

Lawfully Creative | Joe DiMona, militant sur le changement climatique et ancien juriste de BMI

A propos du show

Lawfully Creative

With Annabelle Gauberti

Produced by
[crefovi](#)



Le podcast "Lawfully Creative" est une série de conversations intimes et honnêtes hébergées par Annabelle Gauberti, associée fondatrice et gérante du cabinet d'avocats basé à Londres et

Paris, Crefovi, qui cible le conseil aux industries créatives. Annabelle parle avec des artistes, des législateurs et des professionnels travaillant dans les industries créatives – pour écouter leurs histoires, ce qui inspirent leurs créations, quelles décisions ont changé leurs carrières, et

quelles relations ont influencé leur travail.
Produit par Crefovi.

Souscrivez

Retrouvez nos épisodes originaux sur iTunes, Spotify, Deezer, Stitcher, YouTube, Patreon, Google Podcasts, Soundcloud, Castbox, TuneIn, Breaker, RadioPublic, Anchor, Pocket Casts, PlayerFM, iHeartRadio et Overcast, chaque mois.

Episode n. 15: Joe DiMona, militant sur le changement climatique et ancien juriste de BMI



Joe DiMona est un homme de loi, dans tous ses aspects. Chez BMI, il était un fervent ambassadeur des créateurs de musique, s'assurant qu'ils reçoivent leur part équitable par le biais de licences globales, de perceptions de

redevances et de négociations tendues avec les sociétés de télécommunications ainsi que les entreprises de streaming et autres sociétés de haute technologie. Maintenant, dans son nouveau rôle en tant que militant pour le changement climatique, Joe apprécie la rédaction de modèles de lois environnementales, qui seront prêtes à entrer en vigueur quand le prochain président des Etats-Unis décide enfin d'instaurer une vraie politique de protection de l'environnement.

28 septembre 2020 – Joe DiMona, fils de l'auteur d'ouvrages de suspens à succès, Joseph DiMona, a choisi une carrière dans le commerce de l'édition musicale, en tant que juriste chez BMI. Suite à son travail au sein de cette société de collecte de droits d'auteurs musicaux durant 27 ans, Joe a récemment changé son attention vers le militantisme et lobbying concernant le réchauffement climatique. Ecoutez Joe raconter ses histoires de guerre et autres anecdotes concernant sa vaste expérience en tant que juriste dans la musique, [ici](#), dans sa conversation avec l'associée fondatrice et gérante de Crefovi, Annabelle Gauberti.

Évaluez

Merci de laisser une revue et une évaluation à propos du podcast "Lawfully Creative", afin d'encourager les autres auditeurs et internautes à découvrir notre contenu sélectionné.

Un réseau global

Les clients apprécient les avocats du cabinet Crefovi pour leur réactivité et leur aptitude à comprendre les aspects techniques, commerciaux et juridiques de chaque transaction commerciale et reviennent, dossier après dossier, pour être conseillés par eux.

Alors que nous sommes basés à Paris et Londres, nous travaillons couramment entre les pays. La grande majorité de nos mandats sont multi-juridictionnels. Nous avons l'habitude de travailler dans des équipes multinationales, et de faire confiance à notre réseau d'avocats spécialistes pour du soutien dans les autres juridictions.

L'équipe a, par conséquent, établi un vaste réseau international de contacts dans le monde des industries créatives, et une association rapprochée avec d'autres avocats spécialistes, dans le monde entier. Notre histoire de succès dans des affaires à haut profil, politiquement sensible reflète une capacité à agir rapidement et dans la plus grande discrétion.

En effet, les avocats de Crefovi sont très bien connectés dans le monde des industries créatives, fréquentant, et participant à des panels de discussion, régulièrement, à chaque session des salons professionnels tels que CES, Web Summit, DLD & Slush, le Midem, ainsi que le Festival de Cannes et l'EFM et la Berlinale.

Crefovi met à jour régulièrement ses réseaux de médias sociaux, tels que LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube et Facebook. Vérifiez nos dernières nouvelles [ici](#)!

Votre nom (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Sujet

Votre message

Envoyer

KVAX

Culture de l'annulation & "cancel culture": comment les industries créatives doivent se mettre à l'abri

La culture de l'annulation est parmi nous. C'est ce que sont en train de nous dire les médias britanniques et

français, qui ont enfin pris connaissance du contenu du dernier livre, et première oeuvre de non-fiction jamais publiée, par l'auteur américain acclamé, et pourtant fortement critiqué, Bret Easton Ellis, "White". La polémique rage des deux côtés de l'Atlantique, enflammée par plus de 150 personnages publics ayant signé une lettre controversée dénonçant la culture de l'annulation. Donc, qu'est-il en train d'arriver? Qu'est-ce que la culture de l'annulation ("*cancel culture*")? Pourquoi devriez-vous y prêter attention, et être vigilant vis-à-vis de la culture de l'annulation, en tant que créatif? Est-ce que cela existe, de toute façon, en Europe et, en particulier, en France et au Royaume Uni? Si oui, comment devriez-vous vous positionner, en tant que créatif, sur, et à propos, de la culture de l'annulation?



1. Qu'est-ce que c'est? D'où cela vient-il?

Suite aux guerres culturelles des années 90 ("1990s' culture wars"), qui sont apparues aux Etats Unis d'Amérique comme une façon de dénoncer et d'interdire les expositions d'art contemporain et autres supports d'expression créative jugés par ceux lançant ces guerres culturelles comme indécents et obscènes, la culture de l'annulation & "*cancel culture*" a pris son envol au début des années 2000 sur les médias sociaux, et est depuis devenue un phénomène culturelle aux Etats-Unis et au Canada – particulièrement dans les cinq dernières années – se répandant dans tous les aspects des médias d'Amérique du Nord.

La culture de l'annulation & "*cancel culture*" fait référence au désir populaire, et à la pratique, de retirer tout support pour (c'est à dire d'annuler) des personnalités publiques, des communautés ou sociétés, après qu'elles aient fait ou dit quelque chose considéré comme inacceptable ou offensant. La culture de l'annulation & "*cancel culture*" est généralement mise en oeuvre sur les réseaux sociaux, en la forme d'humiliation en ligne de groupe ("*online shaming*").

Par conséquent, à la suite de quelque chose qui a été dit ou fait, ayant généré des réactions et émotions négatives telles que la colère, le dégoût, l'irritation et la haine, de la part de certains membres du public, une personne physique ou une personne morale, ou un groupe de personnes physiques, finit par être publiquement humilié et déshonoré, sur internet, via les plateformes de réseaux sociaux (telles que Twitter, Facebook et Instagram) et/ou sur des médias plus locaux (tels que des groupes d'emails). L'humiliation en ligne prend de nombreuses formes, y compris les appels à voix haute ("*call-outs*"), l'annulation ou "*cancel culture*", le "*doxing*", les revues négatives, et la vengeance pornographique ("*revenge porn*").

Alors que les guerres culturelles des années 90 étaient motivées par des individus conservateurs, religieux et de droite aux Etats-Unis (provoqués par des problématiques définies par des "mots magiques" tels que l'avortement, les politiques concernant les armes à feu, la séparation de l'église et de l'état, la vie privée, l'utilisation de drogues récréatives, l'homosexualité), la culture de l'annulation & "cancel culture" de notre 21ème siècle est en fait un mouvement identitaire supposé "progressif" tendant vers la gauche, ayant pris racine ses dernières années dans les conversations provoquées par #MeToo et les autres mouvements qui demandent une plus grande responsabilité de la part des personnalités publiques. Selon le site web Merriam-Webster, *"le terme a été crédité aux utilisateurs noirs de Twitter, dans lequel il a été utilisé comme un hashtag. Alors que des informations troublantes sont révélées concernant des célébrités qui étaient autrefois populaires, telles que Bill Cosby, Michael Jackson, Roseanne Barr et Louis C.K. – alors viennent des appels pour annuler ces personnalités"*.

Et oui. Vérifiez votre flux Twitter en tapant dans la barre de recherche les hashtags #cancelled, #cancel ou #cancel[puis ensuite nommez la personne, société, organisation dont vous pensez qu'elle pourrait être annulée], et vous pourrez revoir les campagnes et mouvements d'annulation principaux lancés contre Netflix, l'actrice britannique Millie Bobby Brown, l'utilisateur de twitter @GoatPancakes_, etc.

Donc sous couvert de défendre des causes louables, telles que la reconnaissance de la communauté LGBTQ et la lutte contre le racisme, le sexisme, le harcèlement sexuel, l'homophobie, la transphobie, etc., certaines communautés de groupes d'auto-défense et de miliciens en ligne "vertueux" utilisent des méthodes violentes, telles que l'annulation, afin d'administrer une punition virtuelle à ceux qui sont sur leur radar.

Cette culture du "call-out" et de la "cancel culture" est en train de devenir si omniprésente et efficace que des gens perdent leur emploi à cause d'un tweet, des plaisanteries regrettables ou des remarques inappropriées.

L'histoire de Roseanne Barr est l'exemple ultime d'annulation, depuis que son

émission sur ABC, "Roseanne", a été résiliée avec effet immédiat, après que Madame Barr ait posté un tweet concernant Valerie Jarrett, une femme afro-américaine qui était un conseiller senior de Barack Obama pendant sa présidence et qui est considérée comme un de ces adjoints les plus influents. R. Barr a écrit, dans son tweet litigieux, si "*les frères musulmans & planète des singes avaient un bébé = vj*". Bien que la remarque de Madame Barr était indéniablement d'extrême mauvais goût, il est juste de demander si son tweet – qui aurait pu aisément être supprimé de Twitter afin de retirer ce coup bien en dessous de la ceinture administré à Madame Jarrett – justifiait de briser la carrière de longue date de Madame Barr dans le milieu du spectacle et de la télédiffusion en un instant, de façon permanente et pour l'éternité.

Pour conclure, les canaux de médias sociaux sont devenus des plateformes de procès virtuels, où la justice (c'est à dire l'annulation) est administrée de manière expéditive, sans possibilité de dialogue, de pardon et/ou de prescription. Ce mouvement de justice de masse arbitraire est non seulement cruel, mais tend à tout mettre dans le même chapeau, sans distinction: ainsi, une personne qui a sorti une blague sexiste sur Twitter serait vilipendée et même "annulée", de la même manière qu'un individu effectivement condamné pour agression sexuelle par une cour de justice actuelle.

Comment en est-on arrivé là? Pourquoi un nombre croissant d'américains du nord ressentent le besoin incontrôlable d'haranguer, annuler et violemment mettre au pilori certains de leurs personnages publics, entreprises et communautés?

Une analyse pertinente, bien que biaisée par une perspective européenne, est celle faite par la sociologue française Nathalie Heinich dans le journal français *Le Monde* et expliquée sur le podcast "Histoire d'Amériques", dédié au livre "White" de Bret Easton Ellis.

Selon Mme Heinich, il n'y a pas de limite juridique à la liberté d'expression – une liberté individuelle qui est consacrée dans le premier amendement de la constitution américaine, aux Etats-Unis. Par conséquent, le congrès américain ne peut adopter de loi qui pourrait limiter ou réduire la liberté

d'expression, comme celle-ci est énoncée dans ce premier amendement. De ce fait, selon N. Heinich, étant donné que les autorités américaines ne peuvent interdire la parole et la liberté d'expression, il revient aux citoyens américains de prendre le rôle de milicien et d'organiser des campagnes d'informations et publiques spectaculaires, afin de demander l'interdiction de telle expression et de telle parole.

Cette analyse faite par ce sociologue français doit être nuancée: bien qu'il soit exact qu'aucune loi ou aucun texte législatif américains ne peuvent limiter la liberté d'expression aux Etats-Unis, il existe une jurisprudence constante et ample, ainsi qu'une "common law" développée, qui statuent sur les catégories de paroles auxquelles il est donné moins, ou pas, de protection au titre du premier amendement du "Bill of rights". Ces exceptions incluent:

- l'incitation (c'est à dire la promotion de l'utilisation de la force quand elle est dirigée pour inciter ou produire un acte illégal imminent, *Brandenburg v Ohio (1969)*);
- l'incitation au suicide (en 2017, un tribunal pour enfants du Massachusetts, Etats-Unis, a jugé qu'encourager de manière répétée une personne à se suicider n'était pas protégé par le premier amendement);
- un faux communiqué de faits et la diffamation (*Gertz v Robert Welch, Inc. (1974)*);
- l'obscénité (*Miller v California (1973)*) a établi le test Miller selon lequel la parole n'est pas protégée si "*la personne moyenne, appliquant les standards de communauté contemporains, trouverait que le sujet ou l'oeuvre en question, pris dans son ensemble, appelait à la lascivité*", et "*l'oeuvre dépeint ou décrit, d'une manière manifestement offensive, une conduite sexuelle ou des fonctions excrétoires spécifiquement définies par la loi de l'état applicable*", et "*l'oeuvre, prise dans son ensemble, est dénuée de valeur littéraire, artistique, politique ou scientifique sérieuse*"), et
- la pornographie infantile (*New York v. Ferber (1982)*) qui a jugé que si la parole ou expression est classifiée relever de l'exception de pornographie infantile, elle devient non protégée).

Lawfully Creative | Antoine Pecqueur, musicien, journaliste et auteur

A propos du show

**Lawfully
Creative**

With Annabelle Gauberti



Produced by
crefovi

Le podcast “Lawfully Creative” est une série de conversations intimes et honnêtes hébergées par Annabelle Gauberti, associée fondatrice et gérante du cabinet d’avocats basé à Londres et

Paris, Crefovi, qui cible le conseil aux industries créatives. Annabelle parle avec des artistes, des législateurs et des professionnels travaillant dans les industries créatives – pour écouter leurs histoires, ce qui inspirent leurs créations, quelles décisions ont changé leurs carrières, et quelles relations ont influencé leur travail.

Produit par Crefovi.

Souscrivez

Retrouvez nos épisodes originaux sur iTunes, Spotify, Deezer, Stitcher, YouTube, Patreon, Google Podcasts, Soundcloud, Castbox, TuneIn, Breaker, RadioPublic, Anchor, Pocket Casts, PlayerFM, iHeartRadio et Overcast, chaque mois.

Episode n. 14: Antoine Pecqueur, musicien, journaliste et auteur



Antoine Pecqueur est un journaliste pointu et enthousiaste, ciblé sur la culture et les industries créatives, qui a interviewé notre associée fondatrice et gérante, Annabelle Gauberti, par deux fois, concernant des problématiques juridiques relatives au secteur de l'art. Toutefois, Antoine a plusieurs cordes à son arc, étant

aussi un bassoniste professionnel et un auteur.

1 mai 2020 – Antoine Pecqueur et l'associée fondatrice et gérante de Crefovi, aussi créatrice et éditrice de Lawfully Creative, Annabelle Gauberti, ont tenu un vidéo call Zoom, en ces temps de confinement, afin d'évoquer la trajectoire d'Antoine dans trois secteurs culturels distincts, bien que complémentaires, que sont la musique, le journalisme et l'écriture. Antoine a accumulé un ensemble d'oeuvres impressionnant, à l'âge de 38 ans, grâce à une forte éthique professionnelle et un travail d'arrache-pied. Ecoutez l'essentiel, de la part d'Antoine, dans ce podcast "Lawfully Creative" divertissant et bavard!

Évaluez

Merci de laisser une revue et une évaluation à propos du podcast "Lawfully Creative", afin d'encourager les autres auditeurs et internautes à découvrir notre contenu sélectionné.

Un réseau global

Les clients apprécient les avocats du cabinet Crefovi pour leur réactivité et leur aptitude à comprendre les aspects techniques, commerciaux et juridiques de chaque transaction commerciale et reviennent, dossier après dossier, pour être conseillés par eux.

Alors que nous sommes basés à Paris et Londres, nous travaillons couramment entre les pays. La grande majorité de nos mandats sont multi-juridictionnels. Nous avons l'habitude de travailler dans des équipes multinationales, et de faire confiance à notre réseau d'avocats spécialistes pour du soutien dans les autres juridictions.

L'équipe a, par conséquent, établi un vaste réseau international de contacts dans le monde des industries créatives, et une association rapprochée avec d'autres avocats spécialistes, dans le monde entier. Notre histoire de succès dans des affaires à haut profil, politiquement sensible reflète une capacité à agir rapidement et dans la plus grande discrétion.

En effet, les avocats de Crefovi sont très bien connectés dans le monde des industries créatives, fréquentant, et participant à des panels de discussion, régulièrement, à chaque session des salons professionnels tels que CES, Web Summit, DLD & Slush, le Midem, ainsi que le Festival de Cannes et l'EFM et la Berlinale.

Crefovi met à jour régulièrement ses réseaux de médias sociaux, tels que LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube et Facebook. Vérifiez nos dernières nouvelles [ici!](#)

Votre nom (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Sujet

Votre message

Envoyer



Droits voisins à l'ère numérique: comment l'industrie de la musique peut en tirer partie

Pourquoi les producteurs de phonogramme, les artistes-interprètes et les fournisseurs de services numériques ont tout à gagner à la recherche d'un consensus sur les droits voisins à l'ère numérique.



Comme nous l'avons détaillé dans notre précédent article sur notre point de vue sur le MIDEM 2015, les revenus numériques de l'industrie de la musique ont augmenté de 6,9 pour cent à 6,9 milliards USD en 2014 et sont maintenant au même niveau que ceux du secteur physique.

En effet, globalement, tout comme les ventes de format physique, les revenus numériques – qui couvrent les recettes provenant tant des téléchargements numériques que du streaming – comptent aujourd'hui pour 46 pour cent de la totalité des revenus de l'industrie musicale. Dans 4 des 10 marchés les plus importants au monde, les canaux numériques (streaming et téléchargements) comptent pour la majorité des revenus (soit 71 pour cent du revenu total de l'industrie musicale en 2014 aux Etats-Unis; 58 pour cent du revenu total de

cette industrie en 2014 en Corée du Sud; 56 pour cent du revenu total de cette industrie en 2014 en Australie et 45 pour cent du revenu total de cette industrie en 2014 au Royaume-Uni).

En particulier, le streaming monte en puissance, avec les services d'abonnement musical numérique – y-compris « free-to-consumer » et « paid-for-tiers » – croissant de 39 pour cent en 2014, alors que les recettes issues du téléchargement ont décliné de 8 pour cent mais restent néanmoins une source majeure de revenus étant donné qu'elles représentent toujours plus de la moitié des revenus générés par le numérique (52 pour cent).

Les marques globales fournissant des services d'abonnement de streaming musical, appelées ici les « fournisseurs de services numériques » ou « FSNs », telles que Deezer et Spotify, continuent à engranger les bénéfices de leur expansion géographique. Il y a eu des nouveaux entrants notables dans le domaine du streaming: YouTube a lancé son service d'abonnement Music Key à la fin 2014, alors qu'Apple a lancé son propre service de streaming en juillet 2015 après son acquisition pour 3 milliards USD de Beats, et Jay Z et d'autres artistes réputés ont re-lancé Tidal, le service de streaming géré par eux-mêmes, en début d'année.

Les revenus d'abonnement du streaming compensent, de manière prévisible, les recettes en déclin des téléchargements et boostent les revenus globaux du numérique, poussant l'abonnement au coeur du portefeuille commercial de l'industrie de la musique, représentant 23 pour cent du marché numérique et générant 1,6 milliards USD en revenus commerciaux.

L'analyste de l'industrie musicale Mark Mulligan prévoit que le streaming et les abonnements vont augmenter de 238 pour cent depuis leur niveau de 2013, pour atteindre 8 milliards USD en 2019, avec les revenus du téléchargement déclinant de 39 pour cent. Il conclut que le streaming et les abonnements vont représenter 70 pour cent de tous les revenus numériques à partir de 2019.

Alors que cette évolution vers plus de streaming musical est très appréciée par les consommateurs finaux (qui ne veut pas avoir l'option de sélectionner et potentiellement écouter des millions de morceaux, partout dans le monde, sur un appareil pas plus gros que la taille d'une poche de jean?), de nouveaux enjeux juridiques et commerciaux ont donc vu jour.

En particulier, les titulaires de droits de contenu musical (c'est à dire les titulaires de droits dans la composition musicale – en général, les auteurs-

compositeurs et les éditeurs musicaux ou des organisations de licence collective – d'un côté, et les titulaires de droits dans le phonogramme de cette composition – en général, les labels musicaux, les artistes-interprètes et les musiciens-accompagnateurs ainsi que les vocalistes – de l'autre côté) se demandent fréquemment comment ils vont bénéficier financièrement de cette augmentation de la consommation et des recettes du streaming. Comment vont-ils être payés?

En outre, de plus en plus de fournisseurs de services numériques veulent savoir comment accéder au contenu musical de haute-qualité et obtenir le droit de diffuser en streaming les catalogues musicaux les plus vastes possibles, sur leurs plateformes, à un prix raisonnable. Étant donné qu'augmenter en taille (« scaling up ») est la clé du succès pour toute société technologique, les FSNs veulent aussi avoir le droit de diffuser en streaming ce contenu musical partout dans le monde.

Enfin, alors même que l'augmentation de la consommation et des recettes de la musique en numérique est en train de devenir une évidence factuelle, certaines catégories de flux de revenus se développent et prennent un rôle plus prépondérant. Par exemple, les « sound recording performance rights », droits de diffusion sur les phonogrammes en français, ou « droits voisins », sont une source de revenu global en pleine émergence pour les artistes-interprètes et les labels de musique. Alors que les recettes de musique enregistrée sur des produits physiques ont baissé de 66 pour cent depuis leur pic en 1999, les revenus totaux provenant des droits voisins ont augmenté en flèche, atteignant 2,034 milliards d'Euros globalement en 2013.

Les droits musicaux représentent à peu près 90 pour cent des redevances collectées en relation avec les droits voisins. Les droits audiovisuels sont évalués à à peu près 200 millions d'Euros, bénéficiant essentiellement aux acteurs, alors que le reste de ces redevances (à peu près 1,834 milliards d'Euros) est relatif aux droits voisins musicaux. Où vont ces droits voisins musicaux? Comment sont-ils collectés puis distribués?

Cet article se focalise sur comment les deals sont exécutés avec les fournisseurs de services numériques, dans le domaine du streaming musical, en relation avec les droits de diffusion de phonogramme (« sound recording performance rights »). Nous étudierons, dans un futur article, les caractéristiques des licences de droits mécaniques et de droits de performance pour les titulaires de droits dans la composition musicale, à l'ère du numérique. Ici, nous ciblons seulement les droits voisins et la situation des titulaires de droits dans le phonogramme d'une composition

musicale – en général, le label de musique, l'artiste-interprète et les musiciens accompagnateurs et vocalistes.

1. Se familiariser avec les droits voisins à l'ère numérique

Les droits voisins ont été consacré par le droit, étape par étape, afin de faire en sorte que les personnes qui sont « auxiliaires » à la création et/ou production de contenu (les artistes, les interprètes, les acteurs, les producteurs de phonogrammes, les producteurs de films, les musiciens-accompagnateurs et les vocalistes, etc) puissent avoir plus de contrôle sur leurs efforts créatifs.

Il n'y a pas qu'une seule définition de droits voisins; ces derniers varient beaucoup plus dans leur étendue, de pays à pays, que les droits d'auteur.

Toutefois, les droits des artistes-interprètes, des producteurs de phonogramme et des organisations de diffusion sont couverts par les droits voisins, et sont protégés internationalement par la Convention de Rome pour la protection des artistes-interprètes, producteurs de phonogramme et organismes de diffusion, signée en 1961.

A part la Convention de Rome, un autre traité international est relatif à la protection des droits voisins dans le secteur musical: le traité des représentations et phonogrammes de l'OMPI (WPPT), signé en 1996.

Au niveau de l'Union Européenne, trois directives ont été instrumentales pour développer un cadre juridique harmonisé relatif aux droits voisins: la directive du 27 septembre 1993, relative à la coordination de certaines règles sur les droits d'auteur et les droits voisins applicables à la diffusion par satellite; la directive du 29 octobre 1993 – remplacée par la directive n. 2006/116/CE du 12 décembre 2006 – sur la durée de protection du droit d'auteur et de certains droits voisins; la directive n. 2001/29/CE du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certain aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information.

Comme mentionné ci-dessus, les droits de diffusion de phonogramme (sound recording performance rights) représentent la majorité des droits voisins qui sont collectés de par le monde, et ils sont une source croissante de revenus globaux pour les artistes-interprètes et les labels de musique.

Par exemple, aux Etats-Unis, SoundExchange, l'organisation responsable pour

la collecte et distribution des redevances de diffusion des phonogrammes, a distribué 590 millions USD en 2013, une augmentation très importante comparé aux 3 millions USD que cette organisation avait distribué en 2003. Dans la décennie depuis la création de SoundExchange, l'organisation a généré 2 milliards USD en redevances pour les artistes et les producteurs de phonogrammes.

Sur un total de 2,034 milliards d'Euros de droits voisins collectés en 2013, 48,9 pour cent proviennent d'Europe (1,101 milliards d'Euros), 30 pour cent d'Amérique du Nord (681 millions d'Euros), 11,9 pour cent d'Amérique du Sud (268 millions d'Euros) et 8,6 pour cent d'Australasie (192 millions d'Euros).

Avec une part de 28 pour cent dans les redevances mondiales, les Etats-Unis est le marché majeur pour les droits voisins, bien que la collecte de ces droits soit limitée à la diffusion publique de phonogrammes sur des médiums numériques uniquement (tels que la radio en ligne comme Pandora, la diffusion par satellite comme Sirius/XM et aussi le streaming en ligne de transmission de radio terrestre comme iHeartRadio). A la différence de ce qui se passe dans le reste du monde, les Etats-Unis n'appliquent pas de droits de diffusion de phonogrammes à la radio diffusée sur les ondes, la radio terrestre, la diffusion dans les bars, restaurants et autres lieux publics.

Le marché des droits voisins est surtout concentré dans 10 pays, qui contrôlent 82 pour cent des redevances mondiales, avec une large concentration en Europe. A part les Etats-Unis, le Royaume Uni (12 pour cent), la France (11 pour cent), le Japon (7 pour cent), le Brésil (7 pour cent), l'Allemagne (7 pour cent), l'Argentine (3 pour cent), les Pays-Bas (3 pour cent), le Canada (2 pour cent) et la Norvège (2 pour cent), sont les 10 premiers marchés au monde. En dehors des Etats-Unis, les phonogrammes bénéficient de larges droits de performance pour la diffusion (y compris sur la radio terrestre), la représentation publique et ce que l'on appelle la communication au public.

Globalement, les droits de diffusion sur les phonogrammes sont administrés par les sociétés de licences musicales ou les sociétés collectives. Ces organisations sont responsables de la négociation des taux et dispositions contractuelles avec les utilisateurs de phonogrammes (par exemple, les sociétés de diffusion, les établissements publics, les fournisseurs de services numériques), de la collecte des redevances et de la distribution de ces redevances aux artistes-interprètes et producteurs de phonogrammes.

Il y a à peu près 60 société de collecte de part le monde qui se focalisent

sur les redevances de diffusion des phonogrammes.

2. Sociétés collectives et droits voisins: le futur est radieux pour les titulaires de droits

2.1. Comment les droits voisins sont-ils protégés et collectés territoire par territoire?

Alors qu'il pourrait paraître que les droits voisins sont protégés et rémunérés de façon très homogène de part le monde, grâce à un cadre juridique international et européen bien structuré, il s'avère que ces droits voisins et les pratiques commerciales des sociétés de collecte sont très différents et varient de territoire à territoire.

Chacune des 60 sociétés collectives opère sur un territoire qui reconnaît les représentations et diffusions de manière différente et a une pratique commerciale spécifique.

Par exemple, le US Copyright act fournit aux titulaires de phonogrammes un droit exclusif de « *diffuser l'oeuvre protégée par le copyright publiquement au moyen d'une diffusion audio numérique* ». Ce droit est limité par une licence légale pour les « *diffusions audio numériques non-interactives* ». Les services qui respectent la licence légale peuvent diffuser en streaming les phonogrammes sans la permission du titulaire du copyright, à condition seulement qu'ils fournissent des données et des redevances à SoundExchange. Le US Copyright act précise comment SoundExchange divise et distribue le redevances: 50 pour cent va au titulaire de droits sur le phonogramme; 45 pour cent est distribué à l'artiste-interprète; et 5 pour cent est envoyé à un administrateur indépendant qui distribue ensuite ces redevances aux musiciens-accompagnateurs et aux vocalistes.

Au Royaume-Uni, le UK copyright, designs and patents act fournit aux titulaires de droits sur les phonogrammes des droits de diffusion exclusifs dans leurs phonogrammes. En outre, le UK act donne aux artistes-interprètes sur ces phonogrammes un droit à une « *rémunération équitable* » pour une portion des redevances de licence pour l'utilisation des phonogrammes. Ainsi, quand un phonogramme est diffusé au Royaume-Uni, les artistes-interprètes de ces phonogrammes ont un droit à l'encontre du producteur (c'est à dire le label de musique) du phonogramme, en pouvant prétendre à une portion des redevances du producteur provenant de cette diffusion. D'un point de vue juridique, cela est très différent du régime de la licence légale aux

Etats-Unis où la part de l'artiste-interprète est due par l'utilisateur du phonogramme, non par le label de musique. Comme mentionné ci-dessus, le Royaume-Uni est le deuxième marché au monde pour les droits voisins. Selon les résultats financiers pour 2014 de la société de collecte anglaise PPL, elle a collecté un total de 187,1 millions GBP de redevances de licence (provenant de sources de revenus de la diffusion, du numérique, de la représentation publique et de l'international).

En Allemagne, la Loi sur le droit d'auteur et les droits voisins fournit elle-aussi aux artistes-interprètes et aux producteurs des droits à la rémunération pour la diffusion des phonogrammes. Alors que cette loi allemande fournit aux artistes-interprètes un droit à la rémunération équitable pour la diffusion et la communication au public de leurs phonogrammes, elle alloue aux producteurs une portion des redevances de l'artiste-interprète provenant de la licence de droits de diffusion et de communication au public. Ainsi, les revenus du producteur provenant de cette activité sont prélevés auprès de l'artiste-interprète, et non auprès de l'utilisateur de phonogrammes. C'est exactement l'opposé du régime anglais et cela n'a rien à voir avec le système américain.

En France, le Code de propriété intellectuelle fournit aussi aux titulaires de droits sur les phonogrammes des droits exclusifs de diffusion sur leurs phonogrammes, par le biais d'une licence légale. Comme aux Etats-Unis, les fournisseurs de services numériques qui respectent la licence légale peuvent diffuser en streaming les phonogrammes sans la permission des titulaires de droits, à condition de fournir des données et des redevances à la SPPF (si le producteur de phonogramme est une major), SPPF (si le producteur de phonogramme est un label indépendant), l'ADAMI (pour les artistes-interprètes) et la SPEDIDAM (pour les musiciens-accompagnateurs et les vocalistes). Le Code de la propriété intellectuelle prévoit que 50 pour cent des redevances va au titulaire de droits sur le phonogramme, alors que l'autre 50 pour cent vont aux artistes-interprètes et aux musiciens-accompagnateurs et vocalistes.

2.2. Comment les droits voisins sont-ils protégés et collectés sur une base cross-border?

Une des questions récurrentes que les artistes et les labels se posent est comment ils sont protégés d'un territoire à l'autre. En effet, la musique est un business global, surtout à l'ère du numérique: les artistes qui ont du succès sur un territoire ont souvent du succès aussi dans d'autres.

Un succès global suppose que les phonogrammes des artistes vont être diffusés publiquement dans d'autres territoires que ceux où ils résident. Comment, dans ce cas, les artistes-interprètes et les producteurs peuvent-ils collecter les redevances de diffusion de phonogrammes sur des territoires où ils ne sont pas résidents et dans lesquels ils pourraient ne pas avoir conclu d'accord avec les sociétés appropriées?

Les réponses sont complexes et dérivent de l'application des dispositions de la Convention de Rome et du WPPT susmentionnés.

L'article 2 de la Convention de Rome détaille le niveau de protection qu'il accorde aux résidents des états-contractants sur les territoires des autres états-contractants. En pratique, les états-contractants doivent aux résidents des autres territoires le même degré de protection qu'ils reconnaissent à leurs propres résidents. Ce concept de « Traitement National » est essentiel dans les traités internationaux sur le droit d'auteur et fonctionne de manière à assurer que les membres ne discriminent injustement les résidents d'autres états-contractants.

Les articles 4 et 5 de la Convention de Rome spécifient que les phonogrammes faits par les résidents des états-contractants, d'abord enregistrés dans les états-contractants, ou publiés d'abord dans les états-contractants, sont éligibles au Traitement National. De manière similaire, la représentation d'un artiste-interprète recevra le Traitement National si elle a été faite dans un état-contractant, incorporée dans un phonogramme protégé, ou si non-enregistrée, diffusée dans un état-contractant.

L'article 12 de la Convention de Rome prévoit la rémunération équitable pour les artistes-interprètes, producteurs (ou les deux) pour les utilisations secondaires de leurs phonogrammes (par exemple, la diffusion, la communication au public). Les Etats-Unis ne sont pas signataires de la Convention de Rome parce que, en 1961, ce pays ne reconnaissaient pas le phonogramme comme étant l'objet de droits d'auteur (c'est en 1995 seulement que les phonogrammes ont reçu un droit de diffusion publique limité au numérique aux Etats-Unis).

L'article 4 du WPPT prévoient les conditions pour le traitement national prévu par ce traité. Les parties-contractantes doivent fournir aux résidents d'autres états-membres le même niveau de protection que celui accordé à leurs propres citoyens. L'article 3 du WPPT importe les critères de qualification des artistes-interprètes et des producteurs de la Convention de Rome (articles 4 et 5). Ainsi, les artistes-interprètes et les producteurs qui

sont éligibles au Traitement National au titre des articles 4 et 5 de la Convention de Rome sont éligibles au Traitement National en application de l'article 3 du WPPT, comme si tous les membres du WPPT étaient des membres de la Convention de Rome. Cela assure que l'éligibilité des artistes-interprètes et des producteurs américains est analysée de la même manière, même si les Etats-Unis n'est pas signataire de la Convention de Rome.

L'article 15 du WPPT détaille le droit à la rémunération équitable des artistes-interprètes et des producteurs et suit majoritairement les dispositions de l'article 12 de la Convention de Rome. Une partie-contractante peut reconnaître un droit à la rémunération équitable pour les utilisations secondaires de phonogrammes (par exemple, la diffusion, la communication au public) pour les artistes-interprètes, les producteurs, ou les deux, ou peut choisir de ne pas reconnaître ce droit du tout. Les parties-contractantes peuvent choisir de limiter leur application des dispositions de l'article 15 en déposant une notification détaillant le champs de cette limitation. De telles notifications peuvent avoir des implications sur le niveau de traitement national que les états-membres doivent aux résidents de chacun d'entres eux en application de l'article 4.

L'article 4 du WPPT requiert que les parties-contractantes fournissent un traitement national complet aux résidents des autres états-membres. Toutefois, l'article 4(2) dispose que les parties-contractantes peuvent limiter le champ du traitement national dans la mesure où une autre partie-contractante a fait une réserve au titre de l'article 15. Par exemple, parce que les Etats-Unis ne reconnaissent pas le droit de diffusion terrestre pour leurs propres citoyens ou ceux de tout autre pays, la plupart des membres du WPPT choisissent de ne pas allouer de droits de diffusion terrestres aux citoyens américains, même si ceux-ci sont reconnus pour leurs propres citoyens. Ce concept de traitement « égal-à-égal » est souvent appelé « réciprocité » et est distinct du « traitement national ».

Quand on cherche à maximiser le montant des redevances collectées pour les artistes-interprètes et les labels de musique à l'étranger, ces concepts de « traitement national » et « réciprocité » prennent toute leur ampleur et doivent être gardés à l'esprit. Comprendre ce qui sera susceptible d'un traitement national complet et ce qui fera l'objet d'une réciprocité limitée peut avoir un impact sur le montant des redevances de droits voisins réalisées par un artiste ou un label.

Par exemple, un artiste-interprète américain qui enregistre en Europe serait qualifié pour percevoir des redevances d'artistes-interprètes (ou un artiste-

interprète européen enregistrant un phonogramme aux Etats-Unis).

L'éligibilité à la perception de redevances est souvent une analyse factuelle, au cas-par-cas, ciblée sur la nationalité des artistes-interprètes et des producteurs, où les enregistrements ont eu lieu, et où ils ont été tout d'abord édités. Savoir ces faits importants est crucial pour s'assurer que les artistes et les labels reçoivent ce à quoi ils ont droit.

Les sociétés de collecte jouent un rôle important ici: non seulement elles collectent les redevances auprès des utilisateurs sur leurs propres territoires et distribuent celles-ci à leurs destinataires nationaux, mais elles agissent aussi souvent pour le compte de leurs membres, artistes-interprètes et labels, pour collecter les redevances non-distribuées à l'étranger.

En particulier, PPL au Royaume-Uni, et SAMI, en Suède, ont une part de redevances internationales supérieure à 20 pour cent dans leur montant respectif total de redevances collectées. Cela s'explique par le fait que tant la musique anglaise que celle suédoise s'exportent extrêmement bien partout dans le monde. En conséquence, PPL a identifié les revenus internationaux comme une source de croissance importante et a mis en place une politique très dynamique de collecte des redevances à l'étranger, signant des douzaines d'accords de réciprocité avec des sociétés collectives soeurs.

3. Les titulaires de phonogrammes et les fournisseurs de services numériques: comment conclure le deal de streaming?

Dans son dernier rapport sur les droits voisins à l'ère du numérique, la société de collecte française ADAMI a souligné que le marché mondial des droits voisins dans la gestion collective devrait croître de manière exponentielle dans les prochaines années.

Toutefois, le rapport note que la part des redevances de droits de diffusion de phonogrammes attribuée au numérique est toujours assez basse, à part aux Etats-Unis où les droits voisins en gestion collective découlent uniquement de sources numériques (c'est à dire le streaming). Alors que de plus en plus de consommateurs utilisent le streaming – à la différence du téléchargement musical et des formats physiques –, l'ADAMI prévoit que la part des redevances de droits de diffusion publique de phonogrammes dérivée du streaming deviendra une portion essentielle des revenus payés aux artistes-

interprètes et aux producteurs.

Pour le moment, la plupart des redevances de droits de diffusion publique des phonogrammes collectées par les sociétés de gestion collective découlent de la rémunération équitable, qui est en partie liée aux revenus publicitaires de la radio et TV commerciales.

Les fournisseurs de services numériques se font souvent critiqués par les artistes-interprètes et les producteurs de labels indépendants, concernant la faible portion de redevances de droits de diffusion publique des phonogrammes que ces artistes perçoivent.

En particulier, des superstars tels que Taylor Swift et Radiohead ont quitté Spotify avec fracas, en 2014 et 2013 respectivement, se plaignant de ce que les consommateurs finaux ne payaient pas assez pour avoir accès à leurs catalogues sur Spotify. Il est vrai que, alors que les artistes gagnent en moyenne moins d'un centime par passage, entre 0,006 et 0,0084 USD selon Spotify Artists, il peut sembler que les FSNs n'agissent pas de manière *fair play*.

Ceci étant dit, ce qui intéresse les fournisseurs de services numériques est d'avoir accès à du contenu musical de la meilleure qualité, partout dans le monde, qu'ils peuvent offrir sur leurs plateformes de streaming à leurs consommateurs finaux, à un prix raisonnable.

Pour réaliser ceci, ils doivent définir une stratégie commerciale en relation avec le type de contenu musical qu'ils veulent offrir et sur quels territoires. Une telle stratégie commerciale, qui détaille la description du service et l'offre aux consommateurs, ainsi que le modèle économique soutenant cela, devraient être énoncés dans le business plan du FSN et sur son term sheet de contrat de licence.

En fonction de cette stratégie commerciale, de la taille et du poids du FSN, ainsi que du budget qu'il peut réunir pour obtenir les droits à la diffusion publique des phonogrammes, le fournisseur de services numériques peut décider d'obtenir soit des « licences légales » de la part des sociétés de collecte, comme décrit ci-dessus, et/ou de négocier des licences ad hoc.

En effet, il est important de noter que la licence légale ne s'applique pas lorsqu'un accord direct entre le fournisseur de services numériques et le producteur de phonogramme a été signé. Cela a eu lieu avec les deals passés entre Clear Channel et les producteurs de phonogrammes tels que Glassnote (le label de Mumford and Sons) et Big Machine (le label de Taylor Swift).

Par exemple, Merlin est une agence de droits numériques globaux pour le secteur des labels indépendants, qui offre l'option attractive d'une licence globale, via un unique accord, avec les labels de musique indépendants les plus importants et commercialement prospères au monde. Parmi les FSNs que Merlin licence, on trouve Soundcloud, Vevo, Google play, Deezer, YouTube et Spotify. Récemment, Merlin a signé un accord direct avec Pandora, donnant à ce fournisseur de services numériques son premier accord hors du système de la licence légale.

En Europe aussi, de nombreux services de streaming customisés concluent des accords de licence directs (plutôt que collectivement). Certains producteurs de phonogrammes préfèrent garder leurs droits de « mettre à disposition », plutôt que de mandater les sociétés de collecte pour licencier ces droits pour leur compte.

Snowite est une autre organisation de droits de musique enregistrée qui négocie des accords de licence customisés, pour le compte de FSNs tels que Fnac Jukebox et Reglo Musique, avec les majors, les labels indépendants et les sociétés collectives.

Un autre contributeur important au succès de la conclusion d'un accord entre les FSNs et les titulaires de phonogrammes, est l'avocat spécialisé en droit de la musique: il est essentiel de contacter un avocat qui comprend comment traduire la vision du fournisseur de service numérique en un deal qui peut être exécuté. Cet avocat doit aussi guider le FSN dans la mise en place d'une stratégie de licence avec les propriétaires des phonogrammes, en particulier en favorisant des introductions et des mises en contact avec les preneurs de décisions clés travaillant au sein des majors et des labels indépendants.

Pour bénéficier des opportunités financières offertes par les droits voisins à l'ère numérique, et par le streaming en particulier, les artistes-interprètes et producteurs de phonogrammes devraient rechercher activement des opportunités de licencier leurs phonogrammes avec les meilleurs fournisseurs de services numériques, tout en assurant qu'un reporting bien cadré et exact de leurs partenariats de licence soit en place, notamment par l'exercice de droits d'audit des redevances. Les fournisseurs de services numériques auront accès à tous les catalogues musicaux auxquels ils aspirent pour leurs plateformes de streaming, à condition qu'ils comprennent et acceptent les besoins (financiers) des détenteurs de phonogrammes.

Annabelle Gauberti, l'associée fondatrice et gérante de notre cabinet d'avocats Crefovi, remercie ses pairs de l'International association of

entertainment lawyers (IAEL) et, en particulier, ses co-auteurs des ouvrages « The Streaming revolution in the entertainment industry » et « Licensing of music – from BC to AD (before the change / after digital) » pour le contenu extrêmement utile qu'ils ont écrit, et qu'elle a citée en partie, sur la base du « fair use », pour rédiger l'article ci-dessus.

[Lire l'article ici](#)

Votre nom (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Sujet

Votre message

Envoyer

T 2 3 W