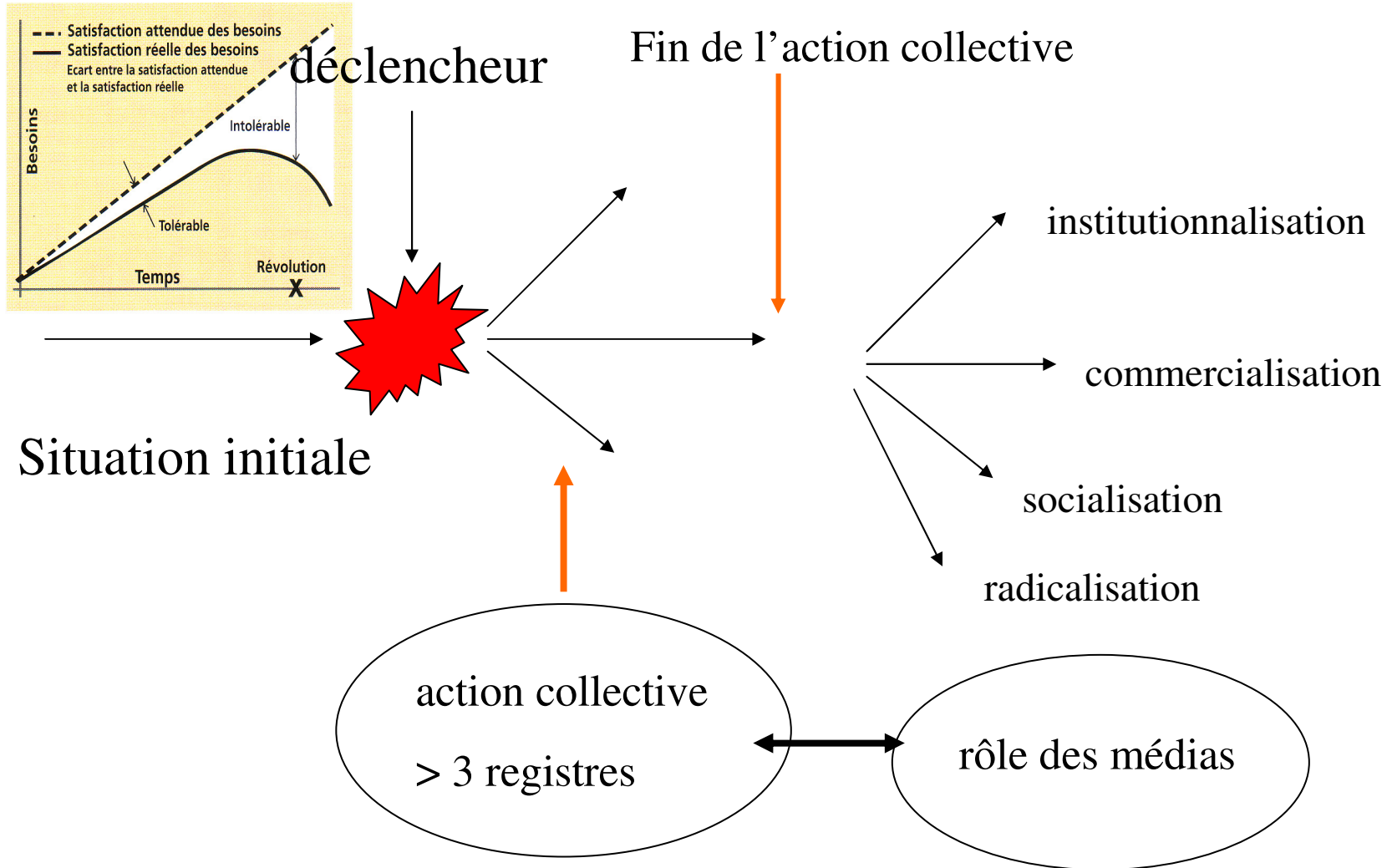


De la loi DADVSI (2005) à la loi Hadopi (2009)

Les enjeux des échanges de contenus culturels
numériques sur les réseaux « P2P »



Schéma d'un mouvement social



Plan

1. Qu'est ce que la loi DADVSI ?
2. Les mobilisations collectives et leurs modes d'action
3. La réponse + Les solutions proposées pour sortir de la crise
4. La « Longue Trainee »

I - Qu'est ce que la loi DADVSI ?

DADVSI

=

Droits d'auteur et droits voisins dans la
société de l'information

La situation à l'échelon mondial

iPod nano 2Go Black **[nano2GOBLACK]**

Prix : 222.99€

**Jusqu'à 1000 morceaux,
podcasts et livres audio**

iPod nano vous offre tout ce que vous aimez à propos d'iPod, mais en plus petit. En beaucoup plus petit. Disponible en modèle 2 Go (500 chansons) et 4 Go (1 000 chansons) à partir de 239 €, iPod nano renferme toute l'expérience iPod dans un boîtier design aussi fin qu'un crayon. D'une compacité inconcevable, il vous permet d'emporter votre musique vers de nouveaux horizons.



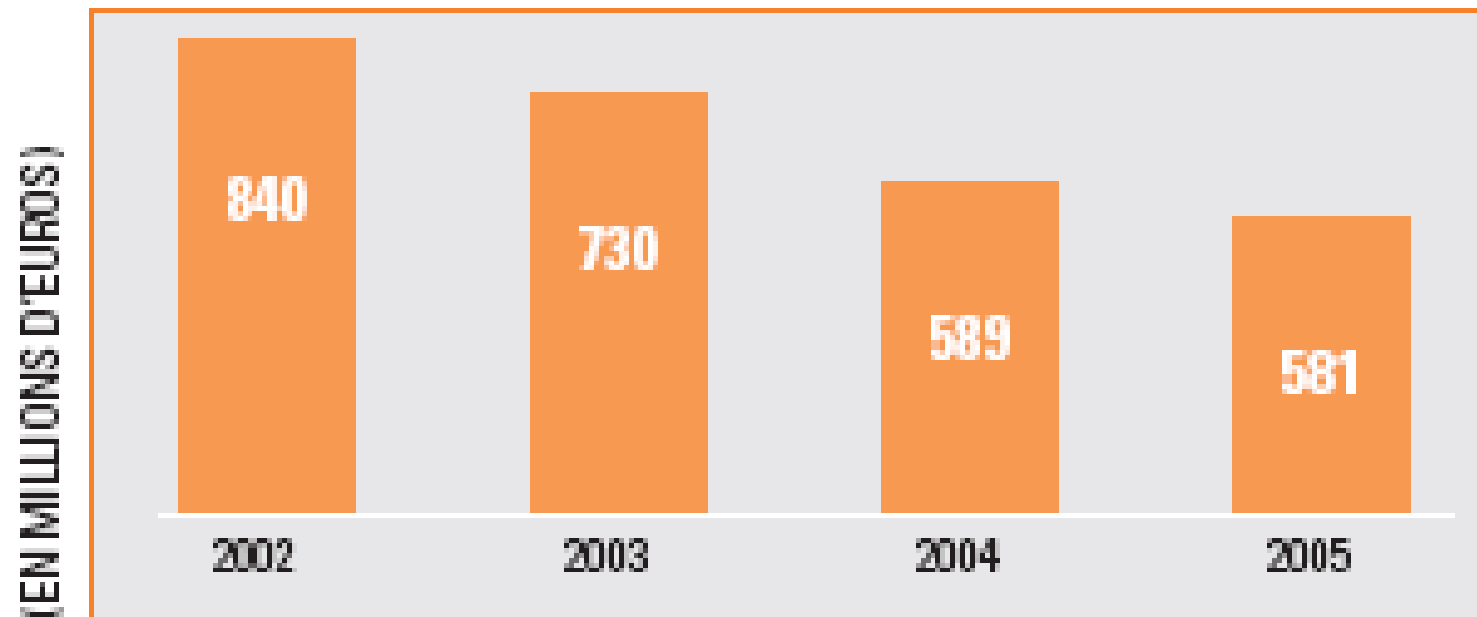
Spécifications

42 grammes

90 x 40 x 6,9mm

iPod nano 2 Go : Le prix comprend 25,71 euros TTC au titre de la rémunération pour copie privée perçue par la SORECOPI.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ENTRE 2002 et 2005 (9 premiers mois de l'année)



Chiffre d'affaire des maisons de disque

PROGRAMME DES ŒUVRES DIFFUSÉES
(à compléter)

Date(s) de diffusion : _____ de _____ h à _____ h **RÉSERVÉ À LA SACEM**
 _____ de _____ h à _____ h **Montant des droits HT :** _____

Nom de la salle : _____ **Code DR - DL :** _____

Code postal : [] [] [] [] [] Ville : _____ **Code TEO/TAM :** _____

Nom de l'organisateur : _____ **N° ordre :** _____

Adresse : _____ **N° contrat/client :** _____

Nom du chef d'orchestre, de l'interprète : (Musique vivante) **Sophie CUVELIER et**
Katia RENARD **N° tourneur/tournee :** _____

Nom du sonorisateur, du disc-jockey : (Musique enregistrée) _____ **Mois de règlement :** _____

Adresse : **Spectacle : "Tutti Frutti Cantabile"**
Cie TANT QU'A FAIRE

Mode de diffusion (cocher la case correspondante)

Musique vivante (orchestre, musiciens, interprètes) Musique enregistrée (disques, cassettes, bandes magnétiques...) Film, vidéo

Pour un interprète utilisant une bande son en accompagnement musical, cocher la case Musique vivante.

TITRE DES ŒUVRES (en lettres capitales)	NATURE DES ŒUVRES (*)	NOMS DES AUTEURS ET/OU DES COMPOSITEURS (**)	NOMS DES ARRANGEURS (DES IMPROVISATEURS)	DURÉE
1 1 ère ballade	Inst.	Frédéric CHOPIN		6'41"
2 Sonate en Fa majeur (1mvt)	Inst.	Joseph HAYDN		3'47"
3 2ème arabesque	Inst.	Debussy		4'10"
4 La Wally	Ch.	F. CATALINI		3'31"
5 Ba be bi bo bu	Ch.	F. POULENC-M. CAREME		0'27"
6 Lumière Tango	Ch.	Bobby LAPOINTE		3'23"
7 La diva de l'empire	Ch.	E. SATIE		0'27"
8 L'arlésienne	Ch.	Georges BIZET		0'41"
9 O Jésus que ma joie demeure	Ch.	J.S. BACH		0'14"
10 O Sole mio	Ch.	DI CAPUA-CAPURRO		1'10"
11 Syracuse	Ch.	B. DIMEY-H.SALVADOR		0'30"
12 Brazil	Ch.	Ary BARROSO		0'25"
13 Y'a d'la rumba dans l'air	Ch.	SOUCHON-VOULZY		0'18"
14 L'arlésienne	Ch.	Georges BIZET		0'35"
15 Suite Opus 14 (2e mvt)	Inst.	Bela BARTOK		1'48"
16 La marche turque	Ch.	MOZART		0'51"
17 2eme Air de la Reine de la Nuit (la flûte enchantée)	Ch.	MOZART		4'05"

(*) Chanson, instrumental.

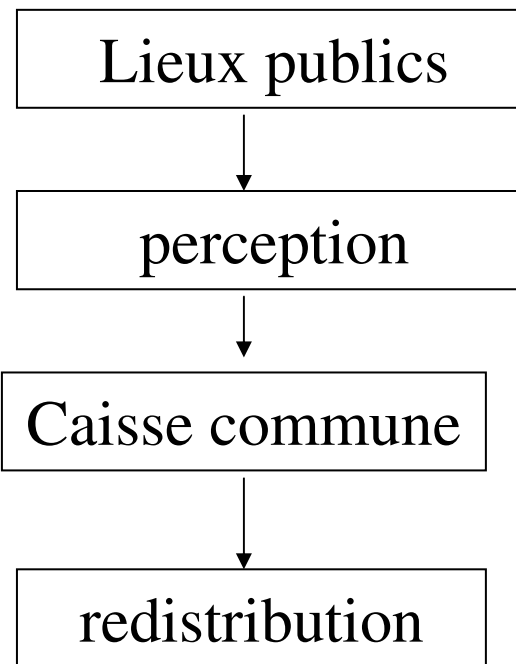
Fait le : à :

A adresser
à la délégation régionale de la
sacem

L'organisateur :

Le sonorisateur :

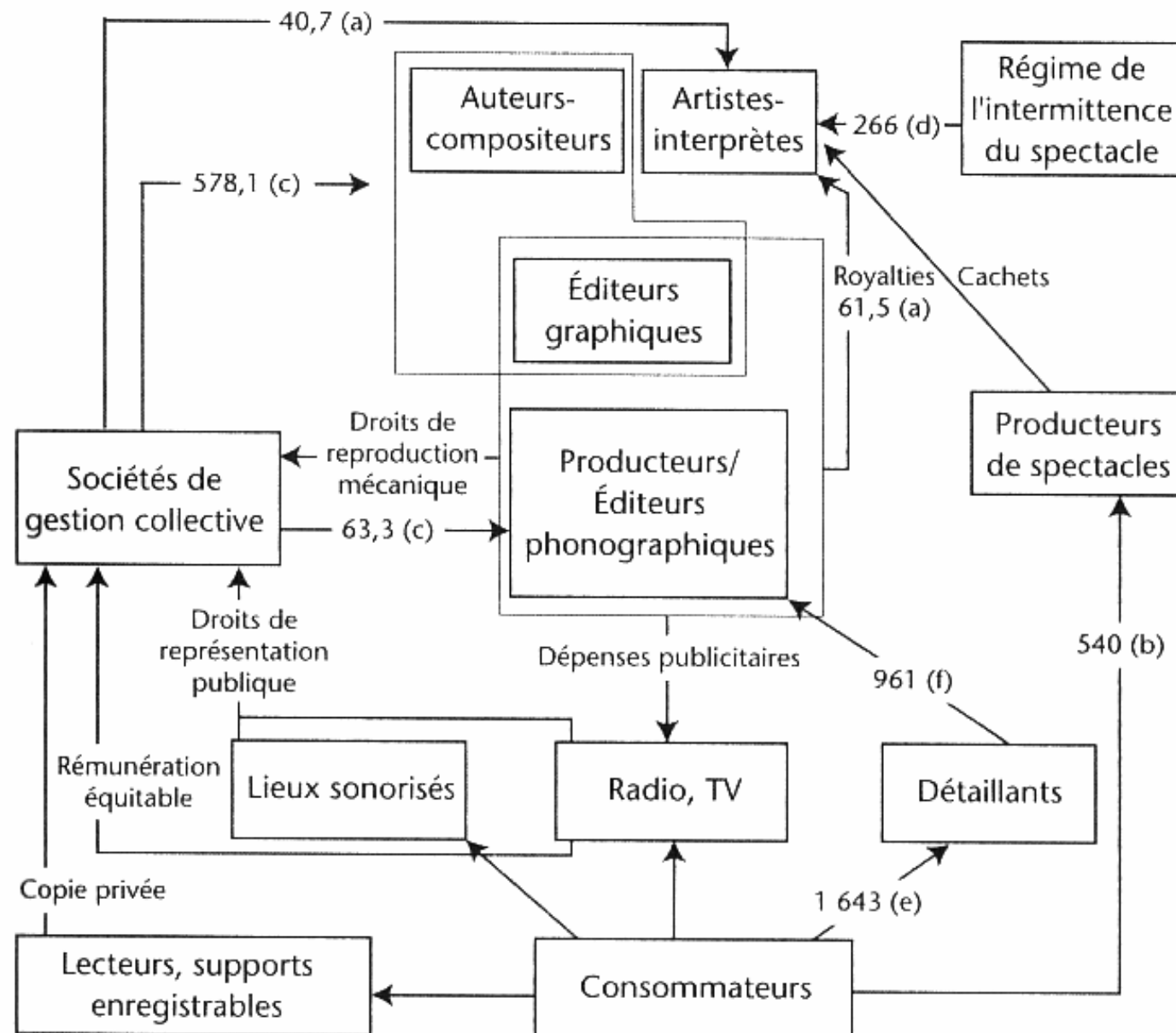
Le circuit de la rémunération des auteurs et compositeurs



L'industrie du disque en France

Principaux flux financiers entre les acteurs de l'industrie du disque en France en 2005

(en millions d'euros)



- (a) *Source* : Adami [2006], estimation haute des royalties se décomposant en 41,5 millions d'euros versés aux artistes de variété francophone et de musique classique et 20 millions aux artistes de variété internationale.
- (b) Chiffre d'affaires hors taxes, estimation à partir de la taxe parafiscale collectée en 2004 par la Sacem sur les « tournées professionnelles de variété ». À partir d'une assiette différente, le Centre national de la variété estime le marché du spectacle vivant musical à 375 millions d'euros pour 2005.
- (c) Donnée 2004.
- (d) *Source* : Latarjet [2004], donnée 2002 estimée en fonction de la part, parmi les intermittents, des musiciens relevant de la catégorie « artistes et spectacles vivants ».
- (e) *Source* : Observatoire de la musique, chiffre d'affaires de détail TTC, y compris DVD musical et téléchargements payants.
- (f) *Source* : Snep, chiffre d'affaires hors taxes des maisons de disques « majors ».

Composition moyenne du prix de gros hors taxes d'un disque de variété francophone

(en % du prix hors taxes)

Droits de reproduction mécanique (a)	8
Frais d'enregistrement	12
Frais de fabrication (pressage)	10
Frais de distribution (b)	25
Frais de promotion	25
Royalties (c)	8
Marge d'exploitation de la maison de disques	12
Total	100

- (a) Versés aux auteurs/éditeurs graphiques (Sacem).
- (b) Pour un label indépendant ayant conclu un accord de distribution, le poste « distribution » peut représenter 40 % du prix de gros hors taxes, réduisant d'autant les sommes allouées à la promotion et la marge d'exploitation.
- (c) Pour un taux de royalties avant abattements BIEM/IFPI de 10 % et autres abattements. La différence par rapport aux informations fournies par le Snep, qui estime la part des revenus des artistes-interprètes proche de 20 %, s'explique vraisemblablement par l'agrégation effectuée par le Snep de données issues de contrats d'exclusivité et de contrats de licence.

Source : d'après Nicolas et Conradsson [2005].

Les 6 raisons de la loi DADVSI

- 1) baisse du nombre de disques vendus depuis 2002
- 2) le nombre de lecteurs des journaux « en ligne » ne cesse d'augmenter
- 3) le nombre de téléchargements « non légaux » augmente
- 4) apparition de nouvelles formes de consommation de l'image (TV par ADSL, offres ADSL + TV, téléphone portable, etc.) + fin des supports « physiques » traditionnels (disque, DVD) = dématérialisation des supports
- 5) succès du développement des logiciels « libres » et des systèmes d'exploitation informatique alternatifs.
- 6) bataille pour la numérisation des ouvrages tombés dans le domaine public (GooglePrint et BNF)

Contexte de rédaction

- Élaborée par le Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire et Artistique (la « commission Sirinelli ») nommé en 2003
- Pas de consultation du parlement (d'où le vote de l'amendement du 23/12)
- Proposée pour être votée en urgence et en une seule lecture à l'AN avant Noël 2005 (motif : directive européenne)

Ce que ne dit pas la loi DADVSI :

- 1) les achats se reportent sur d'autres supports :
 - a) le DVD vidéo

	CUMUL A FIN SEPT 2004	CUMUL A FIN SEPT 2005	ÉVOLUTION EN %
■ CHIFFRES D'AFFAIRES (en millions d'euros)	588,6	581,5	- 1,20 %
dont:			
● singles	55,1	45,5	- 17,40 %
● albums	479	485,4	1,20 %
● vidéo	45	49	8,70 %
■ UNITÉS VENDUES (en millions)	85,3	87,7	2,80 %
dont:			
● singles	17,5	18	3,1 %
● albums	62,5	64,3	2,90 %
● vidéo	4,2	5,2	25,70 %
■ VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RÉPERTOIRE			
● CLASSIQUE	4,8 %	5,3 %	+ 0,5 pt
● VARIÉTÉ NATIONALE	62 %	60,60 %	- 1,4 pt
● VARIÉTÉ INTERNATIONALE	33,20 %	34,10 %	+ 10,9 pt
dont jazz	5,2 %	2,7 %	(-2,5 pt)

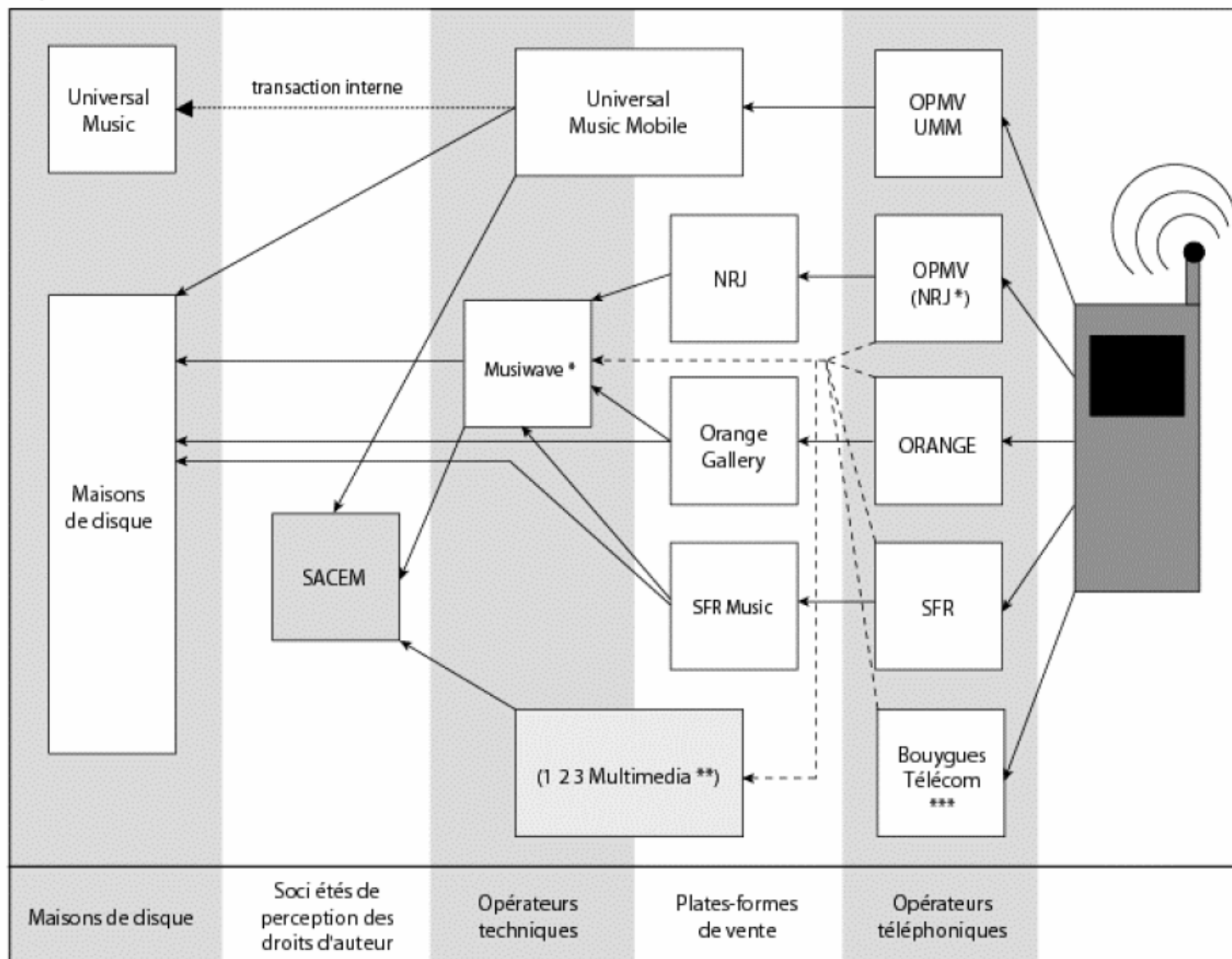
(le jazz est inclus à la fois dans la variété nationale et la variété internationale)

b) Les ventes numériques : « en ligne » + musiques pour téléphones mobiles

	1 ^{er} semestre 2004	1 ^{er} semestre 2005	Évolution
Marché mondial			
Valeurs détail <i>(en millions de dollars)</i>	13,4	13,2	- 1,9 % ↘
dont			
● Ventes de supports	13,2	12,4	- 6 % ↘
● Ventes numériques	0,2	0,8	x 4 ↗

* Source IFPI

Répartition des revenus de la vente d'une sonnerie Hi-Fi à 2 euros TTC



source Observatoire de la musique

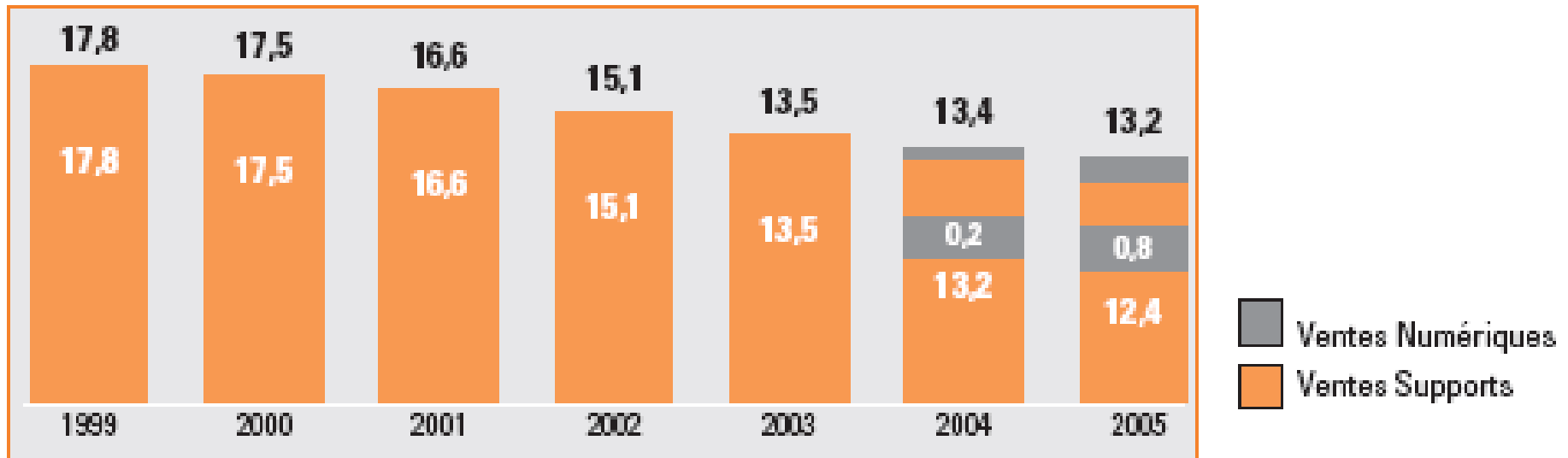
NB : Le cas (représenté en flèches pointillées) de la vente directe au consommateur, à travers une vitrine opérant pour le compte d'un opérateur de services mobiles, demeure le plus courant, bien qu'on observe un débordement progressif de leur activité par des acteurs intégrant plusieurs fonctions dans la chaîne.

* et autres sociétés de même type (notamment Mediaplaza, Pixtel, Mobilisto, Plurimedia). La part peut atteindre les 15 cts dans le cadre de modèles de vente différents par exemple dans les vitrines sur i-mode.

** Cette firme a obtenu des conditions de marché lui permettant de poursuivre son offre polyphonique.

- 2) le marché français est tributaire du marché mondial car **les majors françaises sont des filiales de majors américaines (Universal, Warner...)**

ÉVOLUTION DU MARCHÉ MONDIAL EN MILLIARDS DE DOLLARS
(Comparaison des 1^{ers} semestres)



- 3) la question du « consentement à payer » du consommateur n'est pas posée



MAIS OU EST L'IMPACT DU TELECHARGEMENT ILLEGAL ?

Les statistiques disponibles pour le marché du disques AMERICAINS affichent une bonne santé, à toute épreuve, si on tient compte du marché GLOBAL de la musique (diffusion traditionnelle + diffusion via l'E-Business).

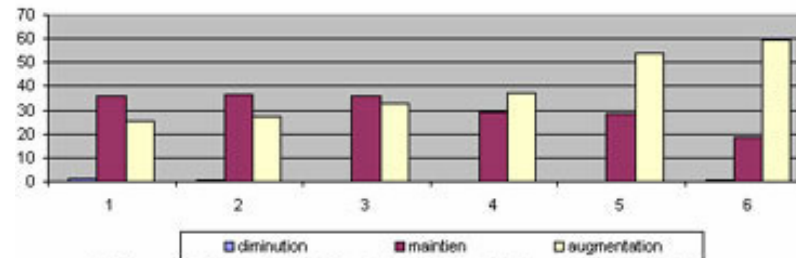
AFP ETATS-UNIS : Marché de la musique

"Les ventes d'albums poursuivent leur érosion en 2005, celles de musique en ligne, leur ascension. Près de 620 millions d'albums ont été écoulés sur l'année, soit un recul de 7,2 % par rapport à 2004, selon Nielsen SoundScan. Côté numérique, les ventes d'albums et de titres ont en revanche respectivement bondi de 194 % et de 150 % sur une seule année.

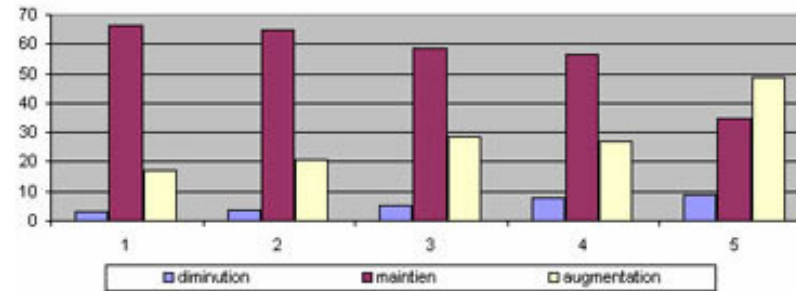
Tous supports confondus, les ventes dépassent le milliard d'unités, en progression de 22,7 % sur un an.

Universal Music Group a vu sa part de marché progresser, avec 31,7 % des ventes d'albums, devant Sony (25,61 %) et Warner Music Group (15 %)."

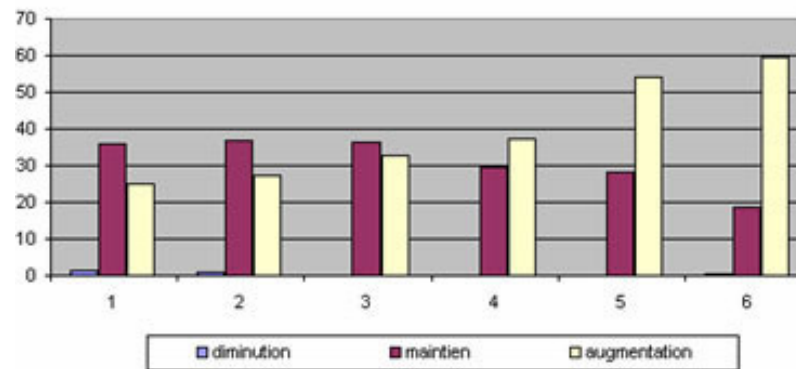
Pratiques culturelles (concert) et intensité de copiage



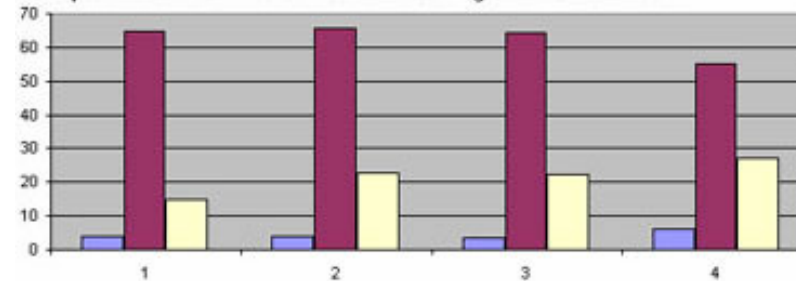
Fréquentation des salles de cinéma et intensité de copiage



Pratiques culturelles (concert) et intensité de copiage



Fréquentation des salles de cinéma et téléchargement de films en P2P



Le mouvement social de décembre 2005

caractéristiques

- Opposition de 2 groupes partageant :
 - 2 conceptions de la culture
 - 2 solutions pour la rémunération des artistes
- Utilisation de 2 principaux modes d'action :
 - médias (groupe 1)
 - associations d'individus (groupe 2)

Groupe 1

- SNEP
- l'Alpa (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle)
- Les filiales françaises des majors américaines (Universal, Warner, EMI, Virgin, Sony)
- Sociétés d'auteur
- Artistes (dont Johnny Hallyday, Michel Sardou, Eddy Mitchell, Zazie...)

Les modes d'action du groupe 1

Campagnes médiatiques

- a) Les médias
- b) Les syndicats
- c) Les sociétés d'auteurs
- d) La justice



LE DROIT D'AUTEUR EST EN DANGER



MOBILISONS-NOUS !



**LE DROIT D'AUTEUR
EST EN DANGER !**



**Non à la fin
de la création Musicale**

Agissez - Cliquez ici



Campagne du
SNEP (syndicat
des majors du
disque) :

*la musique
gratuite à un prix*

(mai septembre
2005)

www.partager.mp3



LA MUSIQUE GRATUITE A UN PRIX



**L'échange de musique sur Internet c'est du vol et désormais c'est
- jusqu'à 300 000€ d'amende
et 3 ans d'enfermement -
(article 333-4 du code de la propriété intellectuelle)**

Syndicat National de l'Édition Phonographique

Signature d'un texte anti-SNEP qui dénonce la campagne répressive du SNEP

- Par l'UFC, CLCV, Unaf,
- l'*Adami* (société de gestion collective des droits des artistes et musiciens interprètes dont 20.000 associés et 60.000 ayants droit, comédiens, chanteurs, musiciens, chefs d'orchestre, danseurs,)
- la *Spedidam* (25.000 artistes membres)

Contre-campagne du groupe 2

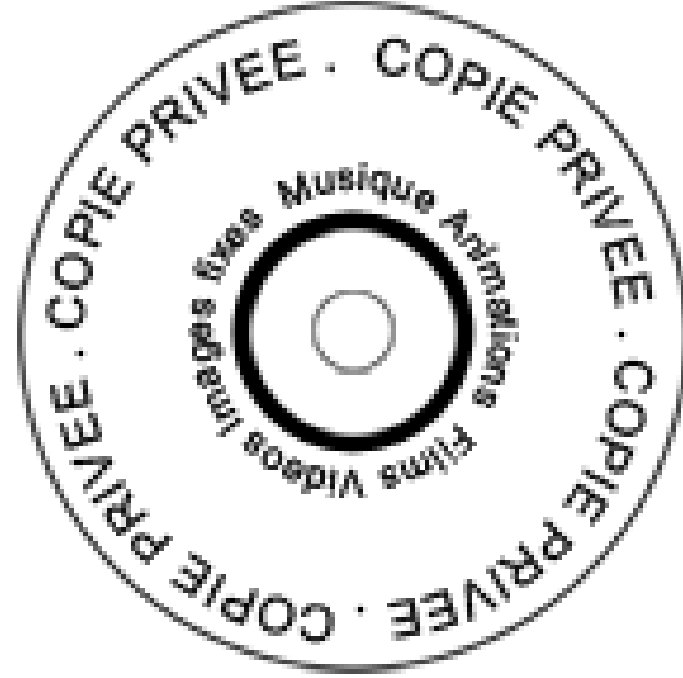
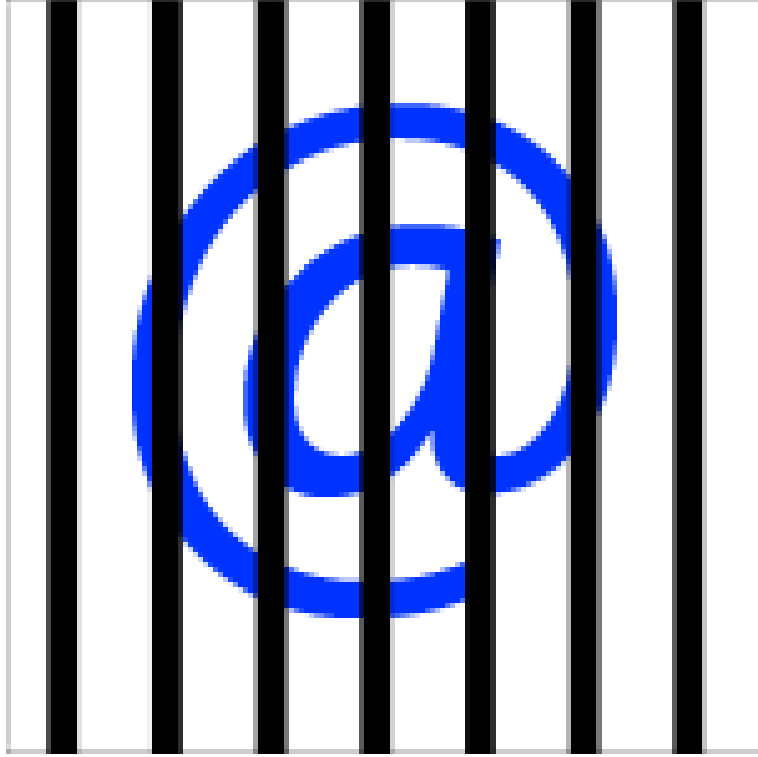
www.vaches-a-lait.snep



La culture n'a pas de prix

Vous nous vendez de la musique de qualité médiocre à des prix exorbitants. Baissez le prix des CDs, privilégiez la qualité des artistes plutôt que la quantité d'argent que vous vous mettez dans les poches. Arrêtez de prendre les consommateurs pour des vaches à lait et essayez d'appivoiser la technologie du p2p pour le bien de tous plutôt que de rester dans votre perpétuel immobilisme. L'industrie du disque est un dinosaure appelé à disparaître si elle continue de traiter les consommateurs comme elle le fait, c'est à dire en l'agressant à coup d'affiches vulgaires (votre "doigt" montre bien l'estime que vous avez pour ceux qui vous nourrissent) et en la menaçant ouvertement. Le piratage est un fléau qui ne s'arrêtera que lorsque vous aurez revu votre stratégie. Votre "guerre" déclarée contre les mêmes personnes qui achètent vos CDs et DVDs ne fera qu'empirer VOTRE situation. Les gens ne vous craignent pas, c'est vous qui avez peur. Alors essayez de comprendre une bonne fois pour toutes que c'est à VOUS d'évoluer et de vous adapter plutôt qu'à nous, de nous saigner pour accéder à la culture.

Mes frères et soeurs de "consommation", si comme nous tous, vous en avez assez de payer pour de la merde, que vous trouvez les CDs trop chers, et que vous ne tolérez pas que la "grande et puissante" industrie du disque vous menace...



Nouvelle campagne du SNEP (novembre 2005)



The poster features a black background with white and red elements. At the top, a small white box contains the URL 'www.partager.mp3'. Below it is a large white outline of a hand with the index finger pointing up. A red horizontal bar with white text reads 'LA MUSIQUE GRATUITE A UN PRIX'. Underneath this bar is a white square containing a stylized white outline of a hand with the index finger pointing up, similar to the one above but smaller and enclosed in a square. At the bottom, a large red box with white text contains the following information: 'L'échange de musique sur Internet a été déclaré illégal', '- jusqu'à 300 000 € d'amende et 3 ans d'emprisonnement -', and 'L'article 53-4 du code de la propriété intellectuelle'. In the bottom left corner, there is a small vertical logo for 'SNEP'. In the bottom right corner, the text 'Service National d'Enquêtes Pénales' is visible.

www.partager.mp3

LA MUSIQUE GRATUITE A UN PRIX

L'échange de musique sur Internet a été déclaré illégal
- jusqu'à 300 000 € d'amende
et 3 ans d'emprisonnement -
L'article 53-4 du code de la propriété intellectuelle

SNEP

Service National d'Enquêtes Pénales

TÉLÉCHARGEZ-NOUS LÉGALEMENT

Allez sur [Comcast.fr](#), [e-camp.fr](#), [France2.fr](#), [France3.fr](#), [France4.fr](#), [France5.fr](#), [France6.fr](#), [France7.fr](#), [France8.fr](#), [France9.fr](#), [France10.fr](#), [France11.fr](#), [France12.fr](#), [France13.fr](#), [France14.fr](#), [France15.fr](#), [France16.fr](#), [France17.fr](#), [France18.fr](#), [France19.fr](#), [France20.fr](#), [France21.fr](#), [France22.fr](#), [France23.fr](#), [France24.fr](#), [France25.fr](#), [France26.fr](#), [France27.fr](#), [France28.fr](#), [France29.fr](#), [France30.fr](#), [France31.fr](#), [France32.fr](#), [France33.fr](#), [France34.fr](#), [France35.fr](#), [France36.fr](#), [France37.fr](#), [France38.fr](#), [France39.fr](#), [France40.fr](#), [France41.fr](#), [France42.fr](#), [France43.fr](#), [France44.fr](#), [France45.fr](#), [France46.fr](#), [France47.fr](#), [France48.fr](#), [France49.fr](#), [France50.fr](#), [France51.fr](#), [France52.fr](#), [France53.fr](#), [France54.fr](#), [France55.fr](#), [France56.fr](#), [France57.fr](#), [France58.fr](#), [France59.fr](#), [France60.fr](#), [France61.fr](#), [France62.fr](#), [France63.fr](#), [France64.fr](#), [France65.fr](#), [France66.fr](#), [France67.fr](#), [France68.fr](#), [France69.fr](#), [France70.fr](#), [France71.fr](#), [France72.fr](#), [France73.fr](#), [France74.fr](#), [France75.fr](#), [France76.fr](#), [France77.fr](#), [France78.fr](#), [France79.fr](#), [France80.fr](#), [France81.fr](#), [France82.fr](#), [France83.fr](#), [France84.fr](#), [France85.fr](#), [France86.fr](#), [France87.fr](#), [France88.fr](#), [France89.fr](#), [France90.fr](#), [France91.fr](#), [France92.fr](#), [France93.fr](#), [France94.fr](#), [France95.fr](#), [France96.fr](#), [France97.fr](#), [France98.fr](#), [France99.fr](#), [France100.fr](#)



I ILLEGAL DOWNLOADING
 Inappropriate for All Ages 

TÉLÉCHARGEZ-NOUS LÉGALEMENT

Allez sur [Comcast.fr](#), [e-camp.fr](#), [France2.fr](#), [France3.fr](#), [France4.fr](#), [France5.fr](#), [France6.fr](#), [France7.fr](#), [France8.fr](#), [France9.fr](#), [France10.fr](#), [France11.fr](#), [France12.fr](#), [France13.fr](#), [France14.fr](#), [France15.fr](#), [France16.fr](#), [France17.fr](#), [France18.fr](#), [France19.fr](#), [France20.fr](#), [France21.fr](#), [France22.fr](#), [France23.fr](#), [France24.fr](#), [France25.fr](#), [France26.fr](#), [France27.fr](#), [France28.fr](#), [France29.fr](#), [France30.fr](#), [France31.fr](#), [France32.fr](#), [France33.fr](#), [France34.fr](#), [France35.fr](#), [France36.fr](#), [France37.fr](#), [France38.fr](#), [France39.fr](#), [France40.fr](#), [France41.fr](#), [France42.fr](#), [France43.fr](#), [France44.fr](#), [France45.fr](#), [France46.fr](#), [France47.fr](#), [France48.fr](#), [France49.fr](#), [France50.fr](#), [France51.fr](#), [France52.fr](#), [France53.fr](#), [France54.fr](#), [France55.fr](#), [France56.fr](#), [France57.fr](#), [France58.fr](#), [France59.fr](#), [France60.fr](#), [France61.fr](#), [France62.fr](#), [France63.fr](#), [France64.fr](#), [France65.fr](#), [France66.fr](#), [France67.fr](#), [France68.fr](#), [France69.fr](#), [France70.fr](#), [France71.fr](#), [France72.fr](#), [France73.fr](#), [France74.fr](#), [France75.fr](#), [France76.fr](#), [France77.fr](#), [France78.fr](#), [France79.fr](#), [France80.fr](#), [France81.fr](#), [France82.fr](#), [France83.fr](#), [France84.fr](#), [France85.fr](#), [France86.fr](#), [France87.fr](#), [France88.fr](#), [France89.fr](#), [France90.fr](#), [France91.fr](#), [France92.fr](#), [France93.fr](#), [France94.fr](#), [France95.fr](#), [France96.fr](#), [France97.fr](#), [France98.fr](#), [France99.fr](#), [France100.fr](#)

Appel à signature contre la licence globale des œuvres culturelles sur Internet (13 janvier 2005)

Mesdames et Messieurs les députés

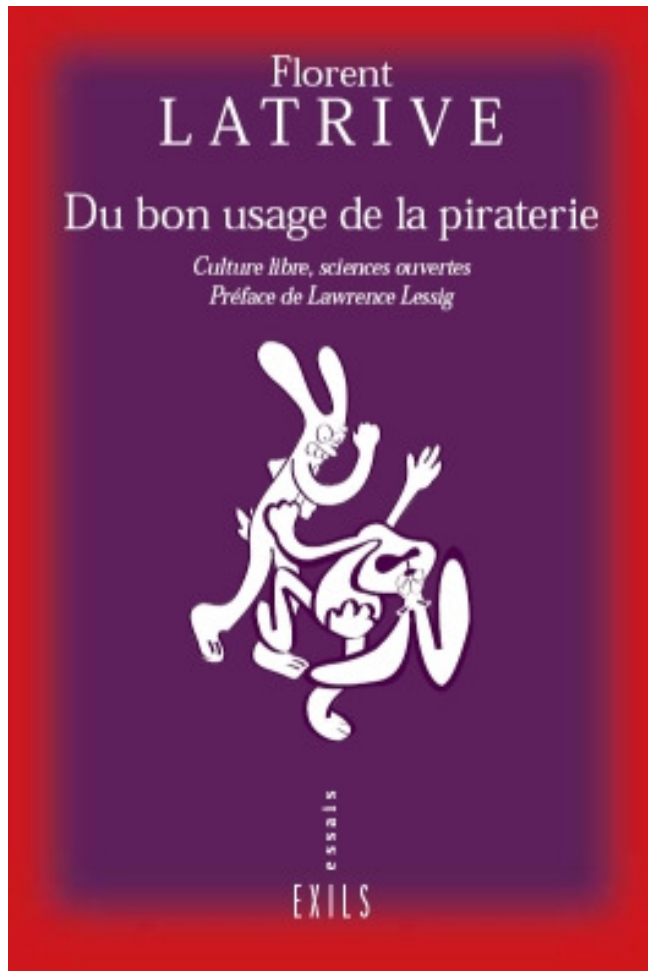
Lors de l'examen du projet de Loi "Droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information", certains d'entre vous ont voté le 21 décembre un amendement assimilant tout téléchargement d'œuvres culturelles à de la copie privée ouvrant ainsi la voie à une rémunération forfaitaire (dite "Licence Globale") pour les créateurs et tous ceux qui font vivre la création.

S'il paraît indispensable d'organiser Internet dans la perspective d'un meilleur accès à la culture et du respect de la liberté des internautes, nous ne pouvons pas accepter que cela se fasse au détriment des auteurs et des artistes.

Si elle était confirmée, cette disposition serait :

- injuste pour les créateurs dans la mesure où leur rémunération deviendrait dérisoire,
- inéquitable dans la répartition des revenus parce que fondée uniquement sur des sondages écartant les auteurs et les artistes peu exposés,
- catastrophique pour le financement de la création et des nouveaux talents puisqu'elle entraînerait la disparition des sites légaux,
- mortelle pour la diversité et le renouvellement des œuvres musicales françaises.

Groupe 2



Caractéristiques :

- Artistes « indépendants »
- associations et collectifs de plasticiens, créateurs expérimentaux
- Associations d'usagers des « logiciels libres »
- journalistes
- universitaires
- bibliothécaires
- Artistes sous contrat avec une major et témoignant de manière anonyme
- Sociétés d'auteurs (artistes interprètes)

Les modes d'action du groupe 2

a) Le détournement des campagnes du Groupe 1



Majooors

France

~~Web~~ [Images](#)© [Musique](#)© [Textes](#)© [Video](#)©

[DRM] +

Recherche libre

J'ai de l'argent

Rechercher dans ~~Web~~ Répertoire des majors

Nouveau ! [Nous contrôlons votre ordinateur](#)

Le contrôle exclusif des majors est disponible en : [RootKit](#)

[Trésorie](#) - [Solution de domination](#) - [À propos de l'enfer](#) - [Majooors.internationale](#)



Cet homme
sifflote
de la musique
sans la payer !



**LA CULTURE ET NOS LIBERTES
N'ONT PAS DE PRIX !**

Défendons les artistes, internet et nos droits.

Marche pour les libertés numériques,



contre les DRM et
contre la loi
DADVSI,

DIMANCHE 7 MAI A 14H
Place de la Bastille à Paris

Nous, citoyens français, refusons le verrouillage numérique des œuvres culturelles instauré par la loi sur le droit d'auteur (loi DADVSI). Cette loi, via la légalisation des dispositifs de contrôle d'usage (DRM), menace le droit à la copie privée, l'innovation, les libertés individuelles et la pérennité des œuvres.

Nous refusons que la loi considère les amateurs de culture et les informaticiens comme des délinquants.

Nous appelons à une manifestation contre les DRM et la loi DADVSI le dimanche 7 mai au départ de la place de la Bastille à Paris à 14h sur les mots d'ordre suivants :

- **OUI** au droit d'auteur
- **NON** à la loi DADVSI
- **NON** à la mort de la copie privée
- **NON** aux verrous numériques (DRM)
- **NON** aux menaces pour le logiciel libre en France
- **OUI** à l'interopérabilité
- **OUI** à la diversité culturelle

À l'initiative de : stopDRM, APRIL, les Audionautes, Dadaprof, EUCD.info, FFI.fr, Framasoft, FSF France, Musique-libre.org, la Ligue ODEB!

Avec le soutien des Jeunes UDF, des Jeunes Verts, des Alternatifs du Mouvement des Jeunes Socialistes, du Mouvement Jeunes Communistes, du parti Humaniste, de l'Alliance Public-Artistes, ...

www.stopdrm.info

-

www.eucd.info



Manifestation anti loi DADVSI (mars 2006)



Verrouiller la culture
ouil gravement
à la société

LES INDUSTRIES
DE LA CULTURE
FONT LA GUERRE
A LEURS CLIENTS

BOYCOTT
DE LA MUSIQUE
ERROUILLEE

DADVSI
TUE

BOYCOTT
de la
MUSIQUE

Quand le gouvernement viole
les droits du peuple
l'insurrection est, pour le peuple
et pour chaque portion du peuple,
le plus sacré des droits
et le plus indispensable des devoirs
(Art.35 DDHC)

BOYCOTT
DES PRODUITS
DES MAJORS !

SACONS LE DROIT D'ESTEUR
NON A LA LOI DADVSI
NON AUX DRM









ENDEZ
NOS

-NOUS
DROITS

Sylvie FORBIN
(Vivendi Universal)

Hervé RONY
(SNEP)

ues BLACHE
(SACEM)

nt PAS des
is de la
blique !!!
(rivent la loi)

Verrouiller la culture
nuit gravement
à la société

BOYCOTT
de la
MUSIQUE VERROUILLÉE

BOYCOTT
DE LA MUSIQUE
VERROUILLÉE

DADVSI
TUE

BOYCOTT
DES PRODUITS
DES M...

Quand le gouvernement viole
les droits du peuple,
l'insurrection est, pour le peuple
et pour chaque portion du peuple,
un droit sacré des droits
et des devoirs
(Art.35 DDHC)

LES INDUSTRIES
DE LA CULTURE
FONT LA GUERRE
À LEURS CLIENTS

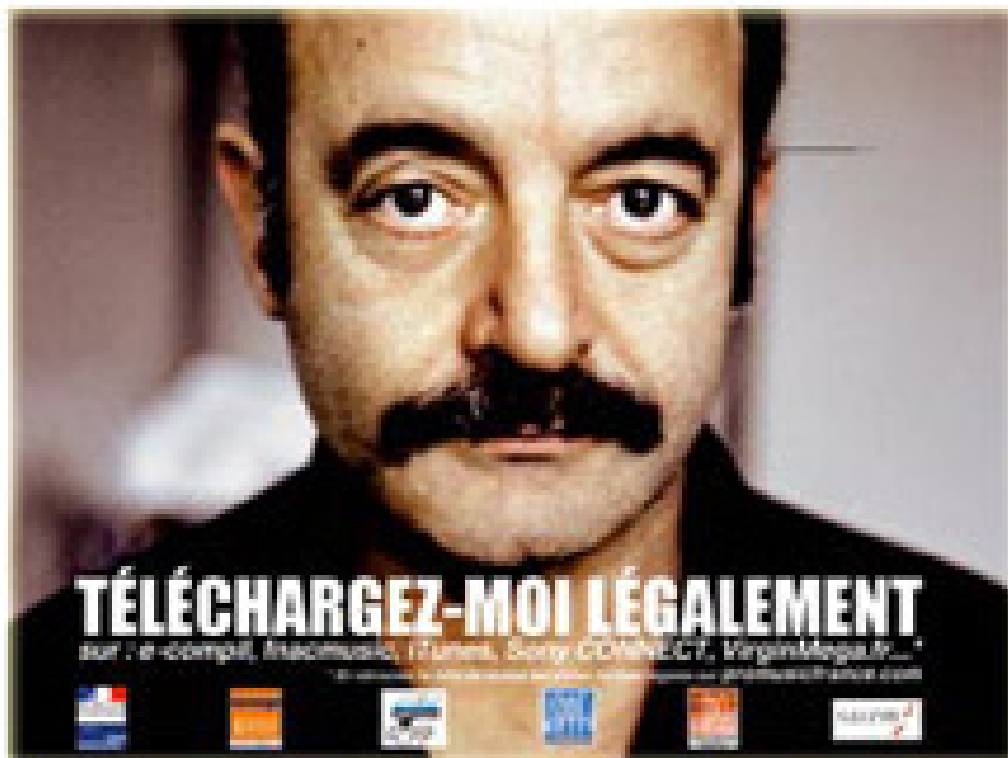
PREU
us n'avez
s le droit
lecture s
te pancar

b) la mise en cause collective sur le mode des « appels »

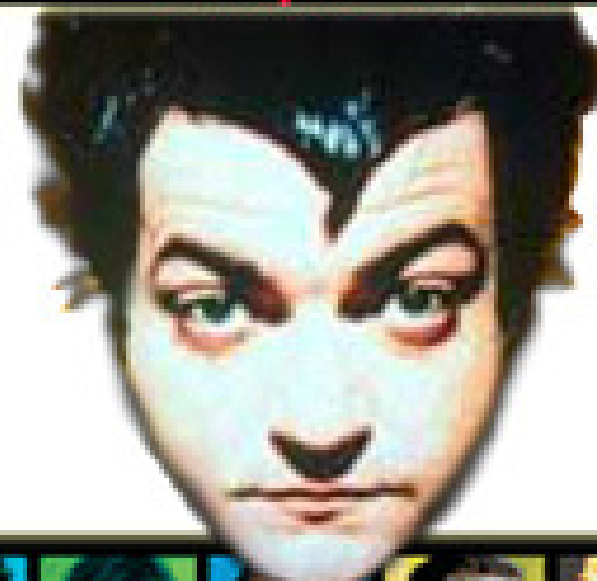
Pour mémoire...

- Le manifeste des 121 sur le droit à l'insoumission dans la guerre d'Algérie (6 septembre 1960)
- Le manifeste des 343 sur le droit à l'avortement (5 avril 1971)
- L'appel des 66 cinéastes (1997)

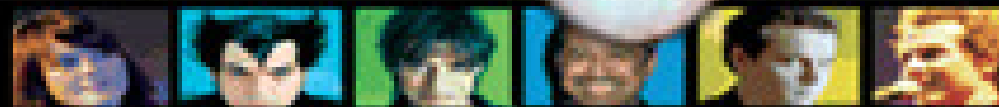
L'appel des artistes contre la répression



L'appel des artistes
contre la répression
des pirates du net



Peer-to-peer



" nous sommes tous des pir@tes "

Gutenberg



Sauvons le droit d'auteur

<http://euclid.info>



Copier n'est pas pirater !

NON! à la censure

Liberté **E**nchaînée sur le **N**et

(loi proposée pour restreindre la liberté sur Internet)

Liberté en danger
internet censuré
la loi désignée

<http://www.iris.org>

<http://www.afs-france.com>

<http://www.odebi.org>



3 ans de prison, 300.000 euros d'amende

Art. L. 335-2-1. - Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, le fait :

- 1 - de mettre à la disposition du public ou de communiquer au public, sciemment et sous quelque forme que ce soit, un dispositif manifestement destiné à la mise à disposition du public non autorisé d'œuvres ou d'objets protégés ;**

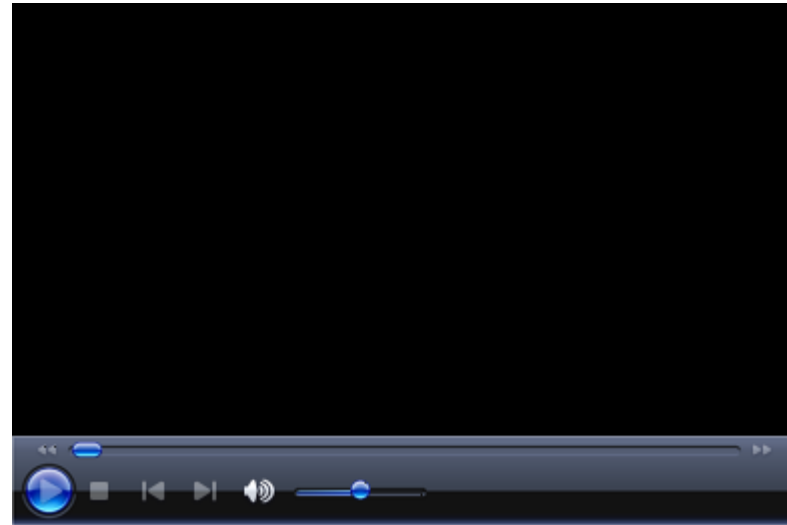
III – La réponse

IV – Les solutions proposées pour sortir de la crise

1) La surveillance généralisée des réseaux et la « réponse graduée » (DADVSI) (mail > courrier d'assignation > condamnation)

3 questions :

- a) le concept de « réponse graduée » n'existe pas en droit pénal français (on est coupable ou innocent)
- b) QUI se chargera de surveiller les réseaux ?
- c) une atteinte aux libertés individuelles (CNIL) ?



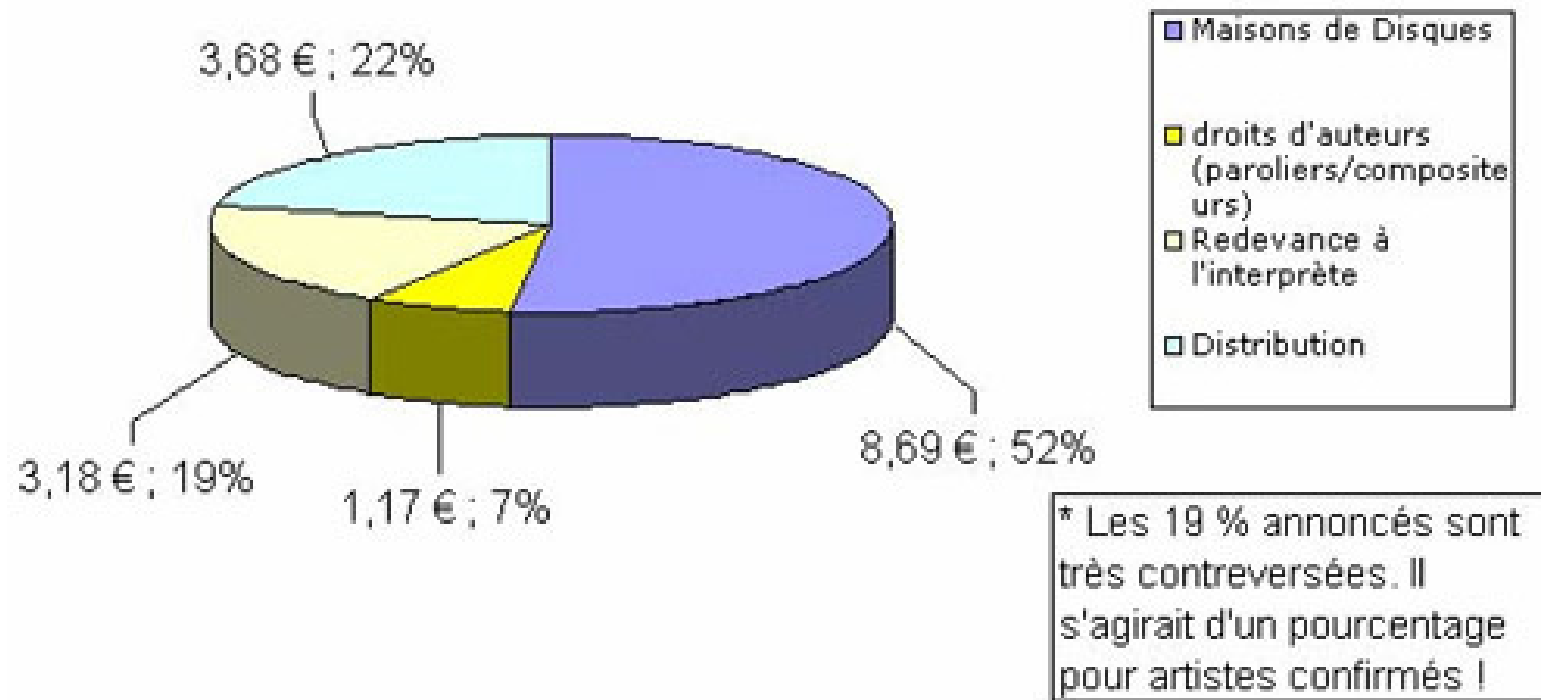
[JT France 3](#) – 2007



Novembre 2007 : mise en place de la « réponse graduée » : justification ministérielle

2) La baisse de la TVA sur le disque

- Pas vraiment une solution, car :



3) Les « plates-formes » payantes

- Avantage :
 - identifier chaque acheteur + générer des entrées : 1 titre = 1 achat
- Inconvénients :
 - réduit la musique à un support matériel
 - le prix d'1 titre (0,99euros) est onéreux car : **14 titres = 14 euros, soit le prix d'un album neuf.**
 - les artistes ne seront pas mieux rémunérés et les marges des majors augmenteront (suppression des marge « distributeur » + « fabrication »)

THE REAL COST OF MUSIC

Online music services don't incur packaging, distribution, and retail fees – and they should charge accordingly.

CREATION COSTS

Artist	\$1.50
Marketing and profit	\$5.00
Publishing	\$0.96
<hr/>	
	= \$7.46

+

PRODUCTION COSTS

Packaging	\$0.75
Distribution	\$2.00
Retail markup	\$5.00
<hr/>	
	= \$7.76

\$15.21
per CD

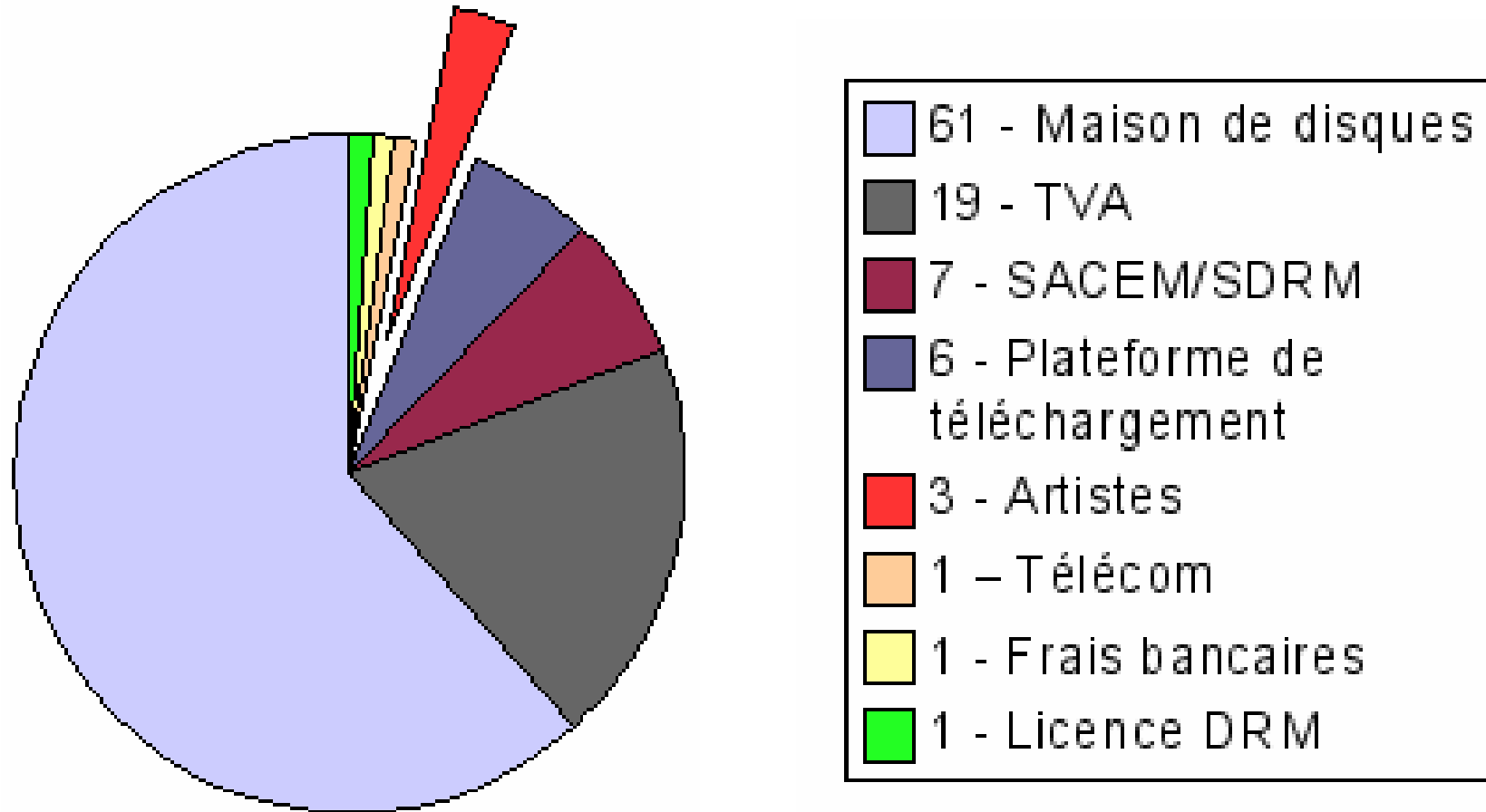
→ divided by
12 tracks
=
62¢/track
+
17¢ online
delivery cost

79¢
per song

Source: Jonathan Daniel and Joe Fleischer, Crush Music Media Management

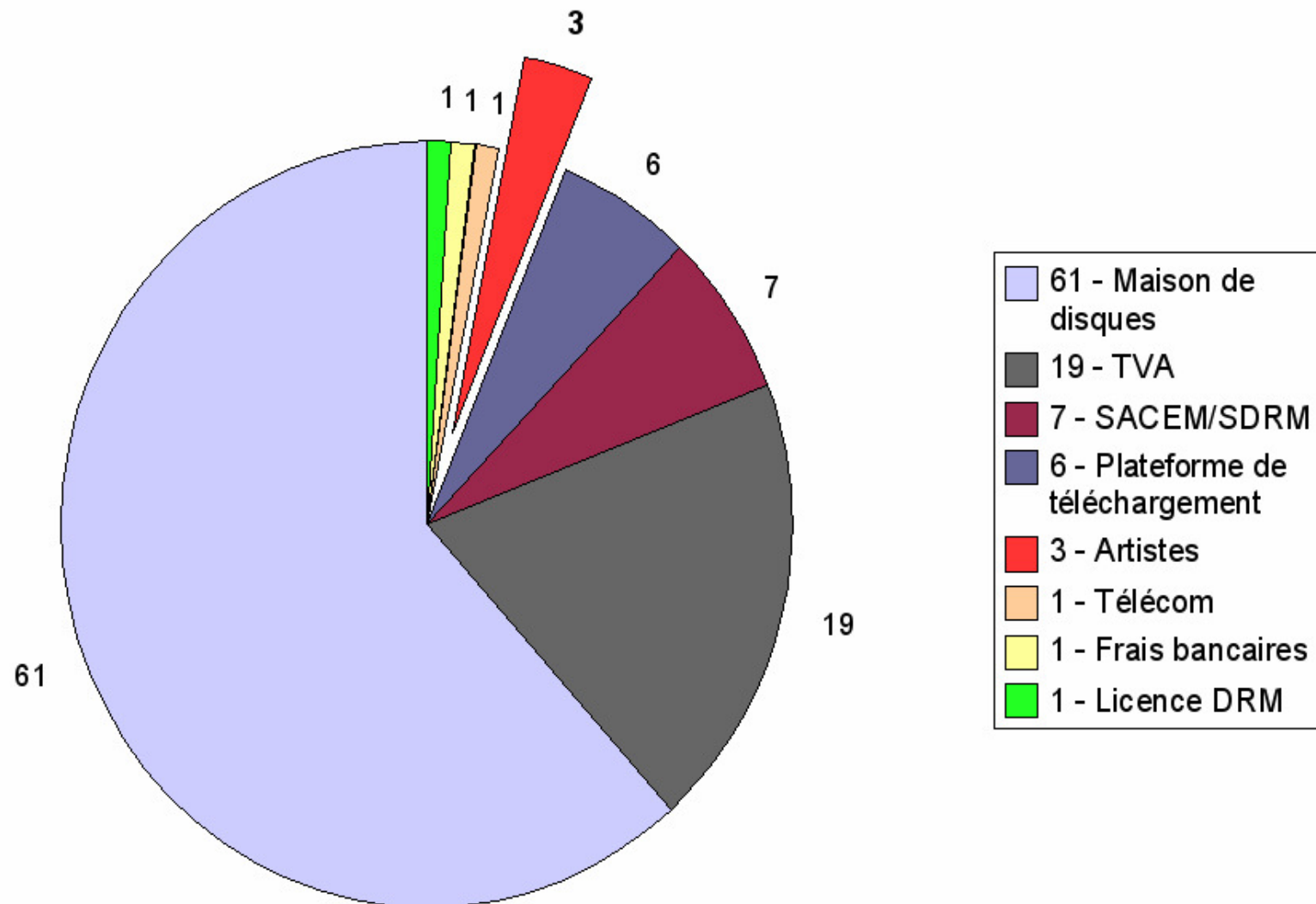
Le vrai prix
de la musique
en ligne

Répartition des 99 centimes d'un morceau de musique vendu en ligne.



Répartition des 99 centimes du prix d'un morceau de musique vendu en ligne.

(source : "Challenges" - janvier 2006)



analyse

La part du lion : 61 centimes

La part qui revient aux producteurs/grossistes saute aux yeux. Elle semble supérieure à celle obtenue sur les ventes de CD.

Il s'agit ici de près des deux tiers du prix de la vente, mais nous verrons par la suite que si le producteur est également éditeur et distributeur en ligne (par l'intermédiaire de son site marchand), ces revenus peuvent encore augmenter.

- Une fois la TVA acquittée (en gris foncé, 19 centimes), 1 centime est nécessaire pour payer la liaison à Internet (couleur saumon), 1 centime pour couvrir les frais bancaires (en jaune) et 1 centime pour les frais de licence du logiciel de restriction de l'usage privé ("DRM" en vert).

- Le détaillant de la chaîne de distribution doit investir dans les disques durs sur lesquels sont stockés les morceaux de musique numérisés, les baies de serveurs, la numérisation des œuvres, la création et l'entretien d'un site de vente du catalogue . L'infrastructure de ces hypermarchés de la musique formatée, appelés, on ne s'en lasse pas, ""plateformes légales"" par les cyniques industriels.

4) La « licence globale »

Le principe :

Qu'est-ce exactement ? La rémunération pour copie privée a été instaurée par la Loi Lang du 3 juillet 1985 afin de compenser les pertes qu'engendre la copie par les particuliers de disques et d'émissions TV et radio, la loi a institué une redevance perçue auprès des fabricants et des importateurs de supports d'enregistrements vierges (sonores et audiovisuels). Cette redevance est collectée par la Sorecop, pour la copie privée sur CD et K7 et par Copie France, pour la copie privée sur DVD et VHS. La copie privée sonore est répartie comme suit : 50 % aux sociétés d'auteurs, 25 % aux sociétés d'artistes-interprètes, 25 % aux sociétés de producteurs de phonogrammes. La copie privée audiovisuelle fonctionne avec une clé de répartition de 33,33 %. Le premier tiers va aux sociétés d'auteurs, le second aux sociétés d'artistes-interprètes, le dernier aux sociétés de producteurs audiovisuels

SORECOP

société pour la rémunération
de la copie privée sonore

COPIE FRANCE

société pour la rémunération
de la copie privée audiovisuelle



Exemple du cinéma



JT France 3 du 5 janvier 2006

La loi Hadopi

loi Hadopi ou loi Création et Internet (2009)

- a loi Hadopi ou loi Création et Internet, ou plus formellement : « Loi n°2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet », est une loi française qui sanctionne le partage de fichiers en pair à pair lorsque ce partage constitue une infraction au droit d'auteur. La récidive est punie de manière croissante et le législateur parle de « riposte graduée ». Cette loi crée une « Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet » (Hadopi), organisme indépendant français de régulation qui sera constituée au plus tard le 1er novembre 2009 (article 19 de la loi).