

Colloque du Forum des droits sur l'internet "Réponses aux défis du P2P"

Sénat, 28 septembre 2004

Table ronde n°4 – Les offres de distribution légales

LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS

Frédérique Pfrunder, Consommation, Logement, Cadre de Vie (CLCV)

Avec beaucoup de retard au regard du développement de l'Internet et de sa démocratisation, les offres professionnelles de distribution de musique en ligne commencent aujourd'hui à se développer. Il existe sans aucun doute pour elles un véritable marché, les consommateurs étant de plus en plus équipés, et désireux de faire évoluer leur mode d'écoute et d'usage des œuvres culturelles en utilisant tous les moyens offerts par la technologie (transportabilité et transférabilité de sa discothèque, possibilité de créer ses compilations, ...). On peut donc se réjouir de voir que les professionnels de l'industrie et de la distribution musicale ont enfin décidé de proposer aux consommateurs des moyens d'accéder à l'offre culturelle adaptés aux évolutions technologiques ; cependant, on ne peut qu'être sceptique quant à leurs possibilités de développement tant qu'elles ne seront pas en mesure de répondre au moins aux exigences de base des consommateurs, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

Quelles sont ces exigences ?

L'interopérabilité

L'utilisation de formats propriétaires en termes de compression et de DRM, conduisant à segmenter le marché en fonction des équipements des consommateurs, est un frein considérable pour l'adhésion des consommateurs à de tels services. Ce qui semblait être une avancée (la suppression du support physique) se révèle finalement pour le consommateur être un recul, puisqu'il est obligé de choisir sa musique et celui qui la distribue en fonction de son équipement, ce qu'il n'a pas à faire dans le monde « off-line ».

La diversité de l'offre

Elle est pour l'instant très limitée ; même l'offre en ligne la plus importante (au niveau français) reste inférieure à ce que l'on peut trouver chez un distributeur de grande ville, ou bien tout simplement sur un site de ventes de CDs en ligne. D'autre part, au-delà du nombre, ce que les consommateurs attendent, c'est aussi de pouvoir trouver autre chose que ce qu'ils trouvent chez leur disquaire « physique » : des labels indépendants, des vieux titres, ... et pas uniquement le top des ventes. Si l'offre en ligne doit être la même, en un peu moins riche et l'interopérabilité en moins, que l'offre physique, on se demande qui irait l'utiliser et pourquoi ...

Il faut ajouter à cela la nécessité d'une offre de prix attractive et la mise à disposition de moyens de paiement adaptés ; c'est probablement sur ces deux points que les efforts les plus importants ont déjà été faits. En ce qui concerne l'interopérabilité et la diversité de l'offre, les acteurs du secteur promettent des progrès rapides. On ne peut qu'espérer, pour eux comme pour les consommateurs, que ce soit le cas. Ce sont en tout cas des conditions

nécessaires au développement de ces offres de distribution. Nécessaires, mais sans doute pas suffisantes.

Pourquoi ? Parce que les offres de distribution en ligne doivent se faire une place nouvelle à côté de la distribution « off line » bien sûr, mais aussi à côté d'échanges *Peer to Peer*, qui, à notre avis, ne peuvent et ne doivent pas être éradiqués.

Ils ne peuvent pas être éradiqués parce que personne n'a jamais réussi à interdire les relations de voisinage, et les échanges d'œuvres culturelles entre voisins, et qu'aujourd'hui, grâce au réseau, le voisinage s'étend potentiellement au monde entier. Des technologies, des moyens de traçage, de filtrage, peuvent toujours être développés, mais ils seront contournés, et peuvent finalement avoir plus d'effets pervers en conduisant à rendre le réseau plus opaque, facilitant ainsi le développement d'activités beaucoup plus néfastes que l'échange d'œuvres culturelles.

Ils ne doivent pas être éradiqués parce qu'ils représentent un outil de diversité et d'enrichissement culturels, une source de créativité, un bénéfice de la mondialisation des échanges pour tous ceux qui y ont accès.

Autant de raisons pour lesquels nous sommes pour notre part favorables à un débat ouvert sur les moyens de permettre une juste rémunération des ayants droit dans le cadre des échanges *peer to peer* pour que ceux-ci, à côté des offres de distribution de droit exclusif soient aussi un moyen légal d'accès aux œuvres culturelles.

Cette cohabitation fait peur ; elle paraît en effet osée, mais elle est certainement possible à condition que les offres de distribution sachent en faire plus :

- plus en termes de qualité et de sécurité : meilleure qualité d'encodage, facilité et rapidité de téléchargement, assurance d'un produit sain et intact (pas de virus), ...
- plus de services, plus d'offres : des concerts en vidéo, des infos sur les artistes, leurs tournées, la mise en ligne de sites et d'offres ciblés avec la remise sur le marché de titres oubliés et/ou introuvables (certaines maisons de disques n'exploitant à ce jour qu'un infime pourcentage des titres produits), ...

Les offres de distribution « légales » en ligne ne peuvent se contenter d'être de simples répliques, parfois même inférieures, de l'offre « off-line ». Les consommateurs attendent de l'innovation, de la valeur ajoutée, adaptée aux évolutions des usages et des potentialités offertes par la technologie et ils sont prêts à payer pour celle-ci. Pour l'instant, elle n'existe pas ; la balle est maintenant plus que jamais dans le camp des acteurs du secteur.