

Janvier 2008 (avec l'aide de SUISA) (MAJ janvier 2011, Yan Luong)

## L'exploitation numérique de la musique sur le Web 2.0

Depuis quelques années, le marché du disque ne cesse de baisser au profit d'Internet et de ses multiples ressources. Dans l'ère du Web 2.0, **l'exploitation numérique de la musique a définitivement emboîté le pas aux supports physiques traditionnels** (CDs, Vinyles, etc.) et offre aux artistes de nouvelles manières de se faire connaître et de promouvoir leur musique.

Le terme générique **Web 2.0** est utilisé depuis 2004 pour décrire les nouveaux services interactifs du World Wide Web auxquels les utilisateurs d'Internet sont associés. Non seulement consommateurs d'informations mais aussi prestataires, les internautes peuvent désormais mettre en ligne des contenus et en déterminer la forme.

Parmi les récentes applications du Web 2.0, on compte notamment les réseaux sociaux : **Soundcloud, Spotify, Deezer ou Soundschack**. Les outils comme les **blogs**, les **podcasts**, la **distribution numérique**, les **webradios**, les sites de **téléchargement**, **streaming** et **peer-to-peer** participent également au boum de l'industrie musicale en ligne.

Si l'aspect financier de ces plates-formes a une importance croissante, la **situation des ayants droit** demeure problématique. Qui se soucie en effet des droits rattachés aux enregistrements musicaux qui circulent « librement » sur Internet ? Quel est le contrôle des auteurs interprètes sur leurs œuvres ?

Les **sociétés de droits d'auteur** telles que SUISA, ainsi que des plateformes, à l'enseigne de Spotify ou Soundschack élaborent néanmoins de nouveaux systèmes qui recensent les utilisations de musique en ligne afin que les ayants droits perçoivent des **redevances** sur leurs œuvres.

Enfin, la norme **Creative Commons** représente une alternative intéressante pour les auteurs interprètes qui désirent gérer individuellement leurs droits sur des œuvres diffusées sur Internet.

### Les plate-formes de promotion musicales et réseaux sociaux

L'exemple type (et toutefois mourant) de l'industrie musicale globalisée sous la forme d'un réseau social est le site communautaire **MySpace.com** qui rassemble des centaines de millions d'utilisateurs dont plusieurs groupes de musique. Grâce au Web 2.0, ces artistes peuvent se passer d'intermédiaires (labels, distributeurs) et proposer leurs œuvres gratuitement en écoute (*streaming*) à un large public à des fins promotionnelles.

Pensé sur une base entièrement gratuite à l'image de MySpace.com, **Mx3.ch** est le portail musical suisse des troisièmes chaînes de radios nationales : DRS 3, Couleur 3, Rete 3, Virus et Radio Rumantsch. Cette plate-forme Internet créée en 2006 permet aux artistes suisses et aux structures professionnelles qui les entourent (labels, clubs, festivals...) de présenter sur leur page personnelle non seulement des morceaux de musique mais aussi une biographie et des liens vers d'autres sites Web. Mx3 offre à tous ses utilisateurs un moyen efficace d'être repérés par les radios et contactés par d'autres mélomanes ou professionnels, au-delà des frontières linguistiques.

**YouTube.com** est un site web sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, visualiser et se partager librement des séquences vidéo. Le service affiche tout style de contenus: extraits de films, émissions de TV, clips musicaux, chansons complètes, etc. Ce nouveau média (2005), géré essentiellement par les internautes, confère à ses usagers les plus remarquables une certaine notoriété qui pousse de nombreux artistes à y faire circuler interviews et images de concerts.

**Deezer, Soundschack et Spotify** – pour ne citer qu'elles - sont des plates-formes basées sur le streaming et proposent des modèles appelés « freemium » : une partie du service est gratuit mais les fonctionnalités complètes des sites sont soumises à abonnement. Certaines intègrent des moteurs de préférence (un algorithme propose des chansons aux sonorités similaires à l'auditeur/internaute), d'autres misent sur l'échange de « playlists » entre abonnés ou misent sur celles fournies par les artistes eux-mêmes.

## Les outils du Web 2.0

Le **blog** (de *web* et *log*) est un site web qui se présente sous la forme d'un journal de bord constitué de billets classés du plus récent au plus ancien. Son contenu peut s'intéresser de près à la musique et contenir des échantillons audio sur lesquels les internautes peuvent apporter des commentaires.

Le **podcast** (de *iPod* et *broadcast* = diffuser) est un fichier audio à télécharger automatiquement, au besoin ou par abonnement à un flux RSS, qui peut se lire sur un ordinateur et un baladeur numérique. Cette technique permet aux artistes de mettre leur oeuvre gratuitement à disposition d'auditeurs intéressés, en vue d'une écoute immédiate ou ultérieure.

Un **distributeur de musique numérique** (ou **agrégateur**) est un service en ligne de distribution de catalogues de labels ou de producteurs à des magasins de musique en ligne (Napster, iTunes, eMusic, etc.) sous la forme de fichiers MP3, généralement par morceau, par album, ou par abonnement mensuel.

Le **netlabel** (ou *elabel*) est l'équivalent du label musical sur Internet, qui a pour vocation de diffuser en téléchargement la musique d'auteurs, généralement gratuitement et sous une licence artistique libre (*licences Creative Commons*, etc.).

Le **téléchargement** (*upload / download*) concerne la transmission via Internet d'informations: logiciels, images, sons, vidéos, etc. qui deviennent propriétés de l'utilisateur. Il peut être libre et gratuit, soumis à contraintes, ou payant. Il peut aussi être légal ou illégal, en fonction du contenu téléchargé, et des pays d'origine et de destination de l'information.

Le **streaming** (lecture en continu) est une alternative au téléchargement qui consiste à mettre gratuitement à disposition des internautes des flux audio ou vidéo « en direct », uniquement par l'intermédiaire du web (sans possibilité de s'approprier définitivement ces données hors connexion).

Le **peer-to-peer** (pair-à-pair ou P2P) permet à plusieurs ordinateurs de communiquer via un réseau (eMule, BitTorrent, etc.) et de partager gratuitement ou moyennant un abonnement une des informations : le plus souvent des fichiers, mais aussi des flux multimédia continus (*streaming*).

Une **webradio** (Pandora, Last FM) est une station de radio diffusée sur Internet grâce à la technologie du *streaming*. Proposant un contenu musical généraliste ou spécialisé, les webradios s'acquittent normalement de droits d'auteurs auprès d'une société de gestion (SUISA). Certaines webradios ne diffusent que du contenu sous *copyleft*, donc sans obligation de s'acquitter de redevances sur le droit d'auteur.

## Comment promouvoir/diffuser et commercialiser sa musique en ligne ?

### Promotion et diffusion

Dans un 1<sup>er</sup> temps, plusieurs possibilités s'offrent à un artiste qui veut diffuser sa musique sur le web:

- Créer une **page web personnelle** qui illustre un univers artistique particulier et propose des fichiers audio en écoute (*streaming*) ou téléchargement gratuit et des vidéo-clips.
- Souscrire aux **plates-formes de socialisation, de blogging ou de micro-blogging** musicales ou généralistes.
- Etre présent sur les **forums** et **blogs** consacrés à la musique.
- Rechercher des **partenariats** en vue de la commercialisation de sa musique : (net)labels, webradios, sites de téléchargement, *streaming* et *peer-to-peer*.

### Remarques

- Internet permet d'établir un **contact direct** avec son public mais ne supprime pas nécessairement les intermédiaires.
- l'ère numérique ne signifie par la fin des labels et des structures professionnelles, très peu d'artistes peuvent intégrer les réseaux de distribution sans être **conseillés** et **entourés**.
- les démarches proposées ci-dessus sont basiques et devraient idéalement déboucher sur une **collaboration professionnelle** pour intégrer des réseaux de distribution reconnus.

### Commercialisation

Dans un 2<sup>e</sup> temps, l'artiste a deux solutions, il peut :

- d'une part, **commercialiser lui-même sa musique** via son site Internet ou en sollicitant un **magasin de musique en ligne**.
- d'autre part, signer un **contrat de licence pour distribution numérique** avec un agrégateur, soit de manière individuelle, soit via l'intermédiaire d'un label.

Un distributeur numérique (agrégateur) propose différents services :

- offre de **partenariats** avec des plates-formes de diffusion (Napster, Itunes, eMusic, etc.).
- mise à disposition de **compétences marketing** spécifiques en relation avec les acteurs de la musique en ligne : promotion des ventes, optimisation de la visibilité et des revenus de l'artiste ou du label.
- partage d'un **savoir-faire technique** : numérisation, encodage, mise en ligne de catalogues, etc.
- **rémunération** selon les clauses du contrat de distribution.

## **Cadre juridique et situation des ayants droit (par Poto Wegener, SUISA\*):**

### **1) Œuvres de membres de SUISA**

Si un musicien membre de SUISA (ou d'une autre société de gestion) veut mettre à disposition des enregistrements de ses compositions sur des portails comme MySpace.com, Mx3.ch, des blogs ou des podcasts, il doit tenir compte de ce qui suit. Il faut l'accord:

- (le cas échéant) de tous les interprètes ayant participé à l'enregistrement;
- (le cas échéant) du label avec lequel le musicien a signé un contrat.

**L'adhésion à SUISA a les conséquences suivantes:** les auteurs cèdent leurs droits à SUISA par le contrat de gestion et lui confient le mandat d'encaisser les redevances de droits d'auteur en cas d'utilisation des œuvres. Si un auteur signe un contrat avec MySpace.com ou Mx3.ch et garantit qu'il est en droit de mettre en ligne la musique\*\*, il cède les mêmes droits deux fois. Le cas de figure est le suivant: l'auteur ne peut pas garantir à la plate-forme des droits qu'il a déjà cédés à SUISA, car la plate-forme pourrait alors exiger de l'auteur le remboursement des redevances versées à SUISA ou à une de ses sociétés-sœurs. La situation est la même dans le cas de blogs et de podcasts, si l'auteur permet à l'exploitant d'utiliser sa musique.

En revanche, un membre de SUISA est parfaitement libre de mettre ses œuvres en ligne sur son propre site web (à condition qu'il ait obtenu, le cas échéant, l'accord susmentionné des interprètes participants et du label.)

### **2) Œuvres d'auteurs qui ne sont pas membres de SUISA**

Un musicien qui gère lui-même ses droits d'auteur, c'est-à-dire qui n'est membre ni de SUISA ni d'une autre société de gestion (GEMA, SACEM, SIAE, etc.), doit tenir compte de ce qui suit pour mettre en ligne sa musique sur MySpace.com, Mx3.ch, etc.: il doit obtenir l'accord:

- (le cas échéant) de tous les interprètes ayant participé à l'enregistrement;
- (le cas échéant) du label avec lequel le musicien a signé un contrat;
- (le cas échéant) de tous les co-auteurs ayant participé à la création de l'œuvre, à condition que ceux-ci ne soient pas membres d'une société de gestion;
- (le cas échéant) de la maison d'édition avec laquelle le musicien a signé un contrat, à condition que celle-ci ne soit pas membre d'une société de gestion.

Si le musicien signe le contrat avec MySpace.com ou Mx3.ch sans l'accord des personnes précitées, il risque de devoir rembourser les frais assumés par la plate-forme si celle-ci est attaquée en justice par les ayants droit précités ou payer des dommages et intérêts aux dits ayants droit s'ils font valoir leurs prétentions directement auprès de lui.

### **3) Compositions de tiers**

Si un musicien veut mettre à disposition des enregistrements de compositions de tiers (cover), il doit tenir compte de ce qui suit. Il lui faut, comme pour les compositions propres, l'accord de tous les interprètes participants, ainsi que du label (le cas échéant) avec lequel le musicien a signé un contrat. De plus, dans le contrat avec la plate-forme, le musicien ne peut pas garantir qu'il est auteur de l'œuvre.

**Qu'il s'agisse de compositions propres ou de compositions de tiers qui sont mises en ligne sur des plates-formes musicales, blogs et podcasts, les exploitants sont chargés de régler les redevances de droits d'auteur à SUISA.**

\* cet article a été publié dans *SUISA Info* 1/2007, mars 2007, dossier « Musique sur le Web 2.0 ».

\*\* Cf. ch. 4 du contrat Mx3:

- En mettant sa musique en ligne, l'utilisateur assure qu'il en est l'auteur ou l'ayant droit et qu'il est en droit d'en disposer aussi à l'égard, le cas échéant, de l'artiste interprète, du groupe, de son label.
- Il garantit à cet effet SSR contre tous recours, contestations, demandes en dommages et intérêts ou autres actions ou prétentions que pourraient former des tiers à la suite de la mise en ligne de sa musique.

### **La norme Creative Commons\***

La norme Creative Commons permet à toute personne de **gérer elle-même son œuvre et ses droits sur Internet** (musique, photo, vidéo, texte, logiciel...), de la reproduire et de la partager gratuitement. Créé en 2001 aux Etats-Unis et adapté en France en 2004, ce système se situe entre le copyright et le domaine public. En plaçant son œuvre sous Creative Commons (le CC se substituant au © du copyright), l'auteur de l'œuvre définit son droit d'auteur, grâce à **différents contrats**. Parmi ces contrats (disponibles en version française sur [fr.creativecommons.org](http://fr.creativecommons.org)), figurent notamment l'utilisation commerciale ou non de l'œuvre et le droit de la modifier ou non. Une œuvre sous Creative Commons est signalée sur la page de téléchargement par l'un des logos de la norme qui correspond au type de contrat choisi par l'auteur.

\* Cette définition est tirée de l'article de P.-N. Mader, « Dans la jungle des netlabels », *Tsugi* n°3, décembre 2007, pp. 61-62.

## Liens utiles

### Plates-formes de promotion musicales

<http://www.myspace.com/>  
<http://www.mx3.ch/>  
<http://www.youtube.com/>  
<http://www.purevolume.com/>  
<http://www.soundschack.com>  
<http://www.spotify.com>  
<http://www.reverbnation.com>  
<http://www.maycontainmusic.com>  
<http://www.flotones.com>  
<http://www.yibster.com>  
<http://www.musocity.com>  
<http://www.sharethemusic.com>  
<http://www.gogoyoko.com>  
<http://www.quarterlife.com>  
<http://www.sellaband.com>  
<http://www.ilike.com>  
<http://www.buzznet.com>

### Blogs

<http://hypem.com/about>  
<http://musique.typepad.com/musique/>

### Podcasts

<http://www.gcast.com/>

### Peer-to-peer

<http://www.bittorrent.com/>  
<http://www.emule-project.net/>  
<http://free.napster.com/>  
<http://www.slsknet.org/>  
<http://www.kazaa.com/>  
<http://mog.com/>  
<http://www.dottunes.net/>  
<http://www.grooveshark.com/>  
<http://rapidshare.com/>

### Netlabels

<http://netlabels.org/>  
<http://sonicsquirrel.net/>  
<http://www.thinner.cc/>  
<http://www.midinetterecords.net/>

### Webradios

<http://www.lastfm.fr/>  
<http://www.pandora.com/>  
<http://www.finetune.com/>  
<http://www.mercora.com/>  
<http://www.frequencebanane.ch/>

<http://www.romradio.ch/>  
<http://www.radio-impact.com/>

### Distributeurs de musique numérique

#### En Suisse

<http://www.buytunes.ch>  
<http://www.grmedia.biz/>  
<http://www.imusiciandigital.com/>  
<http://www.theorchard.com>  
<http://www.234.ch/>

#### A l'étranger (indépendants)

<http://www.idolweb.fr>  
<http://www.believe.fr/>

### Magasins de musique en ligne

<http://www.apple.com/chfr/>  
<http://www.emusic.com/>  
<https://www.beatport.com>  
<http://www.djdownload.com/>  
<http://www.trackitdown.net/>  
<http://www.bleep.com/>  
<http://www.musicbrigade.com/>

### Sources documentaires

<http://www.bandnews.org/>  
<http://www.musiqueinfo.com/>  
<http://www.suisa.ch/>  
<http://www.mymusicrights.ch/>  
<http://www.swissmusicguide.ch>  
<http://fr.wikipedia.org/>  
<http://www.tsugi.fr/>