

22 février 2011

Attention : Comité législatif chargé du projet de loi C-32

CC32@parl.gc.ca

Sujet : Projet de loi C-32 – le mythe de la musique gratuite

Les discussions au sujet de la réforme du droit d'auteur au Canada et des dommages causés par le partage de fichiers sur Internet ont inévitablement donné naissance à un petit nombre de mythes au sujet de la capacité d'Internet à offrir de nouveaux modèles commerciaux rentables.

Il est incontestable qu'Internet offre de nouvelles possibilités en matière de commercialisation et de promotion. Il permet aux artistes de communiquer avec leurs fans de façon nouvelle et intéressante. Internet est également à l'origine de quelques découvertes d'artistes particulièrement très remarquables, mais les cas de ce genre sont très rares. Le seul site My Space avait plus de 2,5 millions d'utilisateurs enregistrés pour le hip-hop et 1,8 million pour le rock, en mai 2009, ce qui a suscité une concurrence féroce, que ce soit pour attirer l'attention des consommateurs ou des artistes ou pour découvrir des répertoires.

L'exemple du pouvoir de la commercialisation en ligne le plus fréquemment cité est peut-être celui de Radiohead – un exemple bien souvent utilisé pour montrer que le piratage n'a pas d'effets négatifs et que l'affichage de musique en ligne est une méthode plus rentable pour les artistes.

La large diffusion du mythe concernant Radiohead en fait un exemple qui a eu une grande influence et qu'il convient de corriger à la lumière des débats entourant le projet de loi C-32, parce que si cela n'était pas fait, les parlementaires canadiens risqueraient de penser qu'il n'est pas nécessaire de lutter contre le piratage qui s'effectue sur une grande échelle sur Internet.

En fait, si l'on examine les faits ayant entouré l'offre en ligne d'un album de Radiohead et les observations qui ont été formulées depuis, il est évident qu'Internet n'est pas en mesure de remplacer les mécanismes traditionnels de commercialisation de la musique et qu'il convient d'adopter des lois pour lutter contre le piratage à grande échelle.

Le mythe de Radiohead

En 2007, Radiohead, un groupe du R.-U., a lancé son album, *In Rainbows*, en direct selon le modèle « Payez ce que vous pouvez ».

Cela devait être le modèle de l'avenir et un signe que les groupes n'avaient plus besoin de travailler en collaboration avec les sociétés de disque pour commercialiser leurs œuvres.

En fait, l'expérience Radiohead a donné des résultats commerciaux horribles qui font ressortir la nécessité d'adopter des dispositions législatives pour protéger les droits des créateurs. En voici les raisons :

1. La plupart des gens n'ont rien payé.

La société de suivi d'Internet, Comscore, a constaté que 38 % seulement des personnes ayant téléchargé *In Rainbows* avaient payé quoi que ce soit. Selon les rapports de ComScore, ceux qui avaient payé quelque chose avaient versé en moyenne 6 \$.

2. Des pirates ont contourné le modèle « Payez ce que vous pouvez » et ont copié l'album sur des sites torrents :

« Le premier jour du lancement du dernier disque de Radiohead, près de 240 000 utilisateurs ont téléchargé l'album à partir de sources BitTorrent poste à poste, qui contrefaisaient les droits d'auteurs, d'après Big Champagne, une société de Los Angeles, qui suit les téléchargements illégaux sur Internet. Dans les jours qui ont suivi, le fichier a été téléchargé environ 100 000 fois de plus par jour – ce qui représente en tout plus de 500 000 téléchargements illégaux.

http://www.forbes.com/2007/10/16/radiohead-download-piracy-tech-internet-cx_ag_1016techradiohead.html

Le manager du groupe U2, Paul McGuinness, a déclaré à BBC 6 Music's Music Week que « 60 à 70 % des personnes qui ont téléchargé le disque l'ont de toute façon volé, même s'il était possible de se le procurer gratuitement ».

<http://www.nme.com/news/u2/37221>

3. Le nombre des fans de Radiohead n'a pas été suffisant pour atténuer les effets du piratage.

Avant le lancement de *In Rainbows*, le groupe existait depuis 14 ans et avait produit six albums pour ses fans. D'après le manager du groupe, Bryce Edge, les six premiers albums du groupe, par l'intermédiaire d'EMI, ont représenté des ventes de plus de 25 millions d'exemplaires en 2007. Et pourtant, pour un groupe très connu, les résultats ont été décevants.

Même si leurs chers fans ont acheté des coffres de luxe, des millions d'autres consommateurs ont refusé de payer ne serait-ce qu'un dollar, et ont préféré voler l'album sur des sites bittorrents.

4. Radiohead conteste l'affirmation selon laquelle c'est là un modèle d'avenir viable et que les ventes sous étiquette sont choses du passé.

Lorsqu'on lui a demandé si le groupe signerait un contrat pour distribuer des copies physiques de *In Rainbows*, leur manager Chris Hutton a déclaré : « Oui, absolument. Nous avons environ une semaine pour régler tout cela. Nous ne faisons en fait que réagir à ce qui se passe.

« Le groupe est très fier de ce disque et estime qu'il mérite d'être commercialisé à grande échelle. C'est la raison pour laquelle nous avons besoin d'une compagnie de disque qui dispose d'une infrastructure permettant de distribuer le CD. »

« C'est tout simplement une autre façon de faire les choses » a déclaré Hutton. « J'espère que cela incitera les artistes et les maisons de disque à réfléchir davantage à la situation et à ne pas accepter le statu quo. »

<http://www.nme.com/news/radiohead/31555>

Le porte-parole de Radiohead, Thom Yorke, a déclaré qu'il aurait été « vraiment stupide » de lancer *In Rainbows* uniquement sur Internet.

Yorke a déclaré au programme Today de la BBC Radio 4 que 80 % des personnes achetaient quand même des copies physiques et qu'il était important pour son groupe de produire « un objet ».

« Nous ne voulions pas annoncer qu'il ne restait plus qu'Internet, qu'Internet était l'avenir, parce que ce sont des stupidités. »

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/7167759.stm>

5. Les membres du groupe Radiohead ont déclaré qu'ils avaient fait une expérience et qu'ils hésiteraient à la refaire :

En septembre 2010, le batteur de Radiohead, Phil Selway, a déclaré que le groupe ne se sentait pas obligé de lancer son prochain album de la même façon. « Je ne pense pas que nous nous sentons obligés de le faire. Cette méthode de lancement nous avait beaucoup plus à l'époque. Et nous avons donc estimé que cela convenait bien à l'album *In Rainbows*. Mais nous l'avons fait. Et notre prochain album nous amènera probablement dans une direction très différente pour ce qui est de son lancement. »

<http://www.torontosun.com/entertainment/music/2010/09/24/15466041.html>

Selway a lancé son album solo sous l'étiquette Bella Union en août 2010.

Trent Reznor et Saul Williams – Un autre échec de lancement en ligne

Le 1^{er} novembre 2007, Trent Reznor et Saul Williams ont offert « The Inevitable Rise and Liberation of Niggy Tardust », de Williams, produit par Reznor, et ont donné à leurs fans le choix entre télécharger gratuitement l'album ou faire une contribution de 5 \$.

« Voilà ce que je pensais » a écrit Reznor dans un texte de commentaires affiché sur son site **Erreur ! Référence de lien hypertexte non valide.** « [...] Je pensais qu'en offrant gratuitement un album intégral d'une qualité raisonnable – sans aucune obligation – ainsi qu'une méthode facile de concrétiser un appui en versant des fonds qui allaient directement aux artistes qui avaient produit le disque à un prix vraiment très faible, les gens feraient « ce qu'il faut faire ». Je sais, je sais [...]. Eh bien maintenant, je le sais très bien et vous le saurez aussi. »

D'après les données de Reznor, 154 449 fans avaient téléchargé l'album de Williams, au 2 janvier; de ce nombre, 28 322 (18,3 %) avaient versé 5 \$ pour l'obtenir.

« Est-ce une bonne nouvelle de constater que moins d'un fan sur cinq a pensé que l'album valait 5 \$? » a poursuivi Reznor. « Je ne sais pas très bien ce que j'attendais, mais je trouve que ce pourcentage [...] est décourageant.

« J'ajoute ceci : nous avons dépensé trop d'argent (correction, j'ai trop dépensé d'argent) à produire le disque à l'aide d'une super équipe et d'un super studio... avec un contrat de distribution traditionnel, des droits de distribution d'échantillon, j'ai même dû payer pour donner gratuitement l'album (coûts de

large bande) et personne ne s'est enrichi avec ce projet.

<http://www.livedaily.com/news/13446.html>

Il faut féliciter Radiohead, Reznor et Williams d'avoir essayé de lutter contre le piratage en offrant leur œuvre à un prix fixé par le consommateur, mais les résultats montrent que, tant que la culture du piratage existera, ce genre de chanteur de rue numérique ne leur permettra pas de récupérer tout ce qu'ils ont investi dans leur œuvre.

Dans le cadre de votre examen du droit d'auteur au Canada, je vous invite donc à indiquer clairement que selon le droit canadien, le piratage est inacceptable dans notre pays et que vous donnerez aux artistes les outils dont ils ont besoin pour protéger leurs droits.

Veillez recevoir mes sincères salutations.

Grant Dexter
Président, Maple Music