

Le 2 octobre 2009

Mission Création et Internet

Patrick ZELNIK, Jacques Toubon, Guillaume CERUTTI

Faisant suite à votre courrier en date du 22 septembre dernier, vous trouverez ci-dessous les éléments de réponses apportées par l'ensemble des fédérations suivantes et dont vous trouverez en annexe un court descriptif :

- **CD1D**
- **Feppia** (Fédération des Editeurs et Producteurs Phonographiques indépendants d'Aquitaine)
- **Feppal** (Fédération des Editeurs et Producteurs Phonographiques indépendants des Pays de Loire)
- **Feppra** (Fédération des Editeurs et Producteurs Phonographiques indépendants de Rhône Alpes)
- **Phonopaca** (Groupement des acteurs de l'Industrie Musicale en Région Provence-Alpes-Côte d'Azur)
- **Les Allumés du Jazz**

ainsi que la **FELIN** – Fédération nationale des Labels INDÉpendants.



CONTACT / Président de la FELIN :

Philippe Couderc : phil@viciouscircle.fr : 05 57 59 14 13 : 06 74 53 26 53

Monsieur le Ministre,
Messieurs les Présidents,

Nous tenions tout d'abord à vous remercier de nous associer à cette concertation car nos labels n'ont eu que trop peu d'occasions par le passé, de s'exprimer et par conséquent d'être entendus sur les sujets qui les concernent.

Ces labels dont le nombre varie entre 600 et 1000 (source : Officiel de la Musique) mais que certains estiment à 2 000 sont, quasi tous, de Très Petites Entreprises ou des Associations Loi 1901. Ils produisent 90% de la création originale, soit généralement les premières, deuxièmes ou troisièmes oeuvres d'artistes venus de tous horizons et de toutes esthétiques musicales. **Ils représentent la véritable diversité culturelle** que la France se flatte de défendre.

Depuis maintenant plusieurs années, ces labels s'organisent. Car face à la baisse continue du marché et témoins d'un débat tronqué, opposant de manière stérile l'industrie du disque et le public, - industrie à laquelle nos labels sont plus ou moins justement associés - les dégâts sont d'ores et déjà considérables.

A ce jour, ce sont plus de 200 labels qui, tant au travers d'initiatives régionales que nationales, ont mis en place des actions concrètes dans le domaine de la musique enregistrée. De cette dynamique émerge la volonté d'une structuration nationale nouvelle, plus proche encore de leurs problématiques.

Et c'est pourquoi les réponses qui vont suivre vous sont adressées de manière unifiée par l'ensemble des fédérations, afin de dresser un panorama des pistes restant à explorer de manière positive et volontariste.

S'il s'agit **de faire entendre nos voix**, et de partager nos préconisations et nos solutions qui sont multiples, nous pensons pouvoir contribuer à renouer un lien cassé (le mot n'est pas trop fort) entre l'industrie de la musique et le public. **Nous souhaitons participer activement à l'opportunité de dialogue qui s'ouvre aujourd'hui**, et nous apprécierons de poursuivre cette première participation, que nous n'avions pas anticipé sous cette forme, par une audition de la commission. Nous ne comprendrions pas qu'une part significative du tissu productif français ne soit désormais pas

pris en compte dans les discussions et les élaborations de possibles solutions. La situation de nos métiers, tant économique qu'en terme d'image, est très dégradée. Il y a fondamentalement urgence à sortir de tout dogmes, de toutes postures.

Il y a quelques mois déjà, nous avons été plus de 150 labels à signer le texte "Hadopi : la création sacrifiée" publiée en mai dernier par le quotidien Libération et dont vous trouverez ci-après une copie.

L'une des idées fortes est d'**élargir les bases de réflexion** en intégrant le disque physique. Aujourd'hui encore, le disque physique représente près de 80% du marché. Même en baisse constante et forte, il est désormais acquis qu'il ne disparaîtra pas. Tout comme ne disparaîtra pas la presse papier dont on voit qu'en évoluant, elle regagne des parts de marchés alors que les sites gratuits d'informations ferment, deviennent payant ou créent leur version papier (cf, Bakchich Info, Mediapart...).

De plus, diverses expériences que nous menons, au travers de nos fédérations, en régions (vente en librairie, sur les festivals, dans les salles de concerts, plateforme commune de vente en ligne -cd1d.com, etc...) tendent également à montrer l'intérêt du public pour le support physique, y compris parmi les jeunes générations.

Mais la raréfaction des points de vente, une offre en rayon qui se rétrécit de jour en jour, ainsi qu'un dénigrement du support contribuent à la baisse du marché, plus qu'il n'en est une conséquence.

Cette question de la **multiplicité des supports** est essentielle et doit absolument être intégrée aux réflexions, tout simplement parce qu'elle entraîne la **multiplicité des sources de revenus**, permettant ainsi de conforter au lieu de fragiliser nos structures.

Vous trouverez donc parmi les propositions que nous faisons des mesures concernant également le disque physique.

1/ Comment répondre aux attentes des internautes en matière de développement de l'offre culturelle légale sur Internet (notamment musique, cinéma, livre et presse)?

- **en permettant la diversité de l'offre** : plus elle se réduit, moins elle est attractive, plus elle incite à "regarder ailleurs", soit : à pirater.

- **en cassant le monopole (de fait) d'un seul**. Itunes = le même magasin pour tout le monde.

- **en redonnant au producteur la liberté du prix**. Les prix imposés par la grande majorité des plateformes sont un non-sens.

- **en permettant une écoute plus longue** que les actuels extraits de 30 secondes sans pour autant donner lieu à redevance. Le public veut désormais pouvoir écouter avant d'acheter.

- **en définissant** avec les syndicats et organismes d'auteurs / compositeurs **une juste rémunération des artistes**. Il n'est pas normal que, sur l'offre numérique, les royalties versées aux artistes soient bien souvent les mêmes (quand elles ne sont pas inférieures via la clause dite du "support nouveau") que pour les disques physiques. Cet état de fait accrédié dans le public l'idée que les artistes sont volés par l'industrie. Et n'incite donc pas à l'acte d'achat. L'industrie de la musique doit faire une véritable opération main propres!

- **en obtenant des plateformes de téléchargement** qu'elles proposent à leurs clients la possibilité de télécharger à nouveau leurs achats (perte/changement de matériels : téléphone/ordinateur etc..)

- **en organisant la disparition définitive des DRM**.

- **en évitant les erreurs du passé** dans le physique qui ont contribuées à la dévalorisation de l'œuvre : yo-yo sur le prix de vente (opé mid-price 4 mois après la sortie)

- **en donnant l'accès à la discographie complète des artistes** (ne plus jouer sur la rareté)

2/ Dans les domaines qui vous concernent plus particulièrement, quelles sont les contraintes et les problématiques émergentes en matière de diffusion sur internet (évolution technologique, financement, etc...) ?

Concernant internet ET le support physique, **le principal frein reste l'accès aux magasins**. Tant pour le numérique que pour le physique, nous assistons à une **concentration problématique de l'offre et des mises en avant**.

La rentabilité à court terme ne permet plus, aujourd'hui, le développement artistique. Il est désormais difficile à un jeune artiste dont on peut percevoir au travers de sa musique, d'indéniables qualités mais qui ne sait, du fait de sa jeunesse ou de son inexpérience par exemple, encore totalement les exprimer. Les génies sont rares mais les talents multiples qui ont besoin du temps pour se développer, et du public pour les y aider. Les réductions de l'offre empêchent dramatiquement tout cela.

3/ Comment favoriser le développement des offres culturelles légales sur internet ?

- **stopper le modèle streaming** (deezer et consort) qui permet un accès illimité et gratuit aux internautes et accrédite l'idée que **la musique ne vaut rien !**

- **introduire des bornes de ventes** dans les lieux de diffusions : disquaires, salles de concerts, etc...

- **soutenir financièrement les initiatives d'offres légales indépendantes, collectives** (fédérations, collectifs) ou individuelles (labels, producteurs, artistes)

- **baisser la TVA** sur la vente de musique enregistrée (physique et numérique) à 5,5%, comme le livre.

4/ Comment garantir la diversité de ces offres et assurer l'émergence de nouveaux talents ?

- Il est bien évident qu'aujourd'hui, **Itunes** et, par conséquent Apple, sont **proches d'une position dominante qui ne peut être que contraire à la diversité culturelle.**

- Le nombre de mises en avant est compté, eu égard à la production actuelle.

- le public est donc face à un seul magasin proposant la même offre, les mêmes promotions, les mêmes mises en avant à tout le monde.

- certaines esthétiques sont quasi absentes, en contradiction avec le devoir de diversité culturelle et d'éducation du citoyen

- il n'est plus question des spécificités locales d'un territoire, c'est à un véritablement nivellement auquel le public a droit. Nivellement vers le bas par conséquent.

- Pour autant faut-il promouvoir des **plateformes publiques** de téléchargement comme on commence à l'entendre ? Ces plateformes seraient principalement ouvertes à la création et à la diversité.

Nous y sommes opposés, **il n'est pas question que nos productions, notre travail** qui, rappelons-le, constituent la véritable diversité culturelle musicale dans ce pays, **se retrouvent dans une sorte de réserve ou, pire, de parc de loisirs.** Nos musiques ne sont pas des sous-musiques, ni des bêtes curieuses.

- Comme ce fut le cas par le passé pour la radio, **il doit être imposé une place conséquente réservée à la diversité dans les offres légales, en même temps que doivent être promotionnées les plateformes alternatives actuellement existantes** et qui, tout naturellement, consacrent déjà une grande place - voire toute leur place - à la diversité.

Le public doit savoir qu'il existe des offres alternatives.

• Certaines de nos fédérations travaillent à la création de plateformes régionales de téléchargement et de ventes de disques physiques, en lien avec CD1D (www.cd1d.com). **Elles doivent être soutenues.**

• il faut également **permettre au public d'écouter avant d'acheter** ; l'extrait de 30 secondes que les sites en ligne proposent (parce que gratuit)

est inadapté à la technologie actuelle. Il doit donc être prolongé à 2 minutes sans donner lieu à paiement d'une redevance à la sacem.

- **les actuelles offres "illimités" - que nous n'avalisons pas parce qu'elles contribuent à la dévalorisation de la musique - ne concernent très souvent qu'un seul catalogue**, très généralement celui d'un grand groupe. Cette pratique tend là encore à inciter le public à "pirater" car payant déjà pour une offre incomplète, il ne se voit pas payer en plus pour ce qu'il n'y trouve pas.

La segmentation du marché au profit de quelques-uns doit donc cesser.

- **les actuels quotas de chansons d'expression française à la radio doivent évoluer vers un quota d'artistes émergents** qui ne soient pas issus des grandes compagnies du disque.

- **la télévision publique notamment doit accorder plus de place à la musique et surtout à la création.**

- **supprimer** le droit de tirage de la sccp

- **étendre** aux producteurs ayant fait le choix d'une structure associative le droit aux aides à la production auprès du FCM par exemple.

5/ Quelles actions incitatives les pouvoirs publics peuvent-ils mettre en oeuvre dans ces domaines ?

Nous pensons que le public est toujours prêt, dans sa grande majorité, à payer pour la musique. Le tout étant de savoir combien ?

Les politiques catastrophiques menées par les grands conglomérats du disque ont très largement contribué à participer à la dévalorisation de la musique. Par un discours souvent irresponsable (de quel droit peut-on traiter le public de "voleurs" ?), ils ont braqué l'opinion publique, désormais persuadée -y compris les associations d'internautes et de consommateurs- d'être eux-mêmes volés.

Depuis, les accords passés avec des **sites dits de streaming** enfoncent le clou : la musique est désormais gratuite, ce légalement. La contrepartie pour les artistes et les producteurs est ridicule : moins de 0,001€ l'écoute (Deezer). Ces sites ne sont pas des radios dans la mesure où l'on peut

écouter ce que l'on veut, quand on veut et où on veut.

Mais au delà de cette rémunération, c'est bien la question de la gratuité qui est posée, Cette **gratuité** qui amène **une complète dévalorisation de la musique** aux yeux du public et qui pose, surtout la question : **pourquoi acheter sur des sites payants quand je peux écouter gratuitement ?**

Il ne pourra y avoir aucun développement d'une offre payante, viable pour chacun, tant que dureront ces offres gratuites.

Les pouvoirs publics doivent élargir leur discours en direction du public vers nos TPE et Associations Loi 1901. Le seul affichage avec les grands conglomérats du disque ne relancera pas la confiance très entamée du public.

Nos TPE et Associations Loi 1901 sont la plus grande maison de disques de France, des artisans amoureux de la musique, des artistes et de leur travail, qui veulent que soit reconnu leur rôle primordial dans la diversité :

- sensibilisation du public sur le rôle des acteurs de la filière et valorisation de leur travail
- information du public en particulier des jeunes sur le process et les coût de la création ; décryptage des prix et des répartitions.
- valorisation de la création au lieu d'en faire une marchandise télévisuelle (star'ac et compagnie)

6/ Quels sont les modèles possibles de financement des industries culturelles ?

- **instaurer une redevance sur le chiffre d'affaires des FAI** pour être redistribuée aux producteurs, selon un modèle différent de celui de la copie privée qui n'amène que des miettes aux petits producteurs indépendants. Ainsi qu'un dédommagement pour ces années (leurs bénéfices doivent pouvoir être accessibles) où elles ont grandement participé à l'effondrement de notre économie, causant des pertes et des dégâts irréversibles,

- **réintroduire et développer le réseau de diffusion du disque physique** avec des disquaires indépendants mais également d'autres commerces de proximité tels les libraires, video-clubs ou salles de concerts.

- **lutter contre l'atrophie actuelle de l'offre physique** dans les chaînes existantes.

- **adapter le système de perception et de répartition de la Sacem aux nouvelles technologies** ; il n'est pas normal que la grande majorité des radios, par exemple, paye un forfait qui ne sera pas réparti suivant leur véritable programmation. Avec la technologie actuelle, il est tout à fait possible de tracer les diffusions de toutes les œuvres produites et de répartir les droits aux véritables ayant droits, y compris dans un futur proche, pour toutes les radios. La Sacem doit investir massivement.

- **enlever les freins à l'utilisation des licences sous Creative Commons** pour les artistes et les producteurs qui le souhaitent.

- **adapter la Convention Collective** de l'Industrie Phonographique à nos TPE et Associations Loi 1901.

- **adapter le crédit d'impôts aux TPE et aux Associations Loi 1901 :**

- annuler la condition de langue.

- adapter les délais de remise des dossiers (actuellement trop longs)

- **introduire le prix unique du disque** qui permettra de favoriser la création d'un tissu de disquaires et de plateformes alternatives.

- **concernant les licences globales, contribution créatives ou autres**, elles ne peuvent en aucun cas constituer l'unique source de revenus. Le système de reconnaissance et de comptage d'échange de fichiers ne saurait donner lieu à un système de répartition calqué sur celui de la copie privée dont on sait qu'il n'est pas juste et n'est actuellement d'aucun secours pour les TPE et Associations Loi 1901.

Enfin, il faut se poser la question de la fiabilité de ce comptage dans la mesure où il existera très probablement des logiciels permettant d'augmenter artificiellement les échanges de fichiers (comme cela se passe déjà sur les écoutes MySpace).

7/ Comment assurer une juste rémunération des artistes et des producteurs de contenus culturels ?

Un vaste débat public réunissant tous les producteurs et les artistes doit s'engager afin de développer la transparence sur les rémunérations de chacun, rémunérations qui doivent s'adapter aux nouvelles technologies mais également à la situation de l'économie de la musique enregistrée.

ANNEXES / BREVE PRESENTATION DES FEDERATIONS



cd1d.com est une fédération de labels indépendants créée par des labels indépendants en 2004 dans le but de leur offrir la possibilité de s'unir et de mutualiser leurs moyens. Son objectif principal est de valoriser la diversité musicale. Le secteur dont nous sommes tous acteurs étant en pleine mutation, nous avons décidé d'être actifs et vous proposons d'agir à vos côtés pour préserver l'indépendance et les valeurs qui l'animent.

cd1d.com n'est pas uniquement une plate-forme de vente en ligne, c'est aussi un espace participatif où les labels sont acteur de leur indépendance. cd1d.com favorise l'émergence de confrontations constructives et de rencontres dans le but de créer des liens, et de trouver ainsi de vraies réponses aux questions. Cette fédération représente un espace où chacun apporte savoir-faire, ressources, réseau, idées et passions, outils essentiels pour s'adapter aux bouleversements que nous connaissons actuellement.

Ensemble, nous apportons un regard différent sur le déploiement des esthétiques que nous défendons, et nous construisons pierre après pierre une diffusion intelligente et respectueuse dédiée aux artistes ayant fait le choix de confier leurs œuvres à des labels tels que les nôtres. Ensemble, nous développons les nouveaux outils, et la nouvelle donne du secteur indépendant pour que celui-ci perdure par son identité forte, par une solidarité exemplaire.

L'association CD1D.COM a été créée en 2004 par 7 labels : Aïllissam, Crash Disques, Facto Records, Foutadawa, Irfan [le label], Jarring Effects et Vicious Circle.

CD1D.COM regroupe aujourd'hui plus d'une centaine de labels www.cd1d.com/



LA FEPPIA, fondée en octobre 2007, regroupe 30 structures professionnelles de la filière, installées sur l'ensemble du territoire et couvrant l'ensemble du champ esthétique des musiques actuelles.

Les « labels » indépendants ont adopté une voie difficile et exigeante en accompagnant des artistes et des esthétiques singulières. Ils sont reconnus aujourd'hui comme les garants de la diversité musicale et comme les vecteurs essentiels de l'organisation de la filière. Cependant, étroitement liés aux artistes et à leur création, ils sont comme eux, de plus en plus soumis aux incertitudes provoquées par les évolutions technologiques et la crise internationale du secteur.

Les labels indépendants ont choisi de réagir collectivement, parce qu'il est nécessaire d'exposer leur rôle à l'heure où la dévalorisation de la musique et par extension leur activité, est quotidienne.

La fédération s'attache à mettre en place des opérations communes autour de la promotion des acteurs de la production et à soutenir la diffusion et la circulation des artistes et des œuvres.

Ces solidarités interprofessionnelles, se concrétisent dès cette année par des partenariats avec le Calif, cd1d.com et l'Association des Librairies Atlantiques pour renouveler les perspectives de diffusion des œuvres.

D'autres coopérations sont à l'œuvre, notamment avec le Rama et les bars-concerts de la région pour veiller au rayonnement sur scène de cette création musicale.

La fédération s'attache à répondre aux nouveaux enjeux tant économiques que technologiques qui s'annoncent, dans une logique d'intérêt général. C'est un lieu de réflexion, d'accompagnement, de structuration et d'action ! La Feppia regroupe 30 structures et est soutenue par le Conseil Régional d'Aquitaine et la DRAC Aquitaine. www.feppia.org



GROUPEMENT DES ACTEURS DE L'INDUSTRIE MUSICALE
EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Phonopaca – Groupement des acteurs de l'industrie musicale en PACA – a été créé en 1998.

Impulsé par des professionnels et soutenu par les institutions en région, le groupement fédère de nombreux acteurs du secteur : labels, éditeurs musicaux, producteurs, distributeurs, disquaires, studios d'enregistrement, tourneurs... (une quarantaine à ce jour).

La raison d'être de Phonopaca est double : économique et culturelle. En effet, Phonopaca travaille à la fois au développement des activités de l'industrie musicale dans le sud-est de la France et à la promotion de cette filière, mais s'engage également pour la défense de la diversité culturelle du marché de la musique enregistrée.

Le groupement entend favoriser le partage d'expériences et met en place des actions collaboratives qui viennent en soutien à la promotion, la diffusion, la production et la distribution des oeuvres des artistes de ses membres.

Après onze années d'existence du groupement, le paysage a bien évolué en une décennie. Les mutations en cours face à une technologie galopante doivent nous inciter à nous regrouper et à nous fédérer encore plus que par le passé.

Le danger d'une uniformité dévastatrice est bien réel lorsque s'effondrent les certitudes sur la viabilité économique des projets. C'est pourquoi Phonopaca participe activement à un travail de réseau avec les différentes fédérations du secteur aussi bien régionales, que nationales pour faire entendre et reconnaître la voix des indépendants acteurs privilégiés de la diversité culturelle.. www.phonopaca.com



La FEPPRA (Fédération des Editeurs et Producteurs Phonographiques Rhône Alpes)

regroupe plus de 40 structures dès sa création, a pour ambition de favoriser la structuration, l'échange, le partage d'expériences et d'idées, ainsi que le travail collaboratif entre les acteurs de la filière disque en région Rhône-Alpes.

Cette fédération professionnelle régionale entend ainsi défendre la diversité culturelle, soutenir de façon concrète les services de distribution, de promotion, d'information et de formation alternatifs, en relation avec l'ensemble des acteurs du secteur et grâce à une connaissance étroite de leurs besoins.

Ce travail d'organisation et de mise en réseau s'inscrit dans une dynamique plus large car d'autres fédérations sont en cours de développement dans d'autres régions, afin de défendre, à différentes échelles (régionale, nationale et euro-méditerranéenne) et de façon collective et organisée, le travail essentiel de défricheurs de talents de nos structures au sein d'une industrie musicale aseptisée, bien loin de nos réalités et de nos projets, et qui peine à inventer de nouveaux modèles équitables et solidaires.

www.feppra.org



La FEPPAL, Fédération des Editeurs et Producteurs phonographiques en Pays de la Loire a pour but d'aider les acteurs de la filière du disque à se rassembler, se

structurer pour travailler de manière collective et collaborative.

La FEPPAL entend ainsi défendre la diversité culturelle de sa région en favorisant la cohésion entre les différents acteurs par l'intermédiaire d'échanges et de partages d'expériences. Nos actions visent à soutenir les activités qui entourent le disque: la production, la distribution et la promotion. Corrélativement, nous entendons initier et mettre à disposition un réseau d'information et de communication dans le cadre d'une mutualisation des connaissances et des moyens.

Nous souhaitons, avec les acteurs de la FEPPAL, accompagner nos métiers vers un modèle économique à la fois social et solidaire plus adapté au marché actuel et se présenter comme entité et interlocuteur privilégié auprès des collectivités territoriales concernant les problématiques liées au disque.

Cette mise en réseau s'inscrit dans une dynamique plus étendue puisque d'autres fédérations se développent actuellement que ce soit à l'échelle régionale ou encore à l'échelle nationale. Ce travail d'organisation vise à défendre, en tant que labels indépendants, notre travail de dénicheurs de talents au sein d'une industrie musicale pilotée par quelques grosses entreprises, trop éloignées de nos réalités.

La FEPPAL regroupe 11 structures à sa création. www.feppal.fr



Les Allumés du Jazz, c'est le premier endroit où se retrouvent des labels de

production de jazz indépendants de toutes obédiences et d'orientations fort diverses. Tout y est envisagé, depuis la plus profonde tradition jusqu'à la plus extrême modernité. Tous les courants y sont représentés. Au-delà, cette disposition prépare l'avenir pour un accueil sans peur d'autres formes connues et inconnues.

La vie, l'organisation, la diffusion, le public des musiques de jazz ont connu des mutations profondes depuis les 20 dernières années. Leurs repères ont considérablement évolué redessinant une carte pas toujours facile à appréhender pour les acteurs de ces musiques.

Il est donc crucial d'envisager toutes les formes de diffusion des plus grandes aux plus petites.

À l'origine des Allumés du Jazz, une idée indispensable ; déjà ébauchée sans succès pendant les années 80, mais enfin rendue possible par une plus grande conscience d'un petit groupe de producteurs indépendants.

Il ne s'agit pas simplement d'agir par défaut, par réaction à telle ou telle politique des multinationales. Il ne s'agit pas non plus d'un repli identitaire, mais bien d'une volonté collective assumée et réfléchissante, opérant dans les domaines de la promotion et de la diffusion sous des formes diverses et si possible renouvelées.

Aujourd'hui, Les Allumés du Jazz comptent 55 labels adhérents et d'autres sont en passe de les rejoindre.

En 2009, LES ALLUMÉS DU JAZZ possèdent de magnifiques outils : le Journal (3 ou 4 numéros par an), le site Internet (avec un Blog et une WebRadio), la vente en ligne sécurisée, un stand itinérant sur les festivals, le tout géré par une équipe de deux permanentes soutenues par les producteurs des labels adhérents..