

Les contenus précieux et protégés vont promouvoir le développement du numérique



De la musique à deux sous

Magasin Apple à Dalian, province du Liaoning (Chine).

Patrick Kabanda

LES DROITS de propriété intellectuelle remontent à l'Égypte ancienne. Une tablette exposée au Musée du Louvre datant de 2000 av. J.-C. porte une inscription dans laquelle Irtyzen, un maître-artisan, scribe et sculpteur, se vante de ses secrets professionnels.

Comment ferait-il pour préserver la propriété de son art et de ses techniques et gagner convenablement sa vie dans l'univers numérique d'aujourd'hui? La technologie nous occupe d'une façon qui laisserait Irtyzen pantois. Dans le métro aux heures de pointe, les voyageurs sont affairés sur leurs portables, écouteurs rivés aux oreilles, parcourant des listes de musiques numérisées. Ont-ils acheté cette musique légalement ou non, allez savoir! Ce qui est sûr, c'est que la technologie permet de copier et de transférer facilement les œuvres créatives : capturer et partager, voilà l'air du temps.

Singles au rabais

En lançant iTunes en 2001, Apple ouvrait l'ère de la chanson numérique à bas prix. En une dizaine d'années, les ventes d'œuvres musicales ont plongé de 11,8 milliards de dollars en 2003 à 7,1 milliards en 2012 (Covert, 2013). Parallèlement, le commerce mondial de biens et services créatifs a atteint le montant record de 624 milliards de dollars en 2011, d'après les chiffres de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Pour protéger les revenus des travailleurs et stimuler les économies créatives, une protection et une rémunération juste sont essentielles.

Les recettes de la musique numérique ont surpassé celles des supports physiques pour la première fois en 2015 — augmentant de 3,2 % et atteignant 15 milliards de dollars, première hausse sensible du secteur en glissement annuel en près de 20 ans (International

Federation of Phonographic Industry (IFPI), 2016). L'IFPI note que les recettes du numérique ont augmenté de 10,2 % pour s'établir à 6,7 milliards de dollars. La hausse de 45,2 % des recettes du streaming compense largement la baisse des téléchargements et des ventes sur support physique. C'est une bonne nouvelle. Mais le secteur est pris au piège de ce qu'il est convenu d'appeler un écart de valeur : le décalage entre la musique qui rapporte et le gros pourcentage qui ne rapporte pas des recettes décentes aux artistes et aux entreprises créatives.

Si les pays en développement pouvaient tirer parti de leur richesse culturelle, cela pourrait ouvrir la voie au développement, aider à résorber le chômage des jeunes et promouvoir la diversification. Mais le piratage, endémique dans ces pays comme dans les pays avancés, est une menace.

Le piratage informatique ne cesse de se transformer et il est donc difficile à éradiquer. La musique piratée est diffusée par des plateformes telles que Tumblr et Twitter, des cyberlockers (sites d'hébergement en ligne) non autorisés et le système de partage de fichiers BitTorrent. Selon l'IFPI, il y aurait eu en 2014 quatre milliards de téléchargements de musique rien que via BitTorrent, illégaux pour la plupart (IFPI, 2015). La «Campagne spéciale» lancée par la Chine visait à réprimer les infractions et à pousser les entreprises à sensibiliser davantage le public aux droits de propriété intellectuelle et constitue un exemple, certes imparfait, de riposte au problème (Brodbeck, 2015).

Réglementation injuste de la publicité?

De nos jours, un iPhone est comme un studio de poche avec lequel il est facile de filmer des vidéos et de les télécharger sur YouTube. Que ce soit un chat interprétant de façon approximative

«La lettre à Élise» ou un pianiste de concert, les images «virales» peuvent rapporter gros. Pour un artiste, un moyen de parvenir à la gloire est de s'associer à YouTube et de lui verser une partie des recettes de publicité (Johnston, 2013).

Mais parfois les annonceurs, y compris des marques connues, se retrouvent sur des sites qui portent atteinte aux droits d'auteur. D'après une étude réalisée en 2014 par MediaLink, 596 sites violant les droits d'auteur ont produit en un an 227 milliards de dollars de recettes publicitaires. Les personnes impliquées y gagnent, tandis que celles qui ont composé, joué et produit la musique ne reçoivent pas un sou (IFPI, 2015).

L'envers du copyright

Les pertes dues au piratage sont difficiles à quantifier. L'économie n'en pâtit pas nécessairement — les consommateurs peuvent simplement dépenser leur argent autrement. «Si quelqu'un télécharge illégalement un film ou une chanson qu'il n'aurait jamais téléchargé autrement, il est difficile de chiffrer exactement la perte (les avantages, par contre, sont assez évidents).» (Plumer, 2012.)

Une protection stricte de la propriété intellectuelle peut aussi accroître l'écart de connaissances entre pays riches et pays pauvres. Les règles de l'accord de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) relatif aux aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), qui «visent à promouvoir une protection plus stricte de la propriété intellectuelle étaient manifestement une réaction aux pressions des entreprises occidentales détentrices et créatrices de propriété intellectuelle, issues notamment de l'industrie pharmaceutique, du divertissement ou des logiciels» (Lester *et al.*, 2008). L'accord vise à aider tous les pays à faciliter la protection des droits de propriété intellectuelle, mais même si certains pays en développement ont demandé à être dispensés de certaines de ces obligations, beaucoup ne tirent toujours pas parti du système.

Il y a par ailleurs les coûts. Les droits de propriété peuvent encourager les entreprises à investir dans les produits intellectuels, mais le coût des poursuites et mesures exécutoires peut miner ces efforts et dissuader les gouvernants d'établir un solide régime de protection de la propriété intellectuelle, en particulier dans les pays en développement.

Les droits d'auteur pour le développement

Il convient d'évaluer avec soin les avantages pour le développement et les coûts. L'écart de connaissances souvent cité (à propos des ADPIC) se situe entre l'Occident et le reste du monde. Mais il y a un autre aspect. Lorsque les connaissances créatives et traditionnelles des pays en développement sont exploitées par les marques occidentales ou en infraction aux droits d'auteur, par exemple, les conséquences pour le développement passent pour l'essentiel inaperçues. Et même si l'économie dans son ensemble n'en souffre pas, les artistes sous-payés en pâtissent.

Toute approche constructive doit chercher à déterminer en quoi les ADPIC peuvent profiter aux pays développés et aux pays en développement et faire un distinguo entre la protection des œuvres créatives et celle des médicaments, par exemple.

Ce n'est pas seulement une affaire de carottes et de bâtons. Beaucoup de créateurs peinent à survivre, alors qu'ils contribuent au bien-être économique et social des autres. Certaines entreprises high-tech et superstars ont fait fortune avec Internet, mais,

d'après les calculs de l'économiste et chanteur Jason Shogren, il faut qu'une chanson soit écoutée plus de 4 millions de fois sur Spotify pour gagner le salaire minimum (Timberg, 2015).

Par contre, un artiste qui vendrait 150 CD à compte d'auteur pour 9,99 dollars pièce empocherait près de 1.500 dollars. Cela vaudrait mieux que 4 millions de lectures. La part que l'auteur perçoit sur chaque morceau écouté via Spotify se situe entre 0,006 et 0,0084 dollar (Plaugic, 2015). Shogren a calculé qu'après déduction des frais de gestion et autres, il n'y a guère que les artistes les plus connus qui gagnent vraiment de l'argent. «Les grands noms sur Spotify totalisent des millions de demandes à l'échelle mondiale, ce qui représente beaucoup d'argent. Drake a été l'artiste le plus demandé sur Spotify en 2015» — environ 1,8 milliard de titres écoutés lui a rapporté près de 15 millions de dollars (Plaugic, 2015).

La mise en valeur des droits de propriété intellectuelle pour étendre le champ de la création offre d'énormes possibilités de développement et nécessite un financement et un nouvel état d'esprit. Il faut que les pays en développement se défassent de l'idée que le travail de création ne rapporte rien et n'a aucune valeur en termes de développement.

Comme Irtysen pourrait nous le rappeler, les industries extractives — qui font souvent la une — ne sont pas les seules à avoir besoin d'infrastructures, d'exonérations fiscales, d'investissements directs étrangers ou non, *etc.* Notre économie de plus en plus basée sur le savoir doit tirer parti de l'immense richesse créative pour promouvoir le développement. Il faut pour ce faire utiliser les ressources rares pour développer les infrastructures, offrir des crédits avantageux et des concessions fiscales, créer des systèmes de péage électronique locaux et mondiaux et garantir une juste répartition. Les organismes de développement international peuvent aussi apporter leur soutien financier et technique pour promouvoir l'essor de la création à l'ère du numérique. ■

Patrick Kabanda est consultant auprès du Vice-président principal et Chef économiste de la Banque mondiale; il travaille à un livre basé sur son document de travail intitulé «The Creative Wealth of Nations».

Bibliographie :

- Brodbeck, Vincent, 2015, "Streaming Media and Curbing Digital Piracy in China," Boston University Journal of Science and Technology Law, Vol. 19, No. 1.
- Covert, Adrian, 2013, "A Decade of iTunes Singles Killed the Music Industry," CNNMoney, April 25.
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2016, Global Music Report 2016 (London).
- , 2015, Digital Music Report 2015 (London).
- Johnston, Michael, 2013, "How to Make Money on YouTube: 101 YouTube Monetization Tips," MonetizeProz, May 7.
- Lester, Simon, and Bryan Mercurio, with Arwel Davies and Kala Leitner, 2008, World Trade Law: Text, Materials and Commentary (Portland, Oregon: Hart Publishing).
- Plaugic, Lizzie, 2015, "Spotify's Year in Music Shows Just How Little We Pay Artists for Their Music," The Verge, December 7.
- Plumer, Brad, 2012, "SOPA: How Much Does Online Piracy Really Cost the Economy?" Washington Post, January 5.
- Timberg, Scott, 2015, Culture Crash: The Killing of the Creative Class (New Haven, Connecticut: Yale University Press).