

RAPPORT DE L'IFPI SUR LA MUSIQUE EN LIGNE

LA STRATÉGIE INTERNET DE L'INDUSTRIE MUSICALE – UN NOUVEAU VIRAGE

JAY BERMAN, Président Directeur Général de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI)

Pour tous ceux qui travaillent à la création d'un commerce légitime et fructueux de la musique en ligne, ce début d'année 2004 fleure bon le changement.

Les services musicaux en ligne sont de plus en plus nombreux aux États-Unis, et s'imposent désormais en Europe. Une concurrence saine fait son apparition sur le vieux continent, avec des services légitimes comme Apple, Napster et Rhapsody, ainsi que des détaillants, des fournisseurs d'accès et des centaines de maisons de disques, qui sont prêts, en ce premier semestre 2004, à percer sur un nouveau marché en ligne, lequel semble maintenant offrir un réel potentiel de bénéfices, alors que ce n'était pas le cas il y a un an encore.

La mise à disposition légale de musique en ligne sous licence via une multitude de sites Web en Europe et ailleurs enregistre une nette progression : le catalogue total, qui représentait 220.000 morceaux au dernier trimestre 2003, atteint presque 300.000 titres proposés via services légitimes aujourd'hui.

La sensibilisation aux questions juridiques autour de la distribution de musique en ligne, partie cruciale de la stratégie en ligne de notre industrie, est bien plus importante à l'échelon international qu'elle ne l'était il y a un an. Quasiment 70 % des personnes interrogées sur quatre grands marchés européens sont dorénavant conscientes que le partage de fichier sans autorisation est illégal.

Les strictes mesures anti-piratage des maisons de disques et des autres ayant droits, notamment les procès contre les utilisateurs « intensifs », sont de plus en plus considérées comme leur droit, voire comme une nécessité. Sur le marché, tout semble indiquer que cette stratégie fonctionne, le nombre total de fichiers musicaux illégaux disponibles simultanément sur des services *peer-to-peer* étant tombé de un milliard en avril 2003 à 800 millions en janvier 2004, selon les estimations.

Selon nous, la stratégie Internet de l'industrie musicale arrive désormais à un tournant et 2004 marquera pour la première fois une importante migration des consommateurs, des services gratuits non autorisés vers des alternatives légitimes que fournit notre industrie à l'échelle internationale..

L'objectif de ce Rapport sur la Musique en Ligne, première publication du genre produite par l'IFPI, est de faire connaître ces nouveaux développements, et d'en favoriser ainsi le développement.

Ce rapport met plus particulièrement en exergue les points suivants :

- * Le développement rapide courant 2003, d'un grand nombre de services en ligne légitimes, touchant environ un demi-million de consommateurs en Europe fin 2003, un chiffre qui devrait énormément croître en 2004. Pourtant, les résultats de notre étude témoignent d'une très faible connaissance de l'existence de ces services légitimes parmi les consommateurs.
- * La conscience chez la plupart des consommateurs, sur le plan international, que le partage de musique protégée sans autorisation via Internet est illégal. Notre étude, publiée pour la première fois dans ce rapport, montre que dans certains pays d'Europe, environ 66 % des personnes interrogées en sont conscientes.
- * L'impact des stratégies anti-piratage numérique de l'industrie. Deux facteurs expliquent les progrès réalisés dans ce domaine : les campagnes d'information intensives menées dans le monde en 2003 et les procès contre les utilisateurs distributeurs de gros volumes aux États-Unis.
- * Le fait que le public comprenne de mieux en mieux l'utilisation de poursuites judiciaires comme option en dernier ressort de l'industrie pour lutter contre le piratage numérique et protéger l'activité légitime émergente. Les chiffres de notre étude montrent que, sur les consommateurs interrogés, 54 % au moins soutiennent la stratégie judiciaire, avec 19 % encore indécis.
- * Le fait que l'industrie soit prête à utiliser l'arme judiciaire sur le plan international si nécessaire, comme elle l'a fait aux États-Unis. Mettre de la musique protégée à disposition sur Internet sans autorisation est illégal dans la quasi-totalité des pays. L'espace numérique n'est pas une zone de non droit, et ceux qui enfreignent la loi peuvent avoir à en subir les conséquences.
- * Les différentes procédures et stratégies commerciales que développe notre industrie pour créer les business models de l'environnement en ligne. Celles-ci sont souvent sous-estimées et mal comprises en dehors de l'industrie musicale.
- * La preuve de la volonté de l'industrie musicale de se battre vigoureusement et de vaincre. Sa stratégie, combinant innovation commerciale et strictes mesures de mise en application des droits des maisons de disques et autres détenteurs de droits, fonctionne.

L'EXPANSION DES SERVICES LÉGITIMES DE MUSIQUE EN LIGNE

UN SECTEUR PROMETTEUR ÉMERGE EN 2003 POUR LA MUSIQUE EN LIGNE

L'année 2003 a marqué la percée des services en ligne, les maisons de disques étendant leurs accords de licence à des services très variés, offrant aux consommateurs plus de souplesse d'usage des titres, commençant à proposer sous licence le catalogue des plus célèbres groupes internationaux et comblant le fossé entre les sorties physiques et en ligne. En 2004, nous devrions constater une très nette accélération de l'offre légitime de musique en ligne.

Les maisons de disques, majors et indépendantes, ont d'ores et déjà concédé sous licence des centaines de milliers de titres, qui peuvent être téléchargés en toute légitimité en Europe. Un exemple : en avril 2003, EMI a annoncé la plus grande initiative européenne de téléchargement, mettant à disposition en ligne plus de 140.000 morceaux, tirés du répertoire de 3.000 artistes EMI.

Le marché de la musique en matière de téléphonie mobile a lui aussi bénéficié d'un développement des accords de licence. Il continue à prendre forme peu à peu, les maisons de disques ouvrant leurs catalogues au marché des sonneries ainsi qu'aux téléchargements sur portables.

Les prémices de ces récentes tendances sont apparues dès 1998 : cette année-là, emusic.com s'est lancé dans la vente de singles mp3 sur le Web, aux États-Unis. En été 2001, OD2, la société fondée par Peter Gabriel, inaugurerait sa plate-forme WebAudioNet, permettant aux détaillants de proposer des services légitimes en Europe. Aux États-Unis, MusicNet, Pressplay et Rhapsody apparaissent fin 2001, et possédaient des licences avec les cinq majors dès fin 2002.

Où en sommes-nous aujourd'hui ? Le point sur les services légitimes aux États-Unis

Le marché global du téléchargement de musique aux États-Unis sur le deuxième semestre 2003, mesuré par Nielsen SoundScan (assurant le suivi des ventes de téléchargement depuis juillet) représentait 19,2 millions. Les téléchargements ont été trois fois supérieurs aux ventes de singles physiques sur cette période. Le nombre de clients sur les divers services majeurs aux États-Unis est inconnu, mais l'IFPI l'estime très supérieur à un million de personnes à la fin de l'année 2003.

Selon le suivi d'Internet par Ipsos-Insight¹, les Américains qui paient leurs téléchargements étaient deux fois plus nombreux, leur nombre passe de 8 % à 16 % dès le premier semestre 2003. Au total, le catalogue des différents morceaux mis à la disposition des consommateurs américains par les divers services représentaient entre 400.000 et 500.000 titres – l'équivalent de 40.000 albums environ – à la fin de l'année.

¹ Ipsos-Insight – TEMPO : *Keeping Pace with Digital Music Behaviour*, novembre 2003.

Licence entre maisons de disques et iTunes

C'est en 2003 que les services en ligne légitimes ont réellement pris leur essor aux États-Unis, avec à leur tête iTunes Music Store d'Apple, vif succès lancé à l'intention des utilisateurs de MacIntosh (environ 4 % des utilisateurs d'ordinateurs aux États-Unis) en avril. Selon Apple, iTunes a vendu en moyenne 500.000 téléchargements par semaine sur les six premiers mois, soit au total 13 millions mi-octobre, après quoi le service a été étendu aux utilisateurs de PC. Apple a déclaré des ventes de 1,5 million de téléchargements sur le marché des PC dans la première semaine, portant les ventes totales à 25 millions² à la mi-décembre 2003.

Le succès d'iTunes réside dans sa simplicité, les droits d'usage étendus et flexibles des morceaux et son intégration simple à un appareil de lecture numérique portable, le légendaire iPod. Apple a mis en place un marketing pour installer ce service, devenu comme Napster, une marque reconnue dans le secteur de la musique en ligne.

Sur le marché en ligne, la concurrence fait désormais rage, avec des services en quête de nouveaux circuits marketing via des partenariats avec des fournisseurs d'accès haut débit (iTunes et AOL, Rhapsody et Comcast), des fabricants de matériels (Musicmatch et Dell, Napster et Samsung), d'autres marques établies (iTunes et Pepsi, RealPlayer Music Store et RollingStone.com) et même avec des institutions universitaires (Napster et Penn State University).

Depuis le second semestre 2003, quantité de nouveaux services ont fait leur apparition aux États-Unis, parallèlement à une amélioration des sites existants. Très récemment, en janvier 2004, la chaîne de distribution de détail Wal-Mart a commencé à tester un service numérique, Real Networks a lancé son RealPlayer Music Store, proposant plus de 300.000 titres, et Sony a annoncé le lancement de son service de téléchargement Connet pour avril 2004, avec quelque 500.000 morceaux. De surcroît, Loudeye Corp. met au point des services de téléchargement en '*white label*', conçus pour permettre à des tierces parties de construire des services de musique numérique de marque. Sans oublier d'autres fournisseurs d'accès haut débit comme EarthLink, qui annoncent eux aussi des partenariats avec des services de musique en ligne pour proposer des forfaits aux abonnés.

Le marché est devenu extrêmement concurrentiel, avec des services en quête de nouveaux circuits marketing via des partenariats avec :

- **des fournisseurs d'accès haut débit** (iTunes et AOL, Rhapsody et Comcast),
- **des fabricants de matériel** (Musicmatch et Dell, Napster et Samsung),
- **d'autres marques établies** (iTunes et Pepsi, RealPlayer Music Store et RollingStone.com) et même avec
- **des institutions universitaires** (Napster et Penn State University).

Étapes du développement du marché américain en 2003

Avril	iTunes lancé pour les utilisateurs américains de
-------	--

² Ventes iTunes d'avril à juin incluses, et non couvertes par le suivi Nielsen SoundScan.

	Mac.
Mai	Roxio rachète Pressplay à Sony & Universal (après avoir racheté Napster en novembre 2002).
Août	Lancement de BuyMusic.com
Septembre	iTunes dépasse 10 millions de téléchargement.
Octobre	Musicmatch ajoute des téléchargements à la carte à son service de streaming – partenariat avec Dell pour fournir un lecteur portable intégré. Lancement d'iTunes sur le marché PC. Lancement de Napster 2.0. RealNetworks annonce 250.000 abonnés avant la fin du 3 ^{ème} trimestre (RadioOne RadioPass et Rhapsody combinés).
Novembre	MusicNet annonce 185.000 abonnés. Lancement de MusicNow Download Store for Best Buy.
Décembre	iTunes atteint 25 millions de téléchargements à la mi-décembre.

Les services de musique en ligne en Europe, parés pour une forte croissance en 2004

Un marché de la musique en ligne en plein essor a déjà pris forme en Europe en 2003 par l'entremise de 30 services légitimes, y compris des partenaires de marque d'OD2 et de plusieurs services indépendants. Suivant l'exemple américain, les services européens ont maintenant largement introduit l'option de paiement au téléchargement, avec la possibilité d'achat de titres individuels, ce qui a nettement augmenté le nombre de clients pour les services légitimes en ligne en Europe, touchant au total plus d'un demi-million de personnes tous services confondus. Ce chiffre devrait augmenter encore au fur et à mesure que des services comme iTunes, Napster et Rhapsody pénétreront sur le marché européen en 2004. Le répertoire disponible sur ces services a également nettement progressé, les consommateurs pouvant accéder à 275.000/300.000 titres en fonction du service utilisé.

Le nombre de clients en Europe augmente, quoique peu de consommateurs soient encore au courant de l'existence de ces services. Ainsi, une étude conduite par l'IFPI en décembre 2003³ a conclu qu'une personne sur quatre seulement avait connaissance des alternatives légales pour télécharger de la musique. Si les consommateurs de 16-29 ans en sont plus au fait - presque 40 % - l'industrie a clairement du terrain à gagner en termes de sensibilisation des consommateurs aux services en ligne légitimes en 2004.

³ Conduite par GfK Media pour l'IFPI, décembre 2003, Danemark, France et Allemagne (n = 3500, échantillon aléatoire)

OD2 a joué un rôle dans ces développements en Europe, de même ses partenaires détaillants, dont MSN Music Club, Tiscali, Karstadt, FNAC, TDC musik (Danemark) et les Virgin Downloads Shop et HMV au Royaume-Uni. Les données cumulées pour les services européens fournis par OD2 montrent une croissance notable dans les trois derniers mois de 2003.

Indicateurs en ligne cumulés pour l'Europe

	Fin T3 2003	Fin T4 2003
Utilisateurs inscrits	380.000	450.000
Titres disponibles (usage flexible)	210.000	275.000
Moy. téléchargements par mois	220.000	300.000

Source : OD2

La plupart des services utilisant le moteur OD2 offrent une combinaison de streaming et de téléchargements à la carte, avec des alternatives d'abonnement ou de paiement à la carte. Les services se différencient par une combinaison de contenu exclusif, d'options de paiement flexibles et d'avantages pour les abonnés d'un service haut de gamme ou de services d'accès à bande large.

Récents développements en Europe

Début 2004, le développement des services légitimes de musique en ligne progresse, avec plusieurs nouvelles initiatives, dont les lancements d'Entertainment UK (EUK) et de Virgin Megastore France fin 2003 pour les toutes dernières. En décembre 2003, Coca-Cola a annoncé son projet de service mycokemusic.com, dont le lancement britannique est prévu pour janvier 2004, sur la plate-forme OD2.

En Allemagne, deux projets d'envergure devraient voir le jour. Phonoline, une plate-forme B2B transectorielle destinées aux détaillants et aux portails offrant des services de musique, doit être lancée début 2004, avec plusieurs services à même de proposer dès le lancement 250.000 morceaux du catalogue des cinq majors et de plusieurs labels indépendants.

L'IFPI et les maisons de disques membres de notre fédération travaillent avec les éditeurs musicaux et les sociétés de gestion des droits d'auteur en Europe pour créer une structure qui permettrait aux services en ligne légitimes de s'assurer en toute simplicité les droits d'édition musicale. On espère pouvoir parvenir à cet accord début 2004, supprimant ainsi l'un des obstacles les plus importants à l'octroi sous licence de musique en ligne dans tout le continent.

Services en ligne légitimes ailleurs qu'aux États-Unis et en Europe

Ces développements dans l'espace en ligne ont également lieu en dehors des États-Unis et de l'Europe. Le premier service en ligne légitime du Canada, Puretracks, a été lancé en octobre 2003, avec un catalogue de 175.000 titres, dont beaucoup d'artistes locaux et internationaux. Le service propose des singles et des albums en téléchargement, ainsi que des matériels en exclusivité. Avant la fin 2003, le catalogue du service avoisinait les 300.000 titres. Une version francophone du site sera

disponible dès 2004, avec l'entrée d'autres grands acteurs comme le Groupe Archambault sur le marché canadien en ligne.

L'Asie et l'Amérique latine ont également fait des progrès notables, quoique plus lents. Dans la région Asie-Pacifique, l'ISP Soundbuzz a accès à un vaste catalogue de labels internationaux et régionaux, alimentant des portails comme ceux de Hewlett-Packard Singapore et du India Times. Autres services en fonctionnement dans la région : mylisten.com, PlanetMG, ilikepop.com et clickbox.co.kr. À Taiwan, la plate-forme iBIZ imusic.com.tw, à lancer en 2004, sera le premier service de téléchargement musical légal sur ce marché. La plate-forme devrait offrir 500.000 chansons à télécharger, au fil de l'expansion de la bande large.

En Australie, Destra Corp. a créé un réseau musical numérique, alimentant des services de Sanity et de HMV entre autres. Destra a accès à plus de 100.000 titres et vise les 500.000 d'ici le milieu de l'année 2004. Telstra Big Pond et ninemsn doivent aussi lancer des services de musique en ligne en 2004.

Au Brésil, le fournisseur d'accès numérique iMusica lancé en mars 2000 est le premier service de musique en ligne d'Amérique latine. Il fournit 60.000 morceaux, issus du catalogue de plus de 70 labels locaux, et alimente une grande quantité de portails, dont MSN, Americanas.com et Compaq. Le service permet les téléchargements, le streaming et les CD à la demande. Courant 2004, iMusica prévoit d'élargir son vaste catalogue et ses opérations régionales.

CONSTRUIRE UN MARCHÉ LÉGAL DE LA MUSIQUE EN LIGNE – UNE ACTIVITÉ COMPLEXE

La construction d'un marché en ligne légal et prospère s'est avéré incomparablement plus complexe que la mise en place des modèles de distribution non autorisés, ce que, en dehors de l'industrie musicale, on a souvent bien du mal à comprendre.

Construire un marché légitime du téléchargement – Les difficultés dont les services non autorisés n'ont pas à se préoccuper

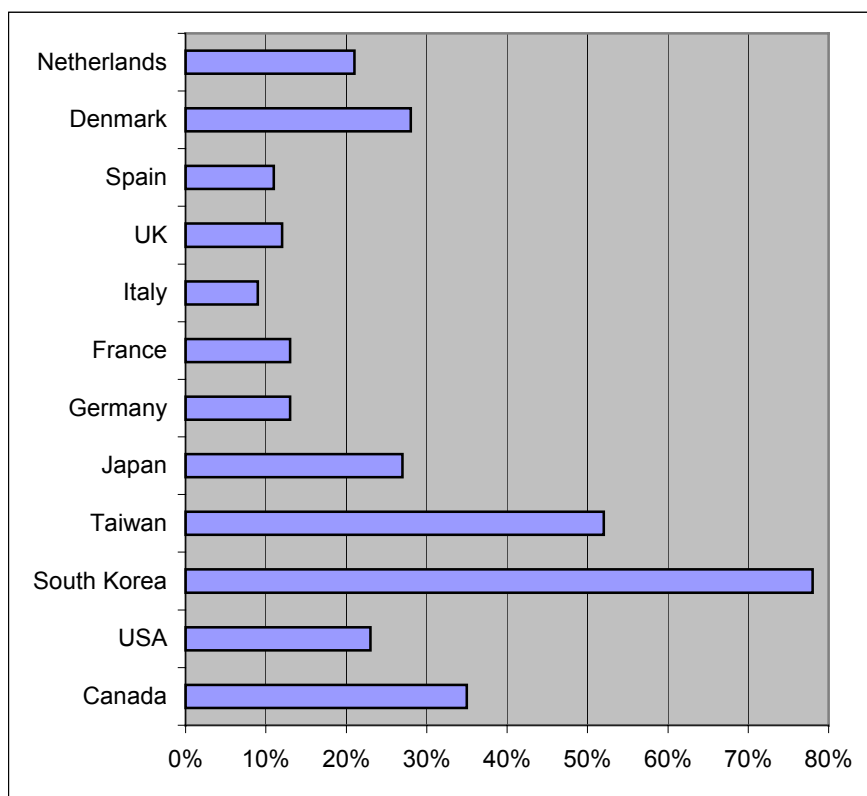
Numérisation du contenu	Il faut partir de zéro pour construire des 'bibliothèques' de qualité du répertoire musical, numériser des centaines de milliers de titres et d'éléments graphiques associés, dans le respect de spécifications qualitatives.
Obtention des droits et re-négociations	Chaque chanson numérisée doit recevoir le feu vert du ou des artistes, du ou des compositeurs ou de leur(s) éditeur(s), ainsi que de la maison de disques concernée, avant de pouvoir être concédée pour la vente numérique. Beaucoup de chansons ont été écrites à plusieurs mains, et certains des droits impliqués peuvent être limités à des territoires donnés, sans compter que certains artistes peuvent avoir imposé des restrictions à la mise à disposition de leurs singles sous forme de téléchargements. L'obtention des droits d'enregistrement pour la

	distribution en ligne peut donc faire entrer en jeu des négociations commerciales complexes avec un grand nombre de parties.
Technologies haute performance	Les services légitimes ont des comptes à rendre aux consommateurs : ils doivent assurer que les temps de téléchargement sont minimisés pour tout l'éventail des vitesses de connexion des usagers.
DRM conviviaux et définition des 'règles d'usage'	Les systèmes de 'gestion des droits' sont d'une importance vitale pour les services légitimes, mais les systèmes efficaces doivent être virtuellement invisibles pour la majorité des consommateurs. Une fois un titre téléchargé, le consommateur doit pouvoir le stocker et le transférer sans enfreindre les droits de propriété intellectuelle. Mais, derrière ces règles d'usage se cachent encore une fois des négociations commerciales et des technologies DRM complexes. Les morceaux téléchargés doivent offrir au consommateur une souplesse d'utilisation certaine, tout en étant protégés – un paradoxe qui nécessite à lui seul des solutions technologiques intelligentes et onéreuses.
Sécurité anti-virus des systèmes	Les systèmes de contenu et d'exploitation doivent être exempts de virus et fiables, ce qui impose tout un éventail de technologies à l'appui.
Systèmes de paiement sécurisés	Les services légitimes sont payants. Il faut donc mettre en place des systèmes sécurisés de paiement et de facturation, afin que les usagers puissent payer leur musique en ligne par divers moyens, des cartes de crédit aux comptes spéciaux, en passant par des abonnements.

Deux autres questions stratégiques ont contribué à ralentir l'essor du marché de la musique numérique jusqu'à présent. Tout d'abord, le piratage à grande échelle sur Internet a fait une concurrence déloyale aux services légitimes, augmentant considérablement le risque commercial.

En second lieu, la pénétration relativement faible des services Internet à bande large dans bien des pays jusqu'à la fin 2002/ au début 2003 a nettement limité la croissance de la musique légitime en ligne. Toutefois, la pénétration de la bande large s'accroît aujourd'hui, particulièrement en Europe.

Prévisions de la pénétration haut débit dans les foyers :



Source : Understanding & Solutions

L'IFPI permet un « One-Stop Shop » ou guichet unique pour le simulcasting & le webcasting

L'industrie adapte également ses procédures pour simplifier nettement l'octroi sous licence d'autres formes de distribution de la musique sur Internet, notamment le streaming.

En 2003, l'IFPI a élaboré et annoncé deux grandes initiatives d'octroi sous licence *one-stop* pour faciliter le déploiement des services légaux de streaming. Ces initiatives – des accords réciproques entre maisons de disques et sociétés de gestion des droits – permettent aux sociétés participantes d'accorder à des fournisseurs de services de musique des autorisations générales couvrant en même temps les droits des producteurs et le répertoire, et ce dans tous les territoires concernés.

Les accords de simulcasting couvrent les droits des producteurs de disques sur la transmission simultanée et non altérée de diffusions gratuites via l'Internet. L'accord de webcasting, annoncé en novembre 2003, couvre des services qui diffusent en direct des enregistrements sonores dans le cadre du contenu programmé, exclusivement via Internet, mais pas l'octroi sous licence de services de téléchargement.

Ce sont de véritables percées dans la mesure où, pour la première fois, les services de streaming peuvent obtenir des licences couvrant tous les droits des producteurs de disques, pour une multitude de territoires (au 31 décembre 2003, l'accord de

simulcasting couvre 34 pays) et une grande partie du répertoire mondial auprès de la société de perception des droits des producteurs locaux.

DES "BUSINESS MODELS" ÉMERGENTS, ENCORE EN ÉVOLUTION

Les business models offrant à la fois des options d'abonnement et de paiement au titre pour des téléchargements de singles, le streaming de morceaux et des services de streaming personnalisés, prospèrent aux États-Unis et s'étendent maintenant en Europe. La tendance a été claire jusqu'à présent, du modèle d'abonnement prédominant à l'essor du modèle de paiement au téléchargement – le format simple dont iTunes a été le pionnier.

D'autres business models novateurs apparaissent également, comme Wippit et PlayLouder Music Service Provider (MSP) au Royaume-Uni. Wippit est le premier service de musique P2P légitime à abonnement au monde, offrant aux abonnés (environ 5.000) l'accès à des fichiers musicaux en contrepartie du paiement d'un droit annuel. PlayLouder MSP prévoit de proposer un accès à haut débit couplé à des services de musique haute qualité – tout en payant des redevances aux détenteurs de droits, aux compositeurs et aux éditeurs – permettant aux abonnés d'échanger librement de la musique sous licence en contrepartie du paiement d'un droit annuel. Le service est actuellement à l'essai ; il devrait être lancé le premier trimestre 2004. Ces deux services sont expérimentaux et s'adressent à des marchés de niche.

[Exactitude à vérifier par AS]

Service	Cœur de l'offre	Méthode de paiement	Offre unique
iTunes	Téléchargement à la carte	Paiement au titre, comptes, chèques cadeau vendus chez iTunes et Apple Stores	Livres audio, échantillons de musique à partager via e-mail, morceaux exclusifs et vidéos à la demande, playlists personnalisées, transfert sur lecteur portable (iPod)
Napster 2.0	Streaming de titres, streaming personnalisé, téléchargements à la carte	Abonnement mensuel pour Napster Premium, paiement au morceau, cartes Napster vendues chez plus de 14.000 détaillants	Recommandation et partage de playlist, matériels exclusifs (vidéos à la demande, magazine de musique gratuit en ligne, pistes exclusives, performances en studio), transfert vers un lecteur portable
Rhapsody	Streaming de titres, streaming personnalisé	Abonnement mensuel, avec une charge supplémentaire pour la gravure de CD	
MusicMatch	Streaming de titres, streaming personnalisé, téléchargements à la carte	Paiement ponctuel pour MusicMatch Jukebox Plus, paiement au morceau ensuite	Accès depuis n'importe quel PC Transfert vers des lecteurs portables, package de personnalisation de CD, recommandations sur les nouvelles musiques d'après la playlist du client
OD2	Streaming de titres. Téléchargement à la carte	Achats en pré-paiements (téléchargement ou écoute en streaming ont des valeurs différentes), paiement au titre, abonnement	Réductions pour les consommations pré-payées, transfert sur lecteur portable et bonus/actualités sur les artistes.

La musique en ligne légitime bénéficiera également de nouveaux services indépendants, ainsi que des sites d'artistes qui proposent du contenu payant et s'appuient sur la communication entre artistes et fans. En 2003, plusieurs artistes ont

proposé avec un succès considérable du contenu payant sur leur site officiel : Madonna, Muse, Ben Folds et bien d'autres.

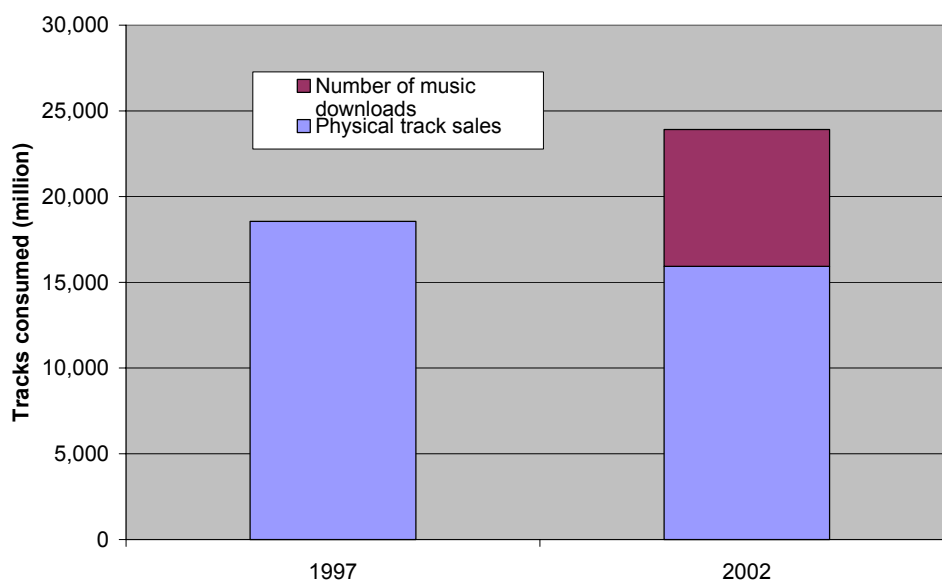
Opportunités de croissance pour la musique en ligne légitime

Les opportunités qu'offre Internet à l'industrie musicale sont claires :

- La demande en musique est forte, et Internet se révèle être un moyen d'accès populaire, particulièrement pour les jeunes consommateurs. La perspective de convertir la distribution de musique en ligne sans autorisation en téléchargements légaux représente un enjeu commercial énorme. Une étude de l'IFPI conduite en Australie, en Allemagne, au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Canada a montré que la consommation totale de musique (formats physiques plus téléchargements numériques) a effectivement augmenté de 30 % entre 1997 et 2002. La consommation de musique en ligne représentait un tiers de tous les titres consommés en 2002, avec huit milliards de morceaux téléchargés et stockés sur disque dur.
- D'après les études, de plus en plus de consommateurs utilisent ou sont prêts à utiliser des services musicaux payants. En septembre 2002, une étude indépendante⁴ sur les fans de musique en ligne est parvenue à la conclusion que 36 % des utilisateurs du peer-to-peer en Allemagne, en France, en Suède, en Espagne et en Italie étaient prêts à payer de la musique. Dans une enquête sur les téléchargements menée en été 2003 auprès des visiteurs de ses sites en ligne en Europe, MTV a découvert qu'un tiers des fans de musique en ligne – pour la plupart âgés de moins de 25 ans – étaient prêts à acheter des téléchargements.
- L'industrie musicale tirera avantage de l'habitude croissante de payer des produits et des services en ligne. En décembre 2003, selon l'indice American Express des prix au détail sur les achats sur Internet, 54 % des Américains prévoyaient d'utiliser Internet pour acheter leurs cadeaux, les CD et les DVD étant la seconde catégorie la plus populaire (82 %) derrière les vêtements (85 %). L'essor des services haut débit a démontré que les consommateurs étaient prêts à payer un supplément pour améliorer leur accès à Internet.
- La pénétration du haut débit s'accroissant, les ISP se tournent de plus en plus vers le contenu comme la musique pour attirer et fidéliser des clients. En Europe, Tiscali, MSN, TDC et BT-Yahoo poursuivent tous cette stratégie. Aux États-Unis, AOL (via MusicNet sur AOL, Sessions@AOL, et First Listen) a fait la même chose – avec un succès considérable.

⁴ Jupiter Research – Online Music in Europe, 2002

Demande de musique : consommation de titres 1997 vs. 2002



Source IFPI – (Etude portant sur l'Australie, l'Allemagne, la Grande Bretagne, les USA et le Canada)

Évolution de la consommation de musique - comment voulez-vous écouter ?

- Téléchargement d'un seul titre – la plupart des services permettent aux utilisateurs de payer à la chanson, qu'ils peuvent télécharger sur leur disque dur ou un lecteur de musique portable.
- Téléchargement captif – ce mode permet aux consommateurs de 'louer' les morceaux pour une période donnée. Les titres ne sont pas transférables sur les lecteurs portables, mais restent sur le disque dur du PC du consommateur, jusqu'à ce qu'ils expirent ou que l'abonnement se termine. Système populaire sur les services européens, qui est une bonne manière pour les consommateurs d'avoir un aperçu des chansons avant de décider d'un éventuel achat.
- Téléchargement d'un album – succès de cette option qui permet aux consommateurs de verser un paiement à l'album.
- Téléchargement d'un lot – certains services permettent aux consommateurs de télécharger une 'playlist' suggérée par d'autres consommateurs ou par un artiste. Certains 'lots' peuvent aussi comprendre du contenu vidéo ou des éléments graphiques / photographies.
- Streaming d'un morceau – le streaming permet aux consommateurs d'écouter une chanson une fois, il est très peu cher et idéal pour écouter exactement ce que vous voulez sans avoir à payer pour une copie de la chanson. C'est une solution idéale pour les consommateurs qui veulent tester un large éventail de chansons, d'artistes ou de genres.

- Le streaming personnalisé – ces services offrent aux abonnés la possibilité de compiler leurs propres programmes de streaming d'après leur genre ou leur artiste favori, ou de choisir un programme déjà compilé. C'est le mode d'écoute de la musique via un service en ligne le moins onéreux.

Musique via la téléphonie mobile

En 2003, on a pu constater que les réseaux et systèmes de téléphonie mobiles pouvaient devenir une importante plate-forme de distribution de musique dans les années à venir. La majorité de l'activité du secteur consiste en partenariats promotionnels entre opérateurs de téléphonie mobiles et sociétés d'édition musicale, permettant aux abonnés mobiles d'écouter de nouvelles chansons par streaming et sampling, et offrant des contenus liés à la téléphonie personnalisés autour d'un artiste via l'appareil. Le marché des sonneries et des loisirs mobiles est tout d'abord apparu au Japon et en Corée du Sud, où il a connu une expansion rapide.

L'activité s'est étendue aux autres marchés d'Asie et d'Europe occidentale, et a plus récemment atteint les États-Unis. Au Royaume-Uni, O2 a lancé son service de téléchargement sur portable en novembre 2003, permettant aux utilisateurs de portables de télécharger de la musique et de transférer des fichiers vers un appareil de lecture fabriqué par Siemens. Aux États-Unis, Warner Music est la troisième major compagnie à mettre des contenus à disposition sur Sprint Music Tones, un service de sonnerie, après l'accord Sony Music en juillet 2003 et après celui d'Universal en janvier 2004. AT&T Wireless doit lancer son service mMode en 2004 en utilisant le portable comme un circuit de distribution de clips et de morceaux téléchargeables sur PC.

En 2004, de nouveaux éléments vont doper la musique sur portable :

- L'intensification de l'activité des fabricants et des opérateurs Télécom, à la recherche de nouveaux débouchés commerciaux pour le contenu de loisirs, grâce au développement de produits novateurs par les producteurs de musique, de films et de jeux.
- Les développements de la technologie mobile 3G permettant la livraison de vidéo sur des systèmes portables et la prolifération de points Wi-Fi (*wireless fidelity*) à capacité haut débit.
- L'émergence d'appareils multimédias comme le Nokia 7700.
- Le développement de DRM sans fil, permettant la distribution de contenu via les réseaux des opérateurs de téléphonie mobile, tout en assurant la protection des contenus.

Résumé des lancements prévus en 2004

États-Unis	Europe	Ailleurs
Hewlett-Packard	iTunes (Europe)	Puretracks (version française, Canada)
Microsoft	Napster 2.0 (Europe)	iTunes (Canada)
Amazon	Coca-Cola (UK)	MusicNet (Canada)
MTV Networks	PlayLouder (UK)	Napster 2.0 (Canada)
	Rhapsody (UK)	ninemsn (Australie)
	Phonoline (Allemagne)	iTunes (Japon)
	T-Online (Allemagne)	iBIZ (Taiwan)
	eMusic Kft (Hongrie)	

SECTION II : LA LUTTE CONTRE LE PIRATAGE NUMERIQUE DE MUSIQUE

L'ATTRAIT DU 'GRATUIT'

Bien que le développement d'un marché international de la musique en ligne soit désormais bien avancé, ses progrès n'en ont pas moins été entravés jusqu'à ce jour par la concurrence déloyale des sites et services illégitimes – c'est-à-dire le piratage de musique en ligne. Tout un éventail de sites Internet non autorisés et de services P2P ont fait leur apparition avant que les services légitimes n'aient eu l'occasion de s'implanter, séduisant bon nombre d'amoureux de la musique en leur proposant de la 'musique gratuite'.

Pourquoi les appeler 'non autorisés' ? Parce qu'ils permettent aux utilisateurs de distribuer et d'échanger des fichiers numériques – pas seulement de la musique, mais aussi des films, des jeux vidéo, des photos – sans les payer. Les créateurs de la musique et des autres produits échangés ainsi ne sont pas consultés et ne touchent pas un centime en retour.

Cette activité a nui aux ventes de musiques dans le monde, portant un préjudice aux artistes et provoquant la disparition d'artistes, de milliers d'emplois, du vendeur en magasin de disques au chroniqueur musical, en passant par l'ingénieur du son, le manager de groupe ou le compositeur. Toute personne qui croit que son partage illégal de fichiers ou autre activité Internet non autorisée ne peut affecter les ventes se trompe : en fait, son activité, combinée à celle des autres, a un effet cumulatif énorme.

LE « BUSINESS » MODEL DES SERVICES NON AUTORISÉS

Certains disent que les services non autorisés sont nés d'un concept ingénieux, appuyé par une technologie intelligente. La vérité est que l'idée de génie qui sous-tend la distribution de musique sans autorisation est très simple : on peut se faire beaucoup d'argent en distribuant la musique d'autrui sans le consulter ou le payer. Ces services ignorent tous les impératifs et toutes les difficultés associés à l'administration d'une véritable entreprise de musique, et peuvent donc opérer avec des frais de démarrage ou de maintenance très faibles. La véritable *réussite* de ces services non autorisés, c'est qu'ils gagnent des millions d'euros en vendant de la publicité en ligne et des logiciels connexes sur le dos de la musique volée à d'autres.

LA NATURE DU PROBLÈME

L'utilisation sans autorisation de musique sur Internet prend diverses formes :

- **Sites Web, sites FTP et sites de liens.** Les formes 'traditionnelles' d'infractions sur Internet sont toujours très répandues dans bien des pays. Elles peuvent être profitables pour les personnes impliquées, mais génèrent souvent des recettes publicitaires, du trafic utilisateurs et même une notoriété sur Internet pour leurs activités.

- **Services commerciaux.** Plusieurs services commerciaux ont commencé à offrir des copies ou des streamings de musique non autorisés sur Internet, construisant une vaste base de données de titres. D'autres services (notamment le peer-to-peer) prétendent ne pas copier de musique eux-mêmes, mais encouragent de diverses façons les utilisateurs à le faire, en en tirant un bénéfice direct ou indirect.
- **Activités peer-to-peer (P2P).** Elles impliquent le transfert direct de fichiers musicaux et d'autres matériels entre utilisateurs (« peers »), en règle générale par le biais d'un service qui encourage l'activité et l'assiste. Non contents de télécharger des fichiers musicaux depuis les ordinateurs d'autres « peers », les utilisateurs les mettent en général à disposition, pour diffusion au plus grand nombre.
- **Des techniques de plus en plus sophistiquées.** La mise en application sur Internet devenant de plus en plus stricte, les contrevenants ont mis au point des techniques de plus en plus subtiles pour éviter la responsabilité de leurs actions, parmi lesquelles l'offre de fonctions d'indexage des fichiers aux autres utilisateurs, le cryptage des communications, l'utilisation de comptes Internet de tiers, le déplacement des fichiers contrevenants « off-shore », et le masquage de leur propre identité via divers moyens techniques.

L'ENVERGURE DU PROBLÈME

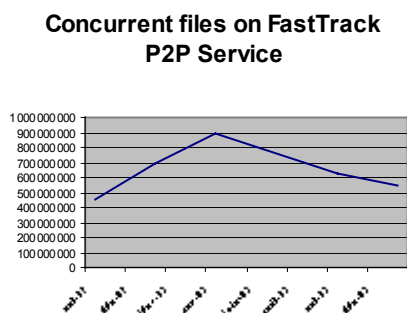
Le piratage en ligne prend deux formes dominantes : la distribution de fichiers à partir de sites Internet sans licence, connus sous le nom de sites Web et FTP, et le trafic peer-to-peer illustré par les services d'échange de fichiers comme Kazaa, Grokster, Gnutella, WinMX et d'autres.

L'IFPI estime que le nombre de fichiers musicaux illégaux sur des sites Web et FTP traditionnels est demeuré stable, à 100 millions environ en 2003, tandis que les fichiers non autorisés sur des systèmes peer-to-peer ont chuté approximativement de 20 % depuis leur apogée, en avril 2003, pour tomber à environ 800 millions à la fin de l'année, d'où un nombre de fichiers musicaux contrevenants estimés à 900 millions en janvier 2004.

Fichiers musicaux contrevenants sur Internet	Avril 2002	Avril 2003	Janvier 2004
Fichiers Web et FTP	100 millions	100 millions	100 millions
Fichiers P2P	500 millions	1,0 milliard	800 millions
Total	600 millions	1,1 milliard	900 millions
Sites Web / FTP contrevenants	200.000	200.000	200,000
Utilisateurs P2P offrant des fichiers contrevenants (en simultané)	3 millions	5 millions	6,2millions

Le changement le plus notable : la chute des fichiers sur le réseau peer-to-peer « FastTrack » (Kazaa, Grokster, iMesh) qui a commencé en avril 2003 et s'est poursuivi lorsque la RIAA, le syndicat américain des producteurs de disques, a annoncé publiquement l'envoi de messages instantanés, d'avertissements et le déclenchement de procès contre les utilisateurs distribuant de grandes quantités de fichiers musicaux sur le net. Le nombre de fichiers simultanés sur le système FastTrack a chuté de 33 %, passant d'environ 900 millions en avril 2003 à approximativement 600 millions en janvier 2004, comme signalé par le logiciel client FastTrack lui-même.

Légende : Fichiers simultanés sur le service P2P FastTrack



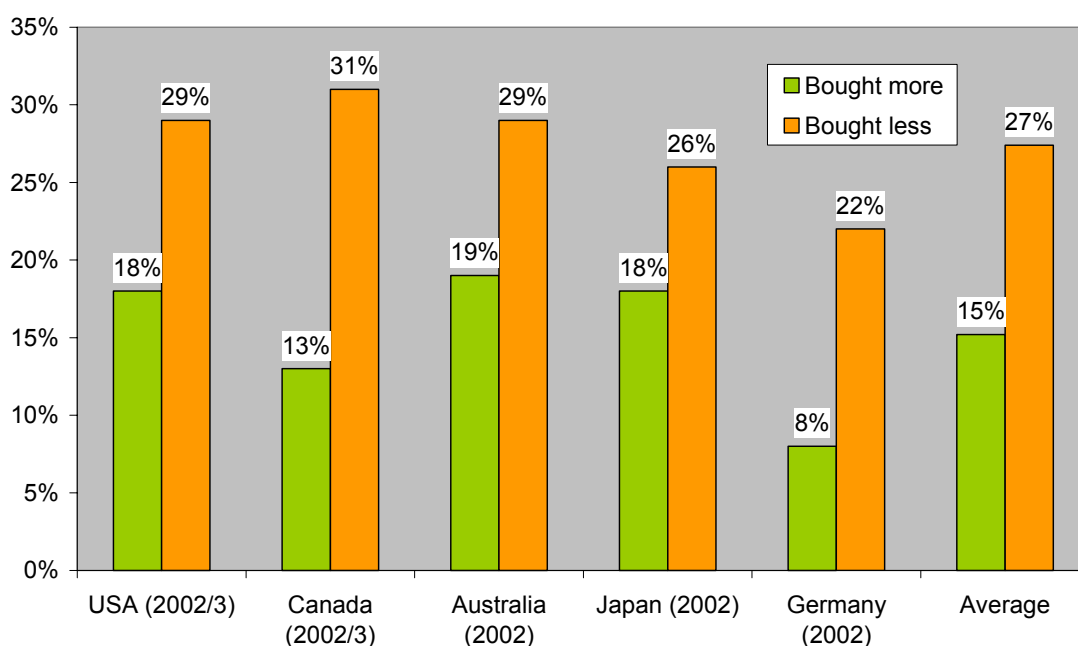
Cette tendance a été confirmée par des cabinets de recherche indépendants. Selon le cabinet d'étude Nielsen NetRatings, on a pu constater une chute de 53 % dans l'utilisation du réseau FastTrack aux États-Unis entre juin et décembre 2003. De même, d'après un rapport de Pew Internet & American Life & ComScore Media Metrix, l'usage des principaux services peer-to-peer (Kazaa, WinMX, BearShare et Grokster) avait décliné en novembre 2003 par rapport à un an auparavant. L'usage de Kazaa a chuté de 15 % et celui de Grokster de 59 % pendant la période, selon le rapport.

FastTrack semble aussi avoir vu son usage décliner *en dehors* des États-Unis courant 2003, d'après le nombre d'utilisateurs et de fichiers signalés en ligne par le système lui-même, hors heures de pointe (pendant la nuit) aux États-Unis – les moments où les utilisateurs européens et autres utilisateurs non américains sont logiquement les plus nombreux. Entre juin et décembre 2003, le réseau FastTrack a connu une chute d'environ 28 % des fichiers disponibles en simultanément hors *heures de pointe* USA, pratiquement la même que la chute constatée pendant les *heures de pointe* USA sur la même période. Cela indique que les rapports d'actions en justice contre les 'uploaders' américains vers les serveurs ont eu un effet dissuasif sur les utilisateurs du réseau FastTrack dans d'autres pays aussi.

Il semble y avoir eu une certaine croissance dans d'autres régions et sur d'autres systèmes peer-to-peer que les procès n'ont pas touchés jusqu'à présent, mais cela est contrebalancé par le déclin des fichiers disponibles sur FastTrack, de loin le plus grand réseau peer-to-peer.

L'IMPACT : LE PARTAGE DE FICHIERS SANS AUTORISATION NUIT AUX VENTES PLUS QU'IL NE LES FAVORISE

On croit fréquemment, à tort, que la distribution illégale sur Internet favorise les ventes légitimes de musique. En fait, des études indépendantes en 2002 sur les cinq marchés de la musique – États-Unis, Canada, Allemagne, Japon et Australie – ont montré que le téléchargement et le gravage avaient clairement un impact négatif sur les achats de musique. En moyenne, 27 % des personnes interrogées de toutes les études ont déclaré que leurs dépenses en CD et autres achats musicaux avaient décliné depuis qu'ils avaient commencé le partage et le téléchargement de fichiers, contre 15 % qui déclaraient que leurs dépenses avaient augmenté.



1ère colonne : achètent plus/2ème colonne : achètent moins

Sources : RIAA/Hart Research, CRIA/Solutions Research Group, ARIA/Quantum Market Research, RIA, GFK

LA RÉPONSE DU SECTEUR

L'industrie du disque a fortement durci sa réponse face à l'essor du piratage Internet en 2003. Des initiatives se sont développées sur quatre fronts :

- La protection technologique de la musique sous copyright.
- Les programmes de sensibilisation publique soulignant l'illégalité du partage de fichiers et les dommages qu'il inflige aux acteurs du secteur de la musique, combinés à la promotion d'alternatives légales
- La coopération avec des prestataires de services.
- Les poursuites dirigées contre les services de partage de fichiers sans autorisation, et contre des centaines d'individus offrant et distribuant illégalement de grandes quantités de fichiers musicaux en ligne.

1. Protection technologique

Comme la technologie utilisée pour créer et lire de la musique évolue, de même le rôle de la technologie dans la protection de la musique contre la copie et la distribution non autorisée change.

On peut protéger la musique de deux façons. Avant la sortie, les enregistrements doivent être sécurisés, afin d'éviter les fuites anticipées. Après la sortie, la musique doit être protégée contre la reproduction massive, tout en laissant aux consommateurs un large éventail d'options pour en profiter.

Protection avant la sortie

Il faut des moyens de protection de plus en plus sophistiqués pour protéger les œuvres enregistrées contre les 'fuites' non autorisées – c'est-à-dire contre le vol et la distribution d'enregistrements sur Internet avant leur sortie prévue, car on peut ainsi forcer une sortie anticipée de l'album, interrompre les tournées et les plans marketing ou publicitaires, nuire aux ventes initiales d'albums, primordiales, et aggraver les pertes dues aux copies non autorisées.

Pour certains groupes, comme Metallica et Korn, des fuites précédant la sortie de l'album ont imposé d'avancer de plusieurs semaines les dates de sortie, car les copies sous le manteau étaient de mauvaise qualité, avec les mix non définitifs et dans un ordre erroné.

Protection post-sortie

Les technologies de gestion des droits numériques (DRM) sont vitales pour le développement de nouveaux services musicaux car, sans elles, le contenu musical est vulnérable : on peut graver jusqu'à 200 albums sur des CD-R en moins de temps qu'il n'en faut pour enregistrer une seule cassette C90. Associée à l'échange de fichiers sur Internet, la reproduction numérique peut se transformer en distribution illimitée d'un simple clic. La DRM protège contre cette distribution, tout en permettant aux magasins en ligne d'offrir au consommateur diverses options, dont le streaming, la location de morceaux, l'achat de morceau ou la copie sur CD-R.

Les maisons de disques utilisent elles aussi les technologies de protection contre la copie. Celles-ci ont joué un rôle dans le succès du format DVD-Video, ainsi que des jeux électroniques et des logiciels. Mais la technologie "copy control" évolue à présent plus loin que la simple prévention de la reproduction. En intégrant la souplesse des DRM à la technique de protection, l'usage flexible du CD protégé devient maintenant possible – par exemple en permettant la 'gravure' d'une copie de secours protégée, ou en permettant le transfert de fichiers de musique protégés par DRM du CD à un juke-box PC ou à un lecteur portable numérique.

Contrôle du préjudice

Entre autres choses, les technologies légitimes permettent des options comme la mise à disposition de fichiers leurres sur des systèmes contrevenants – une mesure que certaines maisons de disques ont d'ores et déjà prise. La technologie peut elle-même ainsi apporter des outils de plus en plus efficaces contre les infractions sur Internet.

2. Campagnes de sensibilisation publique : une nouvelle étude IFPI montre un haut niveau de sensibilisation internationale au partage illégal de fichiers

L'industrie de la musique a conduit une campagne d'information mondiale intensive en 2003, dans le but d'expliquer l'illégalité de la distribution de musique en ligne non autorisée. Ces activités ont pour but de mettre en exergue le développement de nouveaux services légaux en ligne, ainsi que le préjudice que cause aux salariés de l'industrie de la musique, le vol de contenus musicaux en ligne. Les campagnes ont pris la forme de sites Web d'alliances musicales, de campagnes de relations publiques et de publicité, de projets universitaires et scolaires, et de messages directement envoyés aux utilisateurs des services non autorisés.

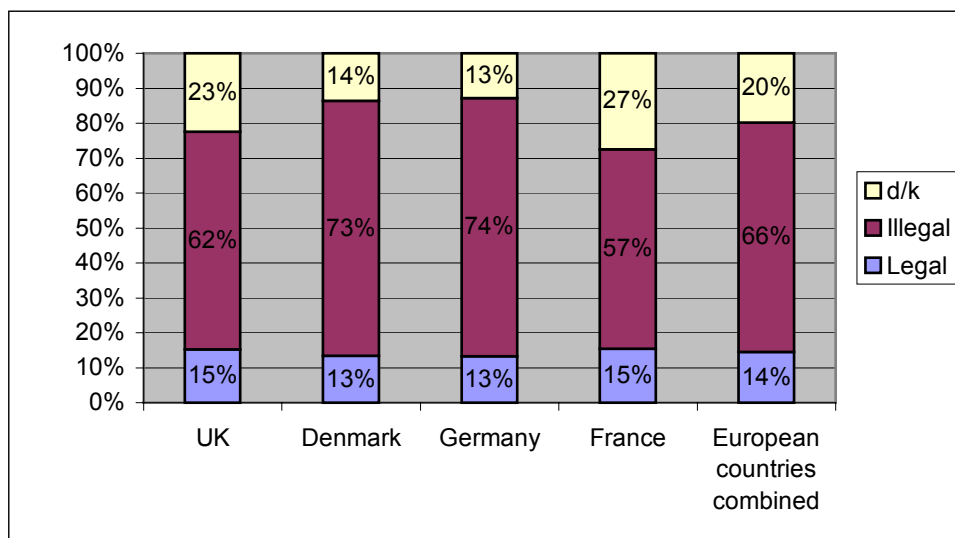
Ces campagnes, associées au lancement de procès très médiatisés contre les plus grands contrevenants aux États-Unis, ont eu un impact décisif sur l'opinion publique internationale.

Les nouveaux chiffres communiqués par l'IFPI, décrits plus complètement à la fin de ce rapport, le confirment : ils montrent que le grand public est très conscient de l'illégalité du partage de fichiers sans autorisation, ce qui indique que les activités de sensibilisation de l'industrie ont bien eu un effet.

Dans les quatre pays européens étudiés par l'IFPI en décembre 2003 et en janvier 2004 :

- En moyenne 66 % des sondés sont conscients que le partage de fichiers de musique sous copyright sans autorisation est illégal, un niveau supérieur à celui noté aux États-Unis (64 %) en décembre 2003, après trois vagues d'actions en justice contre des personnes physiques.
- Les procès intentés par l'industrie contre les services de partage de fichiers et les utilisateurs ont joué un rôle essentiel, à l'échelle internationale, pour sensibiliser le public à l'illégalité du partage de fichiers. En moyenne 59 % des personnes sur les marchés européens avaient entendu parler de ces actions en justice.
- Plus de la moitié des personnes sondées soutiennent les actions en justice. Le soutien est plus élevé au Danemark (59 %) et en Allemagne (60 %) où la sensibilisation à l'illégalité du partage de fichiers est aussi supérieure. En France et au Royaume-Uni, les chiffres à l'appui sont de **49%** et **52%** respectivement, avec presque un quart des consommateurs encore indécis.

Sensibilisation à l'illégalité du partage de fichiers. Le partage de fichiers de musique non autorisée est-il légal / illégal ?



Campagnes multimédia

L'été 2003 a été le théâtre d'une alliance de groupes du secteur musical, qui ont lancé www.pro-music.org, site Web visant la promotion des services de musique légitimes en ligne et traitant les mythes qui entourent le piratage de musique en ligne. Le site Web est soutenu par une alliance internationale de musiciens, d'interprètes, d'artistes, de maisons de disques majors et indépendantes, de producteurs et de détaillants dans toute l'industrie musicale. Une version nationale de pro-music a été lancée en Allemagne et en France (promusicfrance.com) avec le soutien du gouvernement français, et d'autres pays vont leur emboîter le pas.

Bien d'autres pays ont lancé des sites Web nationaux pour leurs territoires, avec d'autres publicités, des inserts CD ou des outils éducatifs. La campagne canadienne « Keep Music Coming », par exemple, se sert de tous les médias pour informer les jeunes Canadiens qu'en achetant de la musique, ils aident les artistes à créer plus, et donnent aux nouveaux artistes la chance de se faire entendre.

La campagne éducative collective 'Get It Right!' de la coalition néerlandaise réunissant le ministère de la Justice et les représentants des industries de culturelles vise à enseigner la valeur du copyright aux 14-15 ans. Le pack éducatif, avec une vidéo du groupe de rock hollandais Di-rect, un magazine et un site Web interactif, aide les enseignants à présenter le sujet de la propriété intellectuelle à leurs élèves en les guidant tout au long du processus de création de certains produits comme les livres, les journaux, les films, les sites Web et la musique.

Des projets similaires sont en place dans d'autres pays. À Singapour, les matériels 'Keep The Music Alive' ont été distribués à presque 200 institutions éducatives et la cassette vidéo et audio 'Don't Let the Music Die' a été diffusée à la télévision et à la

radio. D'autres pays ont choisi la publicité pour toucher les consommateurs, notamment :

- Le Japon, où cinq autres groupes du secteur ont rejoint la publicité 'Respect Our Music' de l'industrie musicale ;
- La Belgique, avec ses publicités « Please Don't Steal Music. Just because you can doesn't mean you should » ; et
- Le Canada avec deux spots publicitaires récents, « Virus » et « Jimmy's Room »».

Information aux étudiants et aux employés

L'abus des activités de partage de fichiers est devenu source de sérieuses inquiétudes pour les sociétés et les universités, les applications peer-to-peer consommant rapidement leur bande passante disponible. On signale dans le monde des universités qui ont vu la quasi-totalité de leur bande passante occupée par le trafic P2P, gênant les étudiants et le personnel ayant besoin de ces ressources pour étudier et travailler. Ainsi, l'université de Lund, en Suède, a signalé en avril 2003 qu'elle bloquait tout l'accès aux ports P2P, étant donné que le trafic P2P avait dramatiquement ralenti son réseau universitaire.

Début 2003, les *Copyright Use and Security Guides* de l'IFPI ont été envoyés à des milliers de sociétés, de départements d'État et d'institutions éducatives, dans 21 pays. Ils appellent les administrateurs de réseaux informatiques au sein des gouvernements, des sociétés privées et des établissements éducatifs à conseiller les salariés et les étudiants contre la violation de la propriété intellectuelle sur des systèmes informatiques, en particulier contre la reproduction et le téléchargement de matériels sur Internet sans autorisation des détenteurs de droits. Les directives Internet informent ces groupes des risques en termes de sécurité et des risques juridiques qu'ils encourent en cas de reproduction et de transmission de contenus musicaux sans autorisation.

La distribution des brochures aux établissements d'enseignement a marqué le début d'une plus grande coopération entre l'industrie musicale et les universités du monde. Bon nombre d'écoles et d'universités ont pris des mesures pour décourager l'activité illicite de partage de fichiers, imposant des limites à la bande passante, envoyant des avertissements, utilisant le filtrage et autres outils techniques, et déconnectant les utilisateurs échangeant illégalement de la musique.

Plus récemment, les universités des États-Unis ont commencé à donner des cours intensifs en droit de la propriété intellectuelle et à proposer au début de l'année des services légitimes de musique aux côtés de la télévision par câble, des journaux gratuits et autres avantages accessoires de la vie universitaire. En Italie, les autorités éducatives régionales ont demandé aux écoles d'adopter des mesures de protection des droits englobant des outils techniques pour empêcher l'utilisation des fichiers musicaux non autorisés sur les serveurs des institutions.

Messagerie instantanée : contacter directement les utilisateurs

Les utilisateurs distribuant illégalement de la musique en ligne peuvent également être contactés directement. Depuis plusieurs mois, l'industrie musicale envoie des messages instantanés via les systèmes peer-to-peer aux utilisateurs qui semblent offrir de la musique sous licence, pour les prévenir qu'ils ne doivent pas contrevenir aux droits de propriété intellectuelle et expliquer l'importance de l'utilisation de copies légales de la musique.

Depuis avril 2003, le RIAA a envoyé plus de 14 millions de messages instantanés aux utilisateurs peer-to-peer aux États-Unis. La quasi-totalité des utilisateurs poursuivis par le RIAA pour avoir mis à disposition des copies de musique enregistrée sur des services peer-to-peer avaient reçu ce message. Dans cinq autres pays – Australie, Autriche, Canada, Danemark, Allemagne – les groupes de l'industrie du disque ont envoyé presque deux millions de messages instantanés aux utilisateurs de peer-to-peer depuis août 2003.

Exemples de messages instantanés envoyés :

- Autriche : ACHTUNG! Sie bieten geschützte Musikfiles ohne Zustimmung der Rechteinhaber über eine Internet-Tauschbörse an. . . .
- Australie : INTERNET FILE SHARING IS THEFT. IT ROBS ARTISTS AND SONGWRITERS OF INCOME AND REDUCES THE AVAILABILITY OF NEW MUSIC. Copyright owners are aware that you may be offering copyrighted music from your computer via a file sharing network. . . .
- Canada : WARNING: It appears that you are offering copyrighted music to others from your computer. . . .
- Danemark : Antipiratgruppen har konstateret, at De øjensynligt er i færd med at kopiere ophavsretligt beskyttede lydoptagelser. . . .
- Allemagne : Warnung wegen Urheberrechtsverletzungen. Hallo Musikfan, Sie bieten anderen Nutzern der Tauschbörse Musik an. . . .

3. Coopération avec les opérateurs Internet

Une grande partie du travail anti-piratage numérique de l'industrie musicale prend la forme d'un effort de coopération avec les fournisseurs d'accès (ISP), car ils ont tout aussi intérêt à ce que leurs systèmes ne soient pas utilisés pour des activités illégales, embouteillés par celles-ci ou sujets à des problèmes de sécurité.

La plupart des conditions de service des fournisseurs d'accès interdisent expressément à leurs clients de contrevenir au droit de la propriété intellectuelle ou d'administrer des serveurs (par exemple des serveurs peer-to-peer) à partir de comptes individuels. En règle générale, elles stipulent également que l'ISP peut supprimer, bloquer ou

prendre d'autres mesures pour mettre un terme à ces activités, et qu'il coopère avec les efforts de mise en application de la loi dans cette optique.

Depuis plusieurs années, l'IFPI et plus de 25 groupes nationaux préviennent les fournisseurs d'accès Internet quand des fichiers de musique non autorisés ou d'autres activités contrevenantes apparaissent sur leurs services. Dans la grande majorité des cas, les ISP bloquent ou suppriment volontairement les sites ou les fichiers identifiés comme contrevenants. Étant donné l'absence procédures légales ou formelles requises, cette alternative s'est révélée très efficace et peu onéreuse pour supprimer les grands volumes de contenus contrevenants.

Le nombre de fichiers musicaux et de sites contrevenants supprimés grâce aux actions volontaires des ISP après notification augmente d'une année sur l'autre.

En 2003, l'IFPI a obtenu la suppression de 41.000 sites Web et FTP non autorisés, de 1.050 serveurs d'indexage peer-to-peer, et de 1,62 milliard de copies illicites de musique non autorisée sur Internet, et ce dans 101 pays.

Fichiers musicaux contrevenants éliminés d'Internet

	2003	2002	2001
Messages des fournisseurs d'accès	1,6 milliard	1,3 milliard	700 millions
Fichiers P2P			
Sites Web / FTP supprimés	41.000	38.000	28.000

4. Campagne de sensibilisation et dissuasion

Contravention en ligne persistante

Les procès se sont révélés très efficaces quand la coopération et la sensibilisation publique ne sont pas suffisantes pour réduire l'activité sur les sites non autorisés. Quelques exemples de cibles potentielles des poursuites :

- **Les entreprises peu scrupuleuses** qui peuvent avoir un intérêt pécuniaire à conduire des activités contrevenantes en ligne ou à encourager les utilisateurs à le faire. Ces services refusent parfois de cesser leur conduite contrevenante ou d'agir de façon responsable par rapport à leur service s'ils n'y sont pas forcés par les autorités policières ou les tribunaux.
- **Les sites Web, FTP ou autres sites non autorisés ouvertement commerciaux** mais qui pour des raisons idéologiques consacrent un temps, de l'argent et des efforts substantiels au maintien de sites pirates, les déguisent ou les déplacent pour éviter la loi, et résistent aux suppressions ou aux actions en justice pour les arrêter.
- **Les utilisateurs individuels qui ne comprennent pas le message.** L'idée de prendre ou de distribuer gratuitement la musique d'autrui sur Internet est une idée séduisante, qui peut nécessiter une force de dissuasion plus persuasive. Même les

utilisateurs pleinement conscients du caractère de vol de cet acte peuvent croire qu'ils ne seront jamais attrapés ou qu'il n'y aura aucune réelle conséquence, et persistent donc dans leur comportement illégal.

Action en justice contre les services et les sites non autorisés

La mise en application des lois sur la propriété intellectuelle n'a rien d'une nouveauté : l'industrie intente régulièrement des procès contre les sites commerciaux et autres sites qui, selon elle, sont engagés dans des activités contrevenantes d'envergure ou les favorisent. Ces poursuites sont intentées dans tous les pays du monde, les lois stipulant déjà partout des bases pour la cessation de la reproduction, de la transmission et/ou de la distribution non autorisée via Internet.

Voici quelques exemples des actions intentées :

Services

- **Service peer-to-peer MMO Japon.** Le jugement final prononcé en décembre 2003 a jugé le service contrevenant. Une injonction a été prononcée contre lui, et un dédommagement accordé aux maisons de disques et aux éditeurs musicaux.
- **Service peer-to-peer Soribada (Corée).** Le tribunal a prononcé une injonction en juillet 2002, exigeant de ce service qu'il cesse de laisser ses utilisateurs télécharger les enregistrements protégés des maisons de disque plaignantes.
- **Weblisten (Espagne).** Les tribunaux de première et de deuxième instance ont prononcé des injonctions contre Weblisten (interjetables en appel) pour utilisation non autorisée des enregistrements des maisons de disques dans son service de streaming et de téléchargement.
- **Procès américains (MP3.com, Aimster, Kazaa, Grokster).** L'industrie américaine a intenté plusieurs actions en justice contre les services peer-to-peer et autres services en ligne qui n'ont pas pris de licence pour des enregistrements musicaux protégés.

Sites Web, FTP et Link

- **Mp3WmaLand (Australie).** Le tribunal pénal a condamné en novembre 2003 trois personnes pour administration d'un réseau complexe de sites de téléchargement « gratuit », offrant de la musique enregistrée pour une valeur estimée à 60 millions de dollars australiens.
- **Bruvik/Napster.No (Norvège).** Dans ce procès intenté par l'industrie du disque et des éditeurs de musique, le site a été jugé coupable en janvier 2003 d'offrir des « liens » vers des copies non autorisées de musique enregistrée (sans rapport avec la compagnie ou l'affaire Napster d'origine).

Procès contre des contrevenants individuels

Les poursuites contre la distribution individuelle de gros volumes constituent une option de dernier ressort dans la lutte contre le piratage Internet. Des poursuites au civil ou au pénal contre les contrevenants commerciaux, persistants ou individuels d'envergure représentent une arme de dissuasion du public efficace. Même certains des détracteurs les plus fervents de l'industrie du disque l'ont admis :

- « *M. [Joe] Kraus [de DigitalConsumer.org] a convenu que les lois existantes devraient être mises en application en suggérant que certaines poursuites très médiatisées de contrevenants majeurs pourraient « donner aux consommateurs l'impression qu'ils sont plus vulnérables » et les rendre plus susceptibles de chercher des sources légitimes de contenu en ligne. »*
- « *[Fred] Von Lohmann [de la Electronic Frontier Foundation] a déclaré qu'il n'était pas 'si radical' de dire que les poursuites anti-piratage devraient plutôt viser les consommateurs que les sociétés fournissant la technologie le permettant. Quelques procès ciblés feraient passer le message. »*

En 2003, l'industrie du disque américaine a commencé à faire appliquer la loi sur la propriété intellectuelle contre des personnes physiques. Il ne s'agissait pas de personnes ayant téléchargé à l'occasion quelques fichiers pour leur usage personnel ou privé, mais de personnes qui avaient téléchargé des centaines, voire des milliers, de fichiers de musique sur leurs ordinateurs personnels, et ouvert leur répertoire de fichiers sur Internet aux fins de la copie, de la transmission et de la distribution à des milliers ou à des millions d'inconnus anonymes.

Actions en justice contre des «uploaders» de gros volumes de musique sous copyright vers les serveurs– une stratégie dissuasive efficace

Les actions intentées contre les « téléchargeurs » de gros volumes vers les serveurs, lancées pour la première fois aux États-Unis en septembre 2003, ont fait passer le message à un vaste public aux États-Unis et ailleurs. La sensibilisation à l'illégalité du partage non autorisé de fichiers aux États-Unis est passée aux États-Unis de 37 % avant les procès à 64 % en décembre 2003.

Le message est parvenu aux sociétés et aux universités ainsi qu'aux enfants et aux parents. On est de plus en plus conscient, particulièrement aux États-Unis, que l'activité de 'partage' via des services peer-to-peer parfois présentée comme inoffensive, voire même respectable, est en fait illégale et a bien des conséquences en termes de sécurité et de contenu de ces services.

Si leur objectif premier était de dissuader par la sensibilisation du public, les procès américains ont aussi aidé à créer un espace pour les services légitimes en ligne. On a ainsi pu observer une forte réduction des niveaux de piratage en ligne dans le sillage de la campagne de procès. **Parallèlement, les abonnements aux services légitimes américains ont enregistré une nette augmentation, passant à plus d'un million en 2003.**

Une nouvelle étude de l'IFPI montre que l'effet dissuasif peut s'étendre au plan international

En décembre 2003, l'IFPI a commandé une étude pour déterminer le niveau de sensibilisation à l'illégalité de la distribution ou du partage de musique sous licence via Internet, et les niveaux de soutien aux campagnes de procès expliquées ci-avant. Le cabinet de recherche GfK a conduit un sondage téléphonique assisté par ordinateur sur un échantillon aléatoire de 1.000 personnes en Allemagne, en France et au Royaume-Uni, et de 500 au Danemark.

Les principaux résultats et les principales conclusions des résultats de l'étude sont les suivants :

- 66 % des sondés de l'étude dans les quatre pays, en moyenne, sont conscients que le partage non autorisé de fichiers est illégal.
- Plus de la moitié des personnes interrogées (54 %) dans les quatre pays soutiennent les procès de l'industrie contre les grands contrevenants d'Internet. En France et au Royaume-Uni, ces chiffres sont de 49 et 52 % respectivement, avec presque un quart des personnes encore indécises.
- La moitié de tous les sondés (53 %) pensent que les perspectives de procès intentés par les ayants droit de la musique inciteraient les personnes partageant illégalement des fichiers à cesser ou à diminuer leurs activités. En Allemagne, 65 % des sondés estiment qu'une action en justice mettrait un terme à l'activité illégale ou la réduirait.
- La sensibilisation des alternatives légitimes au partage de fichiers demeure faible : 23 % parmi tous les sondés. Les 16-29 ans en sont cependant plus au fait : 38 % en ont connaissance.

Les procès comme stratégie mondiale

Cette stratégie, qui s'est révélée fructueuse, va très probablement s'imposer de plus en plus au niveau international. La pénétration croissante de la bande large ayant déclenché une augmentation de la distribution de musique non autorisée, il est très probable que des procès similaires à ceux des États-Unis seront intentés sur le plan international contre les "uploaders" majeurs d'Internet en 2004.

Plusieurs pays ont déjà intenté des procès contre des individus offrant des fichiers musicaux sans autorisation, notamment :

- **Le Danemark.** Poursuites au civil contre 150 utilisateurs du peer-to-peer en décembre 2002.
- **L'Allemagne.** Poursuites au pénal contre des "uploaders" vers les serveurs P2P en avril 2003.
- **L'Italie.** Poursuites au pénal contre 75 "uploaders" vers des serveurs P2P et opérateurs de serveurs en mai 2003.

- **La Suisse.** Condamnation au pénal d'un "uploaders" vers des serveurs P2P en mai 2003.
- **Taiwan.** Poursuites au pénal d'utilisateurs de services P2P en cours.
- **La Corée.** Plaintes au pénal déposées contre 100 utilisateurs P2P en décembre 2003.

Qu'on ne doute pas de la détermination de l'industrie, bien décidée à accompagner ses initiatives éducatives et commerciales en faveur d'alternatives commerciales et légales en ligne, de campagnes de procès. Elle a déjà prouvé qu'elle était prête à faire valoir ses droits contre les principaux "uploaders" contrevenants sur Internet si besoin était.

« Mettre de la musique à disposition sur Internet sans autorisation – ce qui représente la majeure partie de tous les partages de fichiers – est illégal dans la quasi-totalité des pays. Ceux qui passent outre cette réalité juridique devront s'attendre à en subir les conséquences. »

Jay Berman, PDG, secrétariat de l'IFPI

Natalie Lariviere, PDG du Groupe Archambault Inc. (détaillant canadien)

« En tant que premier distributeurs détaillant de musique en France et en Europe continentale, via nos magasins et nos sites Web, nous avons l'ambition, à la FNAC, de jouer un rôle prépondérant dans la distribution numérique de musique. Nous sommes convaincus que le marché est maintenant prêt pour des services de téléchargement légitimes, et nous avons des preuves pour étayer cette conviction. Toutefois, pour que le marché puisse réellement décoller et pour offrir aux consommateurs un service réellement attractif et efficace, la lutte contre le piratage – largement responsable du déclin des ventes de musique – est un impératif vital. »

Christophe Cuvillier, Directeur Général International et Développement, FNAC