

Le droit d'auteur survivra-t-il à internet ? La réponse est oui

Par Jérôme Giusti, avocat au Barreau de Paris, spécialiste en Droit de la Propriété Intellectuelle, cabinet 11.100.34 Avocats Associés

De nombreuses voix s'élèvent aujourd'hui pour constater, à défaut de trouver les remèdes rapidement, la fin du droit d'auteur sur internet. L'actualité récente est marquée par le projet de loi « Création et internet » qui partant du constat d'un piratage massif des œuvres musicales et audiovisuelles sur internet, cherche à endiguer le flot du téléchargement illégal au nom de la survie des artistes et de l'industrie culturelle.

Le droit d'auteur est-il donc vraiment mort ? Non. Comme dans la nature, rien ne se perd, tout se transforme. Internet est un formidable média et canal de distribution de contenus. Or tout contenu rédactionnel, graphique, photographique, vidéo, etc. est susceptible d'être protégé par le droit d'auteur. Internet est partout, le droit d'auteur aussi. Il ne s'agit donc pas de l'existence du droit qui est en jeu mais de la valeur patrimoniale et économique qu'il est censé créer, qui de fait, semble avoir disparu.

Il faut donc réinventer un modèle économique, refonder un pacte social, rétablir les grands équilibres permettant aux auteurs et acteurs de l'industrie culturelle d'être rémunérés au juste prix et aux usagers de pouvoir consommer des services culturels qui correspondent mieux à leur demande. Cette demande s'est en effet transformée. De nouveaux usages de consommation sont apparus, fondés sur le partage, l'appropriation de contenus existants et la volonté d'un accès rapide aux œuvres. Il faut donc repenser le droit d'auteur classique qui, fondé sur le concept de propriété exclusive, s'accommode mal du partage et de la réappropriation. Il faut revoir également la chronologie des médias.

Nous devons enfin repenser l'offre. Le défi des entreprises actuelles du Net, fortes consommatrices de contenus de toutes sortes pour alimenter leurs services, n'est plus de penser exclusivement en flux mais de réussir à monétiser les contenus sur internet. Une source de richesse considérable est en effet aujourd'hui perdue. Cette monétisation permettra aux sites qui exploitent ces contenus d'en tirer profit et par voie de conséquence, de rémunérer les auteurs mais également leurs producteurs et éditeurs.

Deux chantiers doivent être ouverts : tout d'abord, celui de la monétisation des œuvres immatérielles. Des accords semblent aujourd'hui se dessiner entre les plus grandes plateformes web 2.0 et les sociétés d'auteurs pour permettre aux auteurs de percevoir un reversement sur le chiffre d'affaires publicitaire généré par ces sites. Des résistances existent de part et d'autre. La réflexion doit aller dans le sens d'un reversement proportionnel à l'audience que génère un contenu. Il s'agit de créer un modèle qui redonne vie à un principe ancien et fondateur du droit d'auteur : l'auteur doit être rémunéré au plus proche de l'exploitation qui en est faite et de manière proportionnelle, par rapport aux recettes que son œuvre génère. Du neuf avec du vieux, en quelque sorte. Il ne s'agit que d'un exemple. L'imagination doit pouvoir faire le reste.

L'autre chantier à ouvrir est celui de la systématisation des outils de gestion des droits sur internet (certains existent déjà) qui doivent également être outils de répartition et ce, afin de permettre de mesurer l'exploitation des contenus sur internet, œuvre par œuvre et de rémunérer ainsi les ayants droits de façon individualisée. Cette « rémunération à l'acte » sera toujours préférable à une rémunération au forfait ou sous licence globale, moins juste et moins incitative pour la création. Un nouveau marché existe bel et bien dans ce domaine. Des acteurs doivent se saisir de cette opportunité pour inventer de nouvelles offres monétisant les contenus sur internet et offrant les outils de gestion et de répartition adéquats.

Non, le droit d'auteur n'est pas mort. Il a toujours été créateur de richesse pour de nombreuses industries et non des moindres, depuis des décennies. Il faut juste le ressusciter.

[<< Retour au sommaire](#)

 [Télécharger le PDF de l'article](#)

PRES@JE.COM

Une publication de l'association PRESAJE
(Prospective, Recherche et Etudes Sociétales Appliquées à la Justice et à l'Economie)
 Siège social : 2 avenue Hoche 75008 Paris - Courrier : 30 rue Claude Lorrain 75016 Paris

Tél. 01 46 51 12 21 - E-mail : contact@presaje.com - www.presaje.com
Directeur de la publication : Michel Rouger