

«Prédateurs», «pilleurs», ces mots paraissent déplacés pour parler des napstériens.

# Sur le Net, copier n'est pas voler

par ARIEL KYROU

**Q**ue Jean-Marie Messier profite du Milia, grand marché du multimédia à Cannes, pour se faire le héraut de la lutte des «créateurs» contre les «pilleurs», le chevaleresque défenseur de la propriété intellectuelle contre ces gueux de Napster, on se dit: il les mesure en dollars, les créateurs? Mais on ne peut s'empêcher de penser: diable qu'il est malin le petit Dieu de Vivendi-Universal...

Lorsque, en revanche, ce même 12 février 2001 en ce même lieu de débauches virtuelles, Lionel Jospin se lance dans une vibrante tirade contre ces «craqueurs» de jeux: au «comportement prédateur inacceptable», on s'étonne d'une si trou-

blante proximité...

Enfin, le 14 février 2001 au Parlement européen, Axelle Red se met à chanter en chœur avec messieurs Messier et Jospin, on en avale son «edentier». Et l'on écoute avec stupeur les paroles de son blues déchirant: la complainte de la pauvre star déshabillée par les hordes de pirates numériques, par ces quelques 55 millions de napstériens s'échangeant le sel de la pop entre

bandits sur le réseau, sans obole verser aux respectables sociétés d'auteurs.

Mais de qui parlons-nous? De quels «prédateurs»? De quels «pilleurs»? Messieurs, Madame, vous parlez bien de ces adolescents et de ces étudiants qui pompent et se refilent des bribes de musique ou de jeux vidéo par le Net? Vous êtes sûr de ne pas vous tromper de cibles? De confondre l'ami qui enregistre gratos pour ses potes et le vilain qui, en cours de récréé, revend à 60 balles des CD piratés? Ne pensez-vous pas que ces adjectifs de «pilleurs» et de «prédateurs» pourraient qualifier avec un peu plus de justesse les labos pharmaceutiques et les géants de l'agroalimentaire qui brevètent à tour de bras au mépris de la santé publique?

Une nouvelle fois, personne ne s'étonne de tels raccourcis dans la bouche d'un magnat d'une multinationale du loisir. Mais que dire de ces propos sur les lèvres d'un Premier Ministre ou de la chanteuse belge?

Aux eurodéputés, Axelle Red a argumenté qu'en dix-huit heures seize mille copies de ses titres avaient été effectuées sur le Net. Certes, ces

ribambelles de dons et de trocs se négocient sans péage ni même son laissez-passer. Et alors? Par quel miracle financier les «pilleurs» pourraient-ils se transformer en acheteurs de gallettes laser hors de prix? Et qui sait si les plus riches d'entre ces passionnés n'achètent pas leurs œuvres favorites après écoute?

On peut tout faire dire aux chiffres, dans un sens ou dans l'autre. Aux Etats-Unis, les échanges de musique entre internautes par le biais de Napster ont explosé durant la première moitié de

l'année 2000... Or, durant ces six mois, l'industrie du disque américaine a vu les ventes de CD augmenter de 6%! 420 millions d'exemplaires en six mois! Record battu! Qu'en disent les sbires de la RIAA, la Recording Industry Association of America, à l'origine de ce chiffre qui n'a guère eu de publicité? Rien, car, voyez-vous, la RIAA a intenté un procès à Napster... Et, quand les analystes réputés de Jupiter Communication expliquent que Napster a créé un nouvel engouement pour la musique, et donc sert l'industrie du disque, les industriels du disque parlent encore de «pilleurs»...

N'est-ce pas plutôt leur disparition que ces industriels redoutent. N'est-ce pas la peur qui les pousse à agiter le chiffon des «pilleurs» du Net, nouvel avatar des pédos-nazis qui sont censés infester le réseau? Et ne sont-ils pas effrayés à l'idée de voir les acteurs du Net discuter demain en direct avec les artistes?

Au Parlement de Strasbourg, Axelle Red n'était pas seule. Luis Cobos, chef d'orchestre et compositeur, ainsi que George Martin, ancien producteur des Beatles, l'accompagnaient. Et, s'ils n'étaient pas à ses côtés, Jean-Michel Jarre, Mylène Farmer, Pascal Obispo, Charles Aznavour ou Eddy Mitchell ont déjà joué devant les cravatés politiques le blues des méfaits de la copie privée. Eux aussi portent haut l'étendard du Groupement européen des sociétés d'auteurs et de compositeurs (Gesac). Mais ces stars, qui ne représentent qu'elles-mêmes, ne font-elles pas des leurres magnifiques? De jolis instruments entre les doigts d'un lobby placé sous la bénédiction des majors du disque?

Pourquoi ne pas demander leur avis à des artistes underground, aux zozos du monde techno et à cette immense majorité de créateurs qui ne vivent pas de leur art et auraient bien du mal à se constituer en groupe de pression? Même parmi les stars, les opinions divergent. Aux Etats-Unis, les musiciens de Metallica ont témoigné contre Napster, alors que Moby, Thom Yorke de Radiohead ou Chuck D de Public Enemy en font l'éloge. Prince, lui, dénonce «l'hypocrisie de l'industrie qui, feignant de défendre la musique, ne sert que ses bénéficiaires», sans le moindre respect pour les mélomanes et les fans qui utilisent Napster et les sites spécialisés en mp3 pour assouvir leur passion et leur «soif de raretés»... Quant à Courtney Love, chanteuse Hole, dans une diatribe d'une précision remarquable publiée par le magazine en ligne Salon, elle y cloue au pilori les «vrais pirates»: non pas Napster et ses adeptes mais «les majors qui se font des couilles en or sur le dos des ar-

tistes», et engraisent au passage une légion d'intermédiaires inutiles, des avocats aux «business

**Pensons  
aux droits  
d'auteur,  
mais  
en diplomate  
plutôt  
qu'en flic.  
Jouons  
la carte  
des  
créateurs,  
messieurs  
Jospin et  
Messier.**

*managers»...*

Le problème n'est-il pas justement celui des intermédiaires? Alors que le Net peut permettre de se passer d'eux en tout ou partie, les labels, les éditeurs, les sociétés d'auteurs, les distributeurs, les journalistes et tous les professionnels du loisir ne doivent-ils pas se poser la question de leur utilité? De leur valeur ajoutée? De leurs missions de sélection, de guide et de relais, qui supposent l'amour de la musique bien plus que l'obsession des euros? Car, s'il ne le produit pas lui-même, un artiste ne gagne que de 5 à 8 % du prix de son CD...

Qu'on ne se berce pas d'illusions: la soif de musique gratuite sur le Net ne va s'éteindre de sitôt, même si Napster, mettant du Bertelsmann dans son moteur, met fin à la gratuité et propose à l'été un abonnement

payant.

Que les copies soient autorisées ou sauvages, Bono de U2 jubile à l'idée que des millions de jeunes s'échangent et découvrent de nouvelles musiques par le réseau. Mais, là où il tique, c'est lorsque Napster, entreprise autant que logiciel, se fait du blé et fait monter sa cote au Nasdaq sans rétribuer les artistes!

Dit autrement: n'aurait-il pas fallu labelliser Napster et le transformer

en service public de type discothèque de prêt gratuit? En guide de musique et en foire au troc sans le moindre objectif de profit?

Et la taxe de 3,70 francs (0,56 euro) sur les CD vierges, qui ont bien d'autres usages que la copie privée (ou piratée) de musique ou de jeux? Voilà une occasion de faire preuve d'imagination en matière de droits d'auteur! La Sacem (Société des auteurs-compositeurs et éditeurs de musique), monstre ancien et opaque, fait redistribuer la taxe sur les cassettes au prorata des ventes des artistes. Conclusion: à suivre ses prescriptions, mes logiciels libres, mes copies de boulot ou de photos de famille sur CD vierge risquent de remplir les poches déjà lourdes des Michel Sardou et autres Mylène Farmer, et je n'en ai vraiment pas envie du tout! Alors pourquoi ne pas utiliser ces sommes, là encore, dans une logique de service public? Pourquoi ne pas les employer pour créer des guides historiques et pédagogiques ou des ressources dédiées aux artistes? Pour labelliser des sites de passionnés? Pourquoi ne pas les redistribuer à tous les artistes, et plus encore à la jeune création, sans rapport aux ventes qui justifient aujourd'hui du versement de tous les droits?

Alors, oui, pensons aux droits d'auteur, mais en diplomate plutôt qu'en flic, en s'ouvrant aux Napster et ses frères Gnutella ou Mojo Nation. Jouons la carte des créateurs, messieurs Jospin et Messier, mais d'abord des jeunes, des expérimentateurs, de tous ceux qui ne sont pas rentables. Que les artistes ne soient pas spoliés, mais que se créent des projets de service public à destination des mélomanes, des chercheurs et des explorateurs sans chapelles! ●

**Ariel Kyrou** est directeur associé de Moderne Multimédias, chroniqueur à France Culture et coauteur du livre «Global Tekno» (Camion Blanc).