

Une analyse panoramique du cadre juridique applicable aux artistes musicaux émergents

Auteur : Lambermont, Mathis

Promoteur(s) : Thirion, Nicolas

Faculté : Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Diplôme : Master en droit, à finalité spécialisée en droit économique et social

Année académique : 2024-2025

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/23639>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

Une analyse panoramique du cadre juridique applicable aux artistes musicaux émergents

Mathis LAMBERMONT

Travail de fin d'études

Master en droit à finalité spécialisée en droit économique et social

Année académique 2024-2025

Recherche menée sous la direction de :

Monsieur Nicolas THIRION

Professeur

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	3
REMERCIEMENTS.....	6
INTRODUCTION	8
PARTIE 1. DE QUELQUES ÉLÉMENTS INDISPENSABLES À UNE BONNE COMPRÉHENSION DE LA MATIÈRE.....	8
I. NOTIONS ÉCONOMIQUES	9
1° Les majors.....	9
2° Les labels indépendants	11
3° L'industrie musicale en Belgique : état des lieux	12
4° Impact de l'intelligence artificielle	14
5° Les avances.....	15
6° Le manager	15
II. NOTIONS JURIDIQUES.....	16
1° La différence entre droits d'auteur, droits voisins et royalties.....	16
a) les droits d'auteur.....	17
I. les droits patrimoniaux	18
II. les droits moraux	21
III. à qui va l'argent des droits d'auteur ?	23
iv. d'où vient l'argent des droits d'auteur ?	24
b) les droits voisins	24
c) les royalties	25
i. à qui va l'argent des royalties ?	25
ii. d'où vient l'argent des royalties ?.....	26
d) les droits master	26
4° Les options	29
a) création d'un nouveau contrat	29
b) prolongation du contrat initial.....	31
c) les options via un pacte de préférence	31
PARTIE 2. LES CONTRATS APPLICABLES AU ARTISTES MUSICAUX ÉMERGENTS	32
A. LES CONTRATS PRINCIPAUX.....	33
Le contrat de distribution	33
a) définition	33
b) engagement du label.....	34
c) engagement de l'artiste	34
d) fin du contrat	35
Le contrat de licence.....	36
a) définition	36
b) engagement du label	37
c) engagement de l'artiste	37
e) schéma	39
Le contrat d'artiste	39
a) définition	39
b) engagement du label	40
c) engagement de l'artiste	41
d) fin du contrat	41
e) signer en artiste quand on est signé en édition.....	42

f) le statut de l'artiste.....	43
B. LES CONTRATS PARTICULIERS	44
Le contrat MRD ou « 360° ».....	44
a) dans la pratique	44
b) le contrat 360° « actif »	46
c) le contrat 360° « passif ».....	47
Le contrat d'édition.....	47
a) définition	47
b) engagement de l'éditeur	48
c) engagement de l'artiste	50
d) durée de l'engagement.....	51
e) fin du contrat	51
CONCLUSION	53

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord remercier le Professeur Thirion qui m'a offert l'opportunité de me pencher sur un sujet qui me tient profondément à cœur : l'art. Dans un paysage juridique où le droit de la musique reste encore largement sous-exploré, il est précieux de pouvoir consacrer un mémoire à cette matière trop souvent délaissée par les professionnels du droit. Dans cette optique, il est crucial pour nous, étudiants, de pouvoir compter sur des professeurs volontaires de nous accompagner dans une telle mission.

Au-delà du sujet lui-même, je tiens à souligner que ce travail représente exactement, à mon sens, ce pour quoi l'université nous forme : penser & questionner. Pouvoir mener une réflexion approfondie sur une branche qui ne fait pas directement écho aux grands axes du droit classique est, pour moi qui suis également artiste, une véritable opportunité. Ce mémoire est le point de rencontre entre deux mondes que je m'efforce de concilier : celui du droit et celui de la création.

Je tiens ensuite à remercier l'ensemble de mes camarades sur qui j'ai pu compter tout au long de mon parcours. Le confort de notre chemin académique dépend en grande partie des gens qui le parcourent avec nous. À en croire le dicton, nous sommes la moyenne de ceux qui nous entourent ; je ne peux donc que me réjouir d'avoir partagé les bancs de l'Université avec des gens que j'admire et qui, jadis simples camarades, sont devenus des amis. J'ai plus particulièrement une pensée émue pour Robin qui s'est vu empêcher de continuer ce chemin avec nous. Je porte avec moi son souvenir en m'assurant que chaque jour ait un sens.

INTRODUCTION

Bien que fantasmé par les acteurs qu'il concerne, le célèbre « contrat d'artiste » reste le malheureux élu quant aux connaissances que l'on a de lui. Longtemps vu par la sphère urbaine comme la porte des enfers, le contrat fait rêver autant qu'il fait peur. Bousculé par l'avènement d'une autonomie grandissante dans la production phonographique, les rapports contractuels se métamorphosent et il s'avère compliqué pour un artiste de comprendre où se placer dans ces relations juridiques. La raison principale à cette incompréhension découle tantôt du snobisme quasi-institutionnelle dont font preuve les structures telles que les majors qui considèrent les artistes comme des vaches à lait prêtes à tout pour une once de gloire, tantôt du fait que certaines considérations ne sont pas accessibles sans avoir une formation technique en droit alors même que les artistes ne disposent pas de revenus suffisants pour s'offrir les services d'un avocat.

L'envie de réaliser un tel travail est née d'un constat : si l'incompréhension de ses droits est un obstacle à leur exercice, l'ignorance de leur existence même érige une frontière tant invisible qu'infranchissable. Le but est de donner un éclaircissement accessible à tout artiste qui n'a pas de formation en droit. J'attire toutefois l'attention du lecteur sur le fait que le présent travail se base sur des considérations de droit positif de 2025 et que, même si la majorité des aspects traités sont des considérations issues de bonnes pratiques, certains points sont susceptibles de changer (d'autant plus dans un contexte qui tente de faire évoluer la législation sur les droits d'auteur pour la concilier avec les avancées en terme d'intelligence artificielle). Nous noterons par exemple que la loi française définit le contrat d'édition, là où la loi belge ne le fait pas encore¹. Il est donc nécessaire de garder à l'esprit ce caractère mouvant du droit applicable avant d'entamer les développements qui suivent. De plus, certaines remarques découlent d'un point de vue subjectif et le lecteur doit se sentir libre d'aborder ses relations contractuelles comme il l'entend.

Le présent travail s'articulera en deux parties ; une première partie consacrant l'analyse de certains concepts indispensables pour comprendre les considérations développées ; et une deuxième partie ayant trait à l'analyse des différents contrats que l'on rencontre au sein de l'industrie musicale.

PARTIE 1. DE QUELQUES ÉLÉMENTS INDISPENSABLES À UNE BONNE COMPRÉHENSION DE LA MATIÈRE

Il est inconcevable de proposer une analyse panoramique de l'industrie musicale sans en explorer ses aspects économiques & juridiques. En 2024, la musique enregistrée a généré un chiffre d'affaire de 415 millions d'euros dès son premier semestre, ce qui représente une évolution de 5,9% par rapport à 2023². Le numérique représente, à lui seul, 87% de ce

¹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 120.

² SNEP, *Musique enregistrée : Performances du premier semestre 2024*, rapport officiel, 2024.

chiffre³. Inéluctablement, un secteur aussi lucratif ne peut être épargné par les jeux de pouvoir omniprésents dans le monde des affaires. Il faut concevoir l'industrie musicale avec un recul suffisant pour comprendre que, selon cette dernière, le public est réduit à un vecteur de demande et les artistes à celui d'une offre, avec des labels qui jouent le rôle d'intermédiaire entre les deux.

L'artiste naïf et optimiste est porté à croire que le monde professionnel fait preuve d'une éthique indéfectible, tant il serait aussi sensible à l'art que lui. Or, dans la pratique, il est devenu rare de rencontrer des artistes qui n'ont pas de mauvaises anecdotes à raconter dans leurs rapports avec l'industrie musicale. Nous citerons, sans développer, quelques affaires médiatisées à titre d'exemples — SCH en conflit avec son label (Braabus), à la suite de quoi la Cour d'Appel d'Aix-en-Provence a donné gain de cause à Braabus⁴ ; Taylor Swift contre Big Machine Record ; Nekfeu contre Y&W suite à quoi la Cour de Cassation a donné raison au rappeur en 2020⁵ ; Prince contre Warner ; MC Solaar contre Polygram⁶, et on en passe. Si ces affaires ont connu un grand retentissement médiatique, d'autres restent inconnues aux yeux du grand public mais n'en demeurent pas moins importantes pour leurs protagonistes. Le fait est que, là où il y a de l'argent, il y a du pouvoir. Il est donc du devoir de chaque artiste de s'armer contre les rapports de force et les abus qu'ils entraînent.

Avant de se plonger dans l'aspect technique des contrats, il est dès lors essentiel de cerner plusieurs notions propres à l'industrie musicale : d'une part, les notions économiques et, d'autre part, les notions juridiques.

I. NOTIONS ÉCONOMIQUES

1° *Les majors*

Le concept de « major » désigne les trois grandes maisons de disques dominantes qui contrôlent une part significative du marché de la musique (il s'agit approximativement de 70% du marché). Ces entreprises, parfois appelées les « Big Three » (Universal Music Group, Sony Music Entertainment et Warner Music Group), possèdent un réseau de filiales, de labels spécialisés et de partenaires qui leur permettent d'influencer la production, la distribution et la promotion des œuvres à l'échelle internationale.

³ VRT News., *Chiffres d'affaires record pour l'industrie musicale belge l'an dernier, notamment grâce au streaming*, 2024.

⁴ France, CA Aix-en-Provence, 18 septembre 2024, n°20/03143.

⁵ France, Cass., Paris, Chambre Commerciale, 10 juin 2020, n° 18-16.441, n° 18-20.733

⁶ Lardinois, J.-C. et Mouffe, B., « *Troisième partie - Droit des contrats* » in *Droit des artistes*, 1^e édition, Bruxelles, Larcier, 2021, p.419.

Le terme « major » remonte aux années 1950-1960, quand quelques entreprises comme EMI, CBS (devenu Sony) ou Warner Bros Records ont commencé à monopoliser les ventes de vinyles, puis de cassettes et de CD. Aujourd’hui, après des fusions et restructurations successives, les trois majors restantes détiennent environ 70 % du marché mondial de la musique enregistrée. Leur force réside dans leur capacité à investir massivement. Elles financent l’enregistrement d’albums, la production de clips, les tournées promotionnelles, les campagnes publicitaires et le placement des titres dans les médias (radio, TV, playlists streaming etc...). Elles disposent aussi d’un réseau de distribution physique et numérique considérable, permettant à un artiste d’être présent simultanément dans des milliers de magasins, de plateformes de streaming et de pays.

Pour un artiste, signer avec une major offre des opportunités majeures mais aussi des contraintes. D’un côté, la major met à disposition des budgets élevés pour la création (studios hauts de gamme, producteurs renommés, collaborations avec d’autres artistes...), une visibilité médiatique quasi-instantanée grâce à ses relations avec les médias, ainsi qu’une gestion professionnelle des aspects juridiques et financiers (droits d’auteur, licences, collecte des royalties etc.). De l’autre, l’artiste cède souvent une partie de son contrôle créatif (se voyant souvent imposer de collaborer avec des directeurs artistiques, aussi appelés « DA ») et de ses revenus. Les contrats avec les majors sont généralement longs, incluent des clauses restrictives (exclusivité & droits sur les masters⁷ le plus souvent) et prévoient une répartition des bénéfices souvent déséquilibrée en faveur du label. Il arrive ainsi que l’artiste perçoive seulement 5 à 10% des revenus générés par ses streams ou ventes — le reste servant à rembourser les avances et à rémunérer la major. Nous citerons une affaire à titre d’exemple, dite « arrêt Star Academy », dans laquelle le contrat faisait état d’une redevance de 99% accordée au label⁸.

Un autre aspect-clé est le fractionnement des majors. Elles possèdent des sous-labels (comme Interscope chez Universal ou Columbia chez Sony) qui ciblent des genres (pop, rap, rock etc.) ou des marchés spécifiques (Europe, Amérique latine, Asie etc.). On a dès lors des majors qui fonctionnent comme des sociétés-Holding⁹. Cette filialisation permet une certaine spécialisation mais l’artiste n’en reste pas moins soumis aux décisions stratégiques de la maison-mère. Par exemple, si un album ne rencontre pas le succès escompté, la major peut réduire les budgets promotionnels (sous réserve de ce qui est prévu dans le contrat) ou reporter la sortie d’un projet sans avoir égard à l’avis de l’artiste.

⁷ Les droits master correspondent aux droits d’exploitation de l’œuvre dans son caractère matériel, c’est-à-dire les droits sur l’enregistrement en tant que tel (à différencier des droits d’auteur qui, pour leur part, correspondent aux droits sur l’œuvre dans son caractère immatériel).

⁸ Belgique, Cour d’appel, 4ème ch., Bruxelles, 18/12/2006 — Affaire : "Star Academy", Ing.-Cons., 2007/2, p. 290.

⁹ Une société à holding est une société dont l’activité principale est de détenir des titres, actions ou parts sociales d’autres sociétés.

Les majors jouent également un rôle central dans la gestion des droits masters (droits des producteurs phonographiques¹⁰) et dans les négociations avec les plateformes de streaming. Leur poids économique leur permet d'imposer des conditions avantageuses lors des renouvellements de licences avec des acteurs comme Spotify ou YouTube, ce qui influence directement les royalties perçues par les artistes. Cependant, cette concentration du pouvoir est régulièrement critiquée : certains artistes dénoncent un manque de transparence dans la répartition des revenus (l'assiette sur laquelle est prélevée le pourcentage n'est parfois pas claire quant à ce que le label qualifie de brut/net) ou une standardisation excessive des contenus musicaux pour plaire aux algorithmes.

Depuis l'avènement du numérique et l'autonomie croissante des artistes via les nouvelles technologies, l'influence des majors a évolué. Beaucoup d'artistes choisissent désormais de commencer leur carrière en indépendant, puis de signer un partenariat avec une major pour accéder à des ressources plus larges sans céder tous leurs droits (les artistes signent alors en licence ou en distribution après avoir acquis une certaine notoriété). Des modèles hybrides émergent, comme les « services deals » où la major agit comme un prestataire (distribution & marketing) en échange d'un forfait, sans avoir égard aux droits d'auteur ni aux royalties.

Une major est donc à la fois un partenaire puissant et un gardien des portes de l'industrie. Pour un artiste, collaborer avec une major peut accélérer une carrière, mais cela implique de naviguer dans un système complexe où les impératifs commerciaux priment parfois sur la vision artistique. Comprendre ce paysage aide à faire des choix éclairés, que ce soit pour signer un contrat, négocier des termes équitables ou préserver son indépendance créative.

2° *Les labels indépendants*

Plus communément appelés « labels indés », ces labels sont des maisons de disques qui ne font pas partie des trois géants de l'industrie (Universal, Sony et Warner). Ils incarnent une alternative aux majors, en misant sur une approche plus « artisanale », une liberté créative accrue et des relations de proximité avec les artistes. Pour un artiste, collaborer avec un label indépendant revient souvent à privilégier l'authenticité et le contrôle sur son art, même si cela implique généralement des moyens financiers et une visibilité plus limitées que chez les majors. Toutefois, certaines labels indépendants disposent tout de même de moyens colossaux. Nous citerons par exemple le label belge PIAS, qui a néanmoins été récemment racheté par Universal (après des années de blocage par la Commission Européenne en raison d'une concentration trop importante de parts de marché¹¹).

¹⁰ Cette notion sera explorée en détail infra.

¹¹ Larsen Magazine, *Universal s'empare de PIAS*, 2024.

L'histoire des labels indépendants remonte aux origines mêmes de l'industrie musicale mais leur essor s'est accentué à partir des années 1960-1970, en réaction à la standardisation des productions des majors. Des labels comme Sun Records (qui a lancé Elvis Presley), Motown (spécialisé dans la soul) ou, plus tard, des structures punk comme Rough Trade ou Dischord, ont prouvé qu'on pouvait réussir en dehors des circuits traditionnels. Aujourd'hui, les *indés* couvrent tous les genres : de la techno (Warp Records) à la chanson française (Tôt ou tard), en passant par le hip-hop underground (Stones Throw).

Contrairement aux majors, les labels indépendants fonctionnent souvent à échelle humaine. Leur équipe réduite permet un suivi personnalisé : l'artiste discute directement avec les « haut-placés » du label ou avec le chargé de projet, sans passer par des couches hiérarchiques à n'en plus finir. Cette proximité facilite des décisions rapides et des collaborations intimes, où l'expérience artistique prime davantage sur les impératifs commerciaux que dans une major.

Financièrement, les indépendants opèrent avec des budgets plus serrés. Ils ne peuvent pas toujours financer des clips à gros budget ou des tournées internationales. Les contrats proposés sont généralement plus flexibles et moins contraignants que ceux des majors — une durée plus flexible, des pourcentages de royalties mieux équilibrés et, surtout, une conservation plus fréquente des droits sur les masters par l'artiste. Certains labels vont même jusqu'à proposer des « licences limitées », où les droits reviennent à l'artiste après quelques années.

Néanmoins, travailler avec un label indépendant comporte des défis. La distribution physique (CD & vinyles) est moins étendue, sauf si le label passe un accord avec un distributeur (certains *indés* sont distribués par Universal ou Warner, par exemple). La visibilité internationale est aussi plus difficile à atteindre sans le réseau des grandes maisons. Par ailleurs, les *indés* peuvent manquer de ressources pour défendre efficacement les droits des artistes face aux géants du streaming.

Enfin, il existe une zone grise entre *indés* et majors : certains labels « indépendants » sont en réalité financés ou partiellement détenus par des majors (ces labels d'apparence indépendants mais appartenant à d'autres labels sont appelés les *vanity labels*). Pour un artiste, il est crucial de vérifier qui détient réellement les droits et le contrôle créatif. Les vrais *indés* préservent jalousement leur autonomie, quitte à refuser des partenariats risquant de diluer leur identité.

3° L'industrie musicale en Belgique : état des lieux

L'année 2024 a marqué un tournant dans la structuration de l'industrie musicale belge avec le rachat de PIAS par Universal¹². Cette acquisition s'inscrit dans une tendance

¹² Larsen Magazine, *Universal s'empare de PIAS*, 2024.

globale de concentration du marché où les trois majors contrôlent déjà près de 70% du marché mondial. Pour la Belgique, cette opération représente une perte significative d'autonomie, PIAS ayant historiquement joué un rôle clé dans la promotion des artistes belges et européens.

Cette concentration s'accompagne d'une réduction drastique de la « classe moyenne » des artistes, phénomène déjà pointé du doigt en 2023¹³. Les données du Conseil National de la Musique français montrent que seuls 5% des artistes captent 85% des streams, laissant une majorité de créateurs dans une situation économique précaire.

La plateforme Spotify représente près de 60% du marché du streaming en Belgique et est devenue un acteur tant incontournable que problématique. Les artistes belges semblent délaissés par les algorithmes de recommandation de Spotify¹⁴, favorisant systématiquement les productions internationales au détriment des scènes locales. Ce constat est appuyé par le licenciement en juillet 2024 du seul éditeur de Spotify pour le Benelux, décision interprétée par le secteur comme un désengagement de la plateforme vis-à-vis des marchés de taille moyenne.

Pourtant, quelques succès belges percent occasionnellement, comme Lost Frequencies qui fut l'artiste belge le plus écouté sur Spotify mondialement en 2023 et qui fait presque oublier au public international qu'il vient du pays de Jacques Brel. Mais ces exceptions masquent une réalité moins glorieuse : pour la majorité des artistes, les revenus du streaming restent dérisoires. Les indicateurs du Conseil National de la Musique Française montrent qu'en moyenne, un stream génère entre 0,003 et 0,005 euros, nécessitant plusieurs millions d'écoutes pour dégager un revenu décent.

La Fédération des Labels Indépendants Francophones (la « FLIF ») soutient fermement la transposition de la directive sur les droits d'auteur, estimant qu'elle permet de corriger les inégalités structurelles du streaming musical. PlayRight, la société de gestion des droits voisins, va également dans ce sens en insistant sur la nécessité d'une rémunération appropriée et proportionnelle.

Le paysage musical belge en 2025 est traversé de tensions contradictoires. D'un côté, la concentration du marché, la domination des plateformes et les retards dans la protection juridique des artistes créent un environnement difficile, particulièrement pour les talents émergents. De l'autre, la vitalité de la scène indépendante, l'engagement des institutions culturelles et l'émergence de nouveaux modèles économiques offrent des raisons d'espérer.

La fin de la classe moyenne musicale ne signifie pas nécessairement la fin de la création, mais appelle à repenser fondamentalement les règles du jeu — notamment, la

¹³ Larsen Magazine, *La fin de la « classe moyenne » du secteur musical? »* 2023.

¹⁴ Larsen Magazine, *Les artistes belges délaissés par Spotify ? »,* 2024.

transposition complète de la directive sur les droits d'auteur, une meilleure régulation des plateformes, et un soutien accru aux acteurs indépendants apparaissent comme des conditions nécessaires — bien que non suffisantes — pour préserver la diversité et la qualité de la production musicale belge.

4° Impact de l'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle a rapidement suscité des tensions entre ses acteurs économiques et les ayant droits de l'industrie musicale. Aux États-Unis, les plaintes pour violation des droits d'auteur se multiplient, mettant en lumière les défis juridiques et éthiques posés par l'utilisation non autorisée d'œuvres protégées pour entraîner des modèles d'IA. Les récentes actions en justice intentées par la Recording Industry Association of America (RIAA) contre les start-ups Suno et Udio illustrent ces tensions¹⁵. Ces entreprises, qui proposent des outils permettant aux utilisateurs de générer des chansons à partir de prompts¹⁶, sont accusées d'avoir utilisé illégalement des catalogues musicaux appartenant à des majors comme Universal Music, Sony et Warner. La RIAA dénonce une violation flagrante des droits d'auteur, exigeant des dommages et intérêts pouvant atteindre 150 000 dollars par œuvre copiée et souligne la nécessité d'un cadre légal clair pour encadrer l'utilisation des données dans l'entraînement des systèmes d'IA.

Ces plaintes s'inscrivent dans un contexte plus large de conflits juridiques autour de l'IA générative. Par exemple, le New York Times a récemment poursuivi OpenAI pour l'utilisation non autorisée de ses articles dans l'entraînement de modèles de langage, relançant le débat sur la transparence et le consentement dans l'utilisation des données protégées¹⁷. En Europe, le Règlement sur l'intelligence artificielle (le « AI Act »), adopté en juillet 2023, impose déjà aux fournisseurs de modèles d'IA une obligation de transparence, les obligeant à fournir un résumé détaillé des contenus utilisés pour l'entraînement. Cette mesure vise à prévenir les abus et à garantir que les droits des créateurs soient respectés.

Cependant, les entreprises technologiques défendent souvent leurs pratiques en invoquant le caractère transformatif de l'IA. Udio, par exemple, compare son modèle à un étudiant qui écoute et apprend de la musique pour développer une compréhension des idées musicales, affirmant que ces éléments de base de l'expression musicale ne peuvent être attribués à un propriétaire unique. Cette position, bien que défendable sur le plan technique, ne résout pas les préoccupations des ayants droit, qui craignent une dévalorisation de leur travail et une dilution de leurs revenus.

¹⁵ Le Monde avec Bloomberg, *Suno et Udio, des services de génération de musique par IA, poursuivis en justice pour violation de droits d'auteur*, 2024.

¹⁶ Un prompt est une instruction ou une série de données fournies à un système d'IA, qui utilise ces informations pour générer des réponses ou des créations en texte, image, ou autre forme de média.

¹⁷ Le Monde, *Le « New York Times » poursuit en justice Microsoft et OpenAI, créateur de Chat GPT, pour violation de droits d'auteur*, 2023.

Ces tensions juridiques mettent en lumière l'urgence d'établir un cadre législatif équilibré, capable de concilier innovation technologique et protection des droits artistiques. Alors que l'industrie musicale explore des accords de licence avec les plateformes, comme celui conclu entre Universal Music et YouTube, les litiges actuels soulignent la nécessité d'une collaboration accrue entre les secteurs créatifs et technologiques. Sans une régulation adaptée, l'IA risque de devenir un champ de bataille juridique, freinant son potentiel à enrichir la création musicale tout en protégeant les intérêts des artistes et des maisons de disques.

5° **Les avances**

L'avance est définie dans *Les contrats commentés de l'industrie de la musique* comme étant une somme d'argent versée le plus souvent à la signature d'un contrat (...). Les avances sont récupérables sur les ventes (on parle alors de « recouplement » de l'avance) mais non remboursables (si l'œuvre ne génère pas assez de revenus pour recouper l'avance, le label ne pourra pas demander à l'artiste de la rembourser « de sa poche »)¹⁸. Il est fondamental de négocier une avance en tant qu'artiste pour deux raisons.

La première est stratégique. Si un label donne une avance énorme à un artiste, il sera obligé d'investir dans la campagne de promotion de cet artiste pour être sûr de recouper l'avance concédée. Si l'avance donnée n'est pas élevée, la perte sera moins grosse si elle n'est pas recoupée.

La deuxième est d'ordre sociale. L'avance doit être vue comme un salaire perçu en avance. Si l'artiste signe en septembre et qu'il se lance dans la production d'un album, ça peut prendre presqu'un an avant de finir cet album. C'est-à-dire qu'il ne touchera aucune royalties, aucun droits d'auteur ni droits voisins et, à moins qu'il puisse compter sur d'autres projets sortis antérieurement, il ne percevra pas de revenus de prestations non plus. L'avance est là pour compenser cette période creuse en terme de revenus.

6° **Le manager**

Au vu de la fréquence à laquelle on les rencontre (bien qu'ils soient, pour certains, auto-proclamés), il est important de préciser ce qu'est un manager dans l'écosystème de l'industrie musicale.

Le manager est le lien entre l'artiste et le monde professionnel. Il permet à l'artiste de jouir de son réseau et de son carnet d'adresse (presse, média, festivals, concerts, radios, *endorssment*...). Son objectif est de donner des opportunités à l'artiste et de le conseiller afin de défendre au mieux ses intérêts artistiques et commerciaux. Ses obligations relèvent de

¹⁸ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p.259.

l’obligation de moyen¹⁹ : c’est-à-dire qu’il doit mettre tous les moyens en place pour mener sa mission sans pour autant que les résultats envisagés ne soient atteints (auquel cas, on aurait parlé d’obligation de résultat)²⁰.

Le manager est en général rémunéré par un pourcentage de tout ce que touchera l’artiste (ce pourcentage est souvent compris entre 15 et 25%²¹), à savoir les redevances, les avances sur droit, les cachets de concerts, les droits voisins, les revenus de merchandising, les revenus issus de la participation de l’artiste à des publicités, les droits d’auteur et avances sur droits d’auteur. Nous noterons qu’en France, l’article D.7121-7 du Code du travail prévoit un plafond de 10% pour le manager, qui peut être porté à 15% dans certains cas²² (la loi française encadre de manière assez stricte le statut du manager, contrairement au droit belge).

II. NOTIONS JURIDIQUES

Avant d’aborder les contrats les plus répandus dans l’industrie musicale, quelques notions juridiques essentielles doivent aussi être précisées. Au-delà de l’aspect purement juridique, il faut garder à l’esprit qu’une négociation doit toujours se dérouler selon deux paramètres : ce que l’on souhaite obtenir dans l’idéal et le maximum que l’on est prêt à donner. Il va de soi qu’on ne peut déterminer ces deux paramètres sans comprendre pleinement les arguments que l’on peut mettre sur la table en tant qu’artiste.

1° ***La différence entre droits d'auteur, droits voisins et royalties***

C’est sans doute le sujet qui pose le plus de questions pour un « non-juriste ». On croit souvent, à tort, que les questions de pourcentages (aussi appelés « points »)²³ concernent les droits d’auteur. Ainsi, quand un artiste sort une chanson, via sa plateforme de distribution numérique par exemple, il doit attendre que la SABAM, l’organisme de gestion des droits d’auteur en Belgique (équivalent à la SACEM en France), le rémunère via ses droits d’auteur. Toutefois, si cet artiste a prêté quelque attention à l’interface de son distributeur, il s’apercevra qu’il peut retirer une certaine somme : cela correspond à ses royalties. Cette situation illustre la différence entre deux statuts : celui d’auteur/compositeur d’une part, et celui d’artiste-interprète, d’autre part.

¹⁹ France, *TGI Nice*, 23 octobre 2003, *Légipresse*, n° 211, 2004, p. 83 et s.

²⁰ De Chateleux, P., *Société Artmédia Variétés*, T.G.I. Paris, 4 février 1981, R.I.D.A., 1982, p. 132.

²¹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l’industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 54?

²² Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, Paris, CNM Édition, 2022, p.360.

²³ L’expression « prendre des points sur un morceau » signifie « prendre un pourcentage » sur les royalties ou les droits de ce morceau.

L'auteur ne perçoit pas de royalties s'il est seulement auteur. L'artiste-interprète, quant à lui, percevra des royalties dans la mesure où il exploite ses droits master²⁴ (ou s'il touche un pourcentage dessus). Il s'agit donc de deux sources de revenus différentes mais qui peuvent s'adresser à une même personne cumulant le double statut d'auteur-interprète.

Les droits voisins, également appelés droits des artistes-interprètes, peuvent quant à eux être réclamés lorsqu'une œuvre enregistrée est diffusée dans diverses circonstances : programmation d'un DJ, radio, télévision, streaming etc.

Admettons donc qu'un artiste s'auto-produise, qu'il compose, écrit et interprète, si il fait un concert, il pourra prétendre aux droits d'auteur seulement. S'il génère des streams sur Spotify, il pourra prétendre aux royalties générées par Spotify, à ses droits d'auteur puisqu'il a créé l'œuvre et aux droits voisins puisqu'il l'interprète. L'organisme redistributeur de ces droits voisins est PlayRight en Belgique (et la SPEDIDAM en France).

Reprendons chacune de ces prérogatives en détail.

a) les droits d'auteur

Ces droits s'adressent à toute personne qui a contribué à l'écriture, à la composition, à l'arrangement ou à l'édition de l'œuvre. Toutefois, dans le cas de l'éditeur, cela mérite une explication plus en détail qui fera l'objet d'un développement spécifique dédié aux contrats de cession de droits²⁵.

Il est important de distinguer une « idée » d'une « œuvre ». En effet, seule l'œuvre est protégée par le droit d'auteur²⁶. Cette différence implique que le fait de conceptualiser une potentielle œuvre de manière exclusivement mentale ne suffit pas pour la protéger²⁷. Bien qu'il ne faille procéder à aucune formalité pour bénéficier des protections prévues par la loi²⁸, il est nécessaire d'inscrire ses œuvres au sein d'une société de gestion collective des droits d'auteur (la SABAM en Belgique, la SACEM en France) afin de faciliter la perception des droits patrimoniaux²⁹.

²⁴ voir infra.

²⁵ voir Partie 2, point B.

²⁶ Young, F., *Droits d'auteur et autrice, tout simplement*, Bruxelles, Larcier, 2022, p. 31

²⁷ Berenboom, A., *Le nouveau droit d'auteur et les droits voisins*, Bruxelles, Larcier, 1995. p.58

²⁸ Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques du 24 juillet 1971, art. 5(2)

²⁹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p.13

En tant que titulaire de vos droits d'auteur, l'artiste est qualifié d'ayant-droit. Ce terme revient systématiquement dans les contrats. Ces droits ne peuvent être transférés que par voie écrite : il est impossible de prétendre à un transfert de droit d'auteur implicite dans le cadre d'une oeuvre musicale³⁰.

Les droits d'auteur recouvrent deux aspects : l'un économique, l'autre moral.

I. LES DROITS PATRIMONIAUX

Comme leur dénomination l'indique, les droits patrimoniaux concernent l'aspect économique des droits d'auteur. Plus vulgairement, c'est cette catégorie de droit qui aura trait aux questions d'argent. Ces droits patrimoniaux sont transférables.

Dans le contexte musical, nous pouvons les ranger en trois droits distincts :

³⁰ Article XI.167 CDE.

Droit de reproduction	PRINCIPE
	<p>Ce droit permet à l'auteur d'autoriser ou d'interdire la reproduction de son œuvre sous diverses formes (copies, enregistrements etc.). Il couvre donc la fixation de l'œuvre sur un support permettant sa diffusion. Dans le contexte musical, le téléchargement d'un morceau sur internet procède donc de cette prérogative : si un tiers télécharge une chanson sur son site et permet au public de la télécharger gratuitement, il peut être poursuivi par l'artiste au titre que ce dernier possède exclusivement le droit de reproduction de son œuvre.</p>
	EXCEPTIONS
	<p>Toutefois, certaines exceptions existent et sont énumérées à l'article XI.190 du Code de droit économique. Ces exceptions concernent les utilisations avec un but social, éducatif, d'intérêt public ou de recherche. Mentionnons par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La citation pour autant qu'elle soit faite dans un objectif de critique, de polémique ou d'enseignement ; • La communication gratuite dans le cercle de famille ; • Le prêt lorsqu'il est réalisé dans un but éducatif et culturel par des institutions reconnues ; • La parodie pour autant qu'elle n'entraîne pas de confusion avec l'œuvre parodiée.

³¹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 15.

Droit de représentation	<p>PRINCIPE</p> <p>Ce droit confère à l'auteur le contrôle sur la diffusion de son œuvre au public, par des moyens de communication tels que la télévision, le cinéma, le streaming, et les représentations publiques.</p> <p>Concrètement, que se passe-t-il, par exemple si un DJ passe le morceau d'un artiste pendant une soirée public ? Il ne devra pas avoir l'autorisation de ce dernier si son morceau est en libre accès (c'est-à-dire si le morceau est sorti). Toutefois, il devra s'acquitter d'une déclaration à la SABAM. L'organisateur de l'événement devra, quant à lui, s'acquitter d'une redevance à la SABAM — le DJ n'étant donc pas nécessairement obligé de s'acquitter de celle-ci.</p> <p>EXCEPTIONS</p> <p>L'autorisation n'est pas nécessaire quand :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'œuvre est tombée dans le domaine public : il s'agit des œuvres dont les droits d'auteur ont expiré, soit 70 ans après la mort de l'auteur (si il y a plusieurs auteurs, ce sera 70 ans après la mort du dernier auteur survivant) ; - L'œuvre est libre de droits : certaines musiques sont spécifiquement proposées comme libres de droits et il est possible de les diffuser sans payer de redevances ; - L'œuvre est utilisée dans un cadre privé : si la soirée est privée (limitée à des amis ou aux membres d'un cercle fermé), aucune licence n'est nécessaire.
Droit de distribution	<p>PRINCIPE</p> <p>Là où le droit de reproduction permet d'autoriser la fixation matérielle (ou numérique) de l'œuvre, le droit de distribution consacre l'autorisation de mettre cette fixation à disposition du public. Il s'agit donc de la mise en circulation des œuvres.</p> <p>NUANCES</p> <p>Dès que l'œuvre est vendue au sein de l'Union Européenne de manière légale, sa revente est autorisée (elle doit toutefois respecter des conditions étrangères aux considérations de droit d'auteur).</p>

Ces différents droits doivent explicitement être transmis par les conventions de cession de droits d'auteur. On ne peut donc pas prétendre à l'un de ces droits sous prétexte que nous disposons d'un autre. Toutefois, il est des cas dans lesquels la convention ne précise pas quels sont les droits transférés. Dans une telle situation, selon A. Cruquenaire, « Lorsque le contrat ne comporte pas de clause de cession en bonne et due forme concernant les modes d'exploitation directement liés à l'objet du contrat, il est évident que le principe d'interprétation en faveur de l'auteur doit s'effacer afin de permettre une pleine prise en compte de la commune intention des parties exprimées dans la définition de l'objet de leur convention. »³²

Les principes de droit ne sont donc pas intangibles et une certaine flexibilité sera accordée dans le but de cerner la volonté des parties. Par exemple, si le contrat ne prévoit pas expressément qu'il concède certains droits à l'autre partie mais que l'exécution du contrat est impossible sans cette concession, une licence par rapport aux exploitations en cause sera réputée être concédée³³. Par exemple, si l'artiste signe un contrat de licence (voir infra) sans concéder au licencié le droit de reproduction, l'exécution du contrat n'est pas possible dans son chef. Toutefois, écarter le principe d'interprétation en faveur de l'artiste est une exception et ne s'applique que dans d'infimes hypothèses.

II. LES DROITS MORAUX

L'auteur d'une oeuvre est également titulaire des droits moraux. Ces droits regroupent les considérations artistiques ou morales de l'oeuvre. Par exemple, ils permettent de décider quand l'oeuvre sera divulguée, dans quelle mesure elle peut être modifiée, et d'exiger le respect de l'intégrité de l'oeuvre.

Ces droits sont en principe inaliénables (l'auteur ne peut les transférer à un tiers) et imprescriptible (l'écoulement du temps n'éteint jamais ces droits). Toutefois, il est possible de renoncer à faire usage de ces droits. Cette renonciation ne peut s'opérer que sous certaines conditions.

Cette situation est pour le moins insolite : le droit permet de ne jamais perdre la titularité de ce droit tout en permettant une renonciation à l'exercer

Universal Music propose par exemple dans ses contrats de cession la clause suivante :

³² Cruquenaire, A., *L'interprétation des contrats en droit d'auteur*, Bruxelles, Larcier, 2007, n° 351, p. 261.

³³ Cruquenaire, A., *Le sort des droits d'auteur en cas de fin de contrat*, Bruxelles, Anthemis, 2013, p.168.

« L'Artiste renoncera, pour autant que possible, aux droits moraux dans les Compositions entre l'Artiste et l'Éditeur Désigné et n'intentera pas non plus d'action basée sur des droits moraux contre l'Éditeur Désigné ni ses titulaires de licences autorisés. »

À titre de remarque, nous soulignerons que la mention « pour autant que possible » est une quasi-aberration dans le sens où ça laisserait croire au signataire que cette renonciation est délimitée sans pour autant que la clause mette la lumière sur ce qui est considéré comme *possible*. Cette mention illustre bien la considération selon laquelle les parties fortes des contrats savent que ceux-ci sont indigestes, voire incompréhensibles, pour un artiste et ne font rien pour aider et, dans certains cas, font même tout pour complexifier les choses.

Il convient de noter que malgré l'existence d'une telle clause, le titulaire des droits moraux d'une oeuvre pourra toujours s'opposer à une modification qui nuit à sa réputation. Un tel engagement n'est donc pas absolu. Cette limitation est consacrée par l'article XI.165 du code de droit économique. L'article précise qu'une renonciation « globale » n'est pas valable et que l'auteur restera toujours en droit de s'opposer à toute déformation, mutilation ou autre modification de ses prestations ou toute autre atteinte à celles-ci préjudiciables à son honneur ou à sa réputation.

Les droits moraux peuvent être rangés en quatre branches :

34

35

Droit de divulgation	<p>Ce droit permet à l'auteur de décider si et quand son œuvre sera rendue publique. Il contrôle ainsi le moment de la première publication de son œuvre, et si elle sera diffusée ou non. Nous noterons que seul l'auteur a ce droit ; en est donc exclu l'artiste-interprète.</p> <p><i>Différence avec le droit de représentation</i> — Le critère repose sur le caractère de « première apparition ». Par exemple, si l'artiste sort un album en février mais que son manager le sort sans son accord en janvier, il sera question de droit de divulgation. À l'inverse, si l'album est sorti et qu'un sosie de l'artiste organise un concert où il joue son album, on parlera de droit de représentation.</p>
-----------------------------	--

³⁴ France, Cass., 1re civ., 27 novembre 2008, *Petrucciani et autres c. Francis Dreyfus Music*, RIDA, 2009, p.421.

³⁵ CJUE, « arrêt Deckmyn », *Johan Deckmyn et Vrijheidsfonds VZW contre Helena Vandersteen e.a.*, C-201/13., 3 septembre 2014.

Droit de paternité	Ce droit donne à l'auteur la possibilité d'être reconnu comme le créateur de l'œuvre. Il a le droit de réclamer la mention de son nom ou de son pseudonyme, ou de choisir de rester anonyme (il peut donc interdire de figurer comme auteur !).
Droit au respect de l'intégrité de l'œuvre	Ce droit permet à l'auteur de s'opposer à toute modification, altération, ou déformation de son œuvre qui pourrait porter atteinte à sa réputation ou à son intention artistique. Ce droit est néanmoins à mettre en balance avec le droit de parodie d'une œuvre, unifiée au sein de l'Union européenne par la directive 2001/29/CE au titre d'exception au droit d'auteur. Pour être applicable, cette exception doit satisfaire à trois critères : <ul style="list-style-type: none"> - il doit y avoir un <i>caractère humoristique</i> (à voir en ce sens l'affaire Deckmyn) ; - la parodie doit être suffisamment distincte pour ne pas être confondue ; - elle doit respecter les droits moraux de base et donc ne pas nuire à la <i>réputation de l'auteur</i>.
Droit de retrait	Dans certains systèmes juridiques, l'auteur peut, sous certaines conditions, décider de retirer une œuvre du public ou d'apporter des modifications, même après sa diffusion.

Nous citerons deux cas de jurisprudence qui ont illustré l'importance des droits moraux. La première affaire opposait Jacques Dutronc avec Musidisc. Cette société avait produit une compilation avec, notamment, la chanson « Et moi, et moi, et moi » de l'artiste. La société a utilisé un extrait de la chanson au profit d'une annonce publicitaire sans en demander l'autorisation à l'auteur. Les juridictions françaises ont fait droit à la demande de Jacques Dutronc et ont condamné Musidisc au paiement de dommages et intérêts³⁶ jugeant que l'utilisation de l'oeuvre à des fins publicitaires nécessitait l'accord de l'auteur en ce que ça peut nuire à l'intégrité de son oeuvre.

La deuxième affaire opposait Mylène Farmer à Sony. Sony avait concédé l'utilisation de la chanson « Désenchantée » dans le cadre d'une publicité pour les poupées Barbie, sans avoir l'autorisation de Mylène Farmer. La Cour d'Appel de Paris a fait droit à la demande de Mylène Farmer, jugeant qu'il s'agissait d'une violation de ses droits moraux³⁷.

III. À QUI VA L'ARGENT DES DROITS D'AUTEUR ?

Sans surprise, l'argent généré par les droits d'auteur revient au compositeur, au parolier, à l'arrangeur et à l'éditeur si un contrat d'édition a été conclu. La question se pose

³⁶ France, TGI Paris, 10 mai 1996, J. Dutronc c. Musidisc.

³⁷ France, CA Paris, 27 septembre 1996, Farmer c. Sony Music Entertainment.

en particulier de savoir à partir de quand on peut être considéré comme co-auteur : admettons qu'un artiste soit en studio avec un autre et que ce premier fredonne une topline³⁸ que le second artiste va reprendre dans sa chanson. Est-ce que ce premier artiste peut être considéré comme co-auteur ? Tout dépendra de l'accord s'il y en a un. Il est donc primordial de toujours régler ces questions en amont. Certains séminaires³⁹ sont souvent basés sur l'idée du 50/50: chaque artiste présent aura le même pourcentage que les autres, peu importe leur degré d'implication. Une section sera dédiée aux éditeurs qui bénéficient aussi de droits d'auteur sans avoir contribué à la création de l'oeuvre.

IV. D'OÙ VIENT L'ARGENT DES DROITS D'AUTEUR ?

Les acteurs économiques qui profitent d'oeuvres musicales (festivals, supermarchés, radios, films, salles d'attente etc.) doivent verser des redevances à la société de gestion collective (la SABAM en Belgique). La SABAM reverse cet argent aux ayants-droit du morceau au prorata de l'exposition de leurs œuvres.

Comment la SABAM procède-t-elle pour répartir les droits entre les différentes œuvres ? Tous les opérateurs économiques qui payent des redevances sont censés communiquer les morceaux joués. En pratique, l'outil « My Playlist » de la SABAM permet d'encoder les sets de concerts joués. La radio doit également communiquer les morceaux joués. La SABAM redistribue ensuite les droits d'auteurs aux ayants-droit. Dans certains cas, il est impossible de suivre les œuvres jouées (dans le cas des salles d'attente par exemple) : la SABAM part donc de statistiques qui établissent quels sont les morceaux susceptibles d'avoir été joué (en fonction du top 100, par exemple) et répartit les redevances selon ces statistiques. Certains établissements passent par Soundtrack, ce qui leur permet de passer de la musique dans leur établissement de manière déclarée et de sorte à ce que la SABAM obtienne la liste des morceaux passés.

b) les droits voisins

Les droits voisins sont les droits reconnus à l'artiste-interprète ou au producteur phonographique d'autoriser tout enregistrement et toute exploitation de sa prestation et des supports et programmes produits, ainsi qu'un droit à rémunération équitable et à rémunération pour copie privée⁴⁰. L'artiste-interprète est défini par la Convention de Rome comme : « Les acteurs, chanteurs, danseurs et autres personnes qui représentent, chantent, récitent, déclament, jouent ou exécutent de toute manière des œuvres littéraires ou

³⁸ Une topline est une mélodie accompagnée d'un rythme qui a pour objectif d'être chanté. Une topline est apparentée à la composition.

³⁹ Un séminaire est une période, en général quelques jours, pendant laquelle l'artiste va écrire et composer avec d'autres artistes (compositeurs, paroliers, producteurs). C'est en général dans l'optique de faire un EP ou un album.

⁴⁰ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009.

artistiques. »⁴¹. Toute exploitation d'une oeuvre enregistrée protégée donnera donc droit à ces droits voisins.

Ces droits s'adressent donc non pas aux créateurs mais aux interprètes. Le concept d'interprétation se rattache forcément à une oeuvre de l'esprit protégée par les droits d'auteur⁴². Il est donc admis que l'interprétation doit se rapporter à une oeuvre préexistante⁴³. Le titulaire des droits phonographiques touche des droits voisins dès que le master de l'oeuvre est exploité. Comme nous le verrons, ces droits sont transmissibles et les redevances qui en découlent sont répartissables.

c) les royalties

Les royalties ne sont pas des droits en tant que tels. Ils représentent la monétisation qui a découlé de la publication de vos morceaux. On considère l'oeuvre, dans cet échange, comme un produit que son auteur échange contre rémunération. Ceci englobe la vente des CD (qui donneront aussi lieu à la perception des droits d'auteur), la synchronisation (placement de l'oeuvre dans un film ou dans une publicité), le streaming et toute autre utilisation susceptible d'être monétisée.

I. À QUI VA L'ARGENT DES ROYALTIES ?

Ils vont, sauf accord contraire, à la personne qui produit l'oeuvre (c'est-à-dire la personne qui la finance). Si plusieurs personnes la financent, le pourcentage est réparti au prorata de la participation. Dans le cas des contrats d'artiste par lesquels le label finance entièrement la production, un faible pourcentage est accordé à l'artiste.

Si l'artiste est indépendant et finance lui-même la production (enregistrement, mixage et masterisation), il est l'unique bénéficiaire des royalties. Toutefois, il pourra par la suite signer un contrat de licence ou de distribution avec un label qui prendra une partie des pourcentages sur les royalties. Dans un tel cas, le label accorde une avance qui permettra à l'artiste, entre autres, de payer les séances de studio.

Si un artiste s'engage avec un producteur qui finance la séance de studio, ce producteur prendra un pourcentage sur les royalties (sauf accord contraire). Dans le langage courant, on parle de « point » : un point = 1%. La différence entre le fait de financer son morceau soi-même ou par un label réside dans la marge de manœuvre de l'artiste dans la négociation. Si l'artiste le finance lui-même, il aura son produit quoiqu'il arrive et un

⁴¹ Article 3 de la Convention de Rome sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion du 26 octobre 1961.

⁴² Caron, C., *Droits d'auteur et droits voisins*, 6e éd., Paris, Lexis Nexis, 2020, p. 617.

⁴³ *Ibidem*, p. 618.

potentiel label aura moins d'arguments. Dans le cas où l'artiste a besoin du financement du label, ce dernier aura davantage de contrôle sur la négociation.

II. D'OÙ VIENT L'ARGENT DES ROYALTIES ?

L'argent des royalties provient de la vente de vos CD physiques et de l'argent généré par les plateformes de streaming. Pour la vente de CD physiques, il s'agira d'un simple calcul de marge et de volume sur ventes. Pour ce qui est des plateformes de streaming, cela dépend de chacune d'elles.

Ces dernières années, le secteur artistique a milité pour que les plateformes de streaming revoient leur manière de redistribuer l'argent. Cette mobilisation s'explique par les limites du modèle actuel, dit « pro rata », qui est perçu comme injuste et déséquilibré.

Actuellement, y a deux méthodes possibles⁴⁴ :

1° La méthode du « Market Centric » : C'est la méthode la plus répandue au sein des plateformes de streaming. Les revenus générés par la plateforme sont mis dans un pot commun qui est ensuite redistribué à chaque artiste en fonction du nombre de streams qu'il génère. Le problème mis en avant par certains acteurs de l'industrie est qu'un auditeur, selon le nombre d'écoutes qu'il génère sur le mois, distribuera indirectement une somme d'argent différente d'autres auditeurs alors qu'ils paient tous le même abonnement.

2° La méthode du « User Centric » : Cette méthode est caractérisée par le fait que les auditeurs rémunèrent directement les artistes qu'ils écoutent. C'est une méthode défendue notamment par Deezer. Si vous payez votre abonnement 20€ par mois et que vous écoutez uniquement tel artiste, ces 20€ seront distribués à tel artiste, même si vous ne l'avez écouté qu'à hauteur d'une dizaine de fois sur le mois.

Prenons l'exemple de Spotify : la plateforme encaisse tous les abonnements mensuels dans un premier temps. Après avoir pris une commission dessus, ce montant est multiplié par le nombre total de streaming que l'artiste a généré sur le mois et puis divisé par le nombre de streams total enregistré sur Spotify. L'artiste tombera sur le montant que lui versera la plateforme. Ce n'est donc pas un chiffre fixe (usage du Market Centric).

d) les droits master

Les droits sur le master portent sur l'enregistrement sonore finalisé d'un morceau. Concrètement, après les étapes de mixage et de mastering, l'œuvre musicale est fixée de manière définitive dans un support tangible ou numérique, comme un fichier mp3, wav ou

⁴⁴ 135 Média, #RapDeal, *L'user centric, comment ça marche ?*, 2021.

un disque. Ce support devient ce que l'on appelle le "master". Détenir les droits sur le master signifie avoir un contrôle exclusif sur l'exploitation de cet enregistrement : cela donne le pouvoir d'autoriser ou d'interdire sa reproduction, sa diffusion, sa synchronisation avec des images (par exemple pour un film ou une publicité), ainsi que son exploitation commerciale sous toute forme. Toutefois, il est essentiel de comprendre que ces droits ne s'étendent pas à l'œuvre en elle-même, c'est-à-dire à la composition musicale (la mélodie, le rythme et l'harmonie) ni aux paroles du morceau. Ces éléments immatériels relèvent des droits d'auteur, qui existent indépendamment du master. Ainsi, posséder les droits sur le master confère le monopole sur l'enregistrement spécifique d'une œuvre, sans pour autant permettre de disposer de l'œuvre dans son caractère immatériel et créatif.

Il y a deux grandes différences avec les royalties :

Le caractère indivisible des droits master — ils appartiennent soit au label, soit à l'artiste (pas de question de pourcentage en jeu car ce n'est pas un droit patrimonial, c'est le fait d'être titulaire du droit d'exploiter la chose). Par contre, la personne qui possède ces droits master aura le droit d'exploiter l'œuvre, ce qui donnera lieu à des royalties qui, eux, seront répartissables en pourcentage.

Ils peuvent également être confondus avec les droits d'auteur :

	Droits master	Droits d'auteur
Applicable à quoi	L'enregistrement sonore en tant que tel (le fichier envoyé aux plateformes de streaming par exemple)	Les paroles, la mélodie et l'arrangement dans leur caractère immatériel.
Divisibilité	Indivisible: ils appartiennent soit au label, soit à l'artiste, soit au producteur financier indépendant	Divisible: ils sont répartis en fonction des différentes implications; typiquement: 40% pour l'auteur, 40% pour le compositeur et 20% pour l'arrangeur. Si le morceau est signé par un éditeur, celui-ci prend généralement 50% des droits d'auteur, les autres ayants-droit voyant leur pourcentage réduit de moitié.

	Droits master	Droits d'auteur
Quel contrat le concerne	Le contrat d'artiste est celui par lequel le label prend la propriété des droits master. Toutefois, tous contrats peuvent être négociés, il s'agit simplement d'un usage.	Le contrat d'édition est le contrat par lequel l'éditeur gère la récupération des droits générés par les paroles/la mélodie concernée, tout en faisant la promotion pour qu'ils soient placés en synchro par exemple.

À titre d'exemple, appliquons ces deux notions à un tableau de peinture comme si c'était une chanson. Imaginons un tableau avec un symbole inventé dessus. Le titulaire des droits d'auteur de ce symbole pourra le reproduire sur des t-shirts et les revendre en percevant 100% des revenus générés. Le titulaire des droits master (la notion de droit master ne s'applique que dans le contexte des œuvres musicales!) aura le droit de revendre le tableau en lui-même. La revente de ce tableau donnera lieu à la perception de royalties. Les royalties seront répartis en fonction du pourcentage conclu dans le contrat s'il y en a un. Il faut donc distinguer les revenus issus de l'œuvre immatérielle et ceux issus de l'œuvre dans son caractère tangible.

Illustration des droits master avec l'affaire Taylor Swift⁴⁵ : en 2019, le fonds d'investissement Shamrock Capital rachète une partie du catalogue de Taylor Swift pour 300M\$. On entend par « catalogue » les morceaux sur lesquels une même entité détient les droits master ou d'auteur. Désireuse de remettre la main sur ses droits master, Taylor Swift a tenté un pari risqué mais juridiquement habile. Le fonds d'investissement ne possédait que les droits master et non les droits d'auteur de la chanteuse. Ils pouvaient donc disposer des enregistrements de chaque morceau pour en tirer des royalties (répartis selon les pourcentages négociés). Taylor Swift a donc réenregistré tous les morceaux de ce catalogue et les a sortis sous l'appellation « *nom de l'album* Taylor's version » et a incité sa fanbase à ne plus écouter que ces versions. L'affaire illustre parfaitement la différence entre les droits d'auteur et les droits master. Si le label détenait ses droits d'auteur, elle n'aurait pas pu réenregistrer de nouveaux morceaux avec les mêmes paroles et les mêmes compositions.

Assez ironiquement, les contrats d'artiste ont dû évoluer suite à une telle stratégie et la clause suivante figure généralement dans ces contrats depuis lors (le nom d'une telle clause est la « clause de catalogue ») :

« Sauf autorisation écrite du Label (dont l'autorisation ne sera pas refusée sur des bases déraisonnables), l'Artiste ne réinterprétera pas les prestations ou parties de celles-ci contenues dans les Enregistrements en vue de la production et de l'exploitation commerciale de ses Enregistrements. »

⁴⁵ L'Express, *Taylor Swift et ses droits d'auteur : Les dessous d'un coup de maître historique*, 2023.

4° Les options

On rencontre la notion d'option dans la majorité des contrats d'artiste. Une « clause d'option » permet au label de continuer la relation contractuelle le temps d'un nouvel album ou d'un nouveau single. Par exemple, un artiste signe chez Universal pour un single et une clause d'option prévoit que le label pourra activer une option pour un deuxième single. C'est un moyen pour le label de ne pas s'engager dans un projet sachant que celui qui a précédé n'a pas marché. L'option sera activée dans la mesure où le label a l'assurance qu'il sera rentable.

Bien qu'une telle pratique soit la norme et que personne ne conteste ces clauses, une considération juridique paraît fondamentale : l'interdiction des conditions purement potestatives. Pour comprendre cette notion, il faut d'abord comprendre ce qu'est une condition suspensive. Une telle condition est un événement dont la réalisation va faire dépendre l'existence d'un contrat. Les parties vont convenir d'un événement qui, lorsqu'il sera réalisé, fera naître le contrat. Par exemple, un contrat d'achat immobilier peut faire état d'une condition suspensive qui donnera effet au contrat à la condition que l'acheteur obtienne un crédit par la banque.

Toutefois, toute condition suspensive n'est pas valable pour autant. Le code civil prohibe en effet les conditions purement potestatives. L'article 1174 de l'ancien code civil dispose en ce sens que : « Toute obligation est nulle lorsqu'elle a été contractée sous une condition potestative de la part de celui qui s'oblige. » Le nouveau code civil a transposé cette considération à l'article 5.141 qui dispose : « Un événement dont dépend la validité du contrat ne peut être érigé en condition par les parties. Ainsi l'obligation ne peut-elle être affectée d'une condition suspensive purement potestative dans le chef du débiteur. »

Une telle condition ferait dépendre le contrat de la simple volonté d'une partie sans y assortir d'aléas ou d'événement autre. Dans ce sens, un arrêt du 22 avril 2013 rendu par la Cour de Cassation énonce que toute obligation affectée d'une condition purement potestative est nulle⁴⁶. En d'autres termes, si un contrat naît de l'accomplissement d'une condition purement potestative, ce contrat est réputé ne pas exister. Dans le cas d'une promesse unilatérale de vente, on pourrait se demander si il n'y a pas une condition purement potestative. La jurisprudence a estimé que dans un tel cas, l'option est limitée dans le temps et soumise à un dépôt de garantie ; une telle pratique est donc nécessaire et bienvenue dans l'immobilier⁴⁷.

A) CRÉATION D'UN NOUVEAU CONTRAT

⁴⁶ Belgique, Cass. 22 avril 2013, C.12.0285.F/1.

⁴⁷ Vanwijck-Alexandre, M., « Chapitre I. - La vente » in Chroniques notariales – Volume 45, 1e édition, Bruxelles, Larcier, 2007, p. 41

La zone d'ombre naît du fait que l'existence du contrat initial ne dépend pas de l'option (et est donc valable). Par contre, si le label active l'option et que cela fait naître un nouveau contrat, il s'agit d'une condition purement potestative en ce qui concerne ce deuxième contrat. Dès lors, il convient de se demander si l'engagement contractuel lié au deuxième projet (celui prévu par la clause d'option donc) fait naître un nouveau contrat ou s'il étend simplement sa durée. Les clauses ne sont pas toujours rédigées de manière claires concernant cet aspect.

À titre de contre-exemple, nous citerons une clause du programme The Voice Belgique (qui collabore avec Universal). Nous noterons que les contrats imposés par le programme sont régis par le droit néerlandais et que la version française de ces contrats est en fait une traduction parfois maladroite de leurs contrats américains. Une de leurs clauses est la suivante :

« Le Candidat comprend et accepte qu'à titre de condition pour la participation du Candidat dans le programme, il peut être demandé au Candidat de conclure un ou plusieurs des contrats suivants si Universal exerce l'une des « Options » qui y sont définies. »

À titre de remarque, nous nous permettons de souligner la maladresse de la rédaction d'une telle clause en ce qu'il y est mentionné qu'il « peut être demandé au candidat de conclure » sans toutefois que la clause prévoit qu'il sera obligé d'accepter. Au vu du caractère anecdotique d'une telle remarque, nous ne nous attarderons pas sur la sémantique de la formulation.

Pour en revenir au contrat d'Universal, sa clause d'option prévoit expressément la signature d'un ou plusieurs nouveaux contrats. Il s'agit donc d'une condition purement potestative. À notre sens, ces contrats seraient donc nuls au regard du droit belge. Il est d'ailleurs d'autant plus problématique qu'il est fait état, non pas de la reconduction d'un album ou d'un single mais de plusieurs types de contrats différents laissés à la carte du label. Le fait que la clause d'option crée un nouveau contrat est d'ailleurs considéré comme essentiel par la jurisprudence de la Cour d'Appel de Paris⁴⁸ (ce qui implique que la conséquence de l'activation d'une option serait toujours la nullité du nouveau contrat), qui considère également que la clause d'option ne peut pas permettre au label de se rétracter une fois l'option levée et ne peut pas placer l'artiste dans une situation de dépendance excessive.

Admettons donc qu'un candidat soit révélé et propulsé par le grand public ; il pourrait se lancer en indépendant, étant donné qu'il sera facile pour lui de générer des revenus grâce aux concerts et au streaming. Une telle clause le liera avec le label qui s'empressera d'activer l'option.

⁴⁸ France, CA Paris, 11 septembre 2007, n°06/01499.

Le seul moyen pour le label de rendre cette clause valable serait de l'assortir d'une condition étrangère à leur volonté. En l'occurrence, ils peuvent faire dépendre l'activation de l'option sur le succès que rencontre l'artiste. Toutefois, un nouvel obstacle se heurte à cette condition : le caractère subjectif du succès. En effet, on ne peut pas quantifier le succès. Le label devrait donc faire état de véritables chiffres tangibles avec certains objectifs (par exemple : 50.000 ventes en six mois). Tel n'est pas le cas dans la clause d'Universal.

Si une telle clause s'avérait nulle, ça n'annulerait pas automatiquement le contrat qui la contient. Dans la plupart des contrats, en effet, une clause de modération est formulée de cette manière :

« La nullité d'une quelconque disposition du présent Contrat n'annulera pas la validité de l'une des autres dispositions du présent Contrat. Si l'une des dispositions du présent Contrat s'avère nulle ou inapplicable, les Parties négocieront de bonne foi une nouvelle disposition qui se rapproche le plus possible du texte et de l'intention du présent Contrat. »

Cette clause permet au label d'anticiper toute annulation d'une clause par un juge en protégeant le reste du contrat.

B) PROLONGATION DU CONTRAT INITIAL

Bien qu'une telle affaire n'ait, à notre connaissance, pas été portée en matière de droit de la musique, une affaire en droit du travail a illustré nos observations. Dans un jugement rendu par le tribunal du travail de Mons, un contrat a été annulé sous couvert d'une condition purement potestative qui ne créait pas un nouveau contrat mais qui prolongeait l'exécution du contrat existant. Le tribunal a en effet considéré que :

« La clause d'option par laquelle un employeur, en l'occurrence un club sportif, se réserve la possibilité d'imposer au travailleur une prolongation de la durée du contrat qui les lie, à des conditions prédéterminées au moment de la signature du contrat initial, fût-ce avec un salaire majoré, porte sur un élément essentiel du contrat et est purement potestative. Partant elle est nulle. »⁴⁹

Dès lors, si l'on transpose ce raisonnement aux clauses d'option dans les contrats d'artiste, elles rendraient le contrat nul (sous réserve d'une clause de modération) alors même qu'elle ne crée pas de nouveau contrat.

C) LES OPTIONS VIA UN PACTE DE PRÉFÉRENCE

⁴⁹ Belgique, Trib. trav. Mons (4^e ch.), 28 juin 2010, J.L.M.B., 2010/31, p. 1484-1487.

Un autre moyen pour le label est de prévoir un pacte de préférence à la place de la clause d'option. Un pacte de préférence obligera l'artiste à envoyer ses nouveaux projets (les maquettes qu'il prévoit de sortir par exemple) afin de permettre au label de les produire en priorité sur les autres labels.

Toutefois, les pactes de préférences peuvent également être sanctionnés par la prohibition des conditions purement potestatives. En ce sens, la jurisprudence⁵⁰ et la doctrine expliquent que :

« [...] le pacte de préférence ne donne pas naissance à une promesse de vente unilatérale sous condition suspensive potestative (...) le bénéficiaire du pacte de préférence ne dispose que du droit d'acquérir par priorité le bien faisant l'objet du pacte, si et dans la mesure où le vendeur procède à la vente dudit bien. Le bénéficiaire court donc le risque que le vendeur ne vendre pas son bien, pour quelque motif que ce soit ou que ce dernier décide de procéder à une modification de la destination du bien. »⁵¹

Cette position implique fondamentalement qu'un pacte de préférence donne priorité au label si et seulement si l'artiste souhaite faire produire son oeuvre par quelqu'un. Dans le cas où il souhaite la produire tout seul, il n'aura pas l'obligation de *re-signer* avec son label. Une telle chose n'est pas permise dans les clauses d'option; ces clauses obligent l'artiste à signer. On peut donc en conclure qu'un pacte de préférence sera permis dans la mesure où l'artiste conserve le droit de ne pas conclure. La clause d'Universal serait donc, en droit belge, nulle si c'est une clause d'option en ce qu'elle est purement potestative ; et nulle si c'est un pacte de préférence qui ne permet pas à l'artiste de ne pas signer (cette deuxième hypothèse est à écarter dans ce cas-ci, au vu de la formulation de la clause qui indique clairement qu'il s'agit d'une clause d'option).

PARTIE 2. LES CONTRATS APPLICABLES AU ARTISTES MUSICAUX ÉMERGENTS

Nous distinguerons les prochains contrats entre ceux que nous qualifierons de « classiques » et ceux que nous qualifierons de « particuliers ». Une telle distinction découle du fait que les contrats classiques concernent l'enregistrement et la distribution, ce qui est l'élément le plus essentiel pour l'artiste-interprète ; alors que les contrats « particuliers » auront trait à des engagement différents. En l'occurrence, nous développerons le contrat d'édition (qui s'adresse donc aux auteurs et non pas aux interprètes) ainsi que le contrat

⁵⁰ Cass , 24 janvier 2003, *Arr. Cass*, 2003, p 215 ; *Pas*, 2003, i, p 186 ; *R.G.D.C*, 2008, p.501, note J Dewez ; *R.W* , 2005-2006, p 706, note a Van OeveLen ; *T. Not.*, 2008, p 110

⁵¹ Kohl, B. et Onclin, F., « *La vente - Théorie générale* », Rép. not., T. VII, *La vente*, Livre 1, Bruxelles, Larcier, 2024, n° 94.

Multiple Right Deal (dit « contrat MRD ») qui est une nouveauté de l'industrie musicale et qui concerne plusieurs types de droits.

A. LES CONTRATS PRINCIPAUX

L'avènement de l'auto-production a métamorphosé les relations contractuelles ces dernières années. Dès lors, l'artiste-interprète qui s'enregistre tout seul ou via un studio payé au forfait (l'essentiel étant qu'il soit le propriétaire de ses masters) se place dans une dynamique de producteur phonographique. Il peut dès lors conclure son contrat de distribution et de licence en tant que producteur de ses propres œuvres⁵². Nous analyserons donc ces contrats sous cette considération.

Il convient de noter que le principe d'autonomie contractuelle permet à l'artiste de conclure à peu près n'importe quoi (dans les limites des règles qui s'imposent à tous). Dès lors, la majorité des considérations découlent des bonnes pratiques et ne sont pas coulées dans le marbre. Cela implique qu'il ne faut jamais prendre le nom d'un contrat pour argent comptant et qu'il convient d'avoir égard à chaque clause du contrat. Cela empêchera à l'artiste de concéder les pourcentages typiques d'un contrat d'artiste alors que l'essence du contrat se rapproche davantage d'un contrat de licence par exemple.

Le contrat de distribution

a) définition

Le contrat de distribution est le contrat par lequel l'artiste conclut avec le label (le distributeur) le droit de commercialiser en son nom et pour son compte ses œuvres (sous forme physique et/ou digitale)⁵³. Le contexte actuel a fait choisir à certains labels de n'accepter la distribution physique qu'à la condition que la distribution digitale leur soit également accordée.

La principale caractéristique du contrat de distribution réside dans le fait que c'est l'artiste qui se charge de la production des CD et de l'acquittement des redevances liées à la mise en vente des œuvres⁵⁴. Il envoie, à ses frais, toutes les œuvres sous leurs formes définitives. Le label ne se charge en général pas de la promotion de l'œuvre⁵⁵. Le contrat de distribution peut couvrir un territoire précis (habituellement, segmenté par pays). En

⁵² Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 35

⁵³ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p. 209.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 210.

⁵⁵ *ibidem*, p.209

échange, l'artiste accorde un pourcentage sur les redevances (des royalties et non pas des droits d'auteur).

Les deux grandes différences avec le contrat de licence autres que la promotion et la fabrication sont, d'une part, que le contrat de distribution ne prévoit pas de concession du droit de reproduction et, d'autre part, que la charge des invendus incombe à l'artiste (qui va soit les récupérer, soit les faire détruire à ses frais). Dans un contrat de licence, le licencié se voit concéder le droit de reproduction de l'œuvre et devra supporter la charge des exemplaires invendus.

b) engagement du label

Le label s'engage à distribuer l'œuvre de l'artiste au grand public. Cela inclut donc les commerces (disquaires, Fnac, MediaMarkt, supermarchés etc.) et les plateformes de streaming (Spotify, Apple Music, Deezer etc.). Le label s'engage souvent à rendre des rapports de vente bi-annuels, ce qui permet à l'artiste d'ajuster la promotion de son projet.

Le label s'engage à rémunérer l'artiste sur la base d'un pourcentage sur les royalties. Cette obligation n'en est pas une en soi mais il est communément admis que c'est le système de rémunération par défaut⁵⁶. Plus les engagements du label sont conséquents, plus le pourcentage concédé au label sera important. Trois éléments constituent cette rémunération : le taux (le pourcentage), l'assiette (le montant sur lequel ce pourcentage va être prélevé) et les abattements (les dépenses qui pourront réduire l'assiette). Il faut donc toujours avoir égard à ce qui est compris dans la formule du calcul.

Le label accordera une avance à l'artiste pour prendre en charge les frais de fabrication. Il peut être prévu que le distributeur se charge de la fabrication et de l'acquittement des redevances mais ces frais exposés prendront la forme d'une avance récupérable : si le distributeur ne récupère pas le montant de ces frais, il pourra les réclamer à l'artiste⁵⁷. C'est le seul cas où une avance pourra être récupérée.

Bien que le label ne doivent pas contribuer à la promotion de l'œuvre auprès du grand public, il devra toutefois assurer la promotion de l'œuvre auprès de sa clientèle (les détaillants et les grossistes) via ses commerciaux⁵⁸.

c) engagement de l'artiste

⁵⁶ *Ibidem*, p. 140

⁵⁷ *Ibidem*, p. 211

⁵⁸ *Ibidem*, p. 220

L'artiste touche donc un pourcentage des royalties que le label reçoit par les ventes, en général compris entre 70 et 75%⁵⁹ (en France, les taux moyens sont entre 60 et 65%⁶⁰). Sans surprise, plus l'artiste donnera des obligations au label via le contrat, plus le pourcentage que ce label prélèvera sera élevé.

L'artiste peut dans certains cas être obligé de fournir les enregistrements audio dans une certaine qualité. Il doit fournir les CD pressés en ayant pris en charge toutes les démarches juridiques nécessaires auprès des organismes tels que la SABAM et PlayRight. Le cout de fabrication tourne autour de 1000€ pour 1300 exemplaires⁶¹ (ces chiffres sont à prendre avec précaution au vu du contexte économique actuel).

L'artiste doit se charger de la promotion de l'oeuvre. Toutefois, il peut être convenu que le distributeur se chargera du placement en playlist en se servant de ses contacts dans les plateformes de streaming.

d) fin du contrat

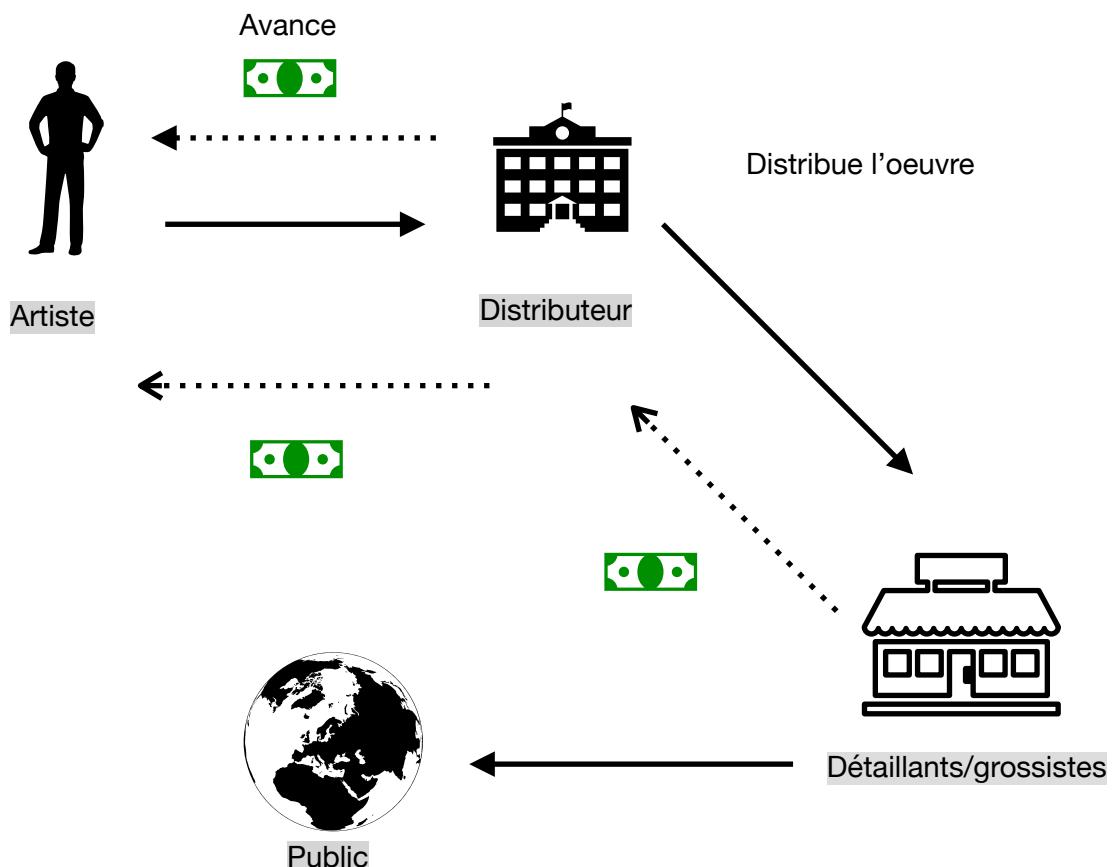
Ces contrats sont généralement conclus pour une période de 3 ans renouvelable tacitement. À l'issue du délai convenu, l'artiste peut choisir de se faire rétrocéder les oeuvres ou de les faire détruire, sachant que l'un comme l'autre se fera à ses frais.

⁵⁹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., p. 34.

⁶⁰ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p. 216.

⁶¹ *Ibidem*, p.210

e) schéma



Le contrat de licence

a) définition

Un contrat de licence est un contrat conclu entre l'artiste titulaire des droits master (ou le producteur) et le label (le licencié) par lequel il est prévu que le label prenne en charge la fabrication des exemplaires, la responsabilité de la reproduction, la publication et la distribution des exemplaires ainsi que leur promotion auprès du public.

Le lecteur attentif remarquera que, par ce contrat, l'artiste permet au label de reproduire l'œuvre sur des supports et de les commercialiser. Dès lors, il est nécessaire que l'artiste transmette ce droit de reproduction dans le contrat de licence.

Le contrat de licence se distingue du contrat de distribution dans la mesure où le licencié a la responsabilité de la fabrication des exemplaires. Il n'y a donc pas de concession de droit de reproduction dans le cadre d'un contrat de distribution alors que c'est le cas dans

un contrat de licence. De plus, le distributeur ne prend généralement pas en charge la promotion des enregistrements auprès du public.

Le statut juridique du contrat de licence s'est posé dans le cadre d'un litige opposant un artiste-interprète avec le label Polygram. La Cour de Cassation française a conclu que, s'agissant d'un contrat qui fait état d'une concession du droit de reproduction, le contrat de licence devait être considéré comme un contrat d'édition⁶². Cette considération s'est faite sur base des articles L.132-1 et L.132-12 du Code de la propriété intellectuelle française. Cette considération relève du droit français mais un raisonnement semblable pourrait, à notre sens, être repris en droit belge.

b) engagement du label

Généralement, le label fournit une avance à l'artiste afin que celui-ci couvre les frais d'enregistrement du projet. Il est important de rappeler que cette avance est recouvable et non-récupérable. Il peut être prévu que le recouvrement de l'avance se fasse via une avance future concédée dans le cadre d'un nouveau projet.

Le label s'engage à reverser les redevances à l'artiste. Ces redevances seront évaluées selon un pourcentage conclu dans le contrat. Il est admis que le pourcentage que prend le label dans le cadre d'un contrat de licence conclu avec un artiste émergent est en général aux environs de 80%⁶³. Il est essentiel d'avoir égard à l'assiette sur laquelle est appliquée ce pourcentage. En effet, selon qu'il s'agisse d'un pourcentage sur le chiffre d'affaire brut ou sur un montant net après déduction de tous les frais exposés, cela peut diamétriquement modifier le montant.

Le label prend en charge la fabrication des exemplaires et les redevances liées à la distribution de l'œuvre.

Le label s'engage à assurer la promotion de l'enregistrement. Il arrive que le contrat indique le budget que le licencié va libérer pour cette promotion.

c) engagement de l'artiste

L'artiste reste propriétaire des droits master de son œuvre. C'est la différence fondamentale avec le contrat d'artiste.

⁶² France, Cass. 1ère chambre civ., Polygram c/ Mariani, 18 octobre 1994, RIDA, octobre 1994, n°166, p.271

⁶³ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 34.

L'artiste sera responsable d'une clause de garantie par laquelle il assure au label qu'il est seul titulaire des droits concédés, qu'il a pris ou prendra en charge de l'intégralité des frais d'enregistrement, que les conditions du contrat conclu avec les interprètes des enregistrements visés au contrat de licence sont conformes au contrat de licence et qu'il est titulaire des droits d'exploitation de l'ensemble des éléments transmis (photos, logo, marque, textes etc.)⁶⁴.

L'artiste assurera également l'exclusivité au licencié sur le territoire prévu par le contrat. Ça permet au label de ne pas devoir être mis en concurrence avec un autre distributeur ou un autre licencié.

d) fin du contrat

La durée du contrat de licence est généralement d'au moins 5 ans⁶⁵. Toutefois, il faut prendre en compte que deux délais peuvent s'appliquer : le délai d'exploitation commerciale et le délai d'exclusivité de fourniture.

Le délai d'exploitation commerciale : C'est la période pendant laquelle seul le licencié aura le droit de commercialiser les œuvres de l'artiste. Ce délai est plus long que le délai d'exclusivité puisqu'il a pour objectif de permettre au label d'être rentable. Une fois que l'artiste aura envoyé toutes ses œuvres, le label aura un certain délai pour les exploiter.

Le délai d'exclusivité de fourniture : Ce délai permettra au licencié de recevoir les œuvres de l'artiste en exclusivité. L'artiste ne pourra donc pas envoyer ses nouvelles œuvres à un autre label. Le délai peut être conclu pour une durée déterminée ou pour un nombre d'œuvres précis. Une fois ce délai écoulé, l'artiste pourra proposer ses œuvres à un autre label mais ce dernier ne pourra pas les distribuer avant que le délai d'exploitation commerciale ne soit écoulé.

Une problématique se pose souvent dans les contrats de licence, à savoir quand le label ne va pas exploiter les œuvres. L'artiste ne pourra pas les faire commercialiser par quelqu'un d'autre et se trouvera coincé. Un palliatif contractuel serait une clause de « *use it or lose it* » qui permettra à l'exclusivité de tomber si le label décide de ne pas exploiter l'œuvre endéans un certain délai.

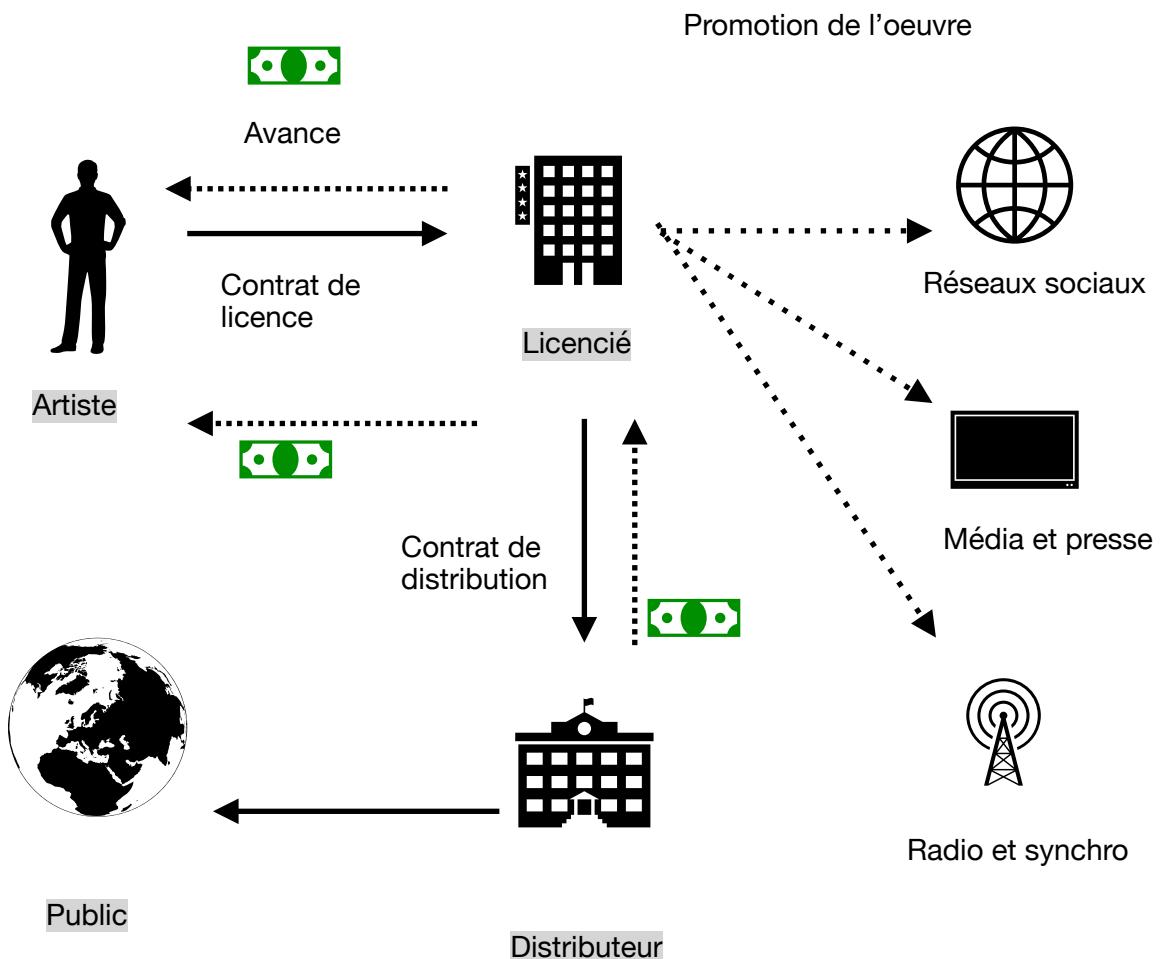
Nous proposons une réflexion : comme mentionné, la jurisprudence française a admis que l'on puisse qualifier les contrats de licence de contrat d'édition (même si cette hypothèse n'est pas unanimement admise par les praticiens). Or, le droit de la propriété intellectuelle implique que la partie à qui l'on cède des droits d'auteur est dans l'obligation d'exploiter

⁶⁴ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p. 194.

⁶⁵ *Ibidem*, p. 196

l'oeuvre, à défaut de quoi le contrat pourra être résilié (article 167 et suivants CDE). Dès lors, si le contrat de licence est encadré par le droit des contrats d'édition, un licencié qui n'exploite pas les œuvres sur lesquelles il a l'exclusivité pourra être évincé du contrat. L'artiste pourrait donc potentiellement se voir offrir une porte de sortie d'une relation contractuelle aussi problématique.

e) schéma



Le contrat d'artiste

a) définition

Le contrat d'artiste est un contrat liant l'artiste-interprète et un label (le producteur phonographique) afin de produire un projet musical (single, EP, album etc.) financé, promu et distribué par ce label, qui en sera le propriétaire (propriétaire du master⁶⁶).

⁶⁶ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 68

Il convient de souligner que le contrat d'artiste a trait à l'enregistrement d'une oeuvre qui donnera lieu à l'exploitation du master de cette oeuvre. Il ne faut donc pas le confondre avec le contrat de cession qui, quant à lui, donnera lieu à l'exploitation de l'oeuvre dans son caractère immatérielle (paroles et composition). Dès lors, la conclusion d'un de ces deux contrats est indépendant l'un de l'autre. Certains artistes sont donc « signés en édition » et signé en artiste chez Universal (notons toutefois que dans un tel cas, ces deux structures collaborent souvent ensemble pour ne pas faire double emploi dans certaines missions).

b) engagement du label

Le label s'engage à produire le projet musical en y allouant un budget suffisant. Le budget moyen pour produire un album oscille entre 50.000€ et 80.000€ chez les majors et avoisine les 37.000€ chez les labels indépendants⁶⁷. On comprend dans ce budget les frais de studio, la location de matériel, la prestation de l'ingénieur son, le mix et le mastering⁶⁸, les déplacements, le salaire des interprètes etc. Tout ce qui touche à la production finale du morceau est compris dans le budget.

Comme mentionné à plusieurs reprises, les contrats sont régis par l'autonomie des volontés et il n'est dès lors pas interdit de prévoir que le producteur exécutif du projet musical sera l'artiste lui-même. Toutefois, il se rendra responsable de la remise du master dans les temps impartis, de la qualité du projet, de la facturation des prestations (il doit donc passer par une personne morale).

Une avance peut être attribuée par le label mais ce n'est pas obligatoire. Dans le cadre d'un premier contrat avec une major, l'avance moyenne peut varier entre 10.000 et 20.000€⁶⁹. Il convient de noter que cette avance n'a pas la même importance que dans les deux contrats vus précédemment. En effet, l'avance du contrat d'artiste doit être considérée comme une avance sur rémunération et non comme un moyen pour investir dans le projet musical, étant donné que c'est le label qui le finance. Dès lors, les avances en contrat d'artiste peuvent être moins élevées dans ces contrats puisqu'il n'y aura aucun frais à engager de la part de l'artiste.

Le label s'engage à attribuer en moyenne 7 à 9% sur les redevances du projet, pour un premier contrat⁷⁰.

⁶⁷ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p.126.

⁶⁸ Il ne faut pas confondre master et mastering : le mastering est l'étape finale dans le mixage d'un morceau, cela consiste à préparer et transférer un ensemble d'enregistrements pour en faire un programme sur un support physique ou numérique, lequel servira à une fabrication en série ou à la diffusion. Son but premier est de rendre homogène cet ensemble.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 135

⁷⁰ *Ibidem*, p. 140

c) engagement de l'artiste

Dans un premier temps, l'artiste doit émettre certaines garanties, notamment celle selon laquelle il n'est pas lié par un quelconque contrat avec un autre label. Les contrats prévoient qu'en cas de recours par un tiers, l'artiste sera seul responsable. Dans le même ordre d'idées, l'artiste s'engage à enregistrer exclusivement pour ce label et à ne pas s'engager avec un autre (clause d'exclusivité). Il garantit de ce fait que les œuvres qu'il va produire avec ce label n'ont jamais été enregistrées avec une autre structure. Il garantit également que tous les samples⁷¹ utilisés dans ses œuvres sont libres d'utilisation.

L'artiste s'engage ensuite à exécuter le contrat dans son obligation principale, à savoir l'enregistrement d'œuvres destinées à être publié. Cet engagement doit être circonscrit dans une certaine durée mais n'est pas limité aux seuls procédés actuels. Cela signifie que si, l'année prochaine, un nouveau mode de diffusion de la musique est inventé, un contrat signé aujourd'hui pourrait faire naître l'obligation pour l'artiste de laisser le label diffuser son morceau via ce nouveau moyen (cela a notamment été pertinent à l'occasion de la création du streaming, au passage de la musique en ligne).

L'artiste s'engage à céder le droit total de reproduction et de représentation. Il est en effet indispensable que ces droits soient conférés au label s'il souhaite fixer l'œuvre sur des supports puis les vendre ainsi que pour placer les morceaux en radio, sur les plateformes de streaming etc. Le label possède donc les droits master sur l'album et est bénéficiaire de considérations relatives aux droits d'auteur, sans pour autant que le label touche des redevances de droits d'auteur.

d) fin du contrat

Il convient de rappeler la différence entre *résiliation* et *résolution*⁷². Imaginons que deux personnes concluent un accord, comme un contrat de vente ou un abonnement. Si l'une des parties ne respecte pas ses obligations (par exemple, un vendeur ne livre pas le produit), la résolution intervient pour annuler le contrat *rétroactivement*, comme s'il n'avait jamais existé. Les deux parties sont replacées dans leur situation initiale : le vendeur reprend le bien, l'acheteur récupère son argent. C'est une sorte de retour en arrière, souvent utilisé en cas de faute grave ou de manquement essentiel.

La résiliation, en revanche, met fin au contrat *pour l'avenir*, sans effacer ce qui a déjà été réalisé. Par exemple, si quelqu'un résilie un abonnement internet, il cesse de payer et le

⁷¹ Un sample est un échantillon sonore incorporé dans une production musicale.

⁷² Rigolet, A., *Entre résiliation et résolution — une distinction claire, une coexistence difficile, note sous Cass. 7 janvier 2021.*, p.561 et suivant.

service s'arrête, mais il n'en reste pas moins redevable des mois où il a utilisé la connexion. Cela s'applique souvent aux contrats à exécutions successives.

Il arrive que certains contrats fassent état de clause que nous qualifions d'inégales. Par exemple, le contrat d'une major mentionne ce qui suit :

« Universal a le droit de résilier immédiatement le présent Contrat en cas de violation substantielle du présent Contrat par le Candidat, qui n'est pas réparée dans les 20 (vingt) jours ouvrables suivant la réception d'une notification écrite d'Universal. »

Il est donc permis au label de résilier le contrat si l'artiste viole les obligations du contrat. Toutefois, aucune clause ne permet l'inverse dans la mesure où le label ne respecterait pas ses engagements. Le problème d'une telle clause réside dans l'impression qu'elle donne à l'artiste qu'il n'aurait aucun moyen de se sortir d'un tel engagement juridique. Il suffirait au label d'envoyer un mail en citant toutes ces clauses à l'artiste en lui conseillant de ne pas faire de vagues pour qu'il se dise qu'il n'y a aucun intérêt tant il y perdrait plus qu'il n'y gagnerait.

e) signer en artiste quand on est signé en édition

Il est courant de confondre l'éditeur et le label. Pourtant, leurs rôles sont fondamentalement différents. Signer avec l'un ne nécessite pas automatiquement de signer avec l'autre.

L'éditeur agit comme le gardien des créations de l'artiste : paroles & compositions. Son rôle premier est de protéger et de « maximiser » les droits d'auteur. Pour cela, il collabore avec des organismes tels que la SABAM pour collecter les droits générées chaque fois que la musique de l'artiste est diffusée, streamée ou reprise. Mais son travail va plus loin : il prospecte des opportunités pour valoriser les œuvres, comme des placements dans des films, des publicités (qu'on appelle des « synchros » dans le jargon) ou des reprises par d'autres artistes. Par exemple, si le morceau est utilisé dans un film, l'éditeur veille à ce que l'artiste perçoive les droits d'auteur liés à cet usage. Certains éditeurs proposent même des avances sur les droits ou investissent dans le développement créatif, en échange d'un pourcentage sur les revenus futurs.

Le label, quant à lui, se concentre sur ce que l'on appelle le master : l'enregistrement de l'œuvre. Il se charge de la production (studio, mixage & masterisation), de la promotion (marketing, relations presse, playlists, référencement etc.) et de la distribution physique ou digitale (via Spotify, Deezer, disques, vinyles etc.). Contrairement à l'éditeur, il ne gère pas les droits d'auteur de l'artiste (sauf si une clause dans le contrat lui en accorde une part, ce qui doit toujours être vérifié en amont). Un label apporte des ressources et un réseau. En contrepartie, il exige un pourcentage sur les ventes des morceaux.

Un artiste peut très bien collaborer avec un éditeur sans jamais signer avec un label, notamment s'il compose pour d'autres artistes. À l'inverse, s'il auto-produit ses morceaux mais souhaite une distribution large, un accord avec un label ou un distributeur indépendant peut suffire, sans passer par un éditeur.

La frontière entre éditeur et label devient trouble lorsque les contrats empiètent sur les territoires de l'autre. Il faut se méfier des clauses où un label réclame une part de vos droits d'auteur en échange d'un investissement initial, ou pire : des contrats 360° qui diluent vos revenus sous prétexte de « soutien global ». Un éditeur honnête ne partagera jamais ses responsabilités avec le label de l'artiste – sauf si ce dernier signe un accord de coédition⁷³, une décision qui doit être réfléchie en amont avec l'éditeur et le label. Toutefois, il est courant qu'un label qui produise un artiste insiste pour cumuler avec la casquette d'éditeur en ce que ça facilite la vision à long terme pour la promotion. En effet, le fait que deux structures différentes gèrent, d'un côté les droits d'auteur et, de l'autre, les droits master, peut poser des problèmes de cohérence.

f) le statut de l'artiste

La majorité des contrats d'artiste font état d'une clause qui écarte l'hypothèse selon laquelle le contrat serait un contrat de travail. Le label a tout intérêt à ce que ce ne soit pas le cas en ce que ça impliquerait des difficultés pour résoudre le contrat et donnerait lieu à des indemnités de préavis.

Toutefois, le label n'a pas les pleins pouvoirs concernant la qualification du contrat. Même si un artiste accepte une telle clause, le juge pourra requalifier la relation comme étant celle d'un employeur et d'un salarié.

Le critère fondamental sera la notion de lien de subordination. Si le juge considère que le label exerce une autorité à ce point grande que l'artiste ne peut pas être considéré comme indépendant, ce juge pourra requalifier le contrat en contrat de travail malgré toute clause contraire. Le juge aura égard à la liberté dont jouit l'artiste dans ses horaires, ses tâches, dans les ordres qu'il peut recevoir etc. Dans le cas des contrats d'artiste, il n'est pas rare que la frontière soit fine entre indépendance et subordination.

⁷³ Un contrat de coédition sert à organiser la collaboration entre deux éditeurs pour exploiter ensemble une œuvre musicale et partager les revenus d'édition. Il fonctionne en attribuant à chaque éditeur une part de propriété et en précisant qui gère les exploitations et les démarches administratives. Ce contrat est utilisé lorsque deux éditeurs décident de mutualiser leurs moyens pour mieux promouvoir, financer ou développer l'exploitation d'une œuvre.

B. LES CONTRATS PARTICULIERS

Le contrat MRD ou « 360° »

La métamorphose des moyens de production a bousculé la manière des labels d'appréhender leurs relations contractuelles. L'offre, en termes de musique, a tellement gonflé qu'il est devenu beaucoup plus difficile pour un artiste d'être rentable et, dès lors, pour le label qui l'a signé. Dès lors, les labels ont commencé à avoir recours aux contrats 360° — ils ne tirent plus leurs profits d'une seule source, ils se focalisent sur les quatre sphères de revenus de l'artiste⁷⁴. Cela permet à un label de compenser les pertes d'un premier album en puisant des revenus par d'autres sources et dès lors, être capable de construire une relation basée sur une idée de long terme avec l'artiste.

La pratique a fait naître deux types de contrats 360° : l'un étant axé dans la même optique que les contrats explorés supra, l'autre étant d'avantage utilisé pour des raisons purement économiques.

a) dans la pratique

Une manière de concevoir les considérations économiques d'un artiste est de subdiviser ses revenus en quatre sources distinctes :

Source du revenu	Revenu produit
La production phonographique ou <i>droits voisins</i> (exploitation de l'œuvre matérielle)	Les royalties
Le booking (placement en concert)	Les cachets de concerts
L'édition musicale ou <i>droits d'auteur</i> (exploitation de l'œuvre immatérielle)	Les redevances relatives aux droits d'auteur
Les droits dérivés	Les cachets et redevances relatives au droit à l'image (endorsement, merchandising et sponsoring)

Il faut comprendre que, dans la pratique, conclure un contrat unique regroupant ces quatre aspects est une fiction. Il est quasi toujours question de quatre contrats, à savoir — le contrat d'artiste pour la production phonographique, le contrat de booking pour les concerts,

⁷⁴ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 62.

le contrat d'édition pour les droits d'auteur et le contrat de licence exclusive pour les droits dérivés⁷⁵.

Tous les cas portés à notre connaissance font état de plusieurs contrats distincts. La première raison est strictement juridique. Il est inopportun que le contrat d'édition intègre un contrat faisant état d'autres considérations que celles qui concernent la cession des droits d'auteur. En effet, le contrat d'édition est strictement encadré par le code de droit économique. De ce fait, les dispositions qui ne règlent pas le contrat d'édition se verront encadrées par ses règles. Dès lors, le label n'a pas intérêt à unifier ces contrats.

La deuxième raison à cela est d'ordre pragmatique. Admettons qu'un artiste conclue un contrat de licence — il sort son album cette année et entame sa tournée dans la foulée. Il est problématique pour le label de calquer la durée de son contrat de licence sur la durée de son contrat de booking⁷⁶. En effet, la durée de la tournée sera, par exemple, d'un an mais la durée sur laquelle le label devra profiter des revenus du contrat de licence et en assurer la promotion devra être supérieur pour rentabiliser son investissement. Il est donc peu pratique de prévoir un contrat unique qui devra consacrer des durées différentes pour ces aspects, des pourcentages distincts, des considérations qui ne s'appliquent qu'à certains objets du contrat etc. Il faut donc comprendre par « contre 360° » quatre contrats conclus entre les mêmes co-contractants, à savoir l'artiste et le label.

Une telle considération implique qu'en cas de désaccord avec le label, il sera plus compliqué de résoudre le contrat étant donné qu'il faudra introduire 4 actions distinctes. Le potentiel palliatif serait de conclure au sein de ces contrats une clause d'inter-dépendance (qui, à notre sens, sera qualifiée de condition résolutoire), qui prévoit que la résolution de l'un d'entre eux donne la possibilité à l'artiste de résoudre l'ensemble des contrats si la résolution est due à la faute du label.

Là où ces contrats deviennent un potentiel danger, c'est quand les labels taisent son appellation mais reproduisent ses effets. Prenons par exemple la clause d'option suivante (vue dans le contrat d'une major):

« Les différents Contrats de Talent (définis ci-dessous) sont les suivants :

- Un contrat avec Universal pour les services exclusifs du Candidat en tant qu'artiste enregistrant en studio (décrit plus en détail à l'Annexe 1) (« Contrat d'Enregistrement ») ;

⁷⁵ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p.368.

⁷⁶ Un contrat de booking est un contrat par lequel une agence place un artiste pour des concerts en échange d'un pourcentage sur le cachet de ces concerts.

- Un contrat avec Universal pour les services exclusifs du Candidat en tant qu'auteur/compositeur (décris plus en détail à l'Annexe 2) (« Contrat d'édition ») ;
- Un contrat avec Universal pour l'utilisation exclusive du nom, de l'image et de la biographie du Candidat en ce qui concerne le merchandising (décris plus en détail à l'Annexe 3) (« Contrat de Merchandising ») ;
- Un Contrat avec Universal (et/ou son représentant, étant dans ce cas-ci GMTA pour les services exclusifs du Candidat en tant qu'artiste se produisant en direct lors d'une ou plusieurs tournées de concert découlant du Programme, tel que décris plus en détail à l'Annexe 4 (« Contrat de Tournée The Voice »). »

Le label met donc quatre contrats différents en option, qui pourront être conclus ensemble si ce label le souhaite. Ces quatre contrats comprennent un contrat d'enregistrement (le label possèdera donc les *droits master*), un contrat d'édition (le label possèdera donc des *droits d'auteur*), le label aura le droit d'exploiter le nom, l'image et l'histoire de l'artiste (il possèdera donc ses *droits dérivés*) et le label pourra conclure un contrat de tournée, autrement dit, le label touchera les cachets de concert.

Il ne figure nulle part le terme de « contrat 360° », et pourtant, il s'agit de la même chose. De manière générale, ce terme ne figure pas dans les contrats mais la manière par laquelle est formulée la clause d'option conduit à tromper l'artiste.

Il arrive qu'un contrat d'artiste fasse état de clauses qui ont un impact sur d'autres types de rémunérations que celles prévues par le contrat sans toutefois qu'on puisse parler de contrat 360. Par exemple, le contrat d'une major indique cette clause :

« Universal aura le droit à une part des revenus liés aux recettes nettes provenant de toutes les représentations en direct du candidat en dehors du contrat d'enregistrement (ci-après « concerts ») de : Recettes nettes pour les concerts dont le cachet est supérieur à 1500€ (hors TVA) par représentation résultant de concerts réservés par le candidat ou un tiers pour le compte du candidat — 10% »

Il arrive en effet que les contrats soient des contrats « 180° » ou « 270° ». Toutefois, la clause citée nous amène à établir une distinction entre deux contrats 360° : les actifs et les passifs.

b) le contrat 360° « actif »

Les changements de paradigmes de l'industrie musicale ont imposé aux labels d'élargir leurs sphères de compétences. Dans un premier temps ; pour des raisons économiques car il devenait de plus en plus difficile pour eux d'être rentable ; dans un second temps, par souci de logistique et de cohérence dans la vision à long terme de l'artiste. Les labels se sont donc mis à proposer des contrats qui englobent plusieurs sphères.

Le contrat est dit « actif » quand le label a la mainmise sur la poursuite des différentes sphères. Par exemple, le label va prendre la casquette de l'éditeur, du bookeur et du producteur. Ce genre de contrat est donc plus souvent opéré par des grosses structures qui peuvent compter parmi leurs équipes des profils compétents pour chacune de ces sphères.

c) le contrat 360° « passif »

À la différence du contrat actif, le label va percevoir des pourcentages des différentes sphères de l'artiste sans pour autant s'occuper de celles-ci. Le label aura recours à un tel contrat si il considère qu'il a beaucoup investi et qu'il souhaite s'assurer d'être rentable. D'une certaine manière, produire l'album d'un artiste permettra à cet artiste de toucher des droits d'auteur, de se produire en concert et d'avoir une certaine influence de par son image, il n'est donc pas inéptique de procéder de la sorte. Admettons par exemple qu'un producteur finance un album. Il s'occupe de la promotion de l'album et investit énormément d'argent et peine à rentabiliser son investissement en ce qu'il s'agit du premier album de l'artiste. Grâce à cette promotion, l'artiste est invité dans plusieurs festivals pour y jouer. Il va donc toucher des droits d'auteur. Le producteur peut négocier avec l'artiste pour toucher 15% de ses droits d'auteur afin de rentabiliser plus facilement son investissement.

Le contrat d'édition

a) définition

Le contrat d'édition (ou de cession musicale) est un accord par lequel un éditeur (le cessionnaire) s'engage à exploiter une ou plusieurs œuvres (dans leur caractère immatérielle, à savoir les paroles et la composition) de l'artiste (le cédant) en échange d'un pourcentage sur les droits d'auteur des œuvres cédées (en général, 50%). En contrepartie, l'artiste accorde l'exclusivité à l'éditeur, ce qui signifie qu'il ne peut pas exploiter lui-même son œuvre sans passer par lui et qu'il ne peut pas céder ses droits à un autre éditeur. L'article XI.167 du code de droit économique prévoit que le cessionnaire est tenu d'assurer l'exploitation de l'œuvre conformément aux usages honnêtes de la profession. Toutefois, ces usages ne sont pas codifiés dans la loi⁷⁷.

⁷⁷ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p.120.

« Exploiter » une oeuvre consiste à la faire produire par des artistes-interprètes⁷⁸, à la faire passer en radio si le morceau a déjà été interprété, à la placer dans des films ou spots publicitaires, à exploiter le texte sur du merchandising etc. Il faut interpréter largement la notion d'exploitation. Cette dernière englobe toutes les utilisations potentielles du texte et des compositions cédées qui donneront lieu à rémunération via les droits d'auteur. Toutefois, un contrat d'édition peut limiter l'exploitation à certaines utilisations seulement (dans le cas où l'artiste souhaite produire son merchandising lui-même par exemple).

À noter que l'éditeur devient copropriétaire de la composition (et du texte, s'il y a lieu), ce qui lui confère des droits sur l'œuvre même en cas de réenregistrement ou de nouvelle interprétation. Cela illustre encore une fois la différence entre les droits master, qui concernent l'enregistrement, et les droits d'auteur, qui couvrent le caractère immatériel de l'œuvre elle-même⁷⁹.

Autant il est parfois admis que les droits d'auteur ne sont pas voués à être transmis, autant la réalité économique a obligé l'auteur à procéder de la sorte⁸⁰. En effet, une fois que l'artiste a consacré du temps afin de métamorphoser son idée en une oeuvre, il doit encore la mettre sur le marché s'il espère en tirer profit. Or, une telle chose n'est possible que moyennant une certaine connaissance du marché et du droit et des affaires, sans compter le besoin de disposer d'un réseau important. Au vu de la situation sociale dans laquelle se place bon nombre d'artistes émergents, payer un éditeur via une rémunération forfaitaire pourrait s'avérer dangereux. La rémunération par concession des droits d'auteur peut alors constituer un choix opportun.

Pour faciliter la tâche du lecteur, nous lui informons qu'un modèle de contrat d'édition existe sur le site de la SABAM. Il est toujours plus prudent de partir de ce modèle afin de ne pas prendre de risque.

b) engagement de l'éditeur

Le modèle de la SABAM est le plus pertinent à suivre quant à ce que l'on peut espérer de son éditeur. Le modèle formule ceci :

⁷⁸ Si l'artiste qui conclut le contrat est auteur sans être interprète (même s'il arrive que des artistes-interprètes écrivent pour d'autres artistes).

⁷⁹ « *La cession de la chose impose de distinguer nettement le bien intellectuel de son support, la cession de l'un n'emportant pas la cession de l'autre suivant un mécanisme général d'indépendance* » — Binctin, N., Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur, brevet, droits voisins, marque, dessins et modèles, 7e éd., LGDJ., 2024. p. 757.

⁸⁰ Berenboom, A., Le nouveau droit d'auteur et les droits voisins, Bruxelles, Larcier, 1995., p.309.

« L'éditeur s'engage envers l'auteur à assurer à l'oeuvre une exploitation permanente et suivie ainsi qu'une diffusion commerciale continue conforme aux usages honnêtes de la profession de l'édition musicale et à respecter les délais d'exploitation cités ci-dessous.

Dans le cadre de l'exploitation de l'oeuvre, l'éditeur devra faire preuve de diligence.

Dès la date de la signature du présent contrat l'éditeur entamera la promotion de l'oeuvre en respectant les droits moraux et les droits de la personnalité de l'auteur. L'éditeur assurera une publicité suffisante. A première demande de l'auteur, l'éditeur s'engage à l'informer sur la promotion de son oeuvre et à prendre en considération toute suggestion de l'auteur à ce sujet.

L'éditeur s'engage à négocier et conclure, et ce dans l'intérêt premier de l'auteur, tout acte commercial d'exploitation de l'œuvre, notamment des contrats de production, de distribution et de vente des supports de l'oeuvre. Il veillera à ce que ces contrats soient respectés et assurera la permanence de la vente de l'oeuvre.

En cas d'exploitation de l'oeuvre dans des pays où des formalités de protection doivent être remplies, l'éditeur s'engage à accomplir, de sa propre initiative et dans les plus brefs délais, toutes les formalités de protection requises. Les parties acceptent que l'oeuvre, ou le titre de l'oeuvre, soient enregistrés ou déposés, au nom de l'auteur, aux frais et à la diligence de l'éditeur. »

Nous ajouterons les éclaircissements de Jean-Christophe Lardinois qui classe en quatre obligations les devoirs de l'éditeur, à savoir — la recherche de nouvelles exploitations pour l'oeuvre, l'administration qui recouvre notamment la gestion des droits, l'assistance de l'auteur & la promotion de l'oeuvre⁸¹. Nous noterons qu'une affaire belge a illustré l'obligation pour l'éditeur de promouvoir l'oeuvre de l'artiste. L'affaire Soulsister dans laquelle le groupe a intenté une action en justice contre EMI pour défaut de promotion de l'oeuvre, au terme de laquelle le tribunal de première instance de Bruxelles a fait droit à la demande du groupe et a résolu le contrat d'édition⁸².

La pierre angulaire du contrat d'édition est sans aucun doute l'exploitation permanente de l'oeuvre pour lui donner toutes ses chances de succès auprès du public⁸³. L'éditeur qui s'engage sans se limiter à un territoire précis se voit dans l'obligation de mettre tous les moyens en place pour que l'oeuvre rencontre son succès à l'étranger.

⁸¹ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p.116.

⁸² Belgique, Civ. Bruxelles, 24 juin 1997, inédit

⁸³ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p.116

L'éditeur doit également rendre des comptes à l'artiste — peu importe le succès rencontré par l'oeuvre. Un rapport devra être envoyé à l'artiste avec les démarches entreprises et les résultats rencontrés, à défaut de quoi l'artiste sera en mesure de demander la résolution du contrat⁸⁴.

c) engagement de l'artiste

L'artiste s'engage à céder, à titre exclusif et pour toute la durée légale des droits d'auteur, les droits d'exploitation de l'œuvre musicale sur tous supports existants ou futurs⁸⁵, sous réserve du respect de ses droits moraux inaliénables.

L'artiste garantit l'originalité et la titularité exclusive de l'œuvre, garantit qu'elle ne constitue ni une contrefaçon ni une appropriation illicite de droits tiers et s'engage à informer immédiatement l'éditeur de toute revendication ou litige relatif à l'œuvre.

Il s'engage à s'abstenir de toute exploitation parallèle de l'œuvre ou de toute création similaire susceptible de concurrencer l'exploitation éditoriale prévue au contrat, pour la durée conventionnellement fixée.

L'artiste s'engage à collaborer activement à la promotion de l'œuvre en participant, dans la mesure du raisonnable, aux demandes d'interviews, de présentations publiques ou d'actions promotionnelles proposées par l'éditeur.

Il s'engage à fournir dans les délais convenus tous éléments nécessaires à l'exploitation de l'œuvre (partitions définitives, autorisations de samples, métadonnées techniques etc.) et signaler par écrit toute modification souhaitée avant exploitation.

Il s'engage à autoriser les adaptations nécessaires à l'exploitation commerciale (arrangements, traductions, découpages), sous réserve d'approbation préalable écrite pour toute altération substantielle touchant à l'intégrité de l'œuvre, conformément au droit moral.

Il s'engage à garantir la libre exploitation en déclarant avoir réglé toute rémunération ou droit afférent aux contributeurs éventuels (co-auteurs, interprètes, techniciens) et s'engage à indemniser l'éditeur pour tout préjudice résultant d'un manquement à cette obligation.

⁸⁴ France, T.G.I. Paris, 24 novembre 1987, R.I.D.A., 1988, n°135, p.96

⁸⁵ Toutefois, la clause qui prévoit que la cession des droits pourra se faire pour des modes d'exploitation encore inconnus est nulle — Lardinois, J.-C. et Mouffe, B., « *Troisième partie - Droit des contrats* » in *Droit des artistes*, 1^e édition, Bruxelles, Larcier, 2021, p. 406.

Il s'engage à informer sans délai l'éditeur de toute utilisation non autorisée de l'œuvre dont il aurait connaissance et collaborer à la défense des droits cédés.

L'artiste s'engage à céder un pourcentage de ses droits d'auteur. En général, il s'agit de 50% dans le cas où il est auteur et compositeur. S'il y a un compositeur qui compose pour lui, ils se partageront en général ces 50%, ce qui donnera lieu à une répartition 25-25-50%⁸⁶.

d) durée de l'engagement

Le Code de Droit Économique ne prévoit pas de fourchette légale pour la durée du contrat. Le code se borne à préciser « Ce délai ne peut pas être contraire aux usages honnêtes de la profession. »⁸⁷. Il convient de noter qu'un maximum existe en ce que le cessionnaire ne pourra exploiter l'oeuvre jusqu'à ce qu'elle tombe dans le domaine public⁸⁸. Pour les oeuvres musicales, cette durée est de 70 ans.

e) fin du contrat

Dans un premier temps, il faut comprendre que, dans une relation contractuelle, le droit peut reconnaître une partie faible. Par exemple, quand un particulier contracte avec une entreprise, ce particulier est vu comme la partie faible ; dans un contrat de travail, le travailleur est reconnu comme étant la partie faible. Dans un contrat de cession, le cédant (donc l'auteur) est la partie faible du contrat⁸⁹. Même si cette implication n'ouvre pas de droits nouveaux pour l'artiste, cela jouera un poids crucial si la situation de l'artiste est amenée à être contrôlée par un juge, qui se montrera généralement plus clément avec lui. Ainsi, en cas de divergences d'interprétation, on interprétera le contrat en faveur de l'auteur, *in favorem auctoris*⁹⁰.

Dans ce sens, la théorie des droits retenus implique qu'une oeuvre qui n'est pas explicitement cédée ne sera pas transférée au cessionnaire⁹¹. Plus concrètement, si l'artiste ne prévoit pas dans son contrat qu'il cède tel droit, son label ne pourra pas s'en prévaloir sous prétexte que c'était implicitement prévu. Dès lors, si son label se prévaut d'une telle chose, un juge pourra contrôler la situation et y remédier (en résolvant le contrat par exemple).

⁸⁶ Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, CNM Édition, 2022, p. 58.

⁸⁷ Article XI.167/4 CDE.

⁸⁸ Plaisant, M., *Propriété littéraire et artistique*, Juris-Classeur, fasc. 330, n° 43.

⁸⁹ Binctin, N., *Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur, brevet, droits voisins, marque, dessins et modèles*, 7e éd., LGDJ., 2024, p. 764

⁹⁰ *Ibidem*, p. 766.

⁹¹ *Ibidem*, p. 766.

La jurisprudence a consacré ce principe à plusieurs reprises, notamment dans un jugement rendu par le tribunal de première instance de Bruxelles qui rappelle que l'interprétation restrictive des contrats mène à la conclusion que l'auteur est présumé avoir accordé le moins de droits possible⁹².

Nous retrouvons cette considération à l'article XI.167 du code de droit économique qui prévoit que les dispositions contractuelles relatives aux droits d'auteur et à ses modes d'exploitation sont de stricte interprétation. On interprète donc en faveur de l'auteur⁹³. Toutefois, notons que cette considération ne s'applique qu'à la cession du droit et non pas à la cession de l'objet matériel faisant l'objet de la cession (c'est-à-dire les droits master)⁹⁴.

La relation contractuelle n'est toutefois pas coulée dans la pierre. En effet, une série d'hypothèses permettrait de résoudre le contrat. Par exemple, l'article 167/4, al. 3 CDE dispose :

« Si la personne à qui les droits ont été cédés ou le preneur de licence ne satisfait pas à son obligation d'exploiter dans les délais déterminés conformément aux alinéas 1er et 2 sans pouvoir justifier d'une excuse légitime, l'auteur pourra reprendre ses droits cédés ou donnés sous licence exclusive, en tout ou en partie, ou mettre fin à l'exclusivité de la licence, après une mise en demeure, adressée par envoi recommandé avec accusé de réception, et restée sans effet pendant un délai raisonnable (...) ».

Aucune clause du contrat de cession ne pourra déroger à cet article. Dès lors, un cessionnaire qui n'exploite pas l'oeuvre cédée de manière prudente et diligente pourrait se voir reprendre ses droits⁹⁵.

Il est crucial de toujours avoir égard aux clauses relatives à la résolution du contrat. On trouve par exemple dans un contrat de major la clause suivante :

« La résiliation du présent Contrat ne porte pas préjudice au fait que des droits (y compris les droits perpétuels de propriété intellectuelle de l'artiste) ont déjà été accordés ou transférés par l'Artiste à Universal et seront et resteront la propriété d'Universal pendant toute la durée de ces droits. »

⁹² *Ibidem*, p. 766.

⁹³ Belgique, Cass., 13 février 1941, Pas., 1941, I, p.40 ; Cass. 11 novembre 1943, Pas., 1944, I, p. 4 ; Cass., 19 janvier 1956, Pas, 1956, I, p. 484.

⁹⁴ Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009, p. 29.

⁹⁵ Article XI.167/6 CDE

Une telle clause est particulièrement problématique. Admettons que dans le cadre d'un contrat d'édition, un conflit éclate. Le contrat est résilié. Le label ne devra plus aucune obligation à l'auteur mais continuera d'avoir les droits sur les œuvres en cause, même si la résiliation lui est imputable. Nous déconseillons à tout artiste de signer une telle clause qui est évidemment inéquitable. À titre de remarque, la mention « pendant toute la durée de ces droits » est assez mal choisie en ce qu'il n'est pas clair si le label fait référence à la durée de transmission des droits initialement prévue dans le contrat ou si ils font référence à la durée des droits en eux-mêmes, à savoir 70 ans à dater de la mort de l'auteur.

CONCLUSION

Il est probable, si pas certain, qu'un tel travail décourage l'artiste passionné. D'une part, il se rend compte que même l'art n'échappe pas aux lois du marché. D'autre part, il réalise que la bienveillance ne rime pas forcément avec le monde des affaires. Dans cette optique, il est plus confortable pour lui de se cacher les yeux que d'affronter les hautes sphères de l'industrie qu'il nourrit. Pourtant, nous sommes convaincus que c'est en prenant cette dernière considération en compte que les artistes pourront, à long terme, se défaire des jeux de pouvoir du monde des affaires. À l'image de la dialectique du maître et de l'esclave dans laquelle ce dernier, en façonnant le monde par son travail, finit par affirmer son essence face au maître apparemment dominateur ; les artistes détiennent, sans toujours le comprendre, le pouvoir de redéfinir les règles d'un système qui ne subsiste que par leur production. Cet artifice *hégélien* révèle que la soumission apparente des artistes n'est qu'un leurre. En prenant conscience que l'industrie, sous son apparence de maître auto-proclamé, s'effondrerait sans leur travail, ils peuvent inverser le rapport de dépendance et transformer leur vulnérabilité en levier d'émancipation. Dans une vision plus foucaldienne, l'artiste devrait toujours obéir à un impératif de transgression systématique. C'est sans doute une telle éthique artistique qui fait la différence entre l'artiste et l'homme d'affaires : là où l'artiste transgresse & dérange, le capitaliste concilie & satisfait.

Le droit de la musique est l'une des matières les moins prisées par les professionnels du droit. Il est d'ailleurs probable que l'aberration que représentent certaines clauses explorées dans ce travail soit la conséquence directe d'une zone de non-droit créée par l'absence de juristes qui ont osé porter l'étandard de la défense des droits des artistes. Bien des ouvrages existent mais il est assez flagrant que les auteurs de doctrine ne se marchent pas dessus tant on peut constater le manque cruel de manuels en droit des arts musicaux ayant été écrits les dix dernières années. À titre de contre-exemple, nous soulignerons la qualité et l'intérêt porté aux ouvrages de Pierre-Marie Bouvery et de Jean-Christophe Lardinois, qui se sont avéré être de véritables mines d'or de savoir. Nous terminerons ce travail de fin d'étude sur un passage de l'ouvrage « Droit des artistes » de P. Martens, tant sa justesse fait échos aux questions traitées.

« L'art et le droit n'avaient aucune vocation à se rencontrer. L'art est le domaine de la liberté de création, du non-conformisme, de la transgression. Le droit est tout le contraire : le domaine de la règle, de la conformité, du rappel à l'ordre. Quand, pour

interdire une œuvre, le juge invoque le respect des bonnes mœurs, on croit tenir la norme suprême qui va produire une jurisprudence sûre. Erreur : rien n'est plus subjectif, plus changeant, que la notion de bonnes mœurs. Elle dépend de nos répulsions personnelles, de notre état d'avancement culturel, de nos rapports avec la religion, de notre aptitude à la tolérance car, même s'ils sont en passe d'être remplacés par des machines, les juges sont encore des hommes. »⁹⁶

⁹⁶ Martens, P., « Préface » in *Droit des artistes*, 1e édition, Bruxelles, Larcier, 2021.

BIBLIOGRAPHIE

Doctrine

- Berenboom, A., *Le nouveau droit d'auteur et les droits voisins*, Bruxelles, Larcier, 1995.
- Binctin, N., *Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur, brevet, droits voisins, marque, dessins et modèles*, 7e éd., LGDJ., 2024.
- Bouvery, P.M., *Les contrats 360°, pour une explication des contrats à droits multiples*, Paris, éd. IRMA, 2011.
- Bouvery, P.M., *Les contrats de la musique*, 8e éd, éd. CNM, 2022.
- Caron, C., *Droits d'auteur et droits voisins*, 6e éd., Paris, LexisNexis, 2020.
- Cruquenaire, A., *Le sort des droits d'auteur en cas de fin de contrat*, Anthemis, 2013.
- Cruquenaire, A., *L'interprétation des contrats en droit d'auteur*, Bruxelles, Larcier, 2007, n° 351.
- De Chateleux, P., *Société Artmédia Variétés*, T.G.I. Paris, 4 février 1981, R.I.D.A., avril 1982
- Engels, B., *Mon manager de poche*, Rock System ASBL, 2021.
- Kohl, B. et Onclin, F., *La vente - Théorie générale*, Rép. not., T. VII, *La vente, Livre 1*, Bruxelles, Larcier, 2024, n° 94.
- Lardinois, J.C., *Les contrats commentés de l'industrie musicale 2.0*, 2e éd., Larcier, 2009.
- Lardinois, J.-C. et Mouffe, B., « Troisième partie - Droit des contrats » in *Droit des artistes*, 1e édition, Bruxelles, Larcier, 2021
- Martens, P., « Préface » in *Droit des artistes*, 1e édition, Bruxelles, Larcier, 2021
- Plaisant, M., *Propriété littéraire et artistique*, Juris-Classeur, fasc. 330, n° 43.
- Rigolet, A., *Entre résiliation et résolution — une distinction claire, une coexistence difficile*, note sous Cass., 7 janvier 2021, 2022.
- Vanwijck-Alexandre, M., « Chapitre I. - La vente » in *Chroniques notariales – Volume 45*, 1re éd., Bruxelles, Larcier, 2007, p. 22-80.

Législation

Code de droit économique, inséré par la loi du 28 février 2013, M.B., 29 mars 2013.

Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, révisée à Paris le 24 juillet 1971.

Convention de Rome sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion, 26 octobre 1961.

Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique, JOUE, L 130, 17 mai 2019.

Jurisprudence

Belgique, Cass., 13 février 1941, *Pas.*, 1941, I.

Belgique, Cass., 11 novembre 1943, *Pas.*, 1944, I.

Belgique, Cass., 19 janvier 1956, *Pas.*, 1956, I.

Belgique, Civ. Bruxelles (cess.), 24 septembre 2001, Gielen & Maes c. Antre, 2002.

Belgique, Cass., 22 avril 2013, C.12.0285.F/1.

Belgique, Cour d'appel, 4ème ch., Bruxelles, 18/12/2006 — Affaire : "Star Academy", Ing.-Cons., 2007/2, p. 290

France, TGI Nice, 23 octobre 2003, *Légipresse*, n° 211, mai 2004.

France, TGI Paris, 4 février 1981, P. De Chateleux, Société Artmédia Variétés, in RIDA, avril 1982.

France, Cass., 1re civ., 27 novembre 2008, *Petrucciani et autres c. Francis Dreyfus Music*, RIDA, 2009.

Cass , 24 janvier 2003, *Arr. Cass*, 2003, p 215 ; *Pas*, 2003, i, p 186 ; *R.G.D.C*, 2008, p 501, note J Dewez ; *R.W* , 2005-2006, p 706, note a Van Oevelen ; *T. Not.*, 2008

Belgique, Civ. Bruxelles, 24 juin 1997, inédit.

France, CA Paris, 11 septembre 2007, n° 06/01499.

France, CA Paris, 27 septembre 1996, Farmer c. Sony Music Entertainment.

France, TGI Paris, 10 mai 1996, J. Dutronc c. Musidisc.

France, TGI Paris, 24 novembre 1987, RIDA, 1988, n° 135.

CA., Aix-en-Provence, 18 septembre 2024, n°20/03143.

Cass., Paris, Chambre Commerciale, 10 juin 2020, n° 18-16.441, n° 18-20.733.

Trib. trav. Mons (4^e ch.), 28 juin 2010, *J.L.M.B.*, 2010/31, p. 1484-1487.

France, Cass. 1ère chambre civ., Polygram c/ Mariani, 18 octobre 1994, RIDA, octobre 1994, n°166.

Articles de presse

Bohec, E., « Les labels indépendants lancent un think tank pour repenser l'industrie musicale », *Les Inrockuptibles*, 19 juillet 2024.

Booska P, « 15 millions d'euros : l'incroyable contrat signé par Orelsan avec Sony », *Booska-P.com*, 28 septembre 2023.

Larsen Magazine, « Droit d'auteur dans le marché unique numérique : la transposition de la directive européenne attaquée », *Larsen Magazine*, 3 octobre 2024.

Larsen Magazine, « Spotify licencie son seul éditeur pour le Benelux : Lettre ouverte du secteur musical belge », *Larsen Magazine*, 11 juillet 2024.

Larsen Magazine, « Universal s'empare de [PIAS] : La major gobe le fer de lance de l'industrie musicale belge », *Larsen Magazine*, 15 octobre 2024.

Lorfèvre, L., « Les artistes belges délaissé·es par Spotify ? », *Larsen Magazine*, 24 septembre 2024.

Winkel, J., « La fin de la “classe moyenne” du secteur musical ? », *Larsen Magazine*, 15 septembre 2023.

Rapports officiels

France, Conseil National de la Musique, Indicateurs de la diversité musicale dans la production phonographique : Année 2021, décembre 2022.

IFPI, La musique dans l’UE : 2024, une opportunité mondiale, Paris, SNEP, 2024.

SNEP, Musique enregistrée : Performances du premier semestre 2024, rapport officiel, 2024.