

# *Le peer-to-peer, un autre modèle économique pour la musique ?*

## **Présentation de l'étude ADAMI**

Par  
**Tariq Krim,**  
**Consultant, L8Rmedia**

*Présentation au colloque organisé par l'ADAMI le jeudi 16 juin 2004 à la Mutualité, Paris*

### **I. Mise en perspective historique**

#### ***Une histoire complexe et inachevée***

- Le marché actuel de la musique est le résultat d'une histoire de conflits et d'arbitrages, solidifiés dans le droit.
- Chaque innovation technologique, chaque nouveau mode de diffusion, a conduit à modifier le droit d'auteur existant et ses dispositifs :
  - par la création de nouveaux droits,
  - par l'invention de nouveaux systèmes de perception/répartition,
  - par la mise en œuvre de nouveaux modèles économiques.
- En même temps le public inventait les usages de ces nouvelles technologies.

#### ***Le marché de la musique n'est pas que le marché du disque***

- Plusieurs mécanismes de rémunération se superposent :
  - Modèle unitaire (vente de disques, concerts...)
  - Prélèvement à la source (télé et radiodiffusion, synchronisation publicitaire ou film...)
  - Redevance (copie privée)
- Leur part relative varie selon les évolutions de la technologie mais on constate une forte augmentation des revenus indirects.
- L'importance de la part de ces types de rémunération varie également selon les acteurs de la filière musicale.
- La superposition des différents mécanismes de rémunération entraîne une complexité des circuits de perception et de répartition.

## ***La numérisation accroît cette complexité***

La numérisation apporte une abstraction supplémentaire :

- La matière première change : du support enregistré au droit d'exploitation
- Les règles de l'économie culturelle changent : on passe d'un processus industriel à un marché de services (*cf. argent : or > billet > circuit bancaire numérique*)
- Le territoire se déplace des serveurs publics aux disques durs privés

## **II. Les enjeux de la musique en ligne**

Le plébiscite des outils d'échanges de contenus numériques (*peer-to-peer* ou P2P) est fulgurant, massif et mondial.

L'ensemble des acteurs doit prendre en compte cette nouvelle donne et s'adapter aux choix manifestes des consommateurs autant qu'aux droits légitimes des artistes.

### ***La confrontation de plusieurs acteurs***

Plusieurs catégories d'acteurs interviennent sur le marché de la musique en ligne :

- Les détenteurs de droits, qui sont historiquement les régulateurs de cette économie.
- Les équipementiers de la numérisation (fournisseurs d'accès à Internet, fabricants de lecteurs MP3, CDR, mobile).
- Le législateur qui doit faire respecter et évoluer des régulations souvent inadaptées au contexte de la numérisation.
- Le consommateur qui joue désormais un rôle majeur au centre du nouveau monde numérique.

### ***L'offre actuelle de la musique en ligne***

#### **Les sites en ligne « légaux »**

Caractéristiques des sites « légaux » :

- Catalogues régulés par les maisons de disques (limités)
- Très faible adoption par les consommateurs
- Problèmes de compatibilités techniques
- Contraintes d'usages et de consommation (limitation de la copie privée, contrôle d'usage, organisation du catalogue)
- Peu adaptés au mode de vie numérique des consommateurs

- Faible rémunération des artistes (autour de 8 cents pour un titre vendu 1 dollar)
- Services adaptés à des opérations de support marketing (Pepsi, Heineken, Mac Donald's, Coca Cola...)

Il s'agit d'un marché évalué à 100 millions de dollars dans le monde en 2003.

### **Les services d'échanges P2P sauvages**

Caractéristiques des services d'échanges P2P sauvages :

- Plébiscités par les consommateurs du monde entier (2,6 milliards d'échanges de fichiers par mois)
- Les sociétés commerciales qui gèrent les réseaux les plus fréquentés génèrent des revenus importants (mais KaZaA enregistre une baisse de fréquentations) :
  - publicité
  - vente des informations personnelles de leurs utilisateurs
- Émergence d'infrastructures d'échanges public sans vocation commerciale (emule Kademia, GiFT)
- En France les juristes ne s'accordent pas sur la qualification du téléchargement d'œuvres sur les réseaux P2P : contrefaçon ou copie privée

C'est un marché estimé à 250 millions de dollars en 2003.

### **Impact positif du P2P sur la consommation**

Le P2P engendre des achats :

- de produits musicaux (CD, concerts)
- d'équipements supplémentaires (achat de bande passante supplémentaire, de capacités de stockage, de supports vierges)
- outils de reproduction numérique de la musique de type baladeur MP3

En 2003 l'économie P2P a généré plus de rentrées fiscales que les services « légaux » DRM.

### **L'impact du P2P sur les ventes de disque**

Le P2P est-il responsable de la chute des ventes de CD ?

- Aux États-Unis, les études économétriques et qualitatives indépendantes montrent peu d'impact du P2P sur les ventes.
- En France, l'absence d'études comparables interdit toute conclusion définitive.

On observe deux types de comportement des usagers du P2P :

- Le *Free-rider* : un acheteur très occasionnel de CD, pour lequel l'utilisation des services P2P s'apparente à son mode quotidien de consommation de la musique ; passif, téléspectateur, auditeur, mais rarement acheteur.
- Le *Sampler* : un acheteur régulier de CD dont la consommation augmente et évolue avec l'impact du P2P. Il privilégie, dans son utilisation du P2P comme dans sa pratique historique, la découverte, l'essai qu'il n'hésite pas à transformer par l'achat.

L'augmentation des achats de CD des « *samplers* » pourrait compenser la baisse des achats des « *free-riders* »

### ***Des réponses inadaptées aux problèmes***

Systèmes DRM ou P2P sauvage n'apportent pas de réponses satisfaisantes à l'économie de la musique en ligne :

- L'insécurité juridique menace plus de 21 millions d'internautes
- Nos spécificités et diversités culturelles semblent fragilisées dans un environnement numérique ultra concurrentiel
- Nos industries culturelles semblent encore incapables d'innover pour tirer les bénéfices de ces nouvelles opportunités

### ***Trois défis***

- Créer sur l'Internet un espace responsable, un espace stable : juridiquement, socialement et économiquement
- Préserver la diversité et la qualité de service auxquelles le consommateur est attaché
- Favoriser une saine concurrence entre acteurs traditionnels et nouveaux entrants

### ***Le projet de loi sur le droit d'auteur et les droits voisins (loi dite « EUCED ») n'est pas viable***

- L'adoption de la loi EUCD retarde la nécessaire adaptation des industries culturelles aux réseaux ouverts et hyperconcurrentiels :  
Le renforcement de la réglementation sur la PLA ne pourra pas inverser les usages de consommation musicale numérique au bénéfice des plates-formes « légales » (cf. L'expérience américaine du DMCA)
- L'adoption de la loi EUCD retarde l'innovation et les perspectives de revenus :  
Le risque juridique empêche la création d'offres commerciales attractives et économiques en bande passante
- L'adoption de la loi EUCD freine la croissance liée à l'achat de biens d'équipement numériques :  
Les nuisances, incompatibilités et restrictions d'usages introduites par les mesures techniques de protection sur les CD et les fichiers numériques risquent au contraire d'en limiter l'attrait

### ***Enjeux géopolitiques et culturels***

L'adoption de la loi EUCD a aussi des conséquences géopolitiques

Le choix du DRM implique une délocalisation du savoir faire et des revenus liés à l'exploitation des technologies de gestion de la culture numérique vers les pays producteurs de mesures techniques (USA, Japon).

Il n'y a pas d'exception culturelle dans un monde DRM !

- Contrôle de la technologie = Contrôle de la culture
- DRM = Cheval de Troie pour imposer le Copyright en Europe
- DRM = Obligation de rentabilisation des contenus culturels (dû aux coûts de gestion numérique)

### **III. D'autres solutions économiques pour les échanges P2P ?**

#### ***Les solutions de compensation du préjudice***

- Les systèmes alternatifs de compensation à l'étude aux États-Unis se fondent sur l'adoption d'une rémunération forfaitaire

Objectif : couvrir le préjudice subi par les ayants droit sur les échanges de fichiers (*free-riders*)

- En France, une solution proposée par l'ADAMI /SPEDIDAM est la « licence légale » sur les abonnements des fournisseurs d'accès.
- Deux options sont à l'étude :
  - Un mode de compensation partielle, proposé par l'ADAMI : licence légale sur le *download* mais pas sur l'*upload*
  - Un mode de compensation totale, proposé par la SPEDIDAM, qui licite l'*upload*

#### ***Quelques remarques***

- Les points communs ADAMI / SPEDIDAM :
  - Permet de couvrir le manque à gagner lié aux *free-riders*
  - Revenus que l'on sait attribuer (copie privée, rémunération équitable)
  - Solution compensatoire mais pas un modèle économique
  - Principe d'une licence légale refusé par les principaux producteurs de musique et des fournisseurs d'accès
- Les spécificités ADAMI :
  - Une solution qui peut être mise en œuvre « rapidement »
  - Une solution qui peut avoir un effet régulateur sur la migration vers des services légaux attractifs permettant de sortir du risque juridique (s'ils existent)
- Les spécificités SPEDIDAM :
  - Une solution qui nécessite une profonde modification législative (pas de mise en œuvre rapide)

Une solution qui permet en partie une sortie de l'insécurité juridique

Le problème des échanges cinéma et audiovisuel reste à traiter

### **Créer une industrie de la musique en ligne**

Favoriser un accès rapide aux droits et aux catalogues :

- Pour créer des services P2P de quatrième génération capables de satisfaire la majorité des besoins dans la légalité
- Sortir, par le haut, d'une situation confuse et néfaste pour les intérêts légitimes des acteurs des marchés de la musique en France
- En développant une coopération active des opérateurs télécoms, des ayants droit, des éditeurs de services
- Pour permettre à un marché concurrentiel et professionnel de se développer

### **Comment ouvrir l'accès aux catalogues ?**

Plusieurs mécanismes graduels peuvent être envisagés pour ouvrir l'accès aux droits :

- Un mécanisme de gestion collective incitatif
- Un mécanisme de gestion collective étendue
- Un mécanisme de gestion collective obligatoire (licence légale) qui permettrait de libérer tous les catalogues
- Un mécanisme de chronologie des médias, qui permettrait :
  - d'exclure pour une durée déterminée du champ de la gestion collective certains répertoires,
  - d'ouvrir une fenêtre de valorisation par l'exercice du droit exclusif.

### **Et le cinéma ?**

Comment adapter le cinéma au P2P sachant que :

- L'essentiel de la consommation P2P concerne des films accessibles avant ou pendant leur diffusion en salles ou leur diffusion à la télévision (qui reste de la contrefaçon numérique).
- Les schémas de production sont beaucoup plus complexes et risqués que la musique.
- La diffusion est très encadrée et plébiscitée par les consommateurs (salles, DVD).

3 pistes :

- Soutien pour préserver la compétitivité dans une distribution mondiale simultanée notamment les productions indépendantes

- Sécurisation des investissements en production (Sofica Internet)
- Adapter la chronologie des médias au temps Internet

### **Conclusion**

- Il n'existe pas de modèle parfait pour la musique en ligne car il n'existe pas qu'un seul type de consommateur.
- Trois stratégies peuvent être menées simultanément :
  - Une compensation intelligente qui couvrirait les échanges non rémunérés des *free-riders*
  - Favoriser l'émergence rapide de services attractifs, riches en catalogues pour les *samplers*
  - Adapter la distribution physique (CD,DVD) aux nouvelles exigences des consommateurs