

## Vos droits sur [www.radiofrance.fr](http://www.radiofrance.fr)

**Les auteurs interrogent régulièrement la Scam quant au versement de droits pour la diffusion de leurs œuvres sonores sur internet. En 2004, avec le développement croissant de la radio sur la toile numérique, les sociétés d'auteurs ont entamé des négociations avec Radio France. Un accord a récemment été signé. Explications.**

Internet permet des diffusions multiples donnant à chaque auditeur la possibilité d'écouter une radio « à la carte ». De manière schématique, le site Internet de Radio France permet d'écouter les programmes de plusieurs manières.

- **Premier cas**, l'auditeur écoute, en direct sur son ordinateur, les programmes tels qu'ils sont diffusés à l'antenne et qu'il peut écouter sur sa chaîne hifi ou dans sa voiture. Dans ce cas, on parle donc de diffusion simulcast, ou de retransmission en ligne simultanée, intégrale et sans changement de programmes. Les programmes analogiques et numériques étant identiques, leur économie se confond et le versement des droits pour l'analogique comprend les droits pour la diffusion numérique.
- **Deuxième cas**, à la carte, l'auditeur peut télécharger des programmes sur son ordinateur ou son baladeur afin de les écouter et réécouter à l'heure voulue. Dans ce cas on parle alors de podcasting ou de baladodiffusion (merci à nos amis québécois) pour lequel les sociétés d'auteurs sont en cours de négociation avec Radio France. Pour l'instant, Radio France a lancé cette offre à titre expérimental, mais son succès semble d'ores et déjà garanti car il répond à une demande du public. En raison de l'absence de modèle économique établi, nous sommes encore dans une phase d'observation mais il est évident qu'un contrat viendra régulariser, a posteriori, la situation.
- **Troisième cas**, (celui qui fait l'objet du contrat récemment signé), l'auditeur peut écouter en direct sur son ordinateur non seulement les programmes identiques à ceux diffusés à l'antenne (dits flux continu) et archivés pendant huit jours, mais aussi des programmes spécialement conçus pour le site Internet (des programmes web) sans pour autant pouvoir les télécharger, il s'agit alors de webradios. *Les Sentiers de la création* ou *Les Chemins de la connaissance* en sont des exemples.

### Le cadre de la négociation

Ce nouveau contrat concerne donc l'exercice du droit de représentation et du droit de reproduction et s'applique aux œuvres proposées seulement à l'écoute et/ou visualisation immédiate à l'exclusion pour le consommateur de toute possibilité de téléchargement et actes dérivés (modification ou personnalisation du programme, sélection des parties de ce programme, etc...). Il faut cependant excepter les œuvres incluses dans les programmes de Radio France et archivées sur son site dans la limite de huit jours après leur radiodiffusion et proposées exclusivement à titre gratuit aux internautes. Passé ce délai de huit jours, un avenant au contrat est nécessaire.

### Les obligations financières

Deux nouveaux critères font leur apparition dans les négociations. Le critère dit PAVMO correspondant aux « pages web vues par mois qui comportent des œuvres du répertoire des sociétés d'auteurs » et le critère PAVM correspondant à « la totalité des pages web visitées sur un mois civil par les utilisateurs du site ».

La diversité de conception des sites a conduit les sociétés d'auteurs à proposer des conditions financières alternatives :

- soit un pourcentage fixe égal à 6 % des recettes publicitaires définies contractuellement (à l'exclusion des recettes d'abonnement) ;
- soit un pourcentage nettement plus élevé sur ces mêmes recettes, mais selon le critère PAVMO et assorti d'un minimum garanti par tranches de pages vues.

Au titre de l'année 2005, Radio France a opté pour la seconde option soit :

$$\frac{12\% \text{ des recettes publicitaires} \times \text{PAVMO}}{\text{PAVM}}$$

### La durée

Ce type d'accord revêt un caractère expérimental. Il convient en effet de prendre un peu de recul pour les examiner sur les plans technique, financier et juridique avant qu'ils puissent constituer des modèles contractuels pérennes avec des conditions tarifaires qui soient à la fois cohérentes, réalistes

et acceptables par les parties. Un contrat est aussi le reflet d'une économie or cette activité est encore peu génératrice de bénéfices même si elle capte de plus en plus de budgets publicitaires. Ce nouveau contrat avec Radio France s'applique du 1<sup>er</sup> janvier 2005 au 31 décembre 2006, renouvelable par tacite reconduction.

### **La gestion des droits**

Passées les phases d'observation et de négociation, vient naturellement celle de la perception et de la répartition. Dans un premier temps, il va donc s'agir de percevoir des sommes sans commune mesure avec les attentes de chacun puis de partager lesdites perceptions entre les sociétés d'auteurs aux répertoires « mêlés » sur ces exploitations (musiques, sons, textes, images fixes...) de manière jamais rencontrée avant le numérique. Dans un second temps, il faudra les répartir aux auteurs. Or les œuvres concernées sont souvent mal déclarées et elles seront difficilement identifiables les premières années tant que tous les moyens informatiques de traçage des utilisations n'auront pas été mis en place par les exploitants. Cette phase est cependant bien entamée, mais c'est seulement par approches successives que se mettront en place les concepts, outils et mécanismes permettant d'appréhender l'exploitation des œuvres. Aujourd'hui, avec la signature de cet accord, l'essentiel est d'avoir ancré les principes.