

LA RÉMUNÉRATION DE LA FILIÈRE MUSICALE À L'ÉPREUVE DU NUMÉRIQUE

Rencontre autour d'un verre du 15 mai 2018 avec Alain Charriras

[Retranscrit par Jean Pelletier](#)

jmpelletier52@gmail.com

Résumé :

Alain Charriras est musicien, compositeur et illustrateur sonore, il rejoint l'Adami (Société pour la perception et la répartition des droits des Artistes Interprètes), en 1998 en tant qu'administrateur. Il est alors en charge de la « copie privée », du lobbying et des Rencontres Européennes des artistes à Cabourg. Il est aujourd'hui consultant de l'Adami, en charge principalement de la « copie privée », Il est Administrateur de Copie France (société pour la perception de la rémunération pour copie privée).



Alain Charriras

Après des études de sciences économiques et de fiscalité, il a abandonné l'administration des finances pour rejoindre le Grand Magic Circus de Jérôme Savary, puis Coluche et ensuite le groupe « Au Bonheur des Dames ».

Alain Charriras est très actif dans le combat pour une juste rémunération des ayants droit et donne de nombreuses

conférences.

Mots-clés :

Alain Charriras, ADAMI, streaming, blockchain, HADOPI, SPRD, Data Mining



Quelles sont les formes d'écoute de la musique qui s'imposent ? En quoi mettent-elles en péril les modes de rémunération ? Le numérique est-il susceptible d'apporter des réponses appropriées ? Voilà quelques-unes des questions auxquelles Alain Charriras a apporté des réponses.

LE STREAMING S'IMPOSE AUX UTILISATEURS

L'émergence rapide du numérique a bouleversé et transformé le système de rémunération des ayants droit de la musique, à savoir : les auteurs-compositeurs, les artistes interprètes et les producteurs.

Dans le nouveau contexte toujours évolutif du tout numérique, la tendance aujourd'hui des consommateurs va nettement et majoritairement vers le streaming, après avoir traversé une période de piratage et d'échanges, puis de téléchargements.

Les dispositions réglementaires du type HADOPI - Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des droits sur Internet - sont arrivées bien trop tard pour apporter une réponse adéquate à cette situation de crise.

La monétisation des œuvres se cherche toujours, mais devrait se diriger vers une gestion collective, qui seule pourra, un jour, permettre de rémunérer chaque ayant droit selon la réalité de la consommation de ses œuvres.

Aujourd'hui on ne sait pas répartir correctement le streaming à coût raisonnable et, de ce fait, on le répartit à la louche, approximativement.

L'émergence de la « Blockchain » pourrait rapidement permettre cette évolution.

Mais il appartiendra aux SPRD - Société de Perception et de Répartition des Droits - de s'y atteler.

Nous savons qu'Apple cessera la vente en téléchargement d'ici deux ans, car seul le streaming sera la règle de l'utilisateur à court terme. Quelle est la position de l'IFPI - Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique ? C'est la première fois que, dans son rapport annuel, elle annonce un changement significatif s'inscrivant dans l'évolution du numérique. Elle a embauché des jeunes, des spécialistes des neurosciences et du Data Mining afin de chercher à faire émerger des revenus, non pas à partir de la vente de la musique, mais de tout ce qui tourne autour.

BLOCKCHAIN, NEUROSCIENCE, DATA MINING À LA RESCOUSSE DES ARTISTES

D'une certaine manière, on peut dire que « le vieux monde a tourné la page », plus jamais on ne tirera « son business » de la vente uniquement.

Mais comment exploiter le fait que les gens écoutent désormais de la musique en streaming ?

La musique a un message émotionnel très fort et propre à chacun, il y a ce qu'on appelle une révolution cognitive, la « captologie », la science qui fait que le malheureux internaute qui a mis un doigt sur votre site ne le quitte jamais, le but n'est plus de vendre, mais de vous rendre captif, réceptif, et donc « étudiable ».

Avant, on vendait de la musique, maintenant nous avons affaire à un média qui tourne autour de la musique, cela veut dire que la musique est le prétexte pour vous attirer, vous maintenir là où vous êtes... des sites de streaming comme Deezer ou Spotify maintiennent un flux continu de sollicitations, les notifications vous ramènent constamment au site et captivent votre siège de l'attention qui est situé dans le lobe pariétal, le but ce n'est pas de vous avertir sur un sujet précis, mais de vous inciter à retourner sur le site... c'est vrai pour tous les réseaux sociaux et les sites marchands que ce soit Amazon, un modèle du genre, ou Twitter, Facebook ou LinkedIn.

NOTRE CERVEAU REPTILIEN À LA BARRE

À la préhistoire, l'homme de Cro-Magnon a vu la formation de son cerveau reptilien, il y avait alors peu d'information, il risquait sa vie, chaque bruit induisant un danger... Hé bien, aujourd'hui, c'est notre cerveau reptilien que l'on sollicite, dès qu'on reçoit un bip, un pop-up, un message flash sur l'écran, cela captive notre attention et cela prend le pas sur tout le reste... de quoi s'agit-il ? Mon dieu je suis en train de rater quelque chose... cette peur de louper un événement, de passer à côté d'une information caractérise notre modèle de société passé au tamis du numérique.

Comment cela marche-t-il ? On ne peut être conscient que d'une seule chose à la fois (c'est du moins ce que nous enseignent les neurosciences...) lorsqu'un pianiste improvise sur la main droite, il automatise la main gauche. Même chose pour une chanson accompagnée à la guitare.

Quand vous recevez ces sollicitations, votre conscience quitte tout le reste... c'est votre cerveau reptilien qui réagit... La question est comment peut-on faire de l'argent avec cela ?

LA MUSIQUE N'EST PLUS QUE LE PRÉTEXTE : LA PROIE C'EST VOUS

Le « like », c'est la gratification immédiate qui permet de parler de soi, c'est extrêmement valorisant, les gens préfèrent parler d'eux-mêmes, c'est ce qui est le plus agréable au monde, bien plus que de gagner de l'argent et pourtant...

Quand vous obtenez un « like », il y a création immédiate de dopamine (hormone du plaisir)... L'effet est un bien-être immédiat, instantané.

Autre principe, "le contenu sans fin", son objectif est de maintenir l'auditeur dans un monde à part, qui le pousse à une consommation maximisée. J'ai lu quelque part un compte rendu de l'expérience menée par l'université de Cornwall (Royaume-Uni), qui a démontré qu'une consommation peut augmenter de 73 % si le contenant se remplit continuellement à son insu.

Eh bien, dans le monde de la Musique, on peut vous inonder en continu, en fonction de ce que vous aimez, les algorithmes le savent et mémorisent toutes ces données.

Ne pas rater l'éphémère, signe des temps... c'est ce qui se produit aussi. La promotion des artistes se fait sur Snapchat (dont le slogan, veut tout dire « La vie est plus fun quand on vit pleinement chaque instant ! »). C'est le réseau des messages éphémères ; ils s'autodétruisent au bout d'un certain temps.

On déteste toujours rater quelque chose... c'est désagréable pour le cerveau, on vous entretient toujours sur le risque de rater quelque chose... on vous incite donc à être toujours présent...

De plus en plus les maisons de disques ont compris l'importance des réseaux sociaux. Elles investissent fortement dessus.

Les artistes sont des artisans, mais dans ce Nouveau Monde, on « s'en fout »... on va vous faire écouter ce qui correspond à votre état d'âme... et vous maintenir sur le site coûte que coûte... et ce qui compte alors ce sont toutes les informations que l'on peut capter sur vous, et non pas vous vendre présentement quelque chose.

COMMENT RÉPARTIR LES DROITS MUSICAUX SUR LE STREAMING

Le streaming est un flux continu, que vous ne téléchargez pas, vous pouvez créer des « playlists » et les partager... en faisant rien que cela, vous donnez de l'information sur vous.

Aujourd'hui le streaming a pris le leadership sur toutes les autres formes d'accès à la musique.

Mais on ne sait pas encore répartir correctement les revenus du streaming.

Il existe des logiciels qui permettent cependant de copier du streaming, les producteurs militent encore pour les interdire, alors que le bon combat serait de considérer que c'est de la copie privée pour les ayants droit... Pour Alain Charriras et pour les intérêts des artistes, il vaut mieux rentabiliser le piratage que de le combattre en vain...

« L'histoire nous l'a enseigné, à l'époque du « Peer to Peer » on a essayé à l'Adami et Jean Pelletier a suivi tout cela de très près, avec moi, de rentabiliser par la licence globale ce phénomène de piratage plutôt que de l'interdire, et nous avons échoué, car la majorité de la filière s'y est opposée et c'est bien dommage. »

Le piratage aurait été l'occasion de générer des revenus substantiels, en instaurant une redevance sur les abonnements à Internet en contrepartie d'un droit à copier dans le cadre privé.



Résultat, les artistes sont toujours très mal rémunérés, car ils sont mal identifiés, le streaming est un abonnement mensuel mais on ne sait pas ce que vous écoutez, donc la répartition se fait selon un hit-parade.

« Quelqu'un qui n'écouterait que moi, les 9,99 euros d'abonnement devraient être pour moi, non ils iront selon le hit-parade... la preuve est faite qu'on ne sait pas répartir au plus juste. »

UNE « BLOCKCHAIN » INITIÉE PAR LA SACEM

Qu'est-ce qui le permettrait ? La « blockchain »... c'est un système de « Peer to Peer » comme l'était Edonkey ou eMule... ce sont des nœuds de validation qui sont décentralisés, déjà la Sacem a mis en place un système avec PPL (Société homologue de l'ADAMI qui gère des artistes britanniques), formant ainsi une puissance de feu énorme à eux deux.

Xavier Costaz a été embauché par la Sacem comme Directeur de projets innovation pour le mettre en œuvre.

La « blockchain » (une chaîne de block, cela pourrait permettre de remplacer les tiers de confiance), la Sacem, votre notaire, le cadastre... tout cela revient très cher à faire fonctionner et avec une vitesse de traitement très lente, le principe de la « blockchain » change la donne, dès qu'une opération est validée elle est redistribuée sur tout le réseau, le streaming est un réseau puissant... comment valide-t-on un block ? Monsieur A a écouté un morceau de musique de Monsieur B qui a payé un abonnement à un site de streaming et, bien sûr, on lui prend un fragment de son abonnement pour l'envoyer en droit à celui qui l'a écouté.

Les nœuds de validation devraient être au sein d'une SPRD (Société de Perception et de Répartition des Droits), Sacem, Adami, etc. et pour le « minage », chaque utilisateur de Dezeer par exemple mettrait à disposition la puissance de calcul de son ordinateur (à prévoir dans le contrat).

Spotify serait en train de monter une « blockchain »... la nature a horreur du vide... et la Sacem a aussi compris cela. Il faut d'urgence se pencher sur le sujet...

Le problème des artistes c'est qu'ils ont cédé tous leurs droits aux producteurs. Et s'ils s'y mettent eux, ce sera sans les artistes et pour leurs seuls bénéfices...

Pour se résumer, s'il faut que Youtube rémunère la création, et c'est à la commission européenne de s'y atteler et réécrire la directive 2000-31, le fait principal c'est que la musique est aujourd'hui un appât et les données sont le cœur du business.

LE STREAMING NE RAPPORTE RIEN, MAIS IL DÉLIVRE DES INFORMATIONS

Par exemple : si tel titre de tel artiste est écouté à Bordeaux par 5 000 personnes, cela vous donne une indication précieuse quant à la salle à louer pour organiser le concert de cet artiste. On voit bien que l'analyse des données permet d'affiner la gestion des artistes.

« Gérer sa communauté », Wizdeo (qu'a créé Marc Valentin, un ex « énarque de Bercy ») recherche des informations sur YouTube, il contacte les « YouTubeurs » qui ont plus de 50 000 « likes ».

Ce site leur fait signer un contrat, puis ils vont voir les annonceurs, par exemple Nike à qui ils disent si vous voulez que Cyprien (Vidéo tubeur très populaire auprès des jeunes) porte des Nike c'est tant...

Donc ce prestataire fait gagner à des artistes beaucoup d'argent.

Le problème aujourd'hui c'est celui de la réactivité. Exemple : quand sont apparues les boîtes à rythmes, certains batteurs ont dit – « moi je n'en tiens pas compte on ne peut pas se passer des batteurs ».

Mais dans les faits cette innovation technologique a réduit considérablement le « marché » des batteurs.

D'autres batteurs ont dit : « mais moi je suis le mieux placé pour programmer une boîte à rythmes » et ils se sont insérés dans le système.

La question est donc face à l'innovation, soit de baisser les bras (c'est une tendance), soit de voir comment s'adapter.

Même problème avec les médecins et les opportunités que leur apporte l'IA dans leur travail...

DEMAIN, UNE UBÉRISATION DES ARTISTES ?

Pour les artistes, les majors veulent continuer à garder la main. On assistera donc à une « ubérisation » des artistes, ceux-ci feront leur travail chez eux et ils iront ensuite chez les majors qui diffuseront leur travail et ne leur donneront en échange qu'un maigre pourboire.

Il faut que les artistes décident de passer à l'autoproduction et prennent leur avenir en main. Pour cela ils doivent travailler avec des prestataires comme Wizdeo, ils doivent aller dans cette direction et les productions ne seront plus que des prestataires et la clef de partage ne sera plus la même, aujourd'hui 92 % des revenus vont aux producteurs, il faut renverser cela... et le numérique est une chance et une opportunité à saisir par les artistes pour une plus juste rémunération de leur travail.

Quelques liens pour aller plus loin :

<https://www.hadopi.fr/>

<https://blockchainfrance.net/decouvrir-la-blockchain/c-est-quoi-la-blockchain/>

<https://societe.sacem.fr/actualites/innovation/la-blockchain-comme-outil-pedagogique-et-de-transparence>

<https://wizdeo.com/fr/>

