

Jean-Noël Tronc : « La Sacem s'adapte face aux nouveaux entrants dans la collecte de droits musicaux »

NICOLAS MADELAINE / JOURNALISTE MÉDIAS | LE 15/10 À 07:20



Jean-Noël Tronc, le directeur général de la Sacem. - Jean-Baptiste Millot

Le directeur général de la Sacem explique comment la société française - à but non lucratif - de collecte de droits d'auteur s'adapte à la nouvelle donne du marché de la musique.

A l'étranger, des sociétés à but lucratif s'intéressent de plus en plus à la collecte de droits. Pensez-vous pouvoir résister ?

Effectivement, nous sommes désormais concurrencés par Kobalt, une société anglo-saxonne financée par Google. Kobalt est un éditeur, et, à ce titre, est membre chez nous. Mais il a racheté l'an dernier l'American Mechanical Rights Agency (AMRA) et s'est lancée cet été sur la collecte de droits au niveau mondial. Cependant, le big data est désormais au cœur de la Sacem.

Le reporting de nos droits représentent 250 millions d'entrées l'an dernier, contre 5 millions en 2007. Nous venons de passer le cap des 100.000 oeuvres déposées directement chez nous par Internet. Depuis avril, les utilisateurs de musique (salles de concert, coiffeurs, bar...) peuvent ouvrir un compte sur notre site et payer leurs droits très simplement. Nous continuerons à nous battre pour nos artistes, à numériser nos systèmes et à pousser pour que les géants de la tech partagent équitablement la richesse créée par la musique.

Combien pèse la Sacem ?

Depuis 2005, la Sacem a distribué 216 millions d'euros aux artistes auteurs-compositeurs français et étrangers au titre de la musique diffusée sur Internet en streaming, en téléchargement et sur les plateformes de VOD. Et cela augmente d'année en année, avec une part du streaming croissante. Pour 2015, nous avons distribué 50 millions, dont 20 millions à 150 146 artistes partout dans le monde et le reste aux éditeurs.

En 2005, ce montant n'était que de 2,2 millions pour 13.782 artistes. Au total, avec les ventes physiques, les droits voisins, la copie privée, nos collectes ont atteint 1.274 millions en 2014, dont 830 millions pour les seuls droits d'auteur. Je rappelle que les ventes totales de musique enregistrée atteignent 786 millions. Nous sommes donc un acteur majeur. Nous avons réussi à pousser Apple à plus que doubler la part auteurs-compositeurs-éditeurs de 7 % à 15 % aujourd'hui.

Vous avez signé l'accord en faveur d'un partage équitable des revenus de la musique en ligne négocié par Marc Schwartz. Pourquoi ?

C'est un accord historique. Il institue un dialogue fort entre représentants des artistes et leurs producteurs. L'accord va aussi garantir la transparence dans les revenus de la filière et il pose même la question des retombées financières pour les artistes des prises de participation des maisons de disque dans les plates-formes de streaming comme Deezer. La France est pionnière en la matière.

Comprenez-vous la colère des radios libres contre le durcissement des quotas de chansons francophones ?

C'est un conflit déraisonnable. Les quotas ne sont pas une obsession française, les premiers sont apparus en Australie en 1942 et il y en a aujourd'hui un peu partout, au Portugal, en Norvège... En passant de plus en plus souvent les mêmes titres, les radios créent une usure. Ce contournement des quotas est très préjudiciable aux radios elles-mêmes. Les radios sont des partenaires, la plupart étant même éditrices de musique.

Elles ont tout intérêt à voir prospérer la musique française. Quelles chances ont-elles de négocier des exclusivités pour la musique anglo-saxonne ? Et les quotas nous protègent contre l'asphyxie culturelle. Un sondage Ifop très récent montre que 65 % des 25-34 ans se plaignent d'entendre toujours les mêmes titres. Ils se créent chaque année plus de 6.700 titres en langue française et on demande au radio d'en passer quelques dizaines de plus, ce n'est pas si difficile... Artistiquement, la chanson française s'est rarement aussi bien portée et pourtant économiquement elle a rarement été aussi fragilisée.

Les radios font valoir que les services de streaming ne sont soumis à aucun quota...

A mon avis, elles ont raison sur ce point. Il y aurait des dispositions à prendre pour que la diversité culturelle soit plus visible sur certains services Internet. Il nous semble par exemple que sur les quelque 40 recommandations de morceaux de musique sur la droite de l'écran lorsque vous regardez une vidéo sur Youtube, un géant de la musique, il pourrait y avoir 30 % de chansons francophones.

C'est deux lignes de code encore plus simples à écrire que d'appliquer des quotas en radio. L'observatoire de la musique actuellement en projet pourrait veiller à cette diversité culturelle, sachant que ces questions doivent être étudiées à l'échelle européenne. En attendant, on pourrait confier au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) cet observatoire, ce qui le placerait devant ses responsabilités en matière de diversité musicale.

A ce propos, la télévision en fait-elle assez en matière de musique ?

Le vrai problème, c'est France Télévisions. Ses obligations sont aujourd'hui tellement nombreuses et floues qu'elles n'aboutissent à rien. Nous demandons une émission musicale régulière à une heure de grande écoute. Pourquoi le service public aurait-il des obligations de production et de diffusion de contenus audiovisuels et ne ferait rien pour la musique ?

Le lien économique est pourtant évident : si un artiste passe à 20 heures, il a plus de chance d'être téléchargé dans la foulée. La génération des Souchon et des Voulzy aurait-elle rencontré autant de succès si elle avait été aussi mal traitée par la télé ? Si les artistes ne sont pas exposés dans les médias le public ne peut pas les découvrir. ●

Propos recueillis par Nicolas Madelaine