'investissement à long terme².

14. On constate non seulement que les recettes tirées des droits de propriété intellectuelle augmentent en général, mais aussi que leur structure se modifie: la diffusion matérielle des supports physiques tels que les CD et cassettes joue un rôle moins important que les redevances de licences portant sur l'utilisation de la musique dans les médias. Les principaux facteurs qui expliquent cette évolution sont l'essor des chaînes télévisées musicales, la prolifération des stations de radio privées et l'utilisation de la musique dans la publicité et les jeux vidéo. Les acteurs mondiaux du secteur de l'audiovisuel tirent donc de plus en plus leurs sources de revenus de *droits immatériels*. D'après les chiffres les plus récents d'EMI, les activités d'édition, c'est-à-dire les activités tirant des recettes de l'exploitation ou de l'échange de droits de propriété intellectuelle que les compositeurs concèdent à cette société, représentent 17 % du chiffre d'affaires du groupe, mais pas moins de 47 % des recettes nettes en l'an 2000 (*Music & Copyright*, 2002).

Évolution des technologies de l'industrie musicale

15. La déréglementation évoquée plus haut a favorisé une évolution technologique et a elle-même été favorisée par cette évolution. Les technologies de l'industrie musicale sont devenues de plus en plus accessibles au niveau mondial. Pendant les années 80, la technologie permettant d'enregistrer plusieurs morceaux sur des cassettes s'est diffusée rapidement dans presque tous les pays (Wallis et Malm, 1984). Toutefois, dans le même temps, l'activité musicale s'est internationalisée et les conglomérats ont accru leur taille grâce à diverses formes de fusions. Il n'en demeure pas moins que l'essentiel de la production musicale démarre réellement au niveau local, où la créativité s'épanouit sous une myriade de formes différentes.

16. De manière générale, on constate que l'arrivée de nouvelles technologies largement accessibles (y compris dans les pays à revenus intermédiaires), conjuguée au développement d'un oligopole mondial de grande envergure, offre davantage de possibilités aux petits acteurs

² Dans le droit des États-Unis, cette extension est allée de pair avec l'assouplissement des contraintes imposées à certains utilisateurs de musique: des catégories de restaurants et de bars ont ainsi été exemptés de l'obligation de payer pour l'utilisation d'œuvres musicales dans leurs locaux. Cette pratique est à l'origine d'un différend entre l'UE et les États-Unis et a été jugée inacceptable par l'Organisation mondiale du commerce. Les États-Unis paient actuellement une amende annuelle pour ne pas avoir levé cette exemption (2004).

des pays riches et pauvres. Cela s'explique par le fait que la numérisation est en train de toucher l'ensemble du secteur, de la production aux réseaux de distribution, matériels et autres, en passant par la fabrication (Wallis *et al.*, 1998; Kretschmer *et al.*, 1999).

17. Les réseaux et les logiciels connexes permettant aux créateurs, en théorie, de toucher un public mondial, sont de plus en plus perfectionnés et conviviaux. Les techniques d'utilisation collective de fichiers de pair à pair (P2P) telles que celles utilisées dans le défunt Napster ou, plus récemment, Kazaa permettent aux consommateurs potentiels intéressés d'échanger des échantillons de musique à volonté. Pour l'anecdote, il semble que plusieurs groupes musicaux d'Afrique aient créé leur propre «communauté d'intérêt» en Finlande, grâce à des personnes qui les ont découverts après avoir eu accès à des enregistrements grâce à des réseaux P2P. La création de groupes de fans (sous-cultures) dans le monde réel peut, dans une certaine mesure, être reproduite dans un environnement virtuel. Toutefois, ces mêmes technologies peuvent permettre aux consommateurs de s'affranchir des contraintes liées à la rémunération des droits de propriété intellectuelle, d'où les tentatives des entreprises du secteur de bloquer ces technologies (ou de les contrôler grâce à des rachats).

Évolution des moyens de diffusion

18. Parallèlement à ces tendances dans le domaine de la production, les moyens de diffusion de la musique auprès des consommateurs ont considérablement évolué. Dans les années 80, de nombreux gouvernements occidentaux ont déréglementé le secteur de l'audiovisuel, entraînant la prolifération de nouvelles stations de radio et chaînes de télévision locales, diffusées notamment sur le câble et par satellite. Une évolution comparable a pu être observée dans les années 90 dans un certain nombre de pays en développement et Internet est devenu un nouveau moyen de diffusion pour les pays en développement.

19. De par sa nature, Internet est caractérisé par l'absence quasi totale de réglementation. Cela soulève un certain nombre de questions, pour la plupart non résolues, concernant les responsabilités des acteurs de la «cybertaine», notamment en matière de vie privée, de sécurité et de reproduction. La possibilité d'accéder à des sites où la musique est stockée et disponible dans un format fixe et pratique (par exemple, les fichiers MP3) a causé de graves problèmes à ceux qui réalisent de gros investissements de départ dans la création artistique. Les applications d'utilisation collective de fichiers ont fait l'objet non seulement d'un véritable engouement de la part des consommateurs, mais aussi de poursuites judiciaires engagées par les principaux acteurs de l'industrie musicale. Toutefois, un grand nombre de ces différends juridiques ont été réglés soit à l'amiable (par exemple, entre certaines grandes compagnies de disques et MP3.com) ou par des accords de collaboration visant à «légaliser» ces nouvelles applications (par exemple, entre Bertelsmann, la société mère de BMG Records, et Napster)³.

20. Après avoir suscité des réactions sur le plan judiciaire, la «panique morale» des acteurs traditionnels au sujet des activités exercées par de riches consommateurs sur Internet s'est orientée vers des solutions plus pragmatiques. Il est évident que cette évolution a des incidences

³ Bertelsmann a racheté Napster en 2002 et l'a revendu à Roxio, fabricant de logiciels pour graveurs de CD. Roxio relance actuellement les activités de Napster en tant que prestataire légal de services de téléchargement, mais sans système P2P. Vivendi Universal contrôle à 100 % MP3.com. La viabilité à long terme de ces activités reste néanmoins sujette à caution.

considérables sur les possibilités des créateurs de musique des pays en développement d'utiliser les nouveaux moyens numériques pour toucher un public potentiellement mondial. Deux initiatives de distribution numérique lancées en 2001 par les «majors», MusicNet et Pressplay, auraient pu entraîner la constitution d'un duopole assurant la distribution de 80 % de la musique enregistrée commercialisée au niveau mondial. Pressplay devait proposer les œuvres musicales détenues par Vivendi Universal et Sony (en collaboration avec Microsoft) et MusicNet avait accès aux œuvres détenues par les trois autres conglomérats multinationaux (EMI, Time Warner et BMG). Toutes deux reposaient sur une formule d'abonnement, les consommateurs payant un montant mensuel forfaitaire les autorisant à télécharger un nombre fixe d'œuvres musicales enregistrées. Une fois l'abonnement terminé, le consommateur n'avait plus accès à toutes les œuvres précédemment téléchargées. Toutefois, les incertitudes liées à la viabilité commerciale des services proposés ont retardé leur entrée en service⁴. Lorsque ces services ont finalement été proposés, ils n'ont pas séduit les consommateurs. La technologie Pressplay a été vendue à Roxio (tout comme la marque Napster) et ces deux activités devaient être relancées sous la forme de services légaux de téléchargement aux États-Unis à la fin de 2003.

Fusions, absorptions et initiatives en résultant

21. Si les grandes entreprises de musique insistent sur une plus grande libéralisation et déréglementation pour développer les marchés en quête de rentes plus élevées, elles ont aussi dû faire face à la nouvelle concurrence que cette évolution a entraînée. En particulier, la montée de l'endettement liée à l'expansion a rendu les sociétés vulnérables à une baisse des ventes ou à d'autres chocs, et a accéléré la recherche de sources de recettes en aval de la chaîne de valeur.

22. À cet égard, la convergence géographique et technologique, qui offre de nouvelles possibilités d'associer la musique à des produits audiovisuels, a fait l'objet d'une attention considérable. De manière plus importante, l'«intégration verticale» (fig. 5) a été particulièrement manifeste dans l'industrie musicale internationale au cours des dernières décennies.

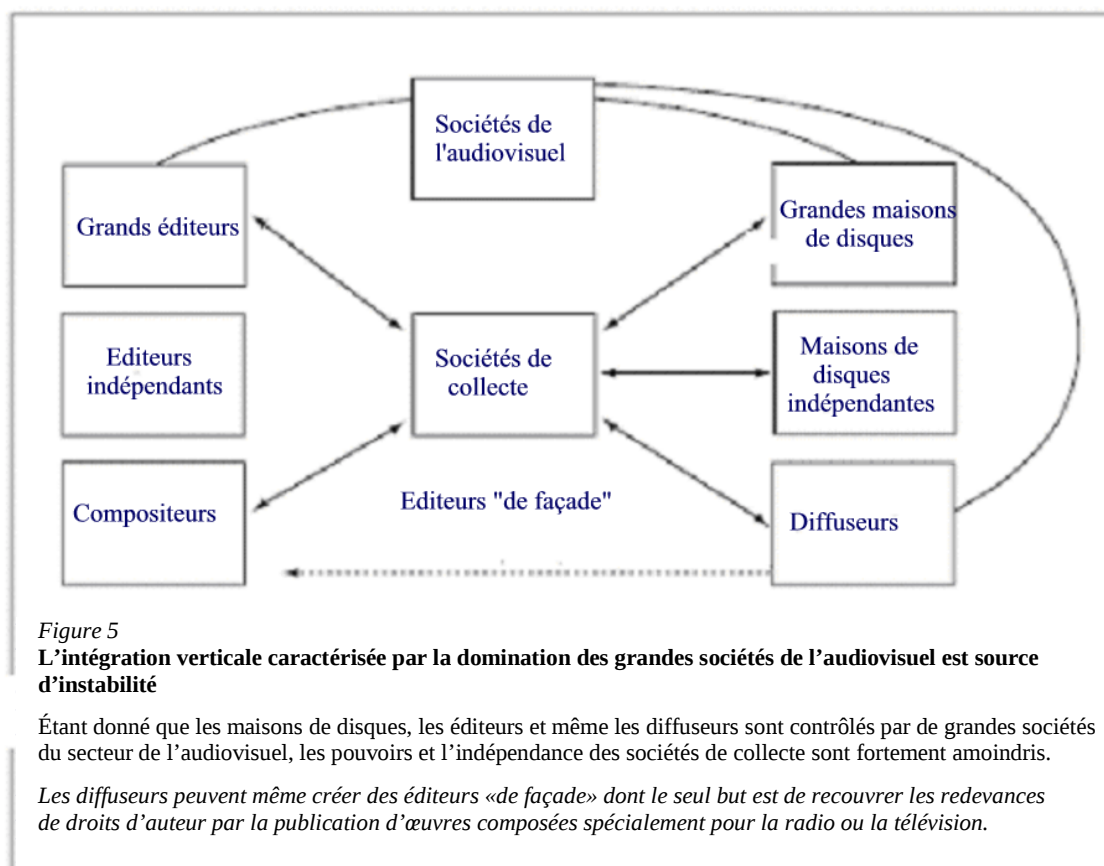
Les fusions-acquisitions ont été choisies comme stratégies visant à mieux contrôler les étapes essentielles de la production et de la distribution. Dans les années 80, ce sont les activités de distribution qui ont été privilégiées: premièrement, les entreprises indépendantes ont perdu le contrôle des répertoires artistiques et l'accent a été mis sur la gestion du marché grâce au contrôle des points de vente, notamment par l'essor de produits liés à la musique (par exemple, de t-shirts et d'affiches), sur laquelle la marge de vente est plus élevée. À la fin des années 80, un autre tournant a eu lieu, cette fois dans les activités d'édition. Il s'est traduit notamment par la fusion d'organisations produisant des enregistrements musicaux (maisons de disques ou de «phonogrammes») et celles qui détiennent des droits d'auteur sur la musique enregistrée (éditeurs musicaux). Ce processus a modifié non seulement la configuration de l'industrie traditionnelle de la musique, mais aussi la dynamique de la croissance et de l'évolution du secteur, permettant ainsi aux «majors» d'exercer une forte domination collective sur le marché.

⁴ Il n'est pas du tout sûr que les consommateurs, même dans les pays industriels avancés, soient disposés à payer 10 dollars des États-Unis par mois pour de tels services et à de telles conditions. Toujours est-il que des membres du Congrès et des organisations représentant les petits producteurs de musique aux États-Unis ont déjà exprimé de vives préoccupations quant aux risques de position dominante collective des initiatives Pressplay et MusicNet (*Financial Times*, Londres, 4 décembre 2001, «Record labels launch online music ventures», Music Business International, «Opening Shots», octobre 2001).

Figure 5
L'intégration verticale caractérisée par la domination des grandes sociétés de l'audiovisuel est source d'instabilité

Étant donné que les maisons de disques, les éditeurs et même les diffuseurs sont contrôlés par de grandes sociétés du secteur de l'audiovisuel, les pouvoirs et l'indépendance des sociétés de collecte sont fortement amoindris.

Les diffuseurs peuvent même créer des éditeurs «de façade» dont le seul but est de recouvrer les redevances de droits d'auteur par la publication d'œuvres composées spécialement pour la radio ou la télévision.



23. Quelques multinationales du secteur de l'audiovisuel «détiennent» la plupart des grandes vedettes ainsi qu'un répertoire très large de droits de reproduction musicale. Ensemble, Sony (Japon), Vivendi Universal (France), AOL Time Warner (États-Unis), EMI-Virgin (Royaume-Uni) et BMG (Allemagne) représentent régulièrement entre 70 et 80 % des ventes mondiales de musique et des recettes d'édition⁵. Une telle concentration a un impact profond sur la diversité culturelle mondiale.

⁵ Au cours des six premiers mois de 2001, les cinq «majors» contrôlaient 74 % du marché australien et plus de 90 % du marché britannique pour ce qui est des ventes de produits musicaux matériels (Source: Music Business International, octobre 2001).

24. La vague de fusions observée dans l'industrie de la musique et du divertissement au cours des dernières décennies vise à réaliser des économies d'échelle et d'envergure (pour vendre des succès mondiaux sur un marché mondial). Elle traduit aussi le désir de réduire les incertitudes sur un marché intrinsèquement risqué ainsi que le souhait de mieux exploiter et conserver les rentes grâce à un contrôle accru de la production et de la distribution (Andersen *et al.*, 2000)⁶. La «financiarisation» accrue des stratégies des entreprises a été suivie d'une rationalisation considérable et d'une réduction de la gamme de produits relatifs à des vedettes internationalement viables.

25. Un résultat inévitable de cette tendance est que les grands acteurs protègent en priorité les gros investissements de départ, en s'efforçant de contrôler le marché grâce à leur taille. Il est facile de comprendre le pouvoir que peuvent exercer de telles incitations sur les artistes de premier plan. Lier la propriété des droits et l'exploitation de ces droits – ce qui constitue un objectif naturel de tout conglomérat verticalement intégré – peut avoir des effets négatifs sur la situation économique de la majorité des auteurs. Cela est particulièrement vrai pour ceux d'entre eux qui dépendent de nouvelles sociétés de perception ne possédant pas un grand répertoire (et manquant donc de poids au niveau international). On peut même se demander si le fait de «grouper» les droits des auteurs et des interprètes et les droits d'exploitation (production et distribution) est une bonne chose pour la concurrence, voire pour la croissance à long terme du secteur. L'intégration verticale et la domination collective peuvent gravement restreindre l'accès des créateurs aux différents moyens de diffusion auprès d'un public potentiel, ce qui est probablement la condition préalable la plus importante à une créativité saine sur un marché culturel. Il s'ensuit que les petits acteurs pourraient jouir d'une liberté moindre sur le marché si leurs intérêts n'étaient pas fermement défendus par une réglementation antitrust et/ou par des intermédiaires indépendants équitables entre producteurs/créateurs et consommateurs⁷.

26. Les nouveaux participants, y compris ceux provenant de pays en développement émergents, doivent faire face à ces obstacles et en particulier à la domination des «majors» dans la distribution et la promotion internationales. Il est donc essentiel pour les artistes, les entrepreneurs, les organismes du secteur de la musique et même les gouvernements des pays en développement d'instaurer des relations équitables suivies avec l'industrie musicale internationale. Par ailleurs, cette évolution a donné libre champ à une grande quantité de créativité – et non pas à la prise de risques financiers – parmi la multitude de petites entreprises (les «indépendants»), qui représentent une multitude de cultures et de sous-cultures, où de nouvelles idées naissent de l'expérimentation. C'est dans ce domaine que de nombreux petits pays pauvres possèdent un avantage potentiel.

27. Certains éditeurs ont progressivement exercé des activités traditionnellement dévolues aux maisons de disques, en particulier concernant le répertoire et le choix correspondant des artistes. En créant leurs propres studios et en embauchant des chanteurs-compositeurs pour écrire

⁶ Étant donné que la capacité de fournir l'information repose sur des réseaux numériques, l'industrie musicale revêt un intérêt particulier pour les conglomérats du secteur de l'audiovisuel en raison du rôle central qu'elle joue dans l'ensemble complexe de produits audiovisuels interdépendants.

⁷ Wallis, 1990; Malm & Wallis, 1992; Choi & Hilton, 1995, Burnett, 1996, Negus, 1999.

et enregistrer des maquettes (qui peuvent ensuite être ou ne pas être éditées et distribuées par une maison de disques), ils ont progressé dans la chaîne de valeur en se rapprochant du consommateur. Le fait que cette situation potentiellement conflictuelle ne soit pas apparue au grand jour peut être attribué aux nombreuses fusions qui ont intégré les activités d'édition et d'enregistrement.

28. En outre, la taille confère aux grandes maisons d'édition un pouvoir considérable dans le domaine des droits d'auteur. Cela n'est pas aussi manifeste dans les pays exportateurs de musique dont le marché est parvenu à maturité tels que le Royaume-Uni et les États-Unis. Dans ces pays, les créateurs – aidés par leurs avocats – ont pu accroître leur pouvoir de négociation ou conserver le contrôle de leurs œuvres en créant leur propre maison d'édition. De telles compétences juridiques et commerciales font souvent défaut dans maints pays pauvres. Dans de nombreux pays en développement, le contrat d'édition prévoit en général un partage égal des recettes, ce qui veut dire que chaque fois que des paiements sont effectués entre éditeurs dans la chaîne de rémunération du compositeur, 50 % des recettes et une commission pour frais administratifs sont déduites. Par conséquent, un compositeur enregistré au Kenya, par exemple, qui connaîtrait un succès aux États-Unis, pourrait conserver moins de 20 % des redevances de droits d'auteur perçus aux États-Unis. Si l'on y ajoute la durée de vie du droit d'auteur (durée de vie du compositeur, plus 75 ans aux États-Unis et 70 ans en Europe), on comprend facilement pourquoi l'édition est devenue l'une des activités les plus lucratives de l'industrie musicale internationale.

29. Le fait que les «majors» jouent un rôle essentiel dans chaque aspect du commerce international des produits et des artistes musicaux ne peut être négligé. Par exemple, les filiales suédoises des grands éditeurs ont noué des relations qui leur permettent de proposer des compositions suédoises aux grands artistes d'Amérique⁸. Le petit studio choisi s'occupe de l'enregistrement, l'éditeur multinational engrange une part des droits d'auteur et les enregistrements sont fabriqués et distribués par un ensemble de «majors» et d'indépendants.

30. De grandes différences continuent d'exister dans la chaîne de valeur de l'industrie musicale dans les pays développés et dans les pays en développement. En particulier, les grandes sociétés entretenant des relations systémiques à toutes les étapes de la chaîne de valeur sont peu ou pas du tout présentes dans de nombreux pays en développement. Dans un sens, ces différences sont le prolongement de la longue histoire de l'industrie musicale, étroitement liée à la relation dynamique entre les grands et les petits acteurs. Les quelques conglomérats multinationaux qui contrôlent près de 80 à 90 % du marché musical mondial se trouvent dans les pays avancés alors que le monde en développement compte une pléthore de petites entreprises qui fonctionnent comme des pépinières de talents dans le monde entier (Andersen *et al.*, 2000).

Nouveaux venus et instabilité croissante dans la chaîne de valeur

31. Les observations qui précèdent donneraient à penser qu'une restructuration de fond en comble est en cours dans l'industrie musicale malgré la prédominance croissante des grosses sociétés. Or la situation est complexe. Pendant les vagues de fusion des années 80 et 90,

⁸ Cette forme d'échange remporte un tel succès que les plus grandes vedettes mondiales (par exemple, Britney Spears) vont désormais enregistrer leurs disques en Suède dans des studios détenus par de petits groupes d'auteurs-compositeurs et de techniciens locaux.

de nombreuses sociétés se sont beaucoup endettées et l'éclatement de la bulle commerciale qui en est résultée est une source de problèmes potentiels qui risquent de déclencher une nouvelle série de manœuvres de défense sous forme de fusions telles que la tentative en cours pour joindre les divisions enregistrement de Sony et BMG (2004).

32. En revanche, on voit apparaître de nouvelles possibilités qui pourraient être bénéfiques aux acteurs les plus modestes. Les auteurs-compositeurs et leurs producteurs d'enregistrements devraient pouvoir court-circuiter l'industrie en place et trouver leur propre auditoire n'importe où dans le monde grâce à l'Internet (pour autant qu'ils puissent se faire connaître et entendre au milieu du bruit qui règne dans ce mode de distribution). D'ailleurs, certains organismes d'étude de marché prédisent l'effondrement de la mainmise des oligopoles sur la production et la distribution d'œuvres musicales (Jupiter Communications, 1998).

33. Ce qui s'est passé jusqu'à présent ne permet guère de confirmer ces prévisions. Au début, les cinq plus grandes sociétés de musique ont été très lentes à adopter l'Internet comme canal de distribution. Tandis qu'elles réfléchissaient laborieusement aux moyens de se lancer dans l'environnement électronique, d'autres le faisaient de plusieurs manières très différentes. MP3.com et des sociétés apparentées ont tout simplement mis la musique à la disposition du public d'une manière qui était notoirement incompatible avec la législation sur la propriété intellectuelle. Napster leur a emboîté le pas avec une «formule miracle», une application remarquablement simple qui permettait aux utilisateurs de partager l'accès à la musique mise en mémoire dans leurs propres disques durs.

34. La Secure Digital Music Initiative (SDMI) (Initiative de sécurisation des musiques au format numérique) est une tentative très médiatisée de l'industrie musicale visant à créer un environnement numérique sûr pour la distribution d'œuvres musicales. Cette initiative ne s'est pas concrétisée, probablement à cause de la diversité des intérêts personnels qui caractérisaient les membres du consortium. Une parade contre la piraterie informatique mise en place à la fin de l'an 2000 a échoué, les chercheurs de l'Université de Princeton aux États-Unis étant parvenus à déchiffrer les codes de sécurité en quelques heures⁹.

35. Les ventes par ordinateur n'ont pas décollé de façon spectaculaire. En 2000, la part du marché en ligne de l'enregistrement musical aux États-Unis était de 3,2 %, soit une augmentation de 0,8 % par rapport à 1999. Rapportant ces chiffres fournis par la Record Industry Association of America (RIAA), le bulletin «*Music & Copyright*», publié à Londres, note que cette information «donne à penser que la lenteur avec laquelle la grande industrie internationale du disque a élaboré sa stratégie de vente en ligne a ralenti l'expansion du marché aux États-Unis» (*Music & Copyright*, 2003). L'entrée, extrêmement médiatisée, des ordinateurs Apple sur ce marché, avec son secteur iTunes, doit aussi être replacée dans le contexte mondial. Il se vend

⁹ Actuellement, les «majors» cherchent de nouvelles techniques qui empêcheraient les consommateurs de copier des CD ou même de graver leurs propres disques à partir de fichiers numériques téléchargés. Les faits ne permettent pas de croire qu'elles trouveront une solution technique parfaite à l'un quelconque des problèmes commerciaux créés par la nouvelle technologie. Au contraire, dernièrement, ces sociétés se sont lancées dans une énergique campagne juridique, avec un certain succès jusqu'à présent, contre les utilisateurs illicites de fichiers musicaux téléchargés.

toujours 1 milliard de CD par an dans le monde, ce qui correspond à quelque 10 milliards de pistes (environ 3 milliards aux États-Unis). C'est en fonction de cet ordre de grandeur qu'il faut apprécier les 100 millions de pistes d'Apple téléchargées à raison de 99 cents par piste au cours de la première année. Dans cet exemple, l'élément intéressant est le rôle d'Apple dans la chaîne de valeur, où il remplace le disque traditionnel.

36. On observe un deuxième type de réaction dans le cas des petites sociétés d'enregistrement indépendantes, qui se sont empressées d'essayer les nouvelles techniques. Elles ont vu dans l'Internet la possibilité pour les créateurs de musique de trouver le plus court chemin pour atteindre un auditoire potentiel n'importe où dans le monde. Travaillant souvent avec des artistes moins connus ou des genres musicaux moins en vogue, ces sociétés ont naturellement jugé particulièrement intéressante cette possibilité de court-circuiter la grande industrie. Mais là encore, le succès a été partiel. Les consommateurs se sont montrés peu enclins à payer pour le téléchargement numérique de musique enregistrée. Leur propension à payer a encore diminué avec l'apparition de sociétés telles que MP3.com et d'applications visant l'utilisation collective de fichiers telles que Napster, qui permettaient d'accéder gratuitement à la musique enregistrée¹⁰.

Les sociétés de perception, intermédiaires indispensables

37. Le droit d'auteur est devenu un moyen d'organiser les intérêts collectifs dans une industrie potentiellement fragmentée et instable. Toutefois, l'application du système des redevances payées par les utilisateurs de musique aux titulaires de droits d'auteur n'est nullement automatique; elle implique des mécanismes de surveillance et d'administration qui, en raison de la dimension internationale de l'industrie, sont parfois complexes.

Règles internationales et contraintes nationales

38. La liberté de créer exige un environnement propice à la créativité, dans lequel le créateur se repose sur ceux qui représentent ou gèrent ses intérêts, sachant qu'ils travaillent efficacement et loyalement et que lui-même ne sera pas lésé. Étant donné la nature du produit et le fait que l'échange et le brassage des idées sont importants pour susciter un climat musical fécond, le système du droit d'auteur n'assure qu'une protection imparfaite dans cette branche d'activité. En outre, l'industrie est certes bien étayée par ce régime, le courant de revenus entre les utilisateurs de musique et les propriétaires des droits n'est nullement automatique; il doit être surveillé et administré par des structures institutionnelles appropriées. C'est essentiellement le rôle de la société de perception (Andersen *et al.*, 2000).

39. Le modèle de la société de perception est illustré à la figure 2. Les sociétés fonctionnent comme des intermédiaires ostensiblement indépendants entre les titulaires de droits (éditeurs et auteurs) et les utilisateurs (exploitants d'œuvres musicales). Comme en fait ce sont souvent des monopoles de facto, elles sont de plus en plus surveillées par des instances officielles comme les organismes internationaux de réglementation et de protection de la concurrence. Les utilisateurs se plaignent souvent que les sociétés profitent de leur situation de monopole pour extorquer

¹⁰ Cela dit, certains éléments montrent que la disponibilité accrue de musique sous une forme virtuelle comme les fichiers MP3 aboutit à une consommation accrue de supports matériels tels que les CD.

des rémunérations exorbitantes. En Europe, la Commission européenne a encouragé un certain degré de concurrence entre les sociétés de perception et elle considère probablement le pouvoir de certains utilisateurs comme une garantie contre les abus de la part des sociétés.

40. L'histoire des sociétés de perception qui représentent les compositeurs dans les nations pauvres est lacunaire et ne montre pas toujours des résultats encourageants. Dans beaucoup d'ex-colonies britanniques, la société qui gère les droits d'exécution au Royaume-Uni a créé des embryons de sociétés locales visant essentiellement à percevoir les recettes afférentes aux œuvres britanniques et non à donner des débouchés locaux ou internationaux pour les créations locales de la nation qui venait d'accéder à l'indépendance. En outre, à mesure que ces nouvelles sociétés grandissaient, beaucoup ont été accusées d'incompétence, voire de corruption.

41. Le cadre global des règles applicables aux sociétés de perception (énoncées dans la chartre de la CISAC) autorise les agences locales de droit d'auteur à conserver 10 % des sommes perçues, afin de les affecter «à des fins socioculturelles». Cette disposition donne à la société la possibilité de soutenir les musiciens du pays et, d'une manière générale, d'établir un lien entre la créativité et la protection des droits de propriété intellectuelle.

42. Le désir de disposer d'une société de perception des droits d'auteur puissante et indépendante est compréhensible mais contraignant. Un intermédiaire qui contrôle l'utilisation des œuvres musicales et qui perçoit et distribue les recettes doit posséder une base de données exacte, à jour et efficace sur les auteurs et les œuvres, un bon système de traitement des transactions, des moyens bien développés de négociation et de perception dans leur zone d'activité géographique et de bonnes méthodes de distribution locale, ainsi que des accords de réciprocité équitables et effectivement appliqués avec leurs homologues d'autres pays.

43. La principale difficulté concerne la qualité des données qui sont fournies aux sociétés de perception. Une autre difficulté concerne l'interconnexion entre les différentes bases de données afin que chaque société ne soit pas obligée d'enregistrer toutes les données elle-même mais puisse consulter d'autres bases grâce à des moteurs de recherche appropriés. Les seuls exemples de ce genre de système se trouvent dans les pays nordiques, où les sociétés des auteurs de musique de Suède, de Finlande, du Danemark, de la Norvège et de l'Islande ont relié entre elles leurs sources de données concernant les œuvres musicales et leurs auteurs par l'intermédiaire d'une base de données virtuelle, Norddoc.

Le Système commun d'information de la CISAC

44. La CISAC, qui a son siège à Paris, est l'organisation internationale qui regroupe les sociétés d'auteurs et compositeurs. Elle établit les règles du jeu internationales qui gouvernent les relations entre les sociétés de perception. Des bases de données virtuelles donnant à tous les membres les mêmes chances d'efficacité sont un élément essentiel d'un régime équitable d'envergure mondiale. Au milieu de la décennie 1990, la CISAC a lancé une grande initiative dans ce sens, le Système commun d'information (CIS), qui offre des modes d'identification spécifiques des œuvres (avec renvoi aux titulaires des droits). La connexion à ce système est le meilleur moyen pour une petite société de droit d'auteur de défendre les intérêts de ses adhérents sur le plan mondial. Ainsi, dans un régime CIS bien conçu, des individus peu scrupuleux pourraient difficilement prétendre être les auteurs d'œuvres qui auraient été enregistrées par les créateurs d'un pays en développement au moyen d'une identification exclusive dans le système CIS.

45. L'exemple qui précède montre combien il est important pour les pays en développement d'établir des sociétés de perception qui puissent exercer avec compétence leur fonction d'enregistrement, fonction qui s'étendrait même à l'enregistrement d'arrangements de musique traditionnelle. Un système local efficace est le meilleur moyen a) de garantir que les recettes gagnées par les membres qui ont du succès reviennent vers le pays d'origine, b) de ne pas perdre une clientèle de compositeurs locaux au profit de sociétés établies à l'étranger. Étant donné l'efficacité accrue qu'apporte l'informatique, on peut craindre que des groupes de sociétés n'aillent chercher des clients en dehors de leur région afin de financer les investissements consacrés à de nouveaux systèmes communs. Le mot «fusion» peut avoir un sens même dans les milieux de la propriété intellectuelle.

46. La collaboration entre les sociétés parvenues à maturité et les sociétés plus jeunes est indispensable, pour autant qu'elle se place sur un pied d'égalité; ainsi, la société des compositeurs suédois, STIM, a fourni une assistance à la fois financière et technique aux jeunes sociétés des États baltes (Estonie, Lituanie et Lettonie)¹¹.

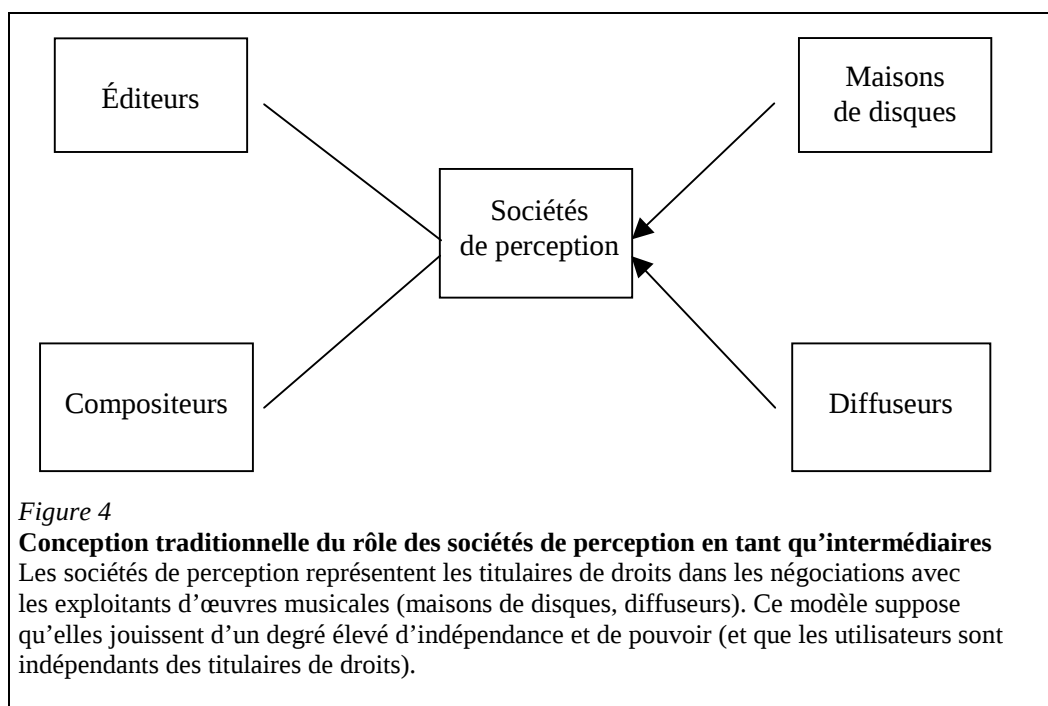
Règles du jeu équitables: les enjeux d'ordre international, régional et local

47. Il ressort de la figure 4 que la société de perception remplit une fonction clef dans l'industrie de la musique; elle a un rôle puissant de tampon garant de l'équité entre les intérêts des titulaires de droits et ceux des exploitants, elle fixe les tarifs par voie de négociation avec les utilisateurs au nom de l'ensemble des auteurs (ce qui lui permet d'offrir un répertoire universel), et elle établit un équilibre entre les exigences légitimes des détenteurs de droits et celles des utilisateurs. L'intégration verticale par la fusion d'entreprises a une incidence non négligeable sur cette indépendance. Les grandes maisons d'édition fonctionnent comme un oligopole international. Leurs filiales locales siègent quelquefois au conseil d'administration des sociétés locales d'auteurs, de sorte que leurs représentants se retrouvent finalement avec une double allégeance, envers le conseil d'administration de la société de perception locale et la société mère internationale. Cette situation a permis aux grosses sociétés d'obtenir des avantages financiers aux dépens de plus petits protagonistes. Certains départements de grandes maisons de disques ont offert l'ensemble de leur portefeuille (par exemple l'encaissement des droits de reproduction mécanique pour l'ensemble de l'Europe) à une seule société de perception en échange d'un rabais sur les prix. Leurs départements d'édition ont alors exigé une réduction de la commission de la société pour le versement des redevances correspondant aux chansons diffusées par leurs disques. Les victimes du système sont les compositeurs de chansons diffusées par des maisons de disques plus petites, pour lesquelles la commission a souvent été relevée pour permettre aux sociétés de perception d'équilibrer leurs comptes. Des phénomènes de ce genre risqueraient fort d'affaiblir les sociétés de perception naissantes dans les pays en développement.

¹¹ Sans cette assistance, les compositeurs baltes qui ont obtenu des prix au concours Eurovision de la chanson depuis deux ans n'auraient jamais pu toucher une part suffisante des droits d'auteurs versés à leur pays.

Figure 4
**Conception traditionnelle du rôle des sociétés de perception
en tant qu'intermédiaires**

Les sociétés de perception représentent les titulaires de droits dans les négociations avec les exploitants d'œuvres musicales (maisons de disques, diffuseurs). Ce modèle suppose qu'elles jouissent d'un degré élevé d'indépendance et de pouvoir (et que les utilisateurs sont indépendants des titulaires de droits).



48. Ces observations entraînent un certain nombre de conséquences pour les sociétés de perception dans les pays en développement. Elles doivent évidemment être compétentes et transparentes et bénéficier du soutien à la fois moral et juridique des pouvoirs publics. Elles doivent faire partie de la famille internationale et exiger qu'on leur applique les mêmes règles qu'aux grandes sociétés plus anciennes. Ces observations conduisent à la conclusion inévitable qu'il faut renforcer, élargir et valoriser le rôle fédérateur de la CISAC pour les activités des sociétés de perception et aussi son rôle de gardien des principes de la réciprocité et de la solidarité, afin de tenir compte de la nouvelle physionomie de l'industrie mondiale de la musique. L'OMPI, en tant que gardien des règles du jeu mondial, a aussi une grande responsabilité à cet égard¹².

¹² Il est intéressant de noter que la connaissance et la mise en œuvre de cette pratique courante n'ont atteint la Suède que récemment, malgré le succès des compositeurs suédois sur le marché international. On peut citer la règle de la CISAC qui veut que 50 % des sommes perçues au titre des droits d'exécution (par exemple pour la diffusion par des stations de radiodiffusion ou de télévision ou l'exécution en concert) dans un pays tiers doivent être versées à l'auteur, par l'intermédiaire de la société de perception du pays où il est enregistré. Cela suppose que le compositeur ait une société de perception locale fiable, que les œuvres en question aient été enregistrées sur le plan local et que les données correspondantes soient disponibles sur le plan

La piraterie dans les pays en développement

49. L'industrie de la musique rappelle souvent au public que la piraterie coûte des milliards aux artistes et aux compositeurs sous forme de manque à gagner. Pour l'année 2000, les ventes mondiales d'enregistrements pirates sont estimées à 4,2 milliards de dollars et dans certains pays en développement la piraterie est généralisée¹³. La diffusion des techniques de copie à bon marché et la capacité de plus en plus grande des disques sont la principale source de piraterie depuis quelques années; en 2000, le marché des CD comprenait plus d'un tiers de ventes d'enregistrements pirates. Cependant, l'amélioration des lois sur le droit d'auteur s'est fait sentir dans des pays comme la République de Corée et la Thaïlande, où il est avéré qu'elle a permis de réduire les ventes d'enregistrements pirates (Throsby, 2002).

50. En revanche, la «piraterie» sous forme de copie non autorisée d'œuvres musicales qui n'entraîne pas de «ventes manquées» n'est pas toujours synonyme de manque à gagner. Ceux qui n'ont pas les moyens de payer un CD 10 ou 15 dollars et qui préfèrent acquérir une copie pirate à 2 dollars n'achèteraient pas nécessairement le même nombre de CD au prix fort en l'absence de version pirate. On peut en dire autant des consommateurs qui téléchargent de la musique depuis l'Internet par l'intermédiaire de services tels que Kazaa. D'ailleurs, il ressort d'un certain nombre d'études que le recours aux services d'égal à égal pour télécharger de la musique à partir du disque dur d'autres utilisateurs a en fait accentué la propension à acheter des supports matériels tels que les CD (ou même à assister à des concerts) (Oberholzer F. and Koleman S., 2004).

51. Bien entendu, la lutte contre les agissements d'entreprises qui fabriquent des enregistrements pirates sur CD et sur cassette doit être la priorité absolue dans tous les pays. La répression de la piraterie a le plus d'efficacité si les institutions locales ont un intérêt économique à l'éliminer. Ainsi, une société locale de droit d'auteur peut profiter d'activités antipiraterie efficaces puisque celles-ci seraient une source de revenus pour elle (sous forme des recettes perçues au titre des droits d'auteur prélevés sur les ventes licites).

international. L'autre fraction de 50 % est habituellement versée à un éditeur local qui représente l'éditeur de l'œuvre originale sur le territoire en question. Le partage par moitié est une règle ancienne qui remonte à l'époque où même un «sous-éditeur» local, par exemple un représentant pour une chanson allemande aux États-Unis, imprimait des partitions de musique. Beaucoup de compositeurs reconnus se sont assuré, au moyen de contrats «avec prélèvement à la source», une part directe de revenu supérieure à 50 %. Au Royaume-Uni, les contrats «avec prélèvement à la source» à 70/30 sont fréquents, même pour des compositeurs moins célèbres; autrement dit, le compositeur est assuré de percevoir 70 % de toutes les sommes encaissées (déduction faite des impôts et des frais administratifs de la société de perception). Certains compositeurs à succès ont négocié des contrats à 90/10, c'est-à-dire dans lesquels l'éditeur ne peut jamais conserver plus de 10 % des sommes encaissées.

¹³ Le problème ne concerne pas uniquement les pays en développement: les ventes pirates estimées ont atteint au total 180 millions de dollars en Italie.

Pratiques optimales et recommandations de politique générale

52. Il n'existe pas d'ensemble universel de solutions générales aux problèmes qui se posent aux industries naissantes dans les pays en développement, notamment les moins avancés. Néanmoins, l'analyse présentée dans le présent rapport donne à penser que les changements en cours dans l'industrie de la musique pourraient ouvrir de nouvelles possibilités aux petits acteurs et constituer un important bassin de création d'emplois et d'expansion commerciale. Il s'agit notamment de la possibilité d'obtenir des rémunérations élevées, ce qui pourrait être une source de réinvestissement des bénéfices car la musique est une industrie à haut risque porteuse de subventions croisées massives qui sont nécessaires pour pouvoir viser un horizon à long terme en période d'incertitude et d'instabilité caractérisées. Toutefois, ces mêmes tendances peuvent aussi susciter pour les premiers partants des avantages massifs qui empêchent les nouveaux venus d'accéder aux activités les plus lucratives. Pour les petits pays, une formule mixte de participation privée et publique est un moyen de parvenir au succès. Il convient d'améliorer les passerelles professionnelles entre les éléments créatifs et les éléments «non créatifs» du secteur, afin de surmonter les obstacles à l'expansion. La thèse économique en faveur de l'intervention de l'État repose sur l'argument bien connu de l'échec du jeu des forces du marché et sur le caractère de marchandise publique qui est celui des produits culturels.

Partage des risques

53. D'une manière générale, l'accès au financement est une nécessité pour toutes les entreprises, mais des études montrent que les entreprises culturelles se heurtent à des obstacles redoutables, surtout si elles sont petites (Cunningham, 2004). Le problème tient en partie à la nature de tout produit culturel dont l'aspect marchandise publique l'expose aux agissements des profiteurs. En conséquence, les méthodes actuelles de financement sont particulièrement déficientes dans les phases de démarrage et de développement de ces entreprises, pour lesquelles les risques sont de toute façon particulièrement élevés. Le problème est aggravé dans les pays en développement, où les marchés financiers sont étroits et où la déréglementation a pour effet d'évincer les industries présentant des risques plus élevés, des périodes de gestation plus longues ou des structures institutionnelles complexes (Felix, 2003).

54. La plupart des pays en développement sont dépourvus d'une politique sectorielle d'ensemble pour leurs industries culturelles. Afin d'améliorer l'image de l'industrie auprès des investisseurs, il convient au premier chef de corriger cette lacune. Actuellement, la plupart des entreprises ayant un lien avec la musique sont des PME, mais les pays en développement auront besoin de créer des grandes ou moyennes entreprises pour s'implanter sur le marché mondial en tant que compétiteurs, avec les obligations financières qui en découlent à l'évidence. Un moyen d'y parvenir serait de constituer des groupes d'entreprises ou des districts industriels spécialisés, phénomène qui paraît caractériser l'industrie dans les pays plus développés et qui pourrait être une solution de remplacement des grandes entreprises à intégration verticale (Kozul, 1993).

55. En Europe, des mécanismes financiers publics, privés et mixtes très divers sont à la disposition des entreprises culturelles pour leur développement commercial: crédit aux entreprises, prêts à des conditions de faveur, subventions et systèmes de subventions conçus spécifiquement pour les PME culturelles (EU, 2000). De nouveaux instruments monétaires (par exemple, systèmes d'échanges locaux) comme ceux qui ont été créés au Royaume-Uni

sont mieux adaptés aux conditions d'un marché local¹⁴. Un autre instrument important dans ce domaine est la **garantie de prêt**. Il s'agit d'un système public-privé de garantie financière associée à des supports financiers, tels que l'IFCIC en France et la SODEC au Québec (Canada). Il existe des mécanismes de garantie de prêt dans quelques pays africains, par exemple le GARI (Lomé, Togo), le FANG (Tunisie), etc. Ils ne peuvent pas se substituer aux prêts bancaires, mais ils peuvent fournir au secteur bancaire une assurance à l'appui du développement des entreprises.

56. Enfin, les organismes de développement peuvent jouer un rôle important par l'apport de capitaux aux entreprises culturelles. Jusqu'à présent, les organismes multilatéraux de financement et les banques régionales de développement n'ont pas été très actifs dans ce domaine, mais des signes de changement se dessinent. D'autres institutions internationales comme la CNUCED et l'ONUDI peuvent dispenser un soutien technique complémentaire aux associations de PME ainsi qu'aux organismes gouvernementaux pour la création de groupements d'industries culturelles.

Développement institutionnel

57. Une conclusion générale de la présente étude est qu'il est indispensable de mettre l'accent sur les institutions gérantes du droit d'auteur et sur les courants de recettes. Lorsque c'est nécessaire, les pays en développement doivent moderniser leur législation de la propriété intellectuelle et faciliter l'établissement d'un régime de droit d'auteur bien conçu qui puisse garantir l'égalité des chances entre leurs propres créateurs et ceux avec lesquels ils sont en concurrence sur le plan international. Dans cette action, les pays en développement devraient recevoir une aide technique et financière des milieux spécialisés internationaux afin d'encourager leurs propres organismes de protection du droit d'auteur, organismes qui soient efficaces, équitables et transparents. Cela suppose qu'ils puissent affronter avec succès des audits indépendants et assez rigoureux et cela suppose aussi que les utilisateurs de musique (qui versent une rémunération aux sociétés de perception) et les créateurs de musique (qui encaissent les revenus distribués) soient légitimement convaincus que les recettes sont bien distribuées à ceux dont l'œuvre musicale a été exécutée.

58. Toute initiative mondiale de l'industrie de la musique ayant pour effet d'affaiblir les principes de réciprocité et de solidarité qui ont toujours assuré la cohésion du système de protection du droit d'auteur (ou, pis encore, toute initiative visant à court-circuiter ce système) ne peut avoir que des conséquences néfastes. Dans ce domaine, des organisations internationales comme l'OMPI et la CISAC, qui ont un rôle à la fois consultatif et un rôle de surveillance, sont investies de responsabilités importantes.

En résumé, les politiques générales doivent comporter les éléments suivants:

- Lorsque c'est possible, encourager les créateurs à conserver sur place les droits afférents à leurs œuvres originales (par l'intermédiaire d'un éditeur local), les contrats d'exploitation internationale étant fondés sur des conditions «raisonnables» (conditions qui sont jugées raisonnables dans les nations exportatrices de musique depuis longtemps);

¹⁴ Il n'entre pas dans le cadre de la présente étude d'analyser ces éléments en détail. Voir EU (2000).

- Chercher des modes de transfert de connaissances et de technologie et un soutien opérationnel auprès d'autres petites nations du monde développé qui ont réussi à créer des institutions locales, indépendantes et prospères de gestion du droit d'auteur (par exemple l'Irlande et la Suède);
- Coopérer avec des organismes internationaux comme l'OMPI pour donner aux musiciens/compositeurs locaux et aux chefs d'entreprise de l'industrie musicale une meilleure connaissance de cette industrie.

Édifier et consolider une industrie locale

59. La base créative commence à l'échelon local. Un climat entrepreneurial florissant qui encourage les petites maisons indépendantes à produire une gamme étendue de produits musicaux peut être le fondement du succès à l'exportation, lequel peut encourager les filiales locales des «majors» à investir dans le répertoire et les artistes locaux. Ce genre de climat peut stimuler la croissance de l'entrepreneuriat local, qui peut trouver des valeurs de synergie dans la collaboration avec les filiales des multinationales de la musique.

60. Certains pays ont mis en place différents programmes pour le financement direct et/ou partiel de la production locale. Le Programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore du Canada a été créé en 1986 pour fournir aux sociétés locales une aide pour la production de programmes canadiens audiovisuels de musique et de radiodiffusion, ainsi que des moyens de commercialisation et de distribution. Le financement était à l'origine de 5 millions de dollars canadiens par an. Le rapport d'un groupe d'étude du Gouvernement canadien conclut que malgré une baisse de 27 % de cette somme, en dollar constant, le Programme a eu un effet extrêmement bénéfique sur l'industrie locale de l'enregistrement sonore. En revanche, il a été critiqué parce qu'il fournissait une aide très insuffisante pour la commercialisation et la distribution.

61. Les opérations commerciales internationales réussies vont probablement faire intervenir ce genre d'association d'entreprises locales et de sociétés internationales. La condition du succès est de posséder des connaissances spécialisées dans le domaine des «transactions raisonnables»; il convient en particulier que les créateurs se rendent bien compte qu'ils n'ont pas avantage à se départir par contrat de leurs droits en échange du versement d'un petit acompte. Pour une industrie naissante d'un pays en développement, il est absolument indispensable d'établir des principes et des pratiques rationnels concernant les relations entre les industries locales et nationales et leurs homologues internationaux. Si elle ne connaît pas les normes qui sont en vigueur dans les nations qui exportent de la musique depuis longtemps, l'industrie nationale de la musique se trouvera nettement défavorisée, quelle que soit la valeur de ses atouts créatifs.

Conclusions

62. La tendance à la mondialisation des sociétés de l'industrie musicale ne remet pas en cause la notion d'industrie nationale ou même régionale de la musique. Des moyens de distribution planétaire comme le satellite ou l'Internet ne respectent certes pas, sur le plan technologique, les frontières nationales, territoriales ou culturelles (linguistiques). En revanche, ils n'ont pas seulement pour effet d'assurer la promotion d'un nombre décroissant de vedettes et de produits mondiaux du spectacle.

63. La combinaison de facteurs locaux comme la culture, l'éducation, la situation de l'économie et l'accès à la technologie, même lorsqu'il y a interférence de tendances internationales, peut susciter un niveau élevé d'activité locale. L'effet global qui en résulte peut alors constituer une ressource nationale de facto. Ce fut le cas pendant des décennies au Royaume-Uni et aux États-Unis. Plus récemment, d'autres pays, même des petits pays comme l'Irlande, la Suède et la Jamaïque, ont montré qu'ils peuvent se doter d'une industrie florissante.

64. On peut définir un certain nombre de domaines appelant un complément d'étude. Ils sont liés aux questions clefs évoquées précédemment: système de gestion collective, formes de gouvernement et soutien privé à l'édification d'industries locales, acquisition de compétences en matière d'industrie musicale grâce à l'enseignement et à la formation professionnelle. Par ailleurs, il convient de se préoccuper davantage d'étendre les recettes dérivées des droits de propriété intellectuelle à d'autres groupes de titulaires de droits, et aussi de réfléchir au point de savoir avec quelle rapidité les pays en développement doivent, le cas échéant, se joindre à ce mouvement.

65. Les considérations qui précèdent ont une grande importance non seulement pour les pays en développement mais aussi pour l'ensemble des industries internationales de création. Si l'on veut que le monde profite de l'immense capital d'atouts culturels que possèdent les pays en développement, il convient de soutenir activement l'industrie de ces pays, en vue d'étoffer leur capacité d'offre et de les aider à développer leurs échanges dans des conditions de commerce équitable. Il faudra pour ce faire assurer l'égalité des chances et un niveau approprié de connaissances internationales même à l'échelon local. Les industries créatrices, comme la musique, peuvent constituer un moyen précieux de promouvoir et de favoriser la diversité culturelle. Compte tenu de ces facteurs, la communauté internationale doit mettre en place des mesures et des mécanismes spéciaux afin de promouvoir une diversité culturelle qui reconnaisse aux sociétés et aux groupes sociaux le droit de créer, diffuser et distribuer des biens et services culturels respectueux de leur identité et de leur dignité et d'avoir accès à ces biens et services.

Bibliographie

- Ahlgren B (2000). Electronic trade in music: The shift from physical to non-physical products. Masters' thesis, Department of Media Technology and Graphic Arts, Royal Institute of Technology (KTH), Stockholm (Suède).
- Andersen B, Kozul-Wright Z and Kozul-Wright R (2000). *Copyrights, Competition and Development: The Case of the Music Industry*, CNUCED, document de travail, 145, janvier, UNCTAD/OSG/DP/145, Nations Unies, Genève.
- Burnett R (1996). *The Global Jukebox: The International Music Industry*. Londres: Routledge.
- Choi CJ and Hilton B (1995). "Globalization, originality, and convergence in the entertainment industry". In: L. Foster (ed.), *Advances in Applied Business Strategy*, Greenwich, CT: JAI Press.
- CNUCED (1997). *Rapport sur le commerce et le développement, 1997*, Nations Unies, Genève.
- (2003). Proceedings of the Youth Forum, Music Industry Workshop, Bruxelles, troisième Conférence des Nations Unies sur les pays les moins avancés, Parlement européen, mai, Nations Unies, Genève et New York.
- Cunningham S (2003). *Evolving creative industries: From original assumptions to contemporary interpretations*, compte rendu d'un séminaire, 9 mai, Q U T Brisbane (Australie).
- Dayton-Johnson J (2000). "What's Different About Cultural Products? An Economic Framework." (Dalhousie University) Paper produced for Strategic Research and Analysis (SRA), Strategic Planning and Policy Coordination, SRA501. Ottawa: Ministère du patrimoine canadien.
- Felix D (2003). The Past as Future? The Contribution of Financial Globalization to the Current Crisis of Neo-Liberalism as a Development Strategy, PERI Working Paper Series No. 57. Political Economy Research Institute, University of Massachusetts, Amherst.
- Gerdes J and Rolland E (2000). "Www—What went wrong. An analysis of the apparent collapse of the dot coms", *Actes de la troisième Conférence internationale sur les télécommunications et le commerce électronique (ICTEC)*, Dallas: Southern Methodist University.
- Grahl J (2001). "Globalized finance", *New Left Review*, mars-avril.
- Gronow P and Saunio I (1998). *An International History of the Recording Industry*, Cassell, Llewellyn, Wellington House, Londres.
- Hirsch PM (1992). Globalization of mass-media ownership: Implications and Effects, *Communication Research* 19: 677–681.
- Jupiter Communications (2000). "Selling music On-line", document présenté par O. Beauvillan à la PopKommconference, Cologne, août.

- Kozul Z (1993). Innovation and industrial organisation, PhD thesis, University of Cambridge, Cambridge.
- Kretschmer M and Wallis R (2000). "Business models and regulation in the electronic distribution of music". In: B. Stanford-Smith, *E-Business: Key Issues, Applications and Technologies*, Amsterdam: IOS Press, pp. 197-204.
- Kretschmer M, Klimis G and Wallis RA (1999). "The changing location of intellectual property rights in music: A study of music publishers, collecting societies and media conglomerates", *Prometheus* 17/2, pp. 163–186.
- Lovering J (1998). "The global music industry: Contradiction in the commodification of the sublime" In: A. Leysham et al (eds.), *The Place of Music*, New York: Guildford Press.
- Malm K and Wallis R (1992). *Media Policy and Music Activity*, Londres: Routledge.
- Mol JM and Wijnberg NW (2002). "Value chain envy: Explaining new entry and vertical integration in popular music", Research Report, SOM, 02B32, University of Groningen (Pays-Bas).
- Music & Copyright (2002). "EMI reports an 83% rise in EBITDA to US\$ 24 million", No. 240, 27 novembre, Informa Media Group, Londres.
- Music & Copyright (2003). "On Line retail market expands but high costs and increased competition threaten standalone web retailers", No. 265, 24 décembre, Informa Media Group, Londres.
- Negroponte N (1996). *Being Digital*, Vintage Books.
- Negus K (1999). *Music Genres and Corporate Cultures*, Londres: Routledge.
- Oberholzer F and Koleman S (2004). The effects of file sharing on record sales: An empirical analysis, research paper, Harvard Business School/UNC Chapel Hill, mars.
- Rutten P (1991). Local popular music on the national and international markets, *Cultural Studies* 5: 294–305.
- Tapscott D, Ticoll D and Lowy A (2000). *Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs*, Harvard Business School Press, Cambridge, MA.
- Throsby D (2002). "*The music industry in the new millennium: Global and local perspectives*", document rédigé pour l'Alliance globale pour la diversité culturelle, Division des arts et des entreprises culturelles, UNESCO, Paris.
- Union Européenne (EU) (2000). Banking on culture, www.EU.org.

Wallis R (1990). "Internationalisation, Localisation and Integration: The Changing Structure of the Music Industry", working paper of the Department of Mass Communication, Gothenburg University (Suède).

– (2000). "The music industry and the digital environment seen through the eyes of a smaller collecting society". In: J. Turton and E. Lauvaux (eds.), *Legal and Commercial Effects of Digitisation on the Music Industry*, Apeldoorn (Pays-Bas): Maklu Publishers, pp. 221-232.

Wallis R and Malm K (1984). *Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries*, Londres: Constable.

Wallis R, Kretschmer M, Holtham C and Skinner C (1998). "Credibility capital: The new logic of electronic markets". *Actes de la première Conférence internationale sur les télécommunications et le commerce électronique (ICTEC)*, Nashville: Vanderbilt University.
