

## Que les géants du web contribuent au financement de la culture...

C'est ce que réclame la Fédération Française des Télécoms (FFT). Les opérateurs hexagonaux avaient déjà bataillé pour que Google, Facebook et consorts mettent la main au portefeuille pour participer aux investissements de leurs infrastructures et utiliser leurs réseaux. En vain. Ils reviennent aujourd'hui à la charge à travers la publication d'une étude portant sur le financement de la culture auquel ils disent contribuer « fortement » et la nécessité d'une contribution équitable des différents acteurs. Revendications légitimes ou lobbying déguisé ?

Las des ponctions diverses et variées qu'ils subissent, les opérateurs télécoms français ont, dans la foulée du rapport Lescore, commandé au cabinet Roland Berger la réalisation d'une étude sur les taxes et subventions destinées au financement de la culture en 2011. Intitulée « Les opérateurs télécoms partenaires de la culture », cette étude entend démontrer qu'ils « contribuent fortement à la culture », contrairement aux acteurs dit « over-the-top » (OTT) – tels Google, Amazon, Facebook, Apple et autres – dont la contribution est « proche de zéro en France » (dixit Pierre Louette, directeur adjoint d'Orange et président de la FFT) pour le financement de l'exception culturelle et le préfinancement des programmes qu'ils utilisent et diffusent, tandis que leurs revenus mondiaux affichent 35 % de croissance annuelle entre 2006 et 2011.

### Les opérateurs télécoms, partenaires de la culture...

Les opérateurs français font valoir qu'ils constituent des « acteurs essentiels de la croissance des usages culturels numériques » (Internet haut débit et mobile) : parce qu'ils financent les infrastructures d'accès (à hauteur de 92 % d'un total de 7,6 milliards d'euros), parce qu'ils sont un « moteur majeur du développement de la distribution », parce qu'ils développent de nouveaux usages et créent de nouvelles sources de valeur pour les éditeurs (notamment avec la TV de rattrapage) et parce qu'ils maximisent l'exposition des contenus et leur exploitation (VoD, Multi-écrans, Social TV). Pour la FFT, « ils sont les premiers contributeurs financiers à l'exception culturelle française, hors autofinancement ». Leur contribution est « conséquente », « méconnue » (27% du 1,7 milliard d'euros de taxes diverses, hors redevance et autofinancement : pour l'audiovisuel public, sur les abonnements télécoms, taxe VoD, copie privée, etc.) et en forte augmentation (+ 67% entre 2007 et 2011).

### La situation des OTT n'est pas équitable

Pour autant, « l'explosion des nouveaux usages culturels ne profite pas équitablement à tous les acteurs de la filière » constate la FFT. Elle souligne que les opérateurs français « contribuent à la consommation numérique grâce à des prix très abordables » – 32€/mois en 2012 pour l'offre fixe triple-play, soit moins qu'en Allemagne (40€), Italie (43€), Espagne (48€), Royaume-Uni (56€) et Etats-Unis (77€) – et qu'ils ne tirent pas profit de l'augmentation de la consommation de bande passante liée à l'essor du numérique (qui accroît leur charge réseau), « alors que les OTT profitent de leurs positions concurrentielles pour s'étendre sur la chaîne de valeur et capter les revenus ». L'étude relève que « l'oligopole des géants mondiaux des services dicte sa loi à une multitude de petits opérateurs », qu'ils payent « moins de 5% des impôts qu'ils s'acquitteraient s'ils étaient localisés et taxés en France », échappent au contrôle des régulateurs français (Arcep, CSA...) et bénéficient à tous les niveaux d'une asymétrie réglementaire par rapport aux acteurs nationaux. Selon la FFT, Google Apple, Facebook, Amazon et Microsoft payent 38 M€ d'impôts en France pour 584 M€ de CA déclaré, alors que leur CA réalisé dans l'Hexagone est estimé à 8,1 milliards d'euros et devrait donner lieu au versement de 829 M€ d'impôts sans optimisation fiscale. L'étude estime à 60 millions d'euros ce que rapporterait au financement de la culture la taxation des OTT au même niveau que les opérateurs nationaux.

### Ce que demande la FFT...

Tous les acteurs doivent contribuer équitablement, considère la FFT qui souhaite qu'une solution soit trouvée au niveau national et européen « pour corriger les déséquilibres mettant en danger l'avenir du financement de la culture ». La fédération réclame diverses actions résumées en 4 axes. D'une part, renforcer la filière culturelle numérique française en européenne, en favorisant le développement des acteurs nationaux de la distribution (en particulier les offres payantes) et en veillant à ce que l'application des règles de la concurrence ne favorise pas que les acteurs américains. D'autre part, promouvoir un cadre réglementaire et fiscal équitable, proportionnel, non discriminatoire : la question

du statut et de la territorialité des OTT face à leurs stratégies d'optimisation, et les soumettre à la même réglementation et fiscalité que les acteurs nationaux dès lors qu'ils visent un même public. Les opérateurs veulent aussi que leur soit reconnu « leur apport au développement de l'offre culturelle, leur rôle vertueux » et qu'en conséquence, soit mis fin à l'empilement et la dérive des taxes sectorielles « pour favoriser la création de valeur au travers de l'innovation et du développement des usages », et que soient revus en profondeur les modes de calcul de leurs contributions. Ils s'opposent évidemment à la création de nouvelles contraintes fiscales, réglementaires ou législatives. « Renforcer la gouvernance et la vision stratégique de la culture dans le monde numérique » est aussi une demande de la FFT qui, allant plus loin, souhaite que soient associés, « au travers d'une représentation équilibrée, l'ensemble des acteurs vertueux à la prise de décision dans l'élaboration des règles du marché de la culture ». Elle préconise de « créer, en y associant tous les acteurs de la chaîne de valeur, un comité de prospective en charge d'anticiper l'évolution du marché de la culture numérique et d'alimenter la réflexion des pouvoirs publics ».

### **Ce qu'on peut en penser...**

Si l'asymétrie fiscale dont bénéficient les géants du web est dénoncée par la filière musicale et que beaucoup jugent anormale l'absence totale de contribution de ces derniers au financement des contenus qu'ils utilisent, on ne manquera pas de s'interroger sur la publication aujourd'hui de cette étude, qui s'apparente à une opération de lobbying au moment où se concocte dans les arrières-cuisines ministérielles la mise en place de mesures préconisées par le rapport Lescure, notamment la création d'une taxe sur les appareils connectés. Avec l'essor du numérique, les opérateurs télécoms sont devenus – disent-ils – des « acteurs à part entière des différents marchés de la culture ». Une revendication qui pourra sembler bien tardive, après qu'ils aient largement utilisé, pendant des années, les contenus culturels comme produit d'appel pour le développement de leur chiffre d'affaires, de leur part de marché ou de leur parc d'abonnés. Sans parler des questions de responsabilité dans l'accès aux contenus illicites, maintes fois soulevées, en vain (qui sont les acteurs qui se sont enrichis – même indirectement – du téléchargement illégal et du peer-to-peer ?...). Les télécoms soulignent, dans leur étude, leur rôle dans le développement du haut débit. Certes, mais on sait aussi combien le développement du haut débit a entraîné celui des usages illicites. Pas simple.

S'affirmer comme « partenaires » de la culture et de son financement, voilà une revendication ô combien louable qu'aurait aimé entendre plus tôt les industries culturelles, bien mal en point depuis l'arrivée des usages numériques. Les mauvaises langues ne manqueront pas de se poser la question : peut-on s'affirmer réellement « partenaires » lorsque la contribution est contrainte et forcée ? Tout cela renvoie à la question, récurrente depuis des décennies, du rapport de force entre les fournisseurs de contenus et les tuyaux (les deux étant immanquablement condamnés à vivre ensemble) et à celle, qui en découle, du « transfert de valeur », largement évoquée depuis plusieurs mois par les industries culturelles (c'était le grand sujet des conférences de presse des organismes de la filière musicale française au dernier Midem). Après que les acteurs de la création et de la production de contenus culturels aient dénoncé le transfert de valeur au profit des opérateurs qui utilisent ces contenus, ce sont aujourd'hui les opérateurs eux-mêmes qui y sont confrontés. Entre eux. L'arroseur arrosé ?

La FFT indique dans son étude qu'au niveau mondial, « le secteur du numérique connaît une forte croissance des revenus sur l'ensemble des segments » (opérateurs réseau, équipementiers...), chiffres à l'appui concernant la période 2006-2011 : + 49 %. On rappellera que, dans le même temps, le marché de la musique enregistrée a chuté de 26 % à l'échelon mondial et de 30 % en France... Le message des opérateurs est clair : ils ne veulent plus être pris pour des vaches à lait et, revendiquant leur apport à la culture, souhaitent que l'Etat ponctionne les géants du web. Plus surprenant, ils veulent aujourd'hui être associés à la « prise de décision dans l'élaboration des règles du marché de la culture »... Un changement notable d'attitude. Faut-il s'en féliciter ou se demander si le financement de la culture n'est pas en train de devenir, lui aussi, un produit d'appel ?

### **Babel Med Music : ouverture de l'appel à candidatures d'artistes**

Babel Med Music tiendra sa 10ème édition au Dock des Suds à Marseille du 20 au 22 mars 2014. Pour sa programmation d'artistes, le rendez-vous annuel des musiques du monde vient de lancer son appel à candidatures. Les dossiers complets – comprenant le formulaire d'inscription dûment rempli (téléchargeable sur [www.dock-des-suds.org](http://www.dock-des-suds.org)), 2 CDs de l'artiste ou groupe (demos acceptées), dossier de presse (texte de présentation, bio, photo...) et fiche technique du spectacle – sont à envoyer avant le 15 septembre à l'adresse : Babel Med Music c/o Dock des Suds, BP 30025, 13568 Marseille Cedex 02. Les candidats seront informés de la décision du jury par mail le 6 janvier. L'édition 2013 du Babel Med Music, « amplificateur des sonorités planétaires », avait réuni 2 500 professionnels de 45 pays et 164 stands représentant 275 structures, ainsi que 16 000 spectateurs pour 36 concerts proposés (dont 5 créations) sur 4 scènes. Contact : Thaïs Dumas – tél. +33 (0)4 91 99 00 00 – mail : [assistant.babel@gmail.com](mailto:assistant.babel@gmail.com).

## Création du label Capitol Music France au sein d'Universal

Suite au rachat d'EMI par Universal, le label AZ (Florent Pagny, Chimène Badi, Alex Beaupain, Grand Corps Malade, Keen'V, Axel Tony...) annonce son changement de nom au profit de Capitol Music France. La nouvelle structure, qui sera dirigée par Julien Creuzard, regroupera catalogue local et international à travers trois sous-divisions distinctes : AZ désormais dédié aux musiques urbaines (Booba, Kery James, Niro, Kaaris, Lino...), PM : AM pour l'électro et la dance (Avicii, Tiesto, Afrojack, Wankelmut, etc.) et Musidisc pour les projets expérimentaux et plus atypiques. « Avec ce nouveau label, Universal Music France reste fidèle à sa vision d'investir toujours plus dans les talents, ses nombreux artistes et continue de miser sur la diversité des genres » déclare la major, dont Barclay, Capitol Music France, Def Jam Recording France, Mercury Music Group et Polydor sont désormais les 5 entités en charge des musiques actuelles. Label américain majeur créé en 1942 et basé sur la côte ouest des États-Unis, Capitol Records fut le premier à posséder un studio d'enregistrement à Los Angeles et un autre à New York. Racheté par EMI en 1957, il possède un catalogue prestigieux incluant Bing Crosby, Peggy Lee, Frank Sinatra, Gene Vincent, les Beach Boys, les Beatles, Joe Cocker, Pink Floyd, Blondie, Peter Tosh, Queen, Megadeth, Diana Ross, Beastie Boys, Garth Brooks, Coldplay, Radiohead, Robbie Williams, Jennifer Lopez, Katy Perry, Lady Antebellum...

## Hadopi : la suspension de l'accès à Internet supprimée par décret

Le décret (n° 2013-596 du 8 juillet) abrogeant la sanction de la suspension d'accès à l'Internet prévue dans le dispositif de riposte graduée mis en œuvre par l'Hadopi, a été publié au Journal officiel le 9 juillet. Préconisée par le rapport Lescure, la suppression de cette mesure met fin à la polémique entourant cette sanction annoncée comme dissuasive et qui n'a été utilisée qu'une seule fois depuis son entrée en vigueur le 27 juin 2010. « Cette mesure est essentielle, à la fois parce qu'elle met fin à une sanction totalement inadaptée dans le monde qui est le nôtre, et parce qu'elle illustre le changement d'orientation que le Gouvernement engage en matière de lutte contre le piratage des œuvres sur Internet » explique la ministre de la Culture dans un communiqué. « L'axe prioritaire est désormais celui de la lutte contre le piratage commercial, autrement contre les sites qui tirent profit des contenus piratés, les monétisent sans rémunérer les créateurs. C'est un changement de philosophie, qui repose sur la volonté de ne plus opposer les créateurs et les internautes en menaçant ces derniers d'une coupure de leur accès à Internet, alors que ce dernier est devenu une voie d'accès incontournable à la culture, notamment pour les jeunes » ajoute Aurélie Filippetti.

Selon le texte du décret, seule une peine d'amende « pourra désormais être prononcée pour l'infraction de négligence caractérisée ». Au stade ultime de la riposte graduée, il en coûtera 1 500 € pour les personnes n'ayant pas sécurisé leur accès à Internet et ayant permis ainsi le téléchargement d'œuvres illicites. Un texte législatif à ce sujet devrait être examiné fin 2013 ou début 2014. Au passage, la ministre vient de confier à Mireille Imbert-Quaretta (conseillère d'Etat, présidente de la commission de protection des droits de l'Hadopi et auteur d'un rapport sur les moyens de lutter contre le streaming et le téléchargement direct illicites) l'élaboration d'une feuille de route pour impliquer les nombreux acteurs concernés, des fournisseurs de solutions de paiement et régies publicitaires aux moteurs de recherche et aux réseaux sociaux. « La réponse graduée, sous sa forme aménagée résultant du nouveau décret, sera transférée au CSA et l'Hadopi sera supprimée », réaffirme le ministère, sans indiquer de calendrier officiel.

## Rencontres professionnelles France-Japon-Corée en octobre

Le Bureau Export de la Musique Française à Tokyo organise du 21 au 24 octobre la 9ème édition de ses Rencontres Professionnelles de l'Industrie Musicale, en partenariat avec l'Institut français et l'Ambassade de France au Japon. Objectif : multiplier les opportunités de contrats et de partenariats pour la promotion des artistes produits en France. Cette année, les rencontres s'enrichissent d'un nouveau volet en investissant le Tokyo International Music Market et en élargissant leur périmètre d'influence avec la présence, pour la première fois, des professionnels sud-coréens. Au programme : présentation des structures françaises aux professionnels japonais et coréens, conférences sur les marchés japonais et coréens, networking et cocktail (le 21) ; rendez-vous individuels à l'Institut français en matinée avec des professionnels japonais et dans l'après-midi avec des professionnels coréens ; soirée d'ouverture du Tokyo International Music Market (le 22) ; rendez-vous individuels organisés au Tokyo International Music Market et showcases en soirée (le 23). La participation à ces rencontres est réservée aux membres adhérents du bureauexport, qui pourront bénéficier d'une prise en charge de certains frais : forfait de 500 € octroyé les vols internationaux, hôtel (4 nuits par participant/structure), présence d'un(e) interprète pendant les rendez-vous du mardi 22 octobre, traduction simultanée pendant le colloque, réception de networking.

*Le nombre de places disponibles est limité. Les professionnels intéressés par ces rencontres doivent prendre contact au plus vite avec le Bureau Export Tokyo. Informations et inscriptions : Charles Rognet (directeur) et Mélanie Nauleau (chargée de mission) - [rencontres2013@french-music.org](mailto:rencontres2013@french-music.org).*

## Lancement d'un dispositif d'appui aux TPE du spectacle

Le ministère de la Culture, les organisations professionnelles membres de la CPNEF-SV et l'Afdas ont lancé le 12 juillet, à l'occasion du festival d'Avignon, un dispositif d'appui spécifique aux petites entreprises du spectacle vivant\*. Ouvert aux entrepreneurs de spectacles et aux prestataires de services techniques, en activité depuis plus de trois ans, il vise à favoriser la structuration et le développement des structures de moins de 5 salariés, en leur apportant expertise, préconisations, outils et méthodes pour améliorer la gestion de leur personnel, consolider leur économie et partager des expériences avec d'autres entreprises. L'organisation-management, les ressources humaines et la gestion économique et financière seront les trois volets pris en compte par ce dispositif (DA TPE-SV), avec la pérennisation des emplois et des entreprises pour enjeux majeurs.

Chaque entreprise bénéficiera de cinq journées d'accompagnement (dont deux en temps collectif) assurées par un consultant et réparties sur une période de quatre mois. Les temps inter-entreprises – par groupes de quatre à six structures œuvrant sur des champs artistiques différents – seront l'occasion de partages sur les enjeux et les questionnements, d'échanges de pratiques et d'expériences. À l'issue du processus, l'entreprise se verra remettre un diagnostic de sa situation, un plan de développement et un plan d'action en gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC). Cet accompagnement – financé par le ministère de la culture et de la communication, l'Afdas et la CPNEF-SV – sera gratuit pour les entreprises (hors frais éventuels de repas et de déplacements). Il sera opérationnel en septembre. Informations auprès de Arnaud Nicolini, Afdas au 01 44 78 36 79 ou par courriel à l'adresse [a.nicolini@afdass.com](mailto:a.nicolini@afdass.com).

*(\*) Ces entreprises sont environ 18 500, constituées à 81 % sous forme associative. Elles sont le plus souvent de très petite taille, fragiles sur le plan socio-économique et fonctionnent au projet, sans projection à long terme.*

## Thierry Chassagne prend la présidence de Parlophone France

Warner a finalisé l'acquisition de Parlophone Label Group à Universal Music début juillet pour un montant d'environ 600 millions d'euros. PLG inclut le label historique Parlophone, les labels Chrysalis/Ensign au Royaume-Uni, EMI Classics et Virgin Classics, ainsi que des sociétés EMI en Europe (France, Belgique, Espagne, Portugal, Danemark, Norvège, Suède, Pologne, République tchèque, Slovaquie). La major a annoncé la nomination de Thierry Chassagne à la présidence de Parlophone Music France, responsabilités qui s'ajoutent à sa fonction actuelle de président de Warner Music France. Il succède à Olivier Montfort, ex président d'EMI, qui quitte la société. Yann Miossec, vice-président de WMF, voit aussi ses fonctions élargies à la vice-présidence de Parlophone Music France. Thierry Chassagne, qui continuera de reporter à Stu Bergen, président international de Warner Recorded Music, se dit « fier de prendre la direction de cette société de si grand renom ». Il ajoute : « Yann et moi-même avons hâte de travailler en étroite collaboration avec l'équipe de Parlophone Music France pour continuer à faire progresser l'activité de cette société et développer une réflexion collective sur la façon dont nos deux entités pourront travailler ensemble », en remerciant au passage Olivier Montfort « pour sa contribution au succès de Parlophone Music France au cours de ces quatre dernières années ».

*Le catalogue de Parlophone Music France inclut des artistes tels que Alain Souchon, Julien Clerc, Françoise Hardy, Jean-Louis Aubert, David Guetta, Philippe Jaroussky, Renaud, Zaho, M Pokora, Soprano, Camille, Jane Birkin, Erik Truffaz, Stacey Kent, Nathalie Dessay, Raphaël, Robin des Bois...*

## Europe : la copie privée peut financer des actions culturelles

La Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), saisie pour avis dans le différend opposant Amazon à la société d'auteur autrichienne Austro-Mechana, a rendu un jugement dans lequel elle estime que les SPRD sont fondées à utiliser une partie des perceptions au titre de la copie privée pour financer des activités culturelles. Pour rappel, Austro-Mechana a assigné Amazon pour le paiement de la rémunération copie privée concernant les supports d'enregistrements vendus en Autriche de 2002 à 2004, lui réclamant un peu plus de 1,8 million d'euros pour le seul premier semestre 2004 (et lui faisant injonction de fournir les données comptables nécessaires au calcul du reste. Malgré ce jugement confirmé en appel, Amazon estime que la rémunération autrichienne est, pour plusieurs raisons, contraire au droit de l'Union et a saisi l'Oberster Gerichtshof (la Cour suprême du pays).

Interrogée sur l'interprétation du droit européen, la CJUE a confirmé la pertinence de la rémunération copie privée et de ses dispositions. Concernant le fait qu'une partie des recettes de celle-ci soit affectée non pas directement aux ayants droit de la compensation équitable, mais à des établissements sociaux et culturels institués à leur bénéfice, la Cour en confirme la légitimité, « pour autant que les établissements sociaux et culturels bénéficient effectivement aux ayants droit et que les modalités de fonctionnement de ces établissements ne soient pas discriminatoires, ce qu'il incombe à la Cour suprême de vérifier ».

## Retrouvez l'intégralité des infos de la newsletter sur le blog [www.reseauglconnection.com](http://www.reseauglconnection.com)

2 150 articles publiés – 218 000 visiteurs uniques – 530 000 pages vues

### CJUE : les sociétés de gestion collective soulagées

Les auteurs, artistes-interprètes, producteurs et éditeurs des œuvres musicales, de l'audiovisuel, de l'écrit et des arts visuels se sont aussitôt réjouis du récent jugement rendu par la Cour de justice de l'Union européenne. « Cette décision est capitale car elle valide le système mis en place en France dès 1985 et prévoyant que 25% des sommes collectées pour la copie privée doivent être consacrées à des actions d'aides à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à des actions de formation d'artistes » déclarent l'ensemble des sociétés de gestion collective françaises dans un communiqué commun. ADAGP, Adami, ARP, SACD, Sacem, SAIF, Scam, SCPP, Sofia, Spedidam et SPPF rappellent que l'action culturelle qu'elles mènent « représente près de 50 M€ par an, soutenant 5 000 initiatives sur tout le territoire français, dans tous les genres et secteurs culturels ».

Les signataires voient aussi dans le jugement de la Cour de Justice européenne la reconnaissance du droit pour un Etat de prévoir, à côté d'un mécanisme d'exonération, un système de remboursement de la rémunération pour copie privée acquittée pour des supports à usage professionnel, tel qu'il a été mis en œuvre par la loi française de décembre 2011. La position de la CJUE est pourtant nuancée. Car, si le droit européen ne s'oppose pas à un système de prélèvement général assorti de la possibilité de remboursement, la Cour « rappelle à cet égard que le droit d'Union ne permet pas de prélever la redevance pour copie privée dans des cas où l'usage des supports ne vise manifestement la réalisation de telles copies ». La CJUE indique que « il peut, sous certaines conditions, être présumé de manière réfutable que les supports d'enregistrement vendus à des particuliers seront utilisés à des fins privées » et que « cette présomption ne doit pas aboutir à imposer la redevance pour copie privée dans des cas où ces supports sont manifestement utilisés à des fins non-privées ». Elle renvoie à la Cour suprême le soin de vérifier « si le droit au remboursement est effectif et ne rend pas excessivement difficile la restitution de la redevance payée ».

Au-delà, les sociétés de perception et de répartition des droits se déclarent satisfaites de cette décision « qui renforce la légitimité de la copie privée alors même qu'elle fait l'objet depuis plusieurs années d'une offensive tout azimut en Europe des importateurs de matériels pour obtenir sa disparition ». Elles invitent l'ensemble des responsables européens « à refuser la loi du plus fort et à conforter un dispositif qui reste plus que jamais un pacte entre les créateurs et le public et qui est un élément central dans le financement de l'action culturelle en France mais aussi ailleurs en Europe ». Les ayants droit disent attendre avec beaucoup d'intérêt le rapport d'initiative relatif à la copie privée qui sera publié prochainement par le Parlement européen, sous l'égide de Françoise Castex.

### Bureau Export : nouveau CA, présidé par Olivier Nusse

Le Bureau Export, qui a tenu son assemblée générale le 26 juin, a élu son nouveau conseil d'administration pour la période 2013/2015. Celui-ci est composé des sociétés Believe, Harmonia Mundi, In Finé, Jarring Effects, Naïve, Outhere, Pschent, Roy Music, Zamora (membres actifs, Azimuth, EMI Music France, Sony Music France, Universal Music France et Warner Music France (membres adhérents). S'y ajoutent l'Institut français, le ministère de la Culture et de la Communication, le ministère des Affaires étrangères, la Sacem, le Snep et l'Ufpi en tant que membres de droit, ainsi que la CEMF, la CSDEM, le CNV, le FCM, Francophonie Diffusion, MMFF et Ubifrance comme membres observateurs. Le conseil, réuni le 9 juillet, a désigné son nouveau bureau pour 3 ans. C'est Olivier Nusse, DG de Mercury Group au sein d'Universal, qui en a été élu président, succédant à Eric Hauville (Pschent) qui occupait la fonction depuis 2010. Le nouveau bureau est composé de Jean-Noël Tronc / Sacem (vice-président), Béatrice Costermans / Naïve (vice-présidente), Guillaume Leblanc / Snep (trésorier), Jérôme Roger / Upfi (secrétaire général) et Geneviève Girard / Azimuth (secrétaire générale adjointe).

### Disparition de Tom Arena

L'éditeur Tom Arena est décédé le 2 juillet, des suites d'une longue maladie. Jeune américain originaire de l'Ohio, il avait démarré son parcours en tant qu'artiste et auteur-compositeur, s'illustrant dans les années 60 et 70 comme guitariste du groupe Les Irrésistibles dont il signa avec William Sheller le titre « My Year Is A Day », qui connut un énorme succès en 1968 (chez CBS). Tom Arena s'orienta ensuite vers l'édition musicale, chez Intersong dont il devint directeur général, puis chez MCA Caravelle avant d'intégrer quelques années plus tard Warner Chappell Music France dont il sera président. « Ses collaborateurs gardent de lui le souvenir d'un homme intègre, respectable et respectueux, aux qualités humaines rares », commentent WCMF et la Sacem dans un communiqué. « Il était un excellent éditeur avec une vraie expertise et un homme loyal, discret, généreux et humain » ajoute Christophe Piot (All Right Music), qui travailla avec Tom Arena.

## François Besson nommé directeur de l'Action culturelle à la Sacem

La Sacem annonce l'arrivée de François Besson à la direction de l'Action culturelle. Succédant à ce poste à Olivier Bernard, il prendra ses fonctions en septembre, avec pour mission d'animer l'action culturelle de la société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique dont la vocation est de soutenir la création, d'aider au renouvellement des répertoires et d'accompagner les nouveaux talents. Agé de 52 ans, François Besson a débuté son parcours professionnel comme secrétaire de rédaction au magazine Diapason, puis intégra Polygram où il fut successivement chef de produit Deutsche Gramophone, assistant du directeur de Polygram Classique et responsable classique au bureau régional à Bordeaux. Il fut nommé directeur du département classique de CBS France en 1987, passa cinq ans à France Inter dont il développa le département Promotions et Partenariats, rejoignit Sony Music en 1993 comme directeur du département Classique et Jazz, avant de devenir directeur de Walt Disney Records, puis directeur marketing et retail de Disney Consumer Products en 1997. Il a travaillé ensuite chez Crea et Logistix Europe Continentale, avant de fonder en 2009 Music Expn, agence de communication spécialisée dans la musique classique. Il est également, à titre personnel, enseignant au Conservatoire national supérieur de musique et de danse de Paris.

## MaMA 2013 : la suite des conférences annoncées

Le programme de MaMA, dont l'édition 2013 se déroulera les 16,17 et 18 octobre dans le 18ème arrondissement parisien, se complète. Parmi les grandes conférences qui auront lieu au Trianon, l'une d'elles sera consacrée à la place des femmes dans la musique, sous l'intitulé « Tous machos ? ». Le pitch : Quiconque travaille dans les métiers de la musique a le sentiment de vivre dans un milieu de liberté et de créativité plus ouvert et plus moderne que le reste de la société. Oui mais voilà : comment se fait-il qu'il y ait aussi peu de femmes à des postes de responsabilité et que les hommes dominent massivement toute la filière ? Et on ne parle pas des minorités dites « visibles »... Alors que le public est composé naturellement d'une moitié de femmes et qu'elles représentent au moins le tiers des artistes dans les musiques actuelles, quels sont les mécanismes qui les excluent dans nos entreprises ? MaMA ouvre le débat alors que des initiatives sont prises çà et là, des années après d'autres secteurs de la société.

Des « conférences-partenaires » seront aussi proposées, comme chaque année, au Centre FGO-Barbara. Notamment :

- **Festivals : comment attirer un public international ?** (proposée par Yourope & MaMA).

Quelques festivals européens arrivent à attirer un public international. Quelles sont les raisons du succès international d'un festival et les moyens d'y arriver ? Les responsables de certains de ces grands festivals internationaux seront là pour expliquer leur démarche et le chemin qu'il leur a fallu parcourir pour arriver à rassembler ce public.

- **Cashless : les nouveaux systèmes de paiement pour les festivaliers** (proposée par Yourope). Le développement des systèmes de paiement par cartes est la grande révolution que vont connaître les festivals dans les années qui viennent. Quelles sont les difficultés rencontrées par ceux qui ont déjà proscrit l'usage d'argent comptant sur leur site ? Quels sont les opérateurs fiables ? Les étapes à franchir avant de pouvoir généraliser un tel système ?

- **La chanson au sein des musiques actuelles : nouvelles dynamiques et nouveaux réseaux** (proposée par Centre de la Chanson). Cette table ronde posera la question de la place de la chanson au sein des musiques actuelles, en évoquant des initiatives fédératrices telles que la Fédération des Festivals de Chanson Francophone, la Guilde des artistes de la musique (créée cette année sous l'impulsion entre autres d'Axel Bauer), le Réseau national des Scènes Chanson, la fédération des associations de chanson, le réseau Chantappart... La rencontre permettra de recueillir les témoignages de différents invités (directeurs de festivals, tourneurs, producteurs, artistes) sur la spécificité des réseaux et circuits « chanson ».

- **Les dispositifs d'accompagnement en France, en Europe et à l'international : échanges de pratiques et coopérations engagées** (proposée par le Centre Musical Fleury Goutte d'Or – Barbara). De nombreux lieux musiques actuelles, SMAC ou autres lieux spécialisés, ont mis en place des dispositifs d'accompagnement des pratiques pour les groupes amateurs et/ou en voie de professionnalisation. Ces mêmes lieux, avec l'aide de leurs partenaires, notamment institutionnels, ont dépassé le cadre de leur territoire pour entamer des actions de collaborations avec l'étranger, en Europe ou à l'International. Cette conférence proposera un panorama de certaines de ces collaborations afin d'en appréhender les motivations, les enjeux et méthodologie adoptées.

- **La monétisation audio et vidéo sur YouTube : quelle stratégie adopter pour monétiser son contenu ?** Atelier proposé par DBTH. La monétisation audio-vidéo sur YouTube : un développement essentiel. YouTube, c'est un milliard de visiteurs uniques chaque mois, la plus grande plateforme de streaming musical au monde. Quelles sont les options de monétisation ? Quelle stratégie adopter ? Comment gérer au mieux sa chaîne vidéo ? Comment faire pour monétiser son propre contenu qui a été mis en ligne par un autre ? DBTH, entouré d'experts, s'efforcera de répondre à ces questions.

## **Le portail VirginMega repris par Digital Virgo pour 100 000 euros**

Digital Virgo, société française spécialisée dans l'univers mobile et le divertissement digital, vient d'acquérir le portail VirginMega. Le tribunal de commerce a accepté le 18 juillet son offre de reprise, pour 100 000 €. Le site de vente de contenus culturels avait été placé en redressement judiciaire le 30 mai, soit quelques mois après Virgin Megastore. Le repreneur\*, qui en a pris le contrôle et la gestion le 19 juillet, va continuer à exploiter la marque suite à un accord de licence conclu avec la maison-mère Virgin Entertainment Limited (détenue par Richard Branson) et s'est engagé à reprendre l'essentiel des 11 salariés de la plateforme. Lancé en 2002, VirginMega dispose d'un catalogue de plusieurs centaines de milliers de références (films, musique, livres numériques) et réalise près de 5 millions de chiffre d'affaires annuel avec « environ 750 000 clients fidèles ». Mais le service – qui s'est aussi doté début 2013 d'un système d'abonnement en streaming – n'a jamais réussi à décoller « faute de pouvoir faire les investissements suffisants », explique Christine Mondolot. « Même si les magasins Virgin ont disparu, la marque Virgin va, elle, pouvoir continuer de vivre sur internet, qui représente l'avenir du commerce en matière de biens culturels », s'est réjoui l'ex-dirigeante de Virgin Megastore. « Cet accord s'inscrit dans la stratégie de développement en matière de services grand public culturels de Digital Virgo. La licence Virgin Mega vient renforcer le portefeuille de marques et les activités françaises du groupe en élargissant ses offres de musique, vidéos et jeux sur Internet » a commenté le repreneur sur son site, en annonçant qu'il « entend accélérer et augmenter l'audience de ce store digital pour devenir l'un des principaux fournisseurs français du divertissement numérique ».

*(\*) Digital Virgo a réalisé en 2012 un CA de 207 M€ (+20%) et emploie 823 personnes dans 20 pays.*

## **CJUE : les fabricants et sites de vente de matériel réagissent**

Les organisations professionnelles des fabricants et sites de vente en ligne de matériels électroniques et numériques (Fevad, Secimavi, SFIB, Simavelec, SNSII, Gitep Tics) prennent acte de la récente décision de la Cour de Justice de l'Union Européenne dans le litige opposant Amazon et la société d'auteurs autrichienne Austro-Mechana. Dans un communiqué, elles « se félicitent que la Cour de justice invite à une plus grande transparence », notamment en ce qui concerne la part de la rémunération copie privée affectée aux actions sociales et culturelles, pour laquelle la CJUE « exige l'effectivité du bénéfice aux ayants droit et à eux seuls et l'absence de conditions discriminatoires ». Les organisations insistent surtout sur la question du remboursement des perceptions pour les consommateurs professionnels, faisant valoir que la Cour de justice européenne « confirme les principales conclusions de l'arrêt Padawan, en rappelant que le système de copie privée ne doit pas aboutir à imposer la redevance pour copie privée dans des cas où ces supports sont manifestement utilisés à des fins non-privées » et qu'elle indique que « le droit au remboursement (au profit des professionnels) doit être effectif et ne pas être rendu excessivement difficile pour être compatible avec le droit de l'UE ». Pour les signataires, le système français de remboursement est « particulièrement complexe et donc quasiment inefficace, comme l'ont souligné plusieurs parlementaires ».

Les organisations des fabricants et sites de vente en ligne « demandent que les utilisateurs professionnels puissent être remboursés au plus vite après leurs achats des sommes réglées au titre de la Copie Privée, alors que la loi de décembre 2011 n'est toujours pas applicable faute de décret d'application ». « Ainsi, depuis cette date, les sociétés de gestion de droits d'auteur ont collecté plusieurs dizaines de millions d'euros qui ne seront jamais remboursés aux consommateurs professionnels » dénoncent-elles, en réclamant une nouvelle fois une refonte du système, qu'elles jugent « totalement dépassé et opaque » et « qui, tel qu'il est aujourd'hui, alourdit excessivement (jusqu'à 80% !) le prix de vente de nombreux produits pour le consommateur, incite celui-ci à se tourner toujours plus vers des achats à l'étranger ».

## **Artistes et producteurs veulent accélérer « l'après-Lescure »**

Plusieurs organisations d'artistes-interprètes, artistes-producteurs et producteurs phonographiques appellent la ministre de la Culture à mettre en œuvre sans tarder « l'après-Lescure ». Dans un communiqué commun, l'Adami, la GAM (Gilde des artistes de la musique), CD1D (fédération de labels indépendants – musique en ligne) et le SMA (Syndicat des musiques actuelles) rappellent leur large soutien aux conclusions de la mission Lescure, ainsi que les points prioritaires qu'en a retenu la ministre lors de sa présentation du 20 juin devant le monde de la musique, parmi lesquels figurent le développement de l'offre légale et un plus juste partage de la valeur entre acteurs de la filière.

« A cette occasion, Aurélie Filippetti a proposé une méthode consistant en un état des lieux objectif, sur une courte phase, de la rémunération des artistes et des conditions d'accès aux catalogues musicaux. A l'issue de cette phase, la ministre s'est engagée à prendre toutes ses responsabilités et notamment, si nécessaire, par voie législative » soulignent les quatre organisations. Elles approuvent la méthode mais veulent garder le tempo, estimant que sa mise en œuvre doit désormais se faire dans les plus brefs délais. « Il y a urgence. Nous appelons la ministre à agir sans attendre et l'ensemble des acteurs du secteur à respecter ce processus, pour l'intérêt général. Il est une chance historique de voir la filière culturelle entrer de plain-pied dans l'ère numérique » déclarent-elles.

## Billetterie vs. streaming : partenariat entre Deezer et la Fnac

Deezer et France Billet, filiale de la Fnac, ont officialisé le 23 juillet la signature d'un accord de partenariat. La plateforme d'écoute de musique en ligne (l'un des premiers acteurs européens du secteur, avec un catalogue de 25 millions de titres) offrira à ses utilisateurs la possibilité d'acheter des places pour des concerts et spectacles, avec un lien direct aux agendas de France Billet. Il lancera également en partenariat avec le groupe Fnac des offres spéciales de billetterie (billets de concerts à gagner, périodes d'achat réservées, etc.) pour les abonnés à ses deux offres premium\*. De son côté, France Billet – qui propose chaque année plus de 60 000 événements en France, Belgique et Suisse – permettra aux visiteurs de ses sites, et notamment ceux cherchant des places de concert, d'écouter des contenus musicaux grâce à un lien Deezer. Un rapprochement gagnant-gagnant, espèrent les deux parties, Deezer devenant le partenaire streaming de la Fnac (le groupe a fermé son service de téléchargement, renvoyant désormais sur iTunes) et France Billet l'opérateur billetterie de Deezer. Ne restera plus qu'à mesurer, en termes de résultats, à quel point spectacle vivant et musique enregistrée sont liés et s'enrichissent l'un l'autre dans les habitudes de consommation.

*(\*) La première, à 4,99 € par mois, donne un accès illimité à son catalogue de 25 millions de titres, sans publicité, depuis son ordinateur. La seconde à 9,99 € donne en plus un accès illimité depuis tout support mobile (ordinateur, smartphone, chaînes et TV IP), même sans connexion réseaux. Deezer propose aussi une version gratuite donnant accès à 10 heures d'écoutes par mois.*

## Les échanges « non marchands » cartographiés par l'Hadopi

L'Hadopi avait annoncé qu'elle lançait une réflexion sur les échanges « non marchands »\* de contenus culturels entre particuliers, et sur la faisabilité et la pertinence d'un système de rémunération proportionnelle du partage. Dans ce cadre, elle vient de publier un premier document de travail dans lequel sont inventoriés et analysés les usages en matière d'accès aux œuvres. Réalisée à partir des travaux menés par son département Recherche, études et veille (DREV), cette cartographie des usages « est un précédent nécessaire à toute démarche vers leur prise en compte. Elle s'appuie volontairement sur la réalité constatée des usages et des cadres techniques dans lesquels ils s'opèrent » explique l'Hadopi. Le document (14 pages) balaie les différentes pratiques utilisées (serveur FTP/Cloud, réseau P2P, email, cyberlockers, sites de streaming, plateforme UGC, newsgroup, réseaux sociaux), apprécie pour chacune la notion d'échange et évalue sa dimension marchande (place des intermédiaires et bénéfices qu'ils tirent de ces pratiques).

« Sans systématisme de la réciprocité et hors cercle restreint, la notion d'échange semble inadaptée à la description des pratiques visées. Cependant, elle pourrait être entretenue par la définition d'une communauté plus ou moins large dont les membres partageraient un intérêt essentiellement tourné vers la consommation de biens culturels », résume le DREV dans son document. « En revanche, indépendamment de la potentielle gratuité du système pour les utilisateurs, ces échanges sont à la source de bénéfices pour la grande majorité des intermédiaires qui les facilitent. Ces bénéfices sont caractéristiques d'un système pleinement marchand, qui tire profit de l'acte d'échange et de la nature des biens échangés. A ce titre, qualifier ces échanges, qui s'appuient sur des intermédiaires dégageant un bénéfice marchand, de « non marchands » n'est pas exact », considère l'Hadopi. En ajoutant toutefois que « au-delà des considérations sémantiques, plusieurs de ces pratiques, dont une part significative plébiscitée par les utilisateurs s'effectue sans l'autorisation des ayants droit, pourraient appeler des réponses économiques et légales dédiées ». On peut télécharger le document sur le site de l'Hadopi. Il est soumis à remarques et contributions. Elles peuvent être transmises à l'adresse [commentaire@hadopi.net](mailto:commentaire@hadopi.net) et susceptibles d'être rendues publiques.

*(\*) L'Hadopi entend par ce terme les pratiques entre utilisateurs reposant sur une certaine désintermédiation (entre consommateurs) et ayant en commun la gratuité, qu'elle concerne la mise à disposition initiale ou la consommation finale de biens culturels, alors souvent simultanément disponibles de façon gratuite et de façon payante, licite ou illicite dans les deux cas.*

## Prolongation du crédit d'impôt phonographique

Les mesures de renforcement du crédit d'impôt phonographique sont entrées en vigueur le 12 juillet, conformément au décret n° 2013-603 du 9 juillet 2013. Le dispositif, prolongé jusqu'au 31 décembre 2015, concerne les entreprises de production phonographique assujetties à l'IS et créées depuis au moins trois ans. Celles-ci peuvent en bénéficier au titre des dépenses de production, de développement et de numérisation d'un enregistrement phonographique ou vidéographique musical (vidéomusique ou disque numérique polyvalent musical) », à condition de ne pas être détenues, directement ou indirectement, par un éditeur de service de télévision ou de radiodiffusion. Le taux de prise en charge, auparavant de 20 %, est revalorisé à hauteur de 30%, pour les entreprises « qui satisfont à la définition des micro, petites et moyennes entreprises », afin d'accentuer le bénéfice de la mesure en faveur des plus fragiles. Par ailleurs, pour adapter la mesure aux besoins en financement de l'ensemble des entreprises, le décret fixe un plafond unique (somme des crédits d'impôt calculés au titre des dépenses éligibles) qui ne peut excéder 800 000 € par entreprise et par exercice.

## Conseil ▪ Coaching ▪ Accompagnement d'artistes Coordination de projet ▪ Formation ▪ Media training

[www.gildaslefeuvre.com](http://www.gildaslefeuvre.com) – Tél. +33 (0)6 60 26 03 03 / +33 (0)1 75 50 76 99

### De plus en plus d'artistes insatisfaits de Spotify et du streaming

Les artistes ne sont pas satisfaits de la rémunération de leur musique par Spotify, jugée unitairement trop faible, et le font savoir. En cause, le modèle économique du streaming développé par des plateformes proposant un catalogue de plus en plus riche et des formules gratuites de moins en moins limitées. Seuls les plus populaires tirent leur épingle du jeu en raison des volumes d'écoute, tandis que les artistes émergents et les indépendants se désolent des niveaux très bas de rémunération reversées. Au point que Thom York, le leader du groupe Radiohead, a décidé de retirer ses albums de Spotify, accusant les actionnaires du site d'être les gagnants de ce modèle. « C'est une équation qui ne fonctionne pas » selon Nigel Godrich, producteur du groupe. Une « petite rébellion sans fondement » estime la plateforme qui indique dans un communiqué avoir reversé 500 millions de dollars aux ayants droit l'an dernier (sans en préciser la ventilation) et prévoit d'en verser 1 milliard fin 2013. « La grande partie de cet argent sert à soutenir de nouveaux talents et à produire de nouvelles musiques de qualité. Nous sommes à 100% engagés à faire de Spotify le service de musique le plus convivial possible pour les artistes et nous parlons constamment aux artistes et aux managers sur la façon dont Spotify peut aider à bâtir leur carrière », se défend le leader du streaming.

Selon un article de Digital Music News paru en 2012, comparant quatre services sur un catalogue de 1280 titres, les artistes percevaient 0.028 dollar par écoute sur Zune, 0.016 dollar sur Napster, 0.013 dollar sur Rhapsody et 0.005 dollar sur Spotify (soit 140 fois moins qu'un téléchargement sur iTunes). La grande majorité des artistes n'atteignent pas de seuil conséquent et dénoncent des contrats opaques, des négociations secrètes entre les sites et les majors, des conditions particulières et un rapport de force en leur défaveur, sauf à prendre le risque d'être exclu de ces circuits de diffusion, vecteurs de visibilité à défaut de générer une économie probante. « La bataille du streaming ne fait que commencer » titrait le 19 juillet le site Electron Libre, en expliquant que le changement de paradigme qu'il introduit dans l'économie de la musique « prive les acteurs les plus fragiles de l'industrie phonographique de toute perspective de retour sur investissement » et conjugue des effets pervers qui ne profitent qu'à une poignée d'artistes. Le modèle économique du streaming semble n'en être un que pour certains.

### En bref... (1)

■ Pour faire face à une baisse de ses résultats, **l'enseigne Casino** réduit ses coûts partout où elle le peut. Elle **a ainsi décidé de cesser la diffusion de musique dans 450 de ses magasins** (hypers et supermarchés) pour économiser « plusieurs centaines de milliers d'euros de versements de droits », selon Philippe Mattelon, chef du service des licences, en charge des grands comptes, à la Sacem. Une décision provisoire (jusqu'à fin 2013), tant on connaît la valeur ajoutée de la musique dans les actes d'achat. Au total, les grandes surfaces alimentaires ont versé 6 M€ à la Sacem en 2012.

■ **Sophie Maurin est lauréate du prix Premières Francos avec l'Adami**, décerné le 15 juillet à La Rochelle par un jury présidé par Claire Denamur. En lice avec Granville, Yan Wagner, Mathilde Forget et AuDen, elle se produira en première partie d'un artiste confirmé sur plusieurs dates, dans le cadre du programme d'aide aux premières parties de l'Adami, avec l'aide du Chantier des Francos. Sophie Maurin est par ailleurs « coup de cœur » des Inrockuptibles.

■ **Le streaming représente 70% du marché de la musique enregistrée en Suède** (pays de Spotify), selon des chiffres publiés par GLF, l'association de l'industrie phonographique suédoise. L'écoute en ligne – dont la part était de 57% un an plus tôt – dépasse ainsi très largement les ventes de supports physiques (25%) et le téléchargement (5%).

■ Suite au plan de structuration de **Harmonia Mundi**, conduisant à la **fermeture de 15 magasins** sur les 24 de l'enseigne, **le Calif envisage d'en reprendre certains** (« un peu moins de 10 boutiques »). Le Club action des labels indépendants travaille sur le dossier avec le ministère de la Culture et espère obtenir une ligne budgétaire dédiée pour aider les disquaires à poursuivre leur activité.

■ Depuis le début de l'année, **Google a déréférencé** de ses résultats de recherche – à la demande des ayants droit – **plus de 105 millions d'URL pointant vers des contenus jugés illicites**. C'est le double de l'ensemble des demandes de suppression traitées durant l'ensemble de l'année 2012. Les demandes émanent notamment de la société britannique Degban (spécialisée dans les outils et services de traque du piratage de contenus numériques), de la RIAA (Recording Industry Association of America) et de la BPI (British Recorded Music Industry). Pour le seul mois de juin, Google a reçu plus de 14 millions de requêtes.

## Consommation de biens culturels en ligne : les tendances

L'Hadopi a publié en juillet la 3ème vague de son baromètre sur les usages et pratiques de consommation des internautes français en matière de biens culturels. De cette étude, réalisée par Ifop en mai auprès d'un échantillon représentatif de 1 502 internautes de 15 ans et plus, ressort que la consommation globale de biens culturels dématérialisés est en hausse, retrouvant son niveau de décembre 2011, que le montant moyen des dépenses en la matière se maintient autour des 20 euros par mois sur l'ensemble du panel (et à 34 € pour ceux qui ont acheté des produits culturels), que la consommation licite (76%) reste stable par rapport aux chiffres enregistrés en octobre 2012 et que la part des consommateurs déclarant avoir des pratiques illicites (mixtes ou exclusives) « reste à un niveau comparable ».

### Licite et illicite...

Du global au détail, il y a une nuance. Car la consommation licite exclusive concerne toujours davantage les livres (87%), les photos (87%) et les jeux vidéo (82%), tandis que la musique et les vidéoclips sont consommés légalement à 76%. C'est d'ailleurs la musique (42%), suivie par les vidéos (37%) et les photos (34%) qui contribue le plus à la hausse globale de la consommation de biens culturels, qui retrouve son niveau de décembre 2011. Ils sont par ailleurs 13% à déclarer consommer à la fois de façon licite et de façon illicite, le sondage témoignant à nouveau des incompréhensions et confusions pour distinguer ce qui est légal ou non, notamment par rapport aux usages payants. Lesquels sont considérés par 56% des internautes comme étant « forcément légaux », pourcentage montant à 59% chez les 25-39 ans et à 64% chez les Parisiens. Concernant la consommation illicite, le détail des chiffres l'atteste, elle est en hausse : elle s'élève à 17% sur l'ensemble des internautes (contre 14% en octobre 2012), dont 4% exclusivement illicite (2% précédemment). Et en considérant uniquement ceux qui ont consommé des biens culturels au cours des 12 derniers mois, la part de consommation mixte reste inchangée à 18% tandis que les usages exclusivement illicites s'élèvent à 6%, soit le double qu'en octobre 2012 (3%). Ce sont les séries TV (13%) et les films (10%) qui en font les frais, devant les logiciels (8%) et la musique (7%) et les jeux vidéo (7%).

### Motivations et freins...

Selon les déclarations de l'échantillon interrogé, être en conformité avec la loi est la première motivation à consommer de façon licite (46%), devant le respect des auteurs et créateurs (40%) et la peur des virus (35%). Mais pour les internautes ayant déclaré des usages illicites, aider des jeunes artistes ou producteurs est la troisième raison invoquée qui les inciterait à consommer de façon légale, particulièrement pour les 15-24 ans. Les avantages de l'offre légale tels que perçus par les internautes : la sécurité (55%), le respect des droits d'auteur (52%), la garantie d'un contenu conforme aux attentes (44%), la sauvegarde des achats par le site en cas de perte (28%), la facilité ou rapidité d'accès (25%) et les critiques, avis ou informations liées (13%). Quant aux freins à la consommation licite de biens culturels, le prix est – de loin – la première raison avancée (à 79%), devant l'habitude (pourquoi payer ce que je peux obtenir gratuitement) à 46%, les usages (DRM, accessibilité, facilité d'utilisation) à 27% et le mode de paiement (notamment peur de communiquer ses coordonnées bancaires) à 24%. Enfin 25% des internautes estiment ne pas avoir besoin d'aller sur des sites légaux pour des contenus qui ne les intéressent pas vraiment, et 6% déclarent ne pas connaître de sites légaux.

### Typologie des internautes...

L'étude livre aussi une typologie des internautes selon leurs usages de produits culturels en ligne, identifiant 5 profils : les « pragmatiques » (faibles besoins et occupations basiques, les moins dépensiers), les « passionnés attentifs » (plus jeunes que la moyenne, gros consommateurs de produits créatifs et ludiques, davantage portés sur l'offre légale mais pas que...), les « numérivores » (plus jeunes, plus technophiles et plus actifs, gros consommateurs de produits culturels), les « culturels légaux » (plus âgés mais plus fréquemment connectés, plus portés que la moyenne sur la légalité) et les « non consommateurs » (rarement connectés, ne se sentant pas concernés par le débat légal/illégal, constituant tout de même 29% de l'échantillon).

Profil	% des internautes 2013	% 2012	% consommateurs
Numérivores	22%	16%	29%
Pragmatiques	21%	22%	29%
Passionnés attentifs	20%	22%	29%
Culturels légaux	8%	7%	11%
Non consommateurs	29%	33%	--

## Usages illicites : le Snep interpelle le gouvernement

Le Snep s'inquiète de la reprise de la consommation illicite de musique en ligne, au vu des résultats de la 3ème vague du baromètre Ifop/Hadopi. « Nul doute que les messages portés par certains quant à la pérennité du dispositif de réponse graduée, depuis la campagne présidentielle jusqu'aux commentaires du rapport Lescure ont entretenu le flou auprès des internautes » commente le syndicat dans un communiqué. « Ces chiffres confirment que la migration des internautes vers des offres légales de musique en ligne est loin d'être acquise, en dépit des 20 millions de titres disponibles légalement sur les plateformes » estime-t-il en renvoyant à la responsabilité du gouvernement et du législateur « de veiller à ne pas hypothéquer l'avenir de l'écosystème numérique, source de revenus pour la filière musicale ». Prenant acte du décret supprimant la coupure d'accès à Internet dans le cadre de la réponse graduée, les producteurs du Snep rappellent aux pouvoirs publics « l'importance capitale d'une politique volontariste à l'encontre des usages illicites ». Pour le syndicat, « la nécessité de maintenir un cadre juridique protecteur des droits de propriété intellectuelle sur Internet, assortie d'amendes suffisamment dissuasives, conjuguée à une accélération de la lutte contre la contrefaçon commerciale » sont deux impératifs politiques.

## Droits d'auteur : la proposition de directive du Parlement européen

Les membres de la commission des Affaires juridiques du Parlement européen ont adopté le 9 juillet, à l'unanimité (par 22 voix pour, 0 contre et 0 abstention) leur position sur la proposition de directive relative à la gestion collective des droits d'auteur. Cette proposition vise à simplifier l'obtention de licences par les fournisseurs de services de musique en ligne dans l'Union, ainsi qu'à améliorer la protection des droits d'auteur en s'assurant que ces derniers soient collectés de manière plus efficace par les fournisseurs de services et redistribués plus équitablement et plus rapidement aux titulaires de droits (en réduisant le délai de 12 à 3 mois à partir de la fin de l'année financière pendant laquelle le revenu a été collecté). « Ce texte, adopté à l'unanimité, est une proposition clé du marché unique numérique. Une concession simple et transparente des licences de droits d'auteur signifie davantage d'offres légales et un accès simplifié aux contenus en ligne pour les consommateurs. Cette réforme permet également une rémunération équitable des artistes et le développement de nouvelles opportunités commerciales », a déclaré le rapporteur Marielle Gallo (PPE, FR).

La directive devrait encourager la création d'un contenu européen de services de musique en ligne et stimuler les ventes. « L'économie numérique européenne a besoin de "success stories". Le prochain « iTunes » doit être européen dans l'intérêt à la fois des citoyens européens et de la diversité culturelle » a ajouté Marielle Gallo. Les députés ont également adopté un amendement visant à garantir que les répertoires plus petits et moins populaires aient également accès au marché, en requérant des sociétés de gestion de droits d'auteurs de concéder des licences à tous les répertoires sous les mêmes conditions. Un autre amendement donne aux auteurs et aux artistes un meilleur contrôle de la gestion de leurs droits (ils pourront choisir leur société de gestion et participer plus facilement au processus de décision).

Le rapporteur souligne que « ce nouveau cadre législatif reconnaît l'importance du rôle social et culturel des sociétés de gestion collective, véritables promoteurs de la diversité culturelle. Les nouvelles règles bénéficieront avant tout à nos créateurs, nos artistes, nos interprètes qui seront rémunérés plus rapidement et pourront exercer un contrôle sur les sommes provenant de l'exploitation de leurs œuvres ». Car l'objectif de cette proposition de directive est aussi d'améliorer la gouvernance et la transparence du fonctionnement des sociétés de gestion collective, en renforçant leurs obligations d'information et le contrôle de leurs activités par les titulaires de droits. « C'est la première fois qu'au Parlement, des conservateurs britanniques au parti pirate, nous parvenons à un consensus sur le droit d'auteur qui est d'ordinaire un sujet extrêmement sensible. Ce vote est la preuve que lorsque nous laissons de côté les débats idéologiques, nous sommes en mesure d'apporter tous ensemble, des réponses aux questions légitimes des citoyens. Le droit d'auteur, loin d'être un obstacle est au contraire un atout pour l'économie européenne. Le vote d'aujourd'hui prouve qu'il est adaptable à l'ère numérique » a commenté Marielle Gallo.

## Tout savoir sur la convention collective du spectacle vivant

Le Prodiss vient de publier un 6ème opus dans sa collection. Les Petits Pratiques, sous le titre « Les musiques actuelles et la variété dans la convention collective du spectacle vivant privé ». L'ouvrage (184 pages) présente et explique la convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant entrée en application le 1<sup>er</sup> juillet, s'attachant plus particulièrement aux dispositions qui s'appliquent aux entrepreneurs des musiques actuelles et des variétés. Un mode d'emploi utile pour les entreprises concernées, qui insiste sur les différences avec la précédente convention collective chanson, variétés, jazz, musiques actuelles, et « permet d'accompagner la nécessaire mise en place au sein des entreprises de nouveaux outils et procédures, mais également d'adapter contrats de travail et organisation du travail ». L'ouvrage (15,90 €) est distribué par l'Irma.

## **Droit d'auteur : la ministre de la Culture au CSPLA**

Missions, rapports, commissions : les travaux continuent... Aurélie Filippetti a présenté le 9 juillet au Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique (CSPLA), les principales conclusions qu'elle entend tirer du rapport Lescure en matière de droit d'auteur. Elle souhaite que le CSPLA lance une mission d'étude relative au statut juridique des œuvres dites « transformatives », « afin de mieux accompagner le développement de nouvelles pratiques artistiques à l'ère du numérique ». Cette mission pourrait être confiée à Valérie-Laure Benabou, professeur à l'Université de Versailles-Saint Quentin, membre du CSPLA au titre des personnalités qualifiées. Celle-ci a présenté les conclusions de la commission sur le référencement des œuvres de l'esprit sur Internet, qu'elle a animée depuis le printemps 2012. Son rapport sera rendu public « très prochainement » indique le ministère. Mené en concertation avec l'ensemble des acteurs concernés, il présente un état des lieux approfondi, analyse la qualification juridique des opérations de référencement en ligne et propose des pistes de réflexions pour améliorer la visibilité de l'offre légale et lutter contre les contenus illicites. Le CSPLA n'exclut pas d'approfondir les pistes de réflexion qui pourront nourrir les travaux de la mission confiée à Mireille Imbert-Quaretta sur la lutte contre les sites illicites. Par ailleurs, Catherine Meyer-Lereculeur, chargée de mission à l'Inspection générale des affaires culturelles, a présenté l'état d'avancement des travaux que lui a confiés le CSPLA sur l'exception au droit d'auteur et aux droits voisins en faveur des personnes handicapées, suite à l'adoption récente d'un traité sur ce sujet au sein de l'OMPI.

## **André Verchuren, le roi du musette, est mort**

André Verchuren, figure historique de l'accordéon et monument de la musique populaire, est mort le 10 juillet, d'un arrêt cardiaque dans une pizzeria de Chantilly, à l'âge de 92 ans. Il reste le plus gros vendeur de disques d'accordéon au monde avec plus de 70 millions d'albums vendus durant sa carrière, 777 opus enregistrés et plus de 10 000 galas totalisant 40 millions de spectateurs. Infatigable, il avait arrêté la scène à 91 ans... Fils et petit-fils d'accordéoniste, il avait commencé l'instrument à 4 ans, touché son premier cachet à 6 ans et reçu la coupe du monde d'accordéon à 16 ans, des mains du roi Léopold III de Belgique (dont est originaire sa famille).

Après la Seconde guerre mondiale, pendant laquelle il entra dans la Résistance, fut dénoncé, torturé par la Gestapo et déporté à Dachau, il attendit 1950 pour voir sa carrière décoller, suite à sa participation à une populaire émission de Radio Luxembourg. Il fut ensuite signé chez Decca avant d'intégrer la maison Festival, fut le premier accordéoniste à se produire à l'Olympia en 1956 (pendant 3 semaines), anima des émissions de radio pendant 30 ans (17 ans sur RTL puis 13 sur Europe 1) et produisit des émissions télévisées, tout en sillonnant la France au rythme de 150 galas par an.

André Verchuren, qui avait reçu un diplôme du président Eisenhower lui signifiant la reconnaissance des Etats-Unis, avait été élevé commandeur de l'ordre national du Mérite en 2006 au titre de sa carrière musicale. Le roi du bal musette avait triomphalement fêté ses 80 ans de scène à l'Olympia et sur les routes de France en 2007. La Sacem, dont il était membre depuis 1952 et qui lui avait décerné son Grand prix de la musique instrumentale de variétés en 1982, a rendu hommage à l'auteur-compositeur à qui l'on doit plus de 600 œuvres (la dernière a été déposée en avril 2013) parmi lesquelles « Les fiancés d'Auvergne », « Le Chouchou de mon cœur », « Le tango nous invite » ou « La Saint-Hubert », qui « ont fait danser des millions de Français, de toutes générations ». La ministre de la Culture a également rendu hommage au musicien « prolifique et populaire », figurant parmi les « troubadours d'exception » et à « l'homme généreux et engagé ».

## **Battle médiatique entre ministre et ex-ministre de la Culture**

La politique culturelle menée par François Hollande « n'est pas convenable » selon Frédéric Mitterrand qui sort de son silence un an après le changement de gouvernement. Au micro de RTL et dans les colonnes du Figaro, l'ancien ministre de la Culture et de la Communication a critiqué début juillet le président de la République « qui s'intéresse pas du tout à la culture » (« ce n'est pas dans son ADN ») et Aurélie Filippetti qui « fait montre d'une approche totalement dogmatique » en la matière. « Nous avons des technocrates au pouvoir. Les socialistes n'ont tout simplement pas de vision culturelle » a-t-il lancé. L'actuelle ministre de la Culture a vigoureusement réagi sur le site du Monde, jugeant ces propos « insupportables ». Pour Aurélie Filippetti, « venant de quelqu'un qui n'a pas un bilan flamboyant, ses critiques sont nulles et non avenues ». Et d'ajouter : « Il dit dans un entretien au Point qu'il regardait les trains passer lorsqu'il était au ministère ; moi, je les aiguille »...

On notera que la ministre a été violemment critiquée ces dernières semaines pour la valse des directeurs d'institutions culturelles, jugée brutale. Dans une tribune à Libération, le comédien Philippe Caubère y voit une déconstruction acharnée « des projets de son prédécesseur ». L'abandon du projet de Centre national de la musique « sur lequel il y avait un large consensus » ? « Je ne comprends ni n'accepte ce geste » déclare Frédéric Mitterrand. Il commente aussi les restrictions budgétaires de la Rue de Valois (- 2,8%) : « Qu'on le veuille ou non, le ministre de la Culture n'est pas le ministre de la Sécurité sociale, mais celui des artistes. Alors oui, il y a une crise économique mondiale. Mais que pèse le budget de la Culture ? A peine 1% du budget de l'Etat. François Hollande voulait ré-enchanter la France, et il coupe dans les subventions ».

## **Pendant l'été, l'info continue... Les activités aussi !**

*Conseil, coaching, accompagnement, coordination de projet, formations personnalisées...*

### **Tarifs réduits de 20% jusqu'à fin août**

[www.gildaslefeuvre.com](http://www.gildaslefeuvre.com) – Tél. +33 6 60 26 03 03 / +33 1 75 50 76 99

## **Le Midem lance les « Midem Talks » pour sa prochaine édition**

Le Midem annonce, pour sa prochaine édition qui se tiendra à Cannes du 1<sup>er</sup> au 4 février 2014, le lancement des « Midem Talks », un programme de conférences qui réunira sur quatre jours l'ensemble de la communauté musicale. Construite sur la thématique « Back to Growth? Make it Sustainable », l'initiative vise à « montrer comment cette nouvelle ère de croissance pour l'industrie de la musique doit continuer à faire preuve d'innovation, notamment à travers le développement de nouvelles collaborations entre artistes, technologies, marques et ayants droit ». Les Midem Talks proposeront un ensemble d'outils et d'applications autour de sujets tels que le streaming, les nouveaux modèles de monétisation par la technologie et les marques, les investissements dans la musique et les tendances émergentes en licensing. Premier intervenant annoncé, Olivier François, directeur marketing des groupes Chrysler et Fiat. Il s'exprimera en tant que gourou reconnu du marketing et pionnier dans l'utilisation de la musique pour construire l'image d'une marque. Il expliquera comment ces partenariats constituent une nouvelle opportunité de retour à la croissance pour l'industrie et comment la musique joue un rôle capital dans le marketing de la marque.

*Ancien producteur et éditeur de musique, Olivier François est à la tête d'importantes campagnes marketing pour Chrysler et Fiat. Il a notamment décroché les droits d'exploitation de la chanson « Lose Yourself » de Eminem pour la publicité Chrysler lors du Super Bowl 2011, alors même que la star du rap avait refusé des propositions plus conséquentes de marques concurrentes. Le spot qui met en images Eminem, Detroit et Chrysler, a été l'un des moments les plus mémorables de l'histoire du Super Bowl. Depuis trois ans, de nombreuses stars de la scène internationale sont les ambassadeurs des campagnes de Fiat et Chrysler, dont Dr.Dre, Eminem, Jay-Z, Jennifer Lopez, Juanes, Pitbull et Shakira.*

## **iMusician se développe en France et en Allemagne avec DBTH**

DBTH, l'agence de Virginie Berger spécialisée dans la stratégie de développement à destination des artistes, des industries culturelles et des technologies émergentes, élargit ses activités. Elle développe désormais en France et en Allemagne la plateforme de distribution digitale suisse iMusician, qui étend son offre de services do it yourself. Fondée en 2007 et basée à Zurich, celle-ci distribue déjà plus de 11 000 artistes à travers le monde sur 200 magasins online et mobile (iTunes, Amazon, Deezer, Spotify, Napster, Beatport, Simfy...). iMusicians annonce l'élargissement de ses services pour « permettre aux artistes indépendants de se consacrer à leur musique en prenant en charge les aspects administratifs » : administration des droits d'auteur, administration des droits voisins (« via une interface simplifiée et plus efficace que les sociétés de gestion collective traditionnelles » affirme-t-elle), service de placement de synchros dans le cadre de partenariats avec de grandes marques, service Music Locker (protection contre le plagiat, en fait un encryptage des fichiers pouvant servir de preuve d'antériorité).

Contact : 01 83 89 19 95 – Virginie Berger ([vberger@dbth.fr](mailto:vberger@dbth.fr)) ou Julien Philippe ([jphilippe@dbth.fr](mailto:jphilippe@dbth.fr)).  
Voir aussi le site [www.iMusician.fr](http://www.iMusician.fr).

## **Rapport Lescure : une menace pour les artistes, selon l'ACPA**

Le rapport Lescure constitue une « menace pour les droits des artistes-interprètes » selon l'Alliance culturelle public-artistes, qui a mis en ligne une pétition pour interpeller le président de la République, François Hollande, et la ministre de la Culture, Aurélie Filippetti, sur ce sujet. « En prétendant garantir une « rémunération » pour les artistes-interprètes, le rapport garantit en réalité la cession des droits des artistes aux producteurs, s'oppose à la gestion collective de leurs droits par la Spedidam et fait intervenir la société de gestion uniquement comme prestataire de service des producteurs et sous leur contrôle, pour percevoir ce qu'ils accepteront, le cas échéant, de concéder », estime l'ACPA. Elle juge par ailleurs le rapport préoccupant par les propositions qu'il formule en matière de rémunération copie privée (laquelle constitue près de la moitié des sommes perçues par la Spedidam), tout en évoquant des éléments positifs sur son adaptation aux nouveaux modes de copie et de stockage. L'ACTA s'inquiète de la création d'une taxe sur les appareils connectés qui, ajoutée à une rémunération des artistes, « risque d'accroître la confusion entre ce qui relève du droit des artistes-interprètes, des auteurs et des producteurs, et ce qui relève de la collecte fiscale ».

## Stage droit d'auteur & édition les 19 et 20 septembre à Paris

Les éditions Tinuta annoncent de nouvelles dates pour son stage « Droit d'auteur et édition dans l'univers de la musique » les 19 et 20 septembre à Paris. Un copieux programme sera proposé au cours de ces deux jours, animées par Marie-Hélène Jarno-Taphorel : les principes du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle ; le droit moral et les droits patrimoniaux ; le domaine public ; l'auteur, le compositeur et les œuvres musicales ; comment protéger une œuvre, un arrangement, une adaptation ; le statut d'une œuvre de collaboration, composite, collective ; l'édition musicale ; le rôle et les fonctions de l'éditeur ; la société d'édition, de la TPE à la multinationale, les départements artistique, copyright et royalties ; le contrat de cession ; ce qui est négociable ; les avances ; le contrat de préférence et la carrière des auteurs ; les autorisations données par l'éditeur ; la gestion collective et son processus ; la Sacem et la SDRM (adhésion; fonctionnement, services, aides) ; comment exploiter les œuvres à l'étranger, la sous-édition ; la copie privée ; les droits voisins ; le droit des interprètes : la lecture d'un état de redevances : comment vérifier ses répartitions : la gestion d'un catalogue ou d'une société d'édition ; l'offre de musique en ligne, la piraterie, l'Hadopi, le sampling, les différences avec la loi anglo-saxonne ; l'avenir du droit d'auteur en France et dans le monde.

*Modalités d'Inscription sur [contact@tinuta.com](mailto:contact@tinuta.com), avant le 6 septembre 2013 dernier délai. Les stagiaires peuvent faire prendre en charge totalement ou partiellement le coût du stage (250 € HT).*

## Le modèle « reward link » de Moozar fait son chemin...

Renforcée par l'arrivée dans l'équipe, début 2013, de Stanislas Hintzy (ex directeur Europe d'OD2 et directeur international de Nokia Music) comme directeur stratégie & business development, Moozar poursuit le développement de son service mondial direct2fans et direct2artists. La société créée par l'avocat David Brami s'était à l'origine positionnée sur un modèle incitant à l'indemnisation a posteriori des ayants droit pour les fichiers téléchargés en dehors du cadre légal. Elle s'appuyait sur les résultats d'un sondage Ifop qui démontrait (fin 2008) que les internautes y étaient majoritairement favorables. Mais la démarche, en période de gestion de l'Hadopi, n'avait pas suscité l'enthousiasme des titulaires de droits. C'est sur un nouveau modèle que Moozar s'est depuis repositionné, en lançant un service qui permet aux artistes de générer des « reward links » (liens récompense) attachés à l'URL de leurs contenus audio et vidéo diffusés sur le web (sur YouTube, SoundCloud, Dailymotion...), de les partager et d'inciter ainsi les internautes à récompenser instantanément, d'un simple clic, les contenus qu'ils apprécient. Présenté au dernier Midem, le « nouveau Moozar » a suscité des retours très positifs des professionnels (déclenchant l'ouverture de plus de 500 nouveaux comptes), d'autant qu'entre temps les mentalités ont évolué vis-à-vis du don sur Internet.

Sous le slogan « Get the Link, Share it, Reward the Music ! », le modèle – qui constitue une source de revenus additionnelle pour les artistes et un moyen viral d'engager leurs fans – s'est récemment enrichi côté fonctionnalités : simplicité d'utilisation, facilité et gratuité d'inscription pour les titulaires de droits (artistes, créateurs ou producteurs), génération automatique des « reward links », synchronisation avec les plateformes de streaming, possibilité d'incorporer les liens dans l'ensemble des éléments promo et marketing de l'artiste, gestion personnalisée, interface tout-en-un, intégration de la Twitter Card... Outre le Midem où Moozar est intervenu sur deux panels, la société a présenté son service à la Driven Music Conference à Miami en mai, au New Music Seminar à New York en juin, ainsi qu'à l'Ascap Expo « I Create Music » à Los Angeles en avril. L'Ascap (société américaine des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) a d'ailleurs jugé digne d'intérêt le modèle proposé et le fait savoir à ses adhérents. De nouveaux développements seront prochainement annoncés.

## Le légendaire guitariste américain J.J. Cale s'est éteint

Le chanteur, guitariste, auteur et compositeur américain J.J. Cale s'est éteint le 26 juillet à l'hôpital de La Jolla en Californie, des suites d'une attaque cardiaque, à l'âge de 74 ans. Né à Oklahoma City, de son vrai nom John Weldon Cale (il adopta les initiales J.J. pour se distinguer de John Cale du Velvet Underground), il est devenu célèbre avec ses titres « After Midnight » et « Cocaïne », immortalisés par Eric Clapton, mais aussi « Magnolia », « Crazy Mama », « Don't Cry Sister », « Call Me The Breeze », « Cajun Moon » et autres classiques. Il laisse seize albums studio (qu'il produisait lui-même), enregistrés entre 1971 et 2009. Reconnaisable à son style particulier (laid-back), son jeu décontracté (influencé par Les Paul, Django Reinhardt, Jimmy Reed et Hank Williams), son toucher unique, son chant lancinant et nonchalant, le père du « Tulsa Sound » (un mélange de country-rock, de blues, de jazz et de folk), perfectionniste malgré les apparences, a influencé de nombreux artistes tels Eric Clapton, Lynyrd Skynyrd, Santana, The Allman Brothers, Freddie King, Captain Beefheart, Deep Purple, Chet Atkins, Johnny Cash, The Band, John Mayall, Mark Knopfler ou Beck. En 2006, l'album « The Road to Escondido » enregistré avec Eric Clapton, lui avait valu un Grammy Award.

« La célébrité ne m'intéresse pas » disait J.J. Cale, qui a cultivé l'anonymat tout au long de sa carrière. Discret, peu médiatisé, préférant la tranquillité aux lumières, installé dans un mobil-home en Californie, injoignable, il faisait peu de tournées, ne sortant de sa retraite que pour la sortie de ses albums, de plus en plus espacés, dont le dernier « Roll on » est paru en 2009. « Ma supposée

paresse semble être un très bon outil pour commercialiser mes albums » ironisait-il dans la presse (Guitare et Clavier en 1993). « Je suis une personne de l'ombre. Je n'ai pas un nom connu. Les gens ont entendu ma musique mais toutes mes chansons connues le sont devenues en étant interprétées par d'autres... Mais c'était mon but », avait-il confié au Chicago Sun Times en 1990. Dans un communiqué, la ministre de la Culture Aurélie Filippetti a salué la mémoire d'un « grand artiste qui a profondément influencé le goût musical de son époque ».

## En bref... (2)

■ **La Hadopi réduit sa voilure.** Après avoir demandé l'an dernier au ministère de la Culture 12 M€ pour son budget 2013 (montant jugé disproportionné par Aurélie Filippetti) et finalement obtenu 8,4 M€, la Haute Autorité a sollicité le 16 juillet une subvention de **7,5 M€ pour 2014** (dont 72% seraient engloutis en frais de personnel) au titre des crédits nécessaires à l'accomplissement de ses missions. Lesquelles doivent être transférées au CSA selon un calendrier qui n'a pas été précisé.

■ La mise en place de la **taxe sur les appareils connectés**, préconisée par la mission Lescure, est soutenue par Aurélie Filippetti « **dans le but d'alimenter les filières culturelles et non les caisses de Bercy !** » a souligné la ministre lors d'une audition devant le Sénat. Les principaux syndicats de la presse (SPQN, SPQR, SEPM, APCI) soutiennent aussi l'initiative, jugeant « incontestable que les producteurs de contenus contribuent à la valeur perçue des équipements technologiques ».

■ Le malheur des uns fait le bonheur des autres. **Le fichier clients de Virgin Megastore** (détenteurs de la carte fidélité de l'enseigne), mis aux enchères par l'administrateur en charge de la liquidation, a été **acquis par la Fnac pour 54 000 €**. La base de données comprend 1,6 million de coordonnées.

■ **Spotify a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires en hausse de 128% à 435 millions d'euros**, dont 70% reversés aux ayants droit. Même si ses pertes ont augmenté de 29% à 58,7 millions d'euros, l'entreprise suédoise leader du streaming reste très performante, en s'appuyant sur une base de 24 millions d'utilisateurs actifs (dont un peu plus de 6 millions d'abonnés qui contribuent pour 84 % à ses revenus, le reste venant de la publicité pour 13,7%).

■ **Les radios musicales nationales** regroupées au sein du SRN (Syndicat des réseaux nationaux) **s'opposent à un projet-surprise d'amendement proposé par le CSA qui vise à dé plafonner les seuils anticoncentration** dans le cadre du projet de loi sur l'audiovisuel. « Il n'y pas eu de concertation avec les opérateurs, c'est incompréhensible sur un sujet aussi essentiel » s'insurge Jérôme Fouqueray, patron des musicales du groupe RTL et membre du SRN. « Pourquoi mettre en danger un secteur qui marche ? » s'interroge de son côté, le Sirti.

■ **La future Cité musicale devrait ouvrir ses portes dans 3 ans sur l'île Seguin** (l'ancien site Renault à Boulogne-Billancourt). Un groupement composé de Bouygues Bâtiment Ile-de-France (en charge de sa construction), Sodexo, TF1 (qui investit dans le projet) et OFI Infra Via ont signé le 11 juillet un contrat de 170 M€ avec le conseil général des Hauts-de-Seine pour la réalisation de cet « équipement culturel emblématique » qui entend « développer le rayonnement artistique par une programmation internationale ». Il comprendra une **salle de 4 000 à 6 000 places pour les musiques actuelles** et un **auditorium de 1 100 places pour la musique classique et contemporaine**.

■ Dans une interview accordée au quotidien Le Républicain Lorrain, **Aurélie Filippetti a exhorté Amazon de payer ses impôts en France**, de pratiquer des rabais de 5% sur son catalogue et de garantir la gratuité des frais de livraison. La ministre de la Culture reproche au site américain de vente en ligne des méthodes de dumping « destructrices d'emploi, de culture et de lien social » et qui auraient contribué à la disparition de Virgin Stores.

---

**GL CONNECTION : Gildas Lefeuvre • 75, rue de Charonne 75011 Paris**  
Tél. +33 (0)6 60 26 03 03 / +33 (0)1 75 50 76 99 • Mail : [gildas.lefeuvre@hotmail.fr](mailto:gildas.lefeuvre@hotmail.fr)

---

### ***Vous souhaitez recevoir la newsletter ?***

Pour figurer parmi ses 13 000 destinataires, il vous suffit d'adresser un mail à [glconnection@msn.com](mailto:glconnection@msn.com) en indiquant vos noms et prénoms, secteur d'activité et, s'il y a lieu, société et fonction.

### ***Vous appréciez la newsletter ? Vous souhaitez qu'elle perdure ?***

La newsletter GL Connection, qui s'inscrit dans une logique de réseau, est adressée à titre gracieux. Mais sa réalisation nécessite de la disponibilité, parfois difficile à trouver quand je dois privilégier des missions rémunératrices. Si vous appréciez cette newsletter et souhaitez qu'elle perdure, soutenez-la ! Comment ? Par une souscription libre et volontaire. Elle contribuera à me permettre d'y consacrer le temps nécessaire pour continuer à vous informer de l'essentiel de l'actualité de la filière musicale et de ses problématiques, de façon neutre, indépendante et objective.