

## - Communiqué IMMF -

Les récentes discussions entre YouTube et WIN, l'organisation qui regroupe les labels indépendants, montrent l'urgence d'un débat élargi sur l'évolution du marché digital de la musique afin d'assurer le bien-être des créateurs et des consommateurs de biens culturels. Le soutien à la culture et aux créateurs est important pour notre société dans la mesure où la diversité culturelle nourrit l'esprit de notre société.

IMMF représente les créateurs dans l'écosystème digital de la musique.

### 1. Principes fondamentaux pour la prospérité dans la chaîne de valeur digitale de la musique

Les parties prenantes (acteurs) se trouvant entre le créateur et le consommateur final sont nombreuses dans la chaîne de valeur digitale de la musique. ***IMMF ne soutiendra pas les parties prenantes qui ne défendraient pas ouvertement ces principes fondamentaux.***

#### 1.1 TRANSPARENCE

La transparence est essentielle. Les conditions d'utilisation de tout contenu doivent être transparentes pour les créateurs, au même titre que les revenus qui résultent d'une telle utilisation.

#### 1.2 REMUNERATION EQUITABLE

Les créateurs et les interprètes doivent être assurés de pouvoir toucher une rémunération équitable pour l'utilisation de leurs œuvres. La transparence facilite la rémunération équitable, et inversement, une rémunération équitable ne peut être prouvée sans transparence.

### 2. Les intermédiaires et les créateurs dans la chaîne de valeur digitale de la musique

Les services en ligne et les maisons de disques (ainsi que d'autres intermédiaires) sont des acteurs essentiels de la chaîne de valeur digitale de la musique. Les deux sont censés apporter une valeur ajoutée tant aux créateurs qu'aux consommateurs. IMMF appelle à:

#### 2.1 DES PARTENARIATS HONNETES

Détailler les différents revenus et flux financiers devient de plus en plus complexe étant donné la multiplication des possibilités de monétisation dans le contexte de la consommation digitale de musique. Ainsi, il en va de la responsabilité des éditeurs, des labels et de tous les titulaires de droits de rendre compte aux créateurs quant à l'exploitation de leurs œuvres. IMMF propose donc les actions suivantes:

- **Transparence tarifaire globale:** Les tarifs des services de musique digitale doivent être transparents, l'objectif étant de savoir quel revenu est généré par chaque utilisation (grâce aux annonceurs, aux consommateurs ou autres) afin que les titulaires de droits et les créateurs puissent prendre les bonnes décisions quant à la voie de distribution digitale qu'ils entendent choisir afin d'assurer une valeur durable à leur œuvre. Même à supposer que cette information ne soit pas publique, rien n'empêche de la rendre accessible de manière confidentielle aux créateurs.

La valeur des transactions dans chacune des phases de la chaîne de valeur doivent être accessibles de manière transparente aux créateurs concernés.

- **Transparence des données d'utilisation:** Toutes les informations et données liées à l'utilisation monétisée des contenus à travers des services en ligne et accessible aux titulaires de droits doivent également être rendues accessibles aux créateurs sans coût additionnel. Les créateurs peuvent ainsi utiliser les informations relatives aux consommateurs finaux pour augmenter la valeur de leur création pour l'ensemble des parties prenantes, ainsi que bien évidemment pour vérifier leurs revenus.
- **Conditions des licences d'utilisation de services en ligne:** Il est essentiel que les conditions de rémunérations soient parfaitement transparentes et explicites aux yeux des créateurs pour tous les services qui exploitent leur contenu. Il n'est ni équitable ni transparent pour les créateurs de ne pas être informés sur les conditions de monétisation de leur contenu par les titulaires de droits.
- **Tout revenu doit faire l'objet d'un compte rendu:** Les labels et les éditeurs ainsi que les autres intermédiaires comme les sociétés de gestion collective des droits doivent rendre des comptes quant à l'exploitation de tout contenu. Même si le contenu musical n'est pas toujours au centre de ces exploitations, le consommateur final cherche à avoir accès à la musique et aux artistes à travers les services intermédiaires ; c'est donc autour de la valeur de la musique et des artistes que les accords doivent être conclus.
- **Partage au proportionnel:** Il peut parfois être difficile d'attribuer des revenus spécifiquement à des œuvres ou à des créateurs, étant donnée la complexité de la chaîne de valeur digitale de la musique; or, ces sommes doivent être évaluées objectivement et partagées avec les créateurs en prorata. Non-attribué ne veut pas dire non-redevable. Si non-attribué voulait vraiment dire non-redevable, comment ces sommes auraient-elles pu atterrir entre les mains des titulaires de droits?

## 2.2 CLARETE ET SIMPLICITE

Le marché digital de la musique est confronté à des anachronismes indéfendables, comme les abattements pour le packaging, qui ne font aucun sens dans le cadre de la distribution digitale. Ainsi, IMMF appelle à soulever les questions suivantes:

- **Contrats "digitaux":** Le marché digital est tellement différent de l'ancien modèle physique, que les contrats hérités de cette période doivent être revus et renégociés, notamment en ce qui concerne les droits d'exploitations numériques. Les anciens contrats sont très souvent obsolètes au sujet du numérique et ne sont ni équitables ni justes pour les créateurs.

## 3. Un mot pour la fin

Le numérique offre un potentiel sans précédent en terme de transparence, d'individualisation et de précision d'analyse pour l'ensemble des parties prenantes dans la chaîne de valeur digitale de la musique. Cependant, ce potentiel ne peut se réaliser pour les créateurs seulement s'ils sont impliqués et responsabilisés de manière équitable et transparente. Il est dans l'intérêt de chacune des parties prenantes de travailler avec et non contre les intérêts des créateurs car il n'y aurait pas de chaîne de valeur sans les créateurs.

**Ce communiqué de IMMF a été co-rédigé et approuvé par les associations des managers d'artistes régionales suivantes:**

AAM (Australia)

AMA (France)

IMUC (Germany)

MMaF (Belgium)

MMF Australia

MMF Canada

MMF Denmark

MMF Estonia

MMF Finland

MMF Ireland

MMF Italy

MMF Latin America

MMF Luxembourg

MMF Netherlands

MMF New Zealand

MMF Norway

MMF Portugal

MMF South Africa

MMF Spain

MMF Sweden

MMF UK

MMF US

MMF West Africa

## **A propos de IMMF:**

Le International Music Managers Forum (IMMF) représente les managers de la musique et à travers eux les artistes (interprètes et auteurs/compositeurs) dont ils s'occupent. La mission principale de IMMF est de défendre les intérêts des artistes et de leurs managers à l'échelle internationale. L'ambition de IMMF est d'améliorer les conditions d'échange pour tous les artistes à travers le monde. IMMF regroupe les associations régionales de managers en Amérique du Nord et du Sud, en Europe, en Afrique et en Océanie, représentant plus de 1200 managers issues de plus de 30 pays.

## Contacts:

- Informations générales: Daria Wabnitz ([daria@immf.com](mailto:daria@immf.com))
- Contact presse: Christian Hald Buhl ([buhl@factory92.eu](mailto:buhl@factory92.eu))

## Liens:

- IMMF ([www.immf.com](http://www.immf.com))
- FACTORY 92 ([www.factory92.eu](http://www.factory92.eu))

## Siège:

- IMMF a.s.b.l., 3A, Val Ste Croix, L - 1371 Luxembourg