

Magazine de l'OMPI

ÉDITION SPÉCIALE MUSIQUE

2025



L'intelligence artificielle
**est-elle le prochain
Napster pour
l'industrie musicale?**

Les produits dérivés,
**nouvel élément
clé de l'image de
marque**

Diffusion en continu :
**le secret de la réussite
des scènes musicales de
la région MENA**

OMPI

Note de l'éditrice

Chères lectrices, chers lecteurs,

Nous avons le plaisir de vous présenter notre édition 2025, consacrée à l'évolution des liens entre la musique et la propriété intellectuelle. L'accent mis cette année sur la musique a fait émerger un nombre exceptionnel d'histoires et de pistes de réflexion, allant d'une affaire juridique du XVIII^e siècle qui a contribué à jeter les bases du droit d'auteur dans le domaine de la musique (p. 58) à la manière dont les chansons générées par l'intelligence artificielle alimentent l'essor des fermes de diffusion en continu (p. 30), en passant par des conversations avec des créateurs de musique et des essais rédigés par de grands acteurs et des innovateurs du secteur.

L'accent mis sur la musique tombe à point nommé. Les données les plus récentes montrent en effet une croissance significative du secteur, en particulier dans les régions où le piratage était autrefois très répandu. Les services de diffusion en continu et les associations professionnelles du secteur font état de paiements de redevances et d'investissements record dans le marketing et la recherche de nouveaux talents (p. 6). Cependant, avec l'évolution des systèmes de distribution numérique, les artistes doivent plus que jamais connaître leurs droits (p. 16).

L'évolution du lien entre intelligence artificielle, créativité humaine et droit d'auteur ne fait que renforcer l'urgence de ce débat brûlant. L'intelligence artificielle bouleverse les modèles commerciaux. L'industrie musicale pourrait bien être à l'aube d'une nouvelle période de bouleversements tels que ceux engendrés par Napster, comme le pense un contributeur (p. 34), et doit s'efforcer de concilier créativité et nouvelles technologies tout en promouvant l'octroi de licences, tant dans le cadre judiciaire qu'en dehors (p. 44). À la page 48, un spécialiste des technologies se penche sur la manière dont les systèmes d'intelligence artificielle génèrent de la musique et s'interroge sur le rôle que les machines pourraient jouer pour assurer une répartition équitable des redevances à l'avenir.

La question de la rémunération des artistes occupe également une place importante et la star grenadienne de soca V'ghn (p. 2) ainsi que la chanteuse cap-verdienne Solange (p. 40) donnent des conseils sur la façon d'utiliser efficacement les systèmes de propriété intellectuelle. Nous examinons également le système de gestion collective de la Chine (p. 54) ainsi que le point de vue de l'Inde sur la protection des instruments traditionnels par les indications géographiques (p. 68).

Bonne lecture!



Nora Manthey

Rédactrice en chef, Magazine de l'OMPI
Mél. : wipomagazine@wipo.int

64



2



10

34

16



Avertissement

Cette édition spéciale du Magazine de l'OMPI est consacrée à la musique, thème de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle et de l'Assemblée générale de 2025. Elle est distribuée gratuitement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), sié à Genève (Suisse).

Le Magazine de l'OMPI vise à faciliter la compréhension de la propriété intellectuelle et de l'action de l'OMPI parmi le grand public et n'est pas un document officiel de l'OMPI.

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'OMPI aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles des États membres ou du Secrétariat de l'OMPI. La mention d'entreprises particulières ou de produits de certains fabricants n'implique pas que l'OMPI les approuve ou les recommande de préférence à d'autres entreprises ou produits analogues qui ne sont pas mentionnés.

2

PROFIL

Découvrez V'ghn, le prince grenadien de la soca et nouvel ambassadeur de la propriété intellectuelle de l'OMPI auprès de la jeunesse

6

DONNÉES

L'IFPI revient sur une décennie de transformation numérique dans l'industrie musicale

10

DOSSIER

Les produits dérivés, nouvel élément clé de l'image de marque des musiciens

16

ENTRETIEN

Niclas Molinder
Les créateurs de musique doivent changer d'attitude à l'égard des métadonnées et de la propriété intellectuelle

19

AU TRIBUNAL

Clonage de la voix par l'IA : comment un artiste vétérinaire de Bollywood a créé un précédent juridique

22

APERÇU

Droits sur les œuvres musicales : trouver l'harmonie entre musique et activité commerciale

24

DOSSIER

Comment les fandoms (communautés de fans) de K-pop se mobilisent autour de la propriété intellectuelle

30

DOSSIER

La diffusion artificielle et ses effets bien réels sur le monde de la musique

34

OPINION

La musique générée par l'IA pourrait-elle être le prochain Napster pour l'industrie?

40

ENTRETIEN

Solange Cesarovna
Nous ne nous comprendrions pas sans la musique

44

OPINION

Intelligence artificielle : la synergie entre technologie et créativité

48

ARTICLE INVITÉ

Redevances sur les œuvres musicales : comment traiter équitablement les artistes à l'ère de la musique générée par l'IA

54

DOSSIER

Protection du droit d'auteur dans l'industrie musicale en Chine

58

ARTICLE INVITÉ

L'affaire juridique du XVIII^e siècle qui a modifié profondément le regard porté sur la législation sur le droit d'auteur dans le domaine de la musique

64

ENTRETIEN

Entretien avec Imad Mesdoua de Spotify

68

DOSSIER

Comment les artisans utilisent la propriété intellectuelle pour protéger la fabrication traditionnelle d'instruments en Inde

71

AU TRIBUNAL

Des juges brésiliens envisagent de faire appliquer la Convention de Berne dans l'affaire Adele

74

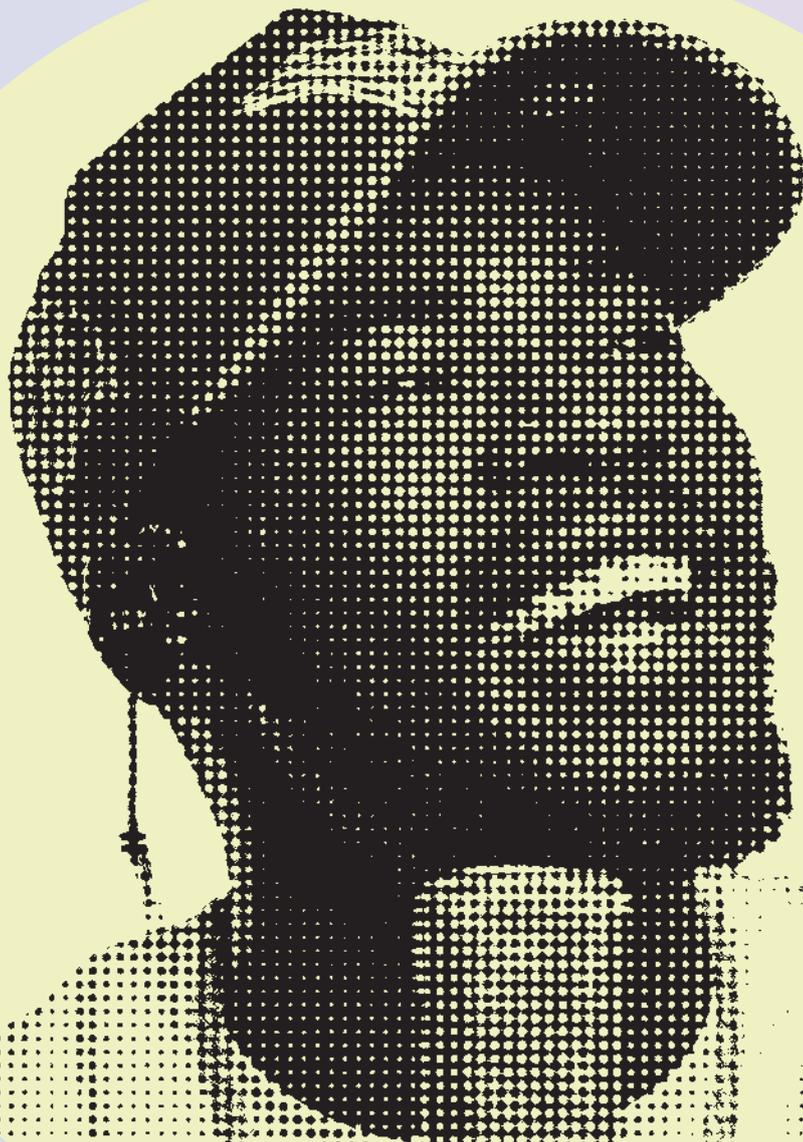
PROFIL

Le producteur saoudien Ahmed Alsallal utilise la musique pour promouvoir la propriété intellectuelle

Découvrez V'ghn, le prince grenadien de la soca et nouvel ambassadeur de la propriété intellectuelle de l'OMPI auprès de la jeunesse

| Académie de l'OMPI

L'étoile montante grenadienne de la musique soca, V'ghn, est en train de se faire connaître sur la scène internationale non seulement grâce à un nombre croissant de fans, mais aussi du fait qu'il est le nouvel ambassadeur de la propriété intellectuelle de l'OMPI auprès de la jeunesse. Découvrez son point de vue sur la façon dont les musiciens peuvent transformer leur art en un moyen de subsistance durable.





La Grenade possède une riche scène musicale et ses artistes de jazz, de reggae, de dancehall et de soca se font concurrence sur la scène mondiale. Jevaughn John, plus connu sous le nom de V'ghn, est un musicien, auteur-compositeur et producteur de soca de 28 ans. Il compte près de 100 000 auditeurs sur Spotify et a récemment signé un contrat avec Virgin Records. Il partage dans cet article les principaux enseignements qu'il a tirés de son expérience dans l'industrie de la musique.

Enfant, Jevaughn John écoute son père jouer de la guitare tous les soirs et passe ses après-midi à danser à la Spices Dance Company à Gouyave (Grenade). Il passe six ans à se former pour devenir artiste et commence à faire de la musique à l'âge de 11 ans dans un duo de soca.

C'est à l'âge de 16 ans qu'il se fait connaître en tant qu'artiste solo lors du concours National Soca Monarch 2013 à la Grenade. Six ans plus tard, il remporte le concours International Soca Monarch à la Trinité-et-Tobago, devenant ainsi le premier musicien de la Grenade à se hisser sur le podium. Sa chanson "Trouble in the Morning" remporte le prix dans la catégorie "Groovy".

La même année, V'ghn est nommé ambassadeur culturel de la Grenade, de Carriacou et de la Petite Martinique, en reconnaissance de sa contribution,

à un si jeune âge, à l'industrie musicale de son pays. En avril 2025, il devient le nouvel ambassadeur de la propriété intellectuelle de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) auprès de la jeunesse.

"Je suis fier d'être un ambassadeur de la propriété intellectuelle de l'OMPI auprès de la jeunesse pour la Grenade", a-t-il déclaré en apprenant la nouvelle. "Je veux représenter ce que mon secteur a à offrir en donnant le bon exemple aux jeunes artistes comme moi."

V'ghn produit et distribue alors sa musique lui-même, mais en 2025, il décroche un contrat de 10 chansons avec EGA Distro Ltd, un label londonien appartenant à Virgin Records. Avant de signer, il approfondit ses connaissances en matière de propriété intellectuelle, essayant d'en apprendre le plus possible. Il signe finalement un contrat de 10 chansons pour pouvoir conserver les enregistrements originaux et rester un artiste indépendant.

"Le secteur peut être impitoyable, donc la chose la plus importante à faire pour un artiste est de se protéger en s'informant sur ses droits, notamment en matière de propriété intellectuelle", explique V'ghn. "Il n'y a pas de retraite dans la musique, c'est pourquoi les artistes doivent se rappeler que, parfois, la partie commerciale est bien plus importante qu'un enregistrement en studio."

Comme la plupart des artistes, il tire 60% de ses revenus de ses prestations et le streaming représente seulement 15%. Il a également établi des partenariats avec des marques pour promouvoir leurs produits auprès de son public. Cette expérience lui a permis de découvrir une autre facette de la propriété intellectuelle.

“La propriété intellectuelle pour les artistes comme moi ne devrait pas se limiter au droit d’auteur”, dit-il. Les marques sont importantes également. “C’est en me concentrant sur mon image de marque et sur l’aspect commercial de mon travail que je pourrai assurer mon avenir grâce à la musique.”

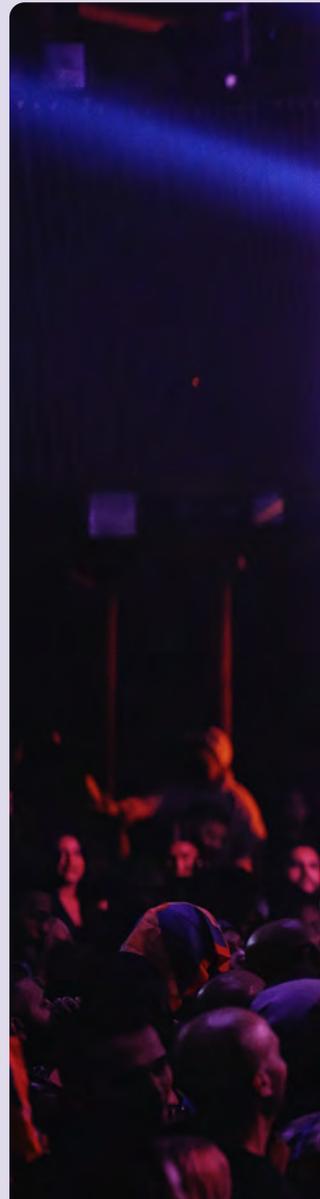
Pour lui, en tant qu’auteur-compositeur, le plus important est que son travail soit reconnu. “J’ai écrit des chansons pour mes amis du secteur, comme Nadia Batson, Blaxx, Skinny Fabulous et Konshens, pour n’en citer que quelques-uns. Parfois, ils me demandent de les écrire, et parfois, j’écris simplement des chansons qui leur conviendraient mieux. Je ne demande généralement pas de rémunération pour les paroles, juste à être crédité pour ma contribution.”

V’ghn est membre de l’Eastern Caribbean Collective Organization for Music Rights (ECCO) Inc. et compte sur son soutien pour les droits d’auteur sur sa musique dans la région.

“Vous ne pourrez pas rester sur scène éternellement, mais votre musique continuera à être diffusée indéfiniment, car la musique ne meurt jamais. Il est donc important, en tant qu’artiste, de veiller à ce que notre propriété intellectuelle soit protégée par le droit d’auteur et gérée correctement, de sorte que nous en profitions, mais aussi que nous puissions offrir à nos descendants une chance d’avoir une vie meilleure.” **M**



La propriété intellectuelle pour les artistes comme moi ne devrait pas se limiter au droit d’auteur. Les marques sont importantes également.



“C’est en me concentrant sur mon image de marque et sur l’aspect commercial de mon travail que je pourrai assurer mon avenir grâce à la musique.”



L'IFPI revient sur une décennie de transformation numérique dans l'industrie musicale

| Lauri Rechartt, directeur juridique à l'IFPI



Les données de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) révèlent que la valeur de l'industrie mondiale de la musique enregistrée a plus que doublé depuis 2014, passant de 14 milliards de dollars É.-U. à 29,6 milliards, la diffusion en continu représentant désormais 69% des revenus. Cette croissance continue peut être attribuée à l'adoption de l'innovation et à la concession de licences couvrant de nouveaux services musicaux par les titulaires de droits, ainsi qu'à la révélation de talents dans les régions autrefois les plus touchées par le piratage. L'Amérique latine, l'Afrique subsaharienne, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord sont désormais les marchés qui affichent la croissance la plus rapide en ce qui concerne la musique enregistrée.

Les dernières données et tendances montrent que le potentiel de croissance régulière demeure intact, mais l'IFPI souligne qu'il est essentiel de respecter les cadres réglementaires en matière de droit d'auteur et de continuer à investir dans les artistes. Les dépenses consacrées aux artistes et au répertoire ainsi qu'au marketing ont atteint un niveau record de 8,1 milliards de dollars É.-U. dès 2023, dans un contexte de difficultés sans précédent pour le droit d'auteur posées par les entreprises d'intelligence artificielle.

Du CD à la diffusion en continu : évolution des revenus

En 2015, j'ai rédigé un article pour le Magasin de l'OMPI sur l'état de l'industrie musicale, qui traitait des opportunités et des défis liés au droit d'auteur et des perspectives de croissance à venir. À l'époque, l'IFPI venait de publier des données sur les revenus mondiaux pour 2014, qui indiquaient que l'industrie de la musique enregistrée représentait 14 milliards de dollars, les ventes de disques compacts (CD) constituant la principale source de revenus. Spotify comptait 15 millions d'abonnés (contre 263 millions en 2024) et l'un des principaux obstacles à la croissance était la distorsion du marché causée par les plateformes de partage de contenus en ligne qui distribuaient de la musique sans licence tout en prétendant bénéficier de privilèges "d'exemption de responsabilité".

Dix ans plus tard, le rapport mondial sur la musique de 2025 de l'IFPI présente les dernières données. En 2024, l'industrie représentait 29,6 milliards de dollars É.-U., dont 69% des revenus provenaient de la diffusion en continu. Les services de diffusion en continu comptaient plus de 750 millions d'utilisateurs d'abonnements payants dans le monde et, à l'exception de quelques irréductibles, les principales plateformes de partage de contenu et les réseaux sociaux avaient négocié des licences pour l'utilisation de la musique. Force est de constater que l'ampleur et le rythme de la transformation et de la croissance du secteur ont dépassé les prévisions les plus optimistes.

Les trois facteurs clés de la croissance mondiale de l'industrie musicale

1) Les produits physiques et la concession de licences pour les interprétations et exécutions

Si la croissance du marché est principalement due à la diffusion en continu payante, les produits physiques n'ont pas pour autant disparu. Au contraire, les ventes de disques vinyles connaissent une croissance régulière. Les organismes de gestion collective voient également leurs revenus augmenter grâce aux licences concédées pour les diffusions et les

interprétations et exécutions publiques. Ainsi, même si la diffusion en continu numérique représente la majeure partie des revenus de l'industrie, d'autres produits progressent également et contribuent à la tendance générale.

2) Expansion mondiale et valorisation des artistes locaux

La croissance de l'industrie est mondiale et touche toutes les régions. Les 10 premiers marchés comprennent désormais la Chine, la République de Corée, le Brésil et le Mexique, et les régions qui ont connu la plus forte croissance en 2024 sont le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord, l'Amérique latine et l'Afrique subsaharienne. En outre, selon un récent article sur la "glocalisation", la plupart des pays étudiés ont enregistré "une augmentation absolue et relative de la part nationale de leurs 10 chansons et artistes les plus populaires en 2022". À l'IFPI, nous constatons la confirmation de cette tendance dans les classements annuels des 10 meilleurs titres de chaque marché.

Ces données démontrent l'importance d'investir dans les talents locaux pour assurer une croissance continue, ainsi que de disposer de cadres mondiaux prévisibles et harmonisés en matière de droit d'auteur à l'appui de ces investissements. On ne saurait trop insister sur l'importance du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur et du Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes en tant que fondements du système mondial du droit d'auteur et moteurs de la croissance de la musique locale et d'autres industries créatives.

3) Une croissance équitable tout au long de la chaîne de valeur musicale

Tous les acteurs de la chaîne de valeur musicale – auteurs-compositeurs, éditeurs, artistes, maisons de disques et distributeurs – ont bénéficié de cette évolution. Au Royaume-Uni, l'Office de la propriété intellectuelle et l'Autorité de la concurrence et des marchés (CMA), dans leurs études respectives sur les revenus des créateurs de musique à l'ère numérique, ont indiqué que les artistes et les auteurs-compositeurs recevaient une part plus importante des revenus croissants de l'industrie, tandis que les services de diffusion en continu sous licence offraient aux consommateurs une valeur sans précédent.

L'IFPI a constaté la même tendance au niveau mondial. En 2023, les maisons de disques ont versé 34,8% de leurs revenus aux artistes, les paiements ayant augmenté de 107% entre 2016 et 2023. Les auteurs-compositeurs et les éditeurs ont également bénéficié de cette évolution : leurs revenus provenant de la diffusion en continu ont plus que doublé en 2023 au regard de ceux qu'ils tiraient des ventes de CD en 2001, année où les ventes physiques ont atteint leur apogée.



8,1 milliards de dollars É.-U. pour la valorisation des artistes : percer dans le brouhaha numérique

Il est également vrai que, si les artistes ont aujourd'hui plus de choix et d'opportunités que par le passé en matière de production et de distribution de leur musique, la "démocratisation" de la production musicale et la concurrence mondiale rendent plus difficile que jamais pour les artistes d'atteindre leurs fans.

Selon Luminate (l'observateur du marché du divertissement et fournisseur d'informations stratégiques, anciennement MRC Data and Nielsen Music), plus de 100 millions de chansons sont disponibles sur les plateformes de diffusion en continu et plus de 100 000 nouveaux enregistrements sont mis en ligne chaque jour. C'est pourquoi les maisons de disques continuent de jouer un rôle clé dans l'écosystème musical; leur expertise dans la recherche, la promotion et l'accompagnement des talents peut aider les artistes à s'imposer dans la lutte toujours plus intense pour attirer l'attention des fans.

Ce qui est demeuré constant pendant l'évolution rapide de l'industrie et les changements importants de son environnement opérationnel, c'est la place centrale occupée par l'art et la confiance et l'investissement des maisons de disques dans les artistes et leur musique.

La poursuite de la croissance n'est pas acquise : elle nécessite des investissements, la foi en l'art humain et un cadre solide en matière de droit d'auteur.

Selon le Global Music Report (rapport mondial sur la musique) de 2025 de l'IFPI, les investissements des maisons de disques dans les artistes et le répertoire ainsi que le marketing ont atteint un niveau record de 8,1 milliards de dollars en 2023. Cet investissement est essentiel car investir dans un artiste reste très risqué, seuls un ou deux artistes sur 10 connaissant un succès commercial. Cet investissement profite également à d'autres acteurs du secteur, des auteurs-compositeurs et éditeurs aux fournisseurs de services numériques.

Dans ce contexte, la protection du droit d'auteur demeure une condition préalable essentielle pour que les maisons de disques puissent investir en prenant des risques dans les artistes et leur musique. Sans les droits exclusifs que confère le droit d'auteur, les labels ne seraient pas en mesure de négocier des conditions commerciales équitables pour l'utilisation de leurs enregistrements, nécessaires pour garantir la création de nouvelles œuvres musicales et l'investissement dans de nouveaux artistes.

Ce principe fondamental du droit d'auteur reste tout aussi pertinent dans le contexte de l'IA générative.



La protection du droit d'auteur demeure une condition préalable essentielle pour que les maisons de disques puissent investir en prenant des risques dans les artistes et leur musique.



L'avenir de l'industrie musicale : diffusion en continu, droit d'auteur et IA

Que réserve l'avenir à l'industrie mondiale de la musique enregistrée au cours des 10 prochaines années? L'un des aspects les plus passionnants de notre secteur est que nous ne savons tout simplement pas quels seront les tendances musicales, les genres et les formes d'expression artistique qui séduiront les fans à l'avenir; il y a toujours quelque chose de nouveau et d'inattendu.

Ce qui est clair, cependant, c'est que l'industrie du disque d'aujourd'hui est ouverte au changement et participe directement à la promotion de l'innovation. Cela signifie une croissance continue sur les marchés nouveaux et émergents, ce qui contribuera à la promotion des artistes et leur permettra de se faire connaître à l'échelle mondiale.

La technologie restera un partenaire essentiel pour les maisons de disques qui cherchent à approfondir les liens entre les artistes et leurs fans. En ce qui concerne l'IA, il existe une voie positive à suivre, qui consiste à accorder des licences musicales à des conditions équitables aux services d'IA générative, sur la base des principes d'autorisation et de transparence. Nous avons besoin que les gouvernements reconnaissent et soutiennent cette approche.

Paradoxalement peut-être, l'avenir passionnant de la musique repose sur ce qui a sous-tendu son évolution au cours des 10 dernières années : le respect du cadre mondial du droit d'auteur. **M**



Cet article a été abrégé.
Pour en savoir plus sur le point de vue de l'auteur sur les développements actuels en matière d'IA, consultez le site Web.

Lauri Rechart est directeur juridique de l'IFPI, basé à Londres. Avant de rejoindre l'IFPI, il était directeur de la société finlandaise de droits d'auteur des artistes interprètes et producteurs de disques Gramex et associé du cabinet d'avocats finlandais de premier plan Procopé & Hornborg. Il est également connu pour avoir participé aux Jeux olympiques d'été de 1988.



Les produits dérivés, nouvel élément clé de l'image de marque des musiciens

| James Nurton, rédacteur indépendant

Découvrez comment des musiciennes telles que Taylor Swift ou Rihanna ont bâti des empires milliardaires grâce à la propriété intellectuelle, tout en devant faire face aux défis en matière de marques et concilier contrôle artistique et succès commercial.



Il n'y a rien de tel que de voir ses musiciens préférés se produire en concert, et nous sommes de plus en plus, semble-t-il, à vouloir vivre cette expérience. La dernière tournée de Taylor Swift, intitulée "Eras Tour", a été la plus lucrative de tous les temps, avec plus de 10 millions de spectateurs et plus de 2 milliards de dollars É.-U. de recettes. Par ailleurs, le groupe de rock britannique Oasis a récemment annoncé, 15 ans après sa séparation, une série de concerts qui auront lieu en juillet et août 2025. Tous les billets sont partis en un clin d'œil.

Le succès des événements en direct montre l'importance que les fans accordent au contact avec les musiciens et les groupes. Pour de nombreux fans, acheter des souvenirs et des produits dérivés est un moyen de perpétuer cette relation et de s'identifier à leurs héros.

Les produits dérivés jouent à l'heure actuelle un rôle de plus en plus important pour de nombreuses célébrités, du fait des revenus limités générés par les droits d'auteur issus des ventes de disques et de la diffusion en continu. Selon un récent rapport de MIDiA, le marché mondial des produits dérivés devrait atteindre 16,3 milliards de dollars É.-U. d'ici 2030.

"Les musiciens peuvent tirer profit au maximum des avantages qui découlent de leur propriété intellectuelle grâce aux produits dérivés. Cela leur permet de diversifier leurs revenus, de développer leur marque et de créer davantage de liens avec leurs fans", explique Hayleigh Boshier, enseignante en droit de la propriété intellectuelle à l'université Brunel de Londres (Royaume-Uni).

Cependant, pour être efficace, toute stratégie de vente de produits dérivés nécessite une gestion rigoureuse des droits de propriété intellectuelle, tels que les marques et les dessins et modèles, ainsi que la négociation de licences et d'accords avec des tiers.

Il est essentiel pour les musiciens de s'assurer qu'ils contrôlent les droits sur leur nom et la propriété intellectuelle qui y est associée.

Les produits dérivés du hip-hop, une révolution en matière d'image de marque

Quiconque s'est rendu à un concert ou dans un magasin de disques depuis les années 1960 connaît bien la gamme de produits que les fans d'artistes et de groupes peuvent acheter, qu'il s'agisse de t-shirts, d'affiches, de porte-clés ou de jouets.

Mais la vente de produits dérivés a toujours joué un rôle plus important dans certains genres musicaux plus que d'autres. M. Kevin Greene, de la Southwestern Law School de Los Angeles, en Californie, affirme que la vente de produits dérivés a joué un rôle particulièrement important pour les artistes hip-hop à partir des années 1980.

M. Greene, qui a récemment publié un article intitulé "Goodbye Copyright? The Rise of Trademark and Rights of Publicity in the Hip-Hop Music Industry" (Adieu le droit d'auteur? L'essor des marques et des droits à l'image dans l'industrie du hip-hop) a déclaré au Magazine de l'OMPI : "Pour de nombreuses communautés marginalisées, l'industrie musicale était minée. Mais le hip-hop a apporté avec lui l'éthique du hustling (la débrouille) des quartiers défavorisés".

M. Greene soutient que, historiquement, la propriété intellectuelle a eu un impact négatif sur les créateurs de

musique afro-américains au profit des multinationales : on désapprouvait les techniques telles que l'échantillonnage et le droit d'auteur ne reconnaissait pas de manière adéquate les œuvres créées par les Afro-Américains. Mais en 1986, le groupe de hip-hop Run-DMC "a ouvert la voie" en devenant le premier groupe à conclure un partenariat avec une grande marque de sport, avec la sortie de la chanson "My Adidas".

Run-DMC a été suivi par des artistes tels que Drake et Travis Scott (tous deux avec Nike), Jay-Z (Puma) et Cardi B (Reebok). Aujourd'hui, selon Greene, "il est indispensable d'avoir un contrat de marque dès le départ".

Marques de vêtements de célébrités et collaborations dans le domaine de la mode

Certains musiciens ont même leurs propres marques de vêtements ou travaillent comme designers pour des marques de luxe. Rihanna a lancé la marque Fenty Beauty en 2017 et a dirigé la marque de vêtements Fenty (propriété de LVMH) de 2019 à 2021. Depuis 2014, elle collabore également avec Puma sous la marque Fenty X Puma. La fortune de la chanteuse est estimée à 1,4 milliard de dollars É.-U., principalement grâce à Fenty Beauty et à ses autres entreprises commerciales.

Le musicien américain Pharrell Williams travaille actuellement avec Louis Vuitton

en tant que directeur créatif chargé des collections hommes. En janvier 2025, lors de la Fashion Week de Paris, Pharrell Williams et le DJ et designer japonais Nigo ont dévoilé une collection streetwear pour hommes qui a été saluée par les critiques.

Mais il existe également d'autres sources de revenus en dehors du secteur de la mode. Par exemple, la rappeuse Megan Thee Stallion a conclu des contrats avec Nike, Revlon, Cash App et Popeyes. Dr Dre a vendu sa société de casques audio Beats by Dre à Apple pour 3 milliards de dollars É.-U. en 2014.

Comment protéger l'image de marque des artistes au moyen d'une marque?

Bien que les avantages découlant d'une bonne stratégie de vente de produits dérivés puissent être considérables, en particulier pour les musiciens confirmés bénéficiant d'une large base de fans, plusieurs obstacles doivent être surmontés.

Tout d'abord, il est essentiel pour les musiciens de s'assurer qu'ils contrôlent les droits sur leur nom et la propriété intellectuelle qui y est associée, notamment les logos et les images. Dans le domaine de la K-pop, par exemple, plusieurs litiges ont opposé des agents et des chanteurs ou des groupes (dont G-Dragon et iKON) au

Une décision cruciale pour les musiciens consiste à choisir entre développer leur propre marque, ce qui leur garantit un contrôle total et une liberté totale en matière de création, ou travailler avec un preneur de licence.



Installation artistique éphémère Run-DMC x Adidas Originals à New York, célébrant le 40^e anniversaire du groupe de hip-hop légendaire, août 2023.



sujet de la titularité des noms. Des désaccords surviennent souvent lorsque des membres rejoignent ou quittent un groupe. Les anciens membres du groupe britannique des années 1970, les Rubettes (célèbre pour la chanson "Sugar Baby Love"), se sont retrouvés devant les tribunaux après que l'un d'entre eux ait déposé des demandes d'enregistrement de marques au Royaume-Uni et dans l'Union européenne pour le nom "Rubettes". L'enregistrement de la marque au Royaume-Uni a finalement été invalidé par une décision de la Haute Cour, tandis que l'enregistrement de la marque dans l'Union européenne a été radié. Un deuxième point essentiel consiste à s'assurer que les enregistrements de marques couvrent tous les produits et services requis dans toutes les juridictions concernées. Le système de Madrid, qui couvre actuellement 130 pays, peut être un outil précieux à cet égard. Les dépôts de demandes d'enregistrement de marques doivent également couvrir tous les produits prévus à l'avenir, en tenant compte des délais de grâce pour démontrer l'utilisation de la marque.

Enfin, d'autres droits de propriété intellectuelle, tels que les dessins et modèles enregistrés et le droit à l'image (le cas échéant), peuvent également entrer en ligne de compte. Les droits sur les dessins et modèles sont essentiels dans des secteurs tels que la mode et l'ameublement. De fait,

compte tenu de leur forte présence dans les médias, les musiciens doivent être particulièrement attentifs aux exigences en matière de nouveauté et au risque d'invalidation des créations en raison d'une divulgation prématurée.

Ce risque est apparu clairement dans une affaire récente portée devant le Tribunal de l'Union européenne (affaire T-647/22) par Puma, concernant un dessin ou modèle communautaire enregistré pour des chaussures. Un dessin ou modèle communautaire enregistré est un droit de dessin ou modèle industriel unitaire qui couvre l'Union européenne. Depuis mai 2025, tous les dessins ou modèles communautaires ont été renommés "dessins ou modèles de l'Union européenne" (DMUE), à la suite de modifications apportées au règlement sur les dessins ou modèles de l'Union européenne (RSDMUE).

Dans l'affaire *Puma c. Forever 21*, la Cour a confirmé une décision selon laquelle le dessin ou modèle était dépourvu de caractère individuel, en se fondant sur des dessins ou modèles divulgués par la chanteuse Rihanna dans des photographies publiées sur sa page Instagram et ailleurs en décembre 2014.

Le Tribunal a déclaré que, du fait que, en décembre 2014 (soit plus de 18 mois avant le dépôt de la demande d'enregistrement du dessin ou modèle

communautaire), Rihanna était une star de la pop mondialement connue, tant ses fans que les milieux spécialisés dans le domaine de la mode avaient développé un intérêt particulier pour les chaussures qu'elle portait le jour de la signature du contrat avec Puma.

"Compte tenu de cet élément, il est parfaitement raisonnable de considérer qu'une partie non négligeable des personnes qui s'intéressaient à la musique ou à la personne de Rihanna, y compris à sa tenue vestimentaire, en décembre 2014 a regardé, de près, les photos en question pour en discerner l'aspect des chaussures que la star portait, en reconnaissant ainsi les caractéristiques du dessin ou modèle antérieur", a écrit le Tribunal.

Le recours formé par Puma devant la Cour de justice de l'Union européenne a été rejeté (affaire C-355/24 P), ce qui signifie que la décision est définitive.

Créer sa propre marque ou bénéficier du soutien d'une marque : le dilemme de l'artiste

Compte tenu de la complexité de la gestion et de la protection de la propriété intellectuelle, une décision cruciale pour les musiciens consiste à choisir entre développer leur propre marque, ce qui leur garantit un contrôle total et une liberté totale en matière de création, ou travailler avec un preneur de licence, ce



Bien que la vente de produits dérivés présente des avantages considérables, elle n'est pas sans risques, notamment en ce qui concerne d'éventuels litiges.

qui peut réduire les coûts initiaux, mais implique de renoncer à une partie du contrôle et des revenus.

Selon Mme Boshier, quelle que soit l'approche adoptée, "les artistes doivent s'assurer qu'ils reçoivent une part équitable des revenus générés par leurs produits dérivés". Dans certains cas, nous avons constaté que les salles gagnent plus d'argent grâce à la vente de produits dérivés lors d'un concert que l'artiste lui-même, à cause des commissions excessives qu'elles prélèvent.

Application des droits de marque pour les produits non officiels

Bien que la vente de produits dérivés présente des avantages considérables, les risques sont élevés, notamment en ce qui concerne d'éventuels litiges. Lors du lancement d'un programme de vente de produits dérivés, il est essentiel de veiller au respect des droits de propriété intellectuelle d'autrui. Cela s'avère particulièrement important lors de la diversification vers de nouvelles gammes de produits où des marques établies peuvent déjà exister.

Les musiciens peuvent également être amenés à saisir la justice pour faire valoir leurs droits. En 2013, Rihanna a poursuivi le détaillant Top Shop au Royaume-Uni pour avoir vendu des t-shirts à son effigie. La Cour d'appel a confirmé le jugement rendu en première instance selon lequel il y avait usurpation d'identité, car certains membres du public concerné pouvaient penser que les t-shirts étaient approuvés par la chanteuse.

En 2016, Run-DMC a poursuivi Walmart, Amazon et d'autres détaillants devant les tribunaux américains pour la vente non autorisée de produits portant le nom du groupe. Le groupe réclamait 50 millions de dollars É.-U. de dommages-intérêts. Le rappeur RZA, membre du groupe Wu-Tang Clan, aurait également poursuivi en justice des sites de vente en ligne pour la vente de produits de contrefaçon.

Les partenariats avec des célébrités qui ont été un échec

Dans certains cas, une surexposition ou un comportement choquant peut nuire à l'image de la marque et entraîner l'annulation de contrats commerciaux.

Le rappeur MC Hammer est un exemple des dangers liés à une surexposition médiatique. "Il était partout au début des années 1990", explique M. Greene. Au cours de cette période, MC Hammer a fait la promotion de Taco Bell, Pepsi et KFC et a joué dans une série télévisée d'animation, Hammerman. Mais ensuite, il a perdu toute crédibilité et a été cloué au pilori. "La sursaturation (et les dépenses excessives) l'ont achevé", écrit M. Greene.

En ce qui concerne les mauvais comportements, M. Greene décrit l'expérience de Kanye West comme "une mise en garde". Adidas a mis fin à sa collaboration de 10 ans avec le rappeur américain et a retiré toutes les chaussures Yeezy en 2024 après que celui-ci a tenu des propos antisémites. Travis Scott est un autre rappeur qui a perdu des millions de dollars É.-U. en contrats après la mort de 10 personnes lors d'un de ses concerts en 2021.

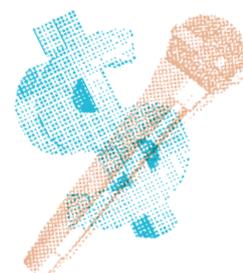
Concilier art et commerce

Les puristes du rock'n'roll sont parfois mal à l'aise avec l'essor de la vente de produits dérivés, certains musiciens, comme Prince, ayant même été jusqu'à refuser de signer des contrats commerciaux. Mais dans un secteur où les carrières peuvent être courtes et s'achèvent souvent brutalement, la vente de produits dérivés peut être une solution très lucrative.

Comme le fait remarquer M. Greene, dans la culture actuelle axée sur la célébrité : "Les musiciens superstar sont également influenceurs sur les réseaux sociaux et leur image de marque dépend des marques et des droits d'auteur".

Selon Mme Boshier, dans un monde idéal, les musiciens vivraient uniquement de leur musique et la vente de produits dérivés servirait davantage à créer des liens avec les fans qu'à diversifier les sources de revenus. Mais ce n'est pas le cas aujourd'hui.

"Des produits soigneusement sélectionnés peuvent offrir aux fans de merveilleuses occasions de se rapprocher davantage de la musique qu'ils aiment", explique-t-elle. "C'est également un excellent moyen pour les fans de soutenir les artistes qu'ils apprécient, à condition que les revenus générés par la vente des produits dérivés reviennent bien aux artistes, ce qui n'est malheureusement pas toujours le cas." **M**



Pour en savoir plus sur la musique et la propriété intellectuelle.

La page Web du Magazine de l'OMPI dédiée à la musique rassemble les stratégies commerciales, les précédents juridiques et les changements technologiques qui bouleversent l'industrie musicale.



Focus | Musique

OMPI



Niclas Molinder

Les créateurs de musique doivent changer d'attitude à l'égard des métadonnées et de la propriété intellectuelle

“



Le producteur de musique suédois Niclas Molinder exhorte les créateurs à prendre davantage soin de leurs métadonnées, afin que le secteur puisse mieux s'occuper d'eux.



Niclas Molinder s'est bâti une carrière de défenseur des droits des créateurs. Il a collaboré avec des géants de l'industrie musicale tels que Björn Ulvaeus d'ABBA, avec qui il a cofondé l'outil de collaboration et de traitement de données Session Studio aux côtés du célèbre producteur Max Martin. Cette plateforme aide les créateurs à consigner les données essentielles nécessaires pour le paiement des redevances et les crédits appropriés. En tant que principal initiateur de la plateforme CLIP (Creators Learn Intellectual Property), Molinder est un fervent défenseur des droits musicaux et de la formation des artistes dans le monde entier. Dans cet entretien avec le Magazine de l'OMPI, il exhorte les créateurs de musique à prendre des mesures anticipées pour obtenir la rémunération qui leur revient de droit.

— D'où vient votre passion pour les droits musicaux?

Au départ, je n'avais pas l'intention de me pencher sur les droits musicaux. Je suis auteur-compositeur et producteur depuis plus de 20 ans, et mon objectif a toujours été de créer de la musique. Mais à un moment donné, mon partenaire et moi avons reçu tellement de demandes pour de nouvelles chansons et productions que nous n'arrivions plus à suivre. Pour répondre à la demande, nous avons créé une maison d'édition et une maison de disques, transformant ainsi notre activité en une maison de production à part entière.

Pour la première fois, j'étais de l'autre côté de la table, représentant d'autres créateurs. Je devais m'assurer que tous les enregistrements étaient corrects. C'est

à ce moment-là que j'ai vraiment compris la complexité des métadonnées et leur rôle crucial dans le cycle de vie d'une chanson. Je me suis également rendu compte d'une chose fondamentale : le terme "chanson" que nous utilisons avec tant de désinvolture n'est pas une définition juridique – c'est une combinaison d'une œuvre musicale et d'un enregistrement sonore. Il est devenu évident que les métadonnées et la gestion des droits sont essentielles pour garantir que toutes les parties prenantes dans la création d'une chanson soient dûment citées et rémunérées. Ce fut mon signal d'alarme.

— **Vous mentionnez l'autre côté de la table. Certains artistes ont l'impression d'être assis du mauvais côté. En même temps, Spotify affirme avoir versé 10 milliards de dollars de redevances en 2024. Que se passe-t-il?**

Avant tout, je pense qu'il s'agit d'un manque d'information et de sensibilisation. Trop souvent, au lieu de chercher des solutions, nous nous rejetons mutuellement la faute. Je ne crois sincèrement pas qu'une entreprise ou une organisation tente délibérément d'exclure des créateurs pour des raisons financières. La difficulté vient du système lui-même : il est complexe et, en l'absence de données correctes, les paiements peuvent être retardés ou perdus.

— **Et l'autre côté?**

Pour ma part, en tant que créateur, je pense que si nous ne gardons pas trace des personnes avec lesquelles

nous collaborons et de celles qui ont contribué à une œuvre musicale ou à un enregistrement sonore, comment pouvons-nous espérer que le reste du secteur – les éditeurs, les managers, les maisons de disques, les services de diffusion en continu et les organisations de gestion collective – le fasse pour nous? Le fondement de la propriété intellectuelle et des paiements fondés sur les redevances repose sur le fait que tout le monde a la même conception des personnes concernées et de la manière dont les recettes doivent être réparties.

Finalement, le problème se résume à la transparence et à la communication. Ce que j'aimerais rappeler aux éditeurs, aux maisons de disques, aux managers, aux organisations de gestion collective et à tous les acteurs du secteur, c'est que des métadonnées de qualité doivent être recueillies dès les premières étapes du processus de création. Si nous y parvenons dès le départ, nous pouvons établir des liens sécurisés entre les identifiants et l'argent circulera de manière plus rapide et plus précise dans le système. C'est bénéfique pour tous.

— **En tant que créateur de musique, que dois-je faire?**

Voyez-le comme n'importe quel autre emploi. Si vous travaillez dans un restaurant, par exemple, vous devez fournir à votre employeur trois informations essentielles pour être payé : votre numéro de sécurité sociale, vos coordonnées bancaires et un relevé d'heures indiquant vos heures de travail.

Les créateurs de musique devraient adopter la même attitude. Lorsqu'une

chanson est terminée, partagez vos identifiants IPI, IPN et ISNI, mettez-vous d'accord sur le partage et assurez-vous que toutes les parties concernées disposent exactement des mêmes informations. Je ne dis pas que cela concerne uniquement les créateurs, tous les acteurs du secteur sont concernés. Mais avant de pouvoir discuter des améliorations en aval, les créateurs doivent changer d'attitude et admettre l'importance des métadonnées en tant que lien essentiel avec leur œuvre.

Il suffit d'un papier et d'un stylo pour faire ce dont je parle. C'est simplement quelque chose que vous devez faire. Le plus important est d'adopter la bonne attitude et de passer à l'action.

— **Supposons que je dispose de toutes ces informations; comment puis-je m'assurer qu'elles seront mises à la disposition de l'industrie mondiale?**

Je recommande d'utiliser des outils de création compatibles avec la norme DDEX-RIN.

Le vrai problème est que le processus est souvent trop compliqué pour les créateurs de musique. C'est pourquoi il est essentiel que les entreprises du secteur de la musique adoptent les normes et solutions existantes telles que Connex, qui garantit que toutes les métadonnées sont exactes et concordantes avant la publication d'une chanson.

— **Donnez-nous un exemple.**

Imaginons que vous soyez auteur-compositeur. Avant la diffusion de votre chanson, vous devez vous entendre sur le partage de l'œuvre musicale. Cette conversation est souvent embarrassante et peut créer une mauvaise ambiance, mais l'éviter conduit à des problèmes plus graves.

Si le partage n'est pas consigné, l'industrie peut vous reconnaître en tant

qu'auteur-compositeur, mais ne saura pas comment répartir les paiements. L'argent est alors bloqué jusqu'à ce que le litige soit résolu. De nombreux auteurs-compositeurs se plaignent de retards de paiement, mais la vérité est que ce problème pourrait être facilement évité grâce à un simple accord initial auquel auraient accès tous les auteurs-compositeurs, éditeurs et organisations de gestion collective concernés.

— **S'agit-il de la "boîte noire" contenant de l'argent qui ne va nulle part parce qu'il est difficile de retrouver les créateurs concernés?**

Oui, mais parfois, l'argent parvient finalement à son destinataire légitime. Les organisations de gestion collective, les éditeurs et les autres organisations du secteur déploient des efforts considérables pour répartir les redevances de la manière la plus juste possible. Toutefois, nous devons également nous attaquer aux énormes coûts administratifs et aux retards causés par des données incomplètes ou incorrectes. Si une organisation de gestion collective ou un éditeur ne dispose pas des métadonnées nécessaires, elle doit procéder à une recherche manuelle, ce qui nécessite beaucoup de temps et d'argent. Les créateurs doivent être davantage impliqués dans l'administration de leurs propres œuvres. Plus nous fournissons des données précises dès le départ, moins nous gaspillons de ressources à rechercher les informations manquantes par la suite.

— **Voyez-vous une solution?**

L'industrie doit changer fondamentalement d'attitude – la véritable précision des métadonnées commence à la source, lors de la création, et non par des corrections coûteuses et fastidieuses en aval, longtemps après la sortie d'une chanson. L'industrie doit également jouer un rôle plus actif dans la formation. Je participe régulièrement

à des conférences et à des événements de l'industrie musicale et la formation est toujours un sujet d'actualité. On entend sans cesse dire : "Nous avons besoin d'une meilleure formation pour les créateurs".

— **C'est quelque chose que vous fournissez.**

Exactement. Avec la plateforme CLIP, nous avons fait quelque chose d'unique : nous avons créé une plateforme pédagogique gratuite, disponible en sept langues. Plus important encore, tous les contenus sont approuvés par l'ensemble de l'industrie musicale. Notre conseil consultatif est composé des principaux organismes professionnels de l'industrie musicale, ce qui ne s'était jamais produit pour une initiative de formation comme celle-ci. Bien sûr, il faut du temps pour que la plateforme CLIP soit pleinement adoptée dans le monde entier, mais nous avons besoin que les parties prenantes de toute l'industrie de la musique se mobilisent et la soutiennent.

À tous les acteurs du secteur : rejoignez-nous. C'est gratuit. Cela ne coûte pas un dollar, pas un euro ni aucune autre devise. Tout ce que nous vous demandons, c'est d'aider à transmettre le message à vos créateurs à grande échelle. **M**



Pouno Gomis se produisant lors du lancement de CLIP, la plateforme de l'OMPI que Niclas Molinder a contribué à créer.

Cette interview a été éditée et condensée à partir de deux entretiens menés par Nora Manthey, rédactrice en chef, Magazine de l'OMPI.

AU TRIBUNAL

Comment un artiste vétérinaire de Bollywood a créé un précédent juridique

Dipak G. Parmar, conseiller en propriété intellectuelle (Inde)

Le chanteur de play-back Arijit Singh est l'artiste le plus suivi sur Spotify. Lorsque sa voix a été clonée, le procès qui en a résulté a mis en évidence les préoccupations croissantes concernant l'IA, la propriété intellectuelle et les droits de la personnalité.



À Bollywood, les chanteurs les plus populaires sont les chanteurs de play-back dont la voix s'adapte à n'importe quel acteur de cinéma, mais qui n'apparaissent pas en personne à l'écran. Arijit Singh est l'un des rares à être sorti de l'ombre.

En mars 2025, Singh est l'artiste le plus suivi sur Spotify, avec 155,8 millions d'auditeurs, dépassant les 139 millions de Taylor Swift. Alors que Taylor Swift reste dans le top 10 des artistes les plus écoutées, Arijit Singh se classe à la 59e place. Toutefois, du fait de sa popularité en tant qu'artiste solo, il a été confronté à une nouvelle problématique : les entreprises qui utilisent l'intelligence artificielle (IA) pour reproduire sa voix.

En 2024, il attaque une société en justice et remporte une victoire qui fera date, établissant potentiellement un précédent juridique pour les droits de la personnalité à l'ère de l'IA. L'affaire *Arijit Singh c. Codible Ventures LLP* est le premier jugement indien à traiter de l'utilisation abusive des outils d'IA générative, de la propriété intellectuelle et de la musique. Il met également en évidence les tensions croissantes entre l'innovation technologique et les droits de la personnalité, l'IA générative remettant en question les normes traditionnelles en matière d'identité et de paternité.

Que s'est-il passé? Selon Arijit Singh, Codible Ventures aurait utilisé des outils d'intelligence artificielle pour produire des enregistrements artificiels de sa voix, une pratique connue sous le nom de clonage vocal. Elle aurait également utilisé l'image de Singh dans sa publicité, présentant de manière inexacte son soutien ou sa participation à un événement virtuel, et créé divers actifs portant son nom et son image sans y être autorisée.

Les juges ont conclu que le nom, la voix, l'image, la ressemblance, la personnalité et les autres traits d'Arijit Singh sont protégés par ses droits de la personnalité et son droit à l'image. Le tribunal s'est montré particulièrement préoccupé par le risque d'exploitation que permet cette nouvelle technologie.

“Ce qui est choquant dans cette affaire, c'est la manière dont les célébrités, en particulier les artistes tels que le plaignant actuel, peuvent être la cible de contenus non autorisés produits par l'IA générative”, a fait remarquer le juge R.I. Chagla de la Haute Cour de Bombay.

Cette décision protège non seulement les droits de l'un des chanteurs les plus appréciés en Inde, mais sert également de référence majeure à l'ensemble des créateurs dans le monde qui doivent faire face à l'exploitation non autorisée de leur personnalité à l'ère de l'IA.

Précédents juridiques en Inde en matière de droits de la personnalité des célébrités

Ce n'est pas la première fois qu'un tribunal indien se prononce en faveur du droit des célébrités à protéger les différentes facettes de leur personnalité contre toute exploitation commerciale non autorisée, et ce avant même l'avènement de l'IA.

Cependant, comme l'a expliqué Madhu Gadodia, associée gérante adjointe chez Naik Naik & Co., lors d'un dialogue de l'OMPI en 2024, la notion de droits de la personnalité est relativement nouvelle en Inde. Elle a été dérivée du droit coutumier, du droit d'auteur, du droit des marques et même du Conseil indien des normes publicitaires (ASCI). Ce dernier protège les célébrités contre l'utilisation non autorisée de leur visage à des fins publicitaires; cela s'applique également à leur voix, qui peut être tout aussi reconnaissable.

Dans les décisions visant à protéger les droits de la personnalité et le droit à l'image, les plaignants doivent prouver trois éléments clés : leur statut de célébrité, le fait qu'ils sont identifiables à partir de l'utilisation non autorisée par le prévenu et que cette utilisation par le prévenu a des fins commerciales.

Quelques secondes d'audio suffisent pour cloner la voix avec une précision pouvant atteindre 95%.



Cette forme d'exploitation technologique porte atteinte au droit de l'individu d'exercer un contrôle sur son image et sa voix et de les protéger.

Dans le cas d'Arijit Singh, la Haute Cour de Bombay a également jugé que les attributs de la personnalité du chanteur, notamment son nom, sa voix, sa photographie et son image, pouvaient être protégés et que la création non autorisée de produits dérivés, de domaines et d'actifs numériques était illégale.

Le tribunal a en outre estimé que les facettes suivantes des droits de la personnalité et du droit à l'image d'Arijit Singh pouvaient être protégées : sa voix, son style vocal, sa technique vocale, ses arrangements et interprétations vocaux, ses manières et sa manière de chanter, et même sa signature.

En outre, le tribunal a estimé que l'utilisation d'outils d'IA pour recréer la voix et l'image d'Arijit Singh, outre le fait qu'elle violait son droit exclusif d'exploiter sa personnalité à des fins commerciales, pouvait potentiellement affecter sa carrière si elle était utilisée à des fins diffamatoires ou malveillantes.

Arijit Singh avait défendu avec succès ses droits de la personnalité en obtenant une ordonnance provisoire de la Haute Cour de Bombay, empêchant plusieurs entités, y compris des plateformes d'outils d'IA, de les exploiter à des fins commerciales.

Cet article a été abrégé. Pour en savoir plus sur l'affaire et sur le clonage de la voix par l'IA, consultez le site Web.



M. Dipak G. Parmar est avocat spécialisé en propriété intellectuelle, médiateur et arbitre, et fondateur de Cyber-IPR à Mumbai (Inde). Il siège notamment au Conseil consultatif du Centre pour le développement de la propriété intellectuelle et de la recherche (CDIPR) et au Conseil des chambres de commerce de l'UE en Inde.

Les articles "Au tribunal" rendent généralement compte des affaires et des décisions judiciaires en cours et sont diffusés rapidement aux fins de discussion et d'observations.

Droits sur les œuvres musicales : **trouver l'harmonie** **entre musique et activité** **commerciale**



Le droit d'auteur sur les œuvres musicales

Le droit d'auteur est la pierre angulaire de l'industrie musicale. Il protège l'originalité des auteurs-compositeurs qui écrivent les chansons (considérés comme des auteurs à part entière dans la législation sur le droit d'auteur) tout en donnant à ces derniers la possibilité de tirer profit de leurs créations intellectuelles dans le secteur dynamique des industries de la création, qui comprend les divertissements en direct, l'industrie du disque, les jeux vidéo, etc. Il est le premier maillon de la chaîne de valeur de l'industrie musicale.

Les auteurs doivent comprendre comment gérer leurs créations intellectuelles et leurs droits correspondants sur le marché de la musique pour pouvoir prendre les décisions qui servent le mieux leurs intérêts en tant que créateurs.



Les droits d'édition musicale

Les auteurs sont le point de départ de l'industrie musicale. Ils peuvent entrer sur le marché directement ou par l'intermédiaire d'éditeurs de musique. Les éditeurs représentent les auteurs-compositeurs en autorisant l'enregistrement de leurs chansons, en concédant des licences aux plateformes de diffusion en continu, et même aux productions audiovisuelles, tout en contribuant au développement de la carrière des artistes. L'éditeur de musique, qui agit pour le compte des auteurs, veille à ce que l'utilisation qui est faite de la chanson donne lieu à rémunération et à que l'auteur soit mentionné, garantissant ainsi que les créateurs soient récompensés pour leur créativité.



Qui touche des redevances dans l'industrie musicale?

Les redevances correspondent aux montants versés aux titulaires de droits en contrepartie de l'utilisation de leurs œuvres musicales. Il peut s'agir des créateurs (auteurs-compositeurs, musiciens et artistes interprètes ou exécutants), des éditeurs représentant les auteurs, des maisons de disques (producteurs de phonogrammes), voire de personnes ayant obtenu ou concédé sous licence les droits sur des chansons ou des enregistrements, telles qu'une entreprise ayant racheté le catalogue musical d'un artiste. Les redevances sont des compensations financières pour l'exploitation d'une œuvre musicale ou d'un enregistrement. Celles-ci peuvent être dues au titre d'une licence de synchronisation concédée par une organisation de gestion collective.

Les droits de propriété intellectuelle fixent le cadre pour la protection des œuvres musicales, des enregistrements et des interprétations et exécutions. Ces droits renforcent le statut de la musique en tant qu'activité commerciale, donnant la possibilité aux créateurs de contrôler l'utilisation qui est faite de leurs œuvres, de recevoir une rémunération équitable et d'investir dans des projets. En comprenant comment fonctionne le système de la propriété intellectuelle et en apprenant à en tirer parti, les artistes disposent des éléments de base pour bâtir une carrière durable et contribuer à la vitalité culturelle et économique de l'industrie musicale dans le monde.

L'industrie musicale offre un paysage dynamique qui change en permanence sous l'effet des avancées technologiques et de l'évolution des préférences des consommateurs. Qu'il s'agisse de services de diffusion en continu ou d'interprétations ou exécutions en direct, il est essentiel de connaître les droits de propriété intellectuelle pour pouvoir naviguer dans cet environnement complexe. Musiciens et professionnels du secteur doivent se tenir informés des faits nouveaux concernant le droit de la propriété intellectuelle pour gérer efficacement leurs actifs dans le domaine de la création.

Photo: Getty Images/ASMR



Les marques et la musique

Outre le fait qu'ils détiennent les droits d'auteur sur leurs chansons, les musiciens et les groupes peuvent également faire protéger leurs noms et leurs logos en tant que marques. La protection conférée par les marques permet aux artistes d'interagir avec leurs fans au travers de souvenirs et de produits dérivés. À mesure que le nombre de fans augmente, les marques garantissent aux artistes l'exclusivité sur l'utilisation de leurs noms et de leurs logos.

Les brevets applicables aux innovations musicales

On ne pense pas forcément aux brevets lorsque l'on parle de musique, mais les inventions jouent un rôle essentiel dans différents domaines de l'industrie musicale. Tout d'abord, qu'il s'agisse d'un simple tourne-disque ou des innovations nous permettant d'accéder facilement à de la musique sur notre téléphone portable, ces inventions ont révolutionné notre manière d'accéder à la musique et de l'écouter. Pour d'autres inventions plus techniques, comme le mixage ou certaines améliorations techniques apportées à des instruments de musique tels que la guitare, les brevets ont ouvert la voie à des progrès dont les musiciens et les fans du monde entier ont pu bénéficier.

Pour de plus amples détails, consultez la page Web de l'OMPI dédiée à la musique.





Comment les fandoms (communautés de fans) de K-pop se mobilisent autour de la propriété intellectuelle

Ana Clara Ribeiro, conseillère en propriété intellectuelle, Curitiba (Brésil)



Photo : Alamy Stock Photo/TCD/Prod.DB

Seventeen pose pour une image promotionnelle de leur film-concert de 2022, Seventeen Power of Love : The Movie.

Les fans de K-pop ne sont pas seulement des consommateurs, ce sont également des enquêteurs en propriété intellectuelle qui parcourent les bases de données pour découvrir les prochaines actions de leurs idoles. Pendant ce temps, le secteur étend sa stratégie en matière de propriété intellectuelle pour tirer parti de ces communautés de fans très actives.

Dans l'industrie musicale d'aujourd'hui, le fandom représente tout. Le terme "Superfan" est le dernier mot à la mode, car les artistes et les maisons de disques se rendent compte que des fans fidèles peuvent avoir plus de valeur que des chansons à succès.

En République de Corée, ce phénomène existe depuis longtemps. Grâce aux diffusions de vidéos en direct, aux émissions de variétés et aux événements exclusifs organisés pour les fans, les sociétés de K-pop ont longtemps alimenté une culture visant à convertir les amateurs occasionnels en fidèles et à renforcer le lien entre les fans et les idoles (le nom donné aux artistes de K-pop, qu'il s'agisse d'artistes solos ou de membres de groupes).

Les maisons de disques entretiennent cette culture à l'aide de stratégies de propriété intellectuelle qui vont au-delà du droit d'auteur sur la musique, des logos enregistrés en tant que marques et des dessins et modèles de produits dérivés, tandis que toute l'industrie de la K-pop s'intéresse à la propriété intellectuelle qui protège les actifs des fandoms.

Et puis il y a les fans eux-mêmes. Grâce à leur compréhension des questions de propriété intellectuelle telles que le droit d'auteur et la propriété des marques, les adeptes de K-pop sont mieux à même de s'informer sur les prochaines sorties de leurs idoles et de célébrer leurs succès. Les fans vont même jusqu'à défendre les droits de propriété intellectuelle de leurs idoles lorsqu'ils constatent une atteinte à leurs droits.

Hybe IPX et JYP Three Sixty, filiales respectives de Hybe et de JYP Entertainment, disposent de sections dédiées à la concession de licences

de propriété intellectuelle. Certaines sociétés incluent des chapitres sur la propriété intellectuelle dans leurs documents d'information à l'intention des investisseurs, comme dans le document "SM 3.0: IP Monetization Strategy" de SM Entertainment. Hybe fait des déclarations publiques sur sa politique de propriété intellectuelle et les mesures prises à l'encontre des personnes qui portent atteinte à ses droits de propriété intellectuelle et à ceux de ses artistes.

Les sociétés de K-pop publient également des règlements concernant le comportement des fans, qui incluent des règles sur la sensibilisation à la propriété intellectuelle et encouragent les fans à les aider à repérer les atteintes. En 2023, SM Entertainment a lancé KWANGYA 119, un service permettant aux fans de signaler les atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Selon l'un des avocats de la société, le service reçoit en moyenne 400 signalements par mois.

BTS Army contre Lalalees dans le cadre du litige relatif à la marque Borahae

Les fans avertissent souvent le titulaire des droits de propriété intellectuelle en dénonçant l'auteur de l'atteinte. En 2021, BTS Army, la fanbase officielle du boys band BTS, a découvert que la société de cosmétiques Lalalees avait déposé une demande d'enregistrement de marque pour l'expression "I purple you" (coréen : "보라해", ou "borahae"). Le mot "borahae" transforme "purple" en un verbe signifiant "aimer" et fait partie du langage familier des fans de BTS. Lorsque les fans ont découvert que Lalalees essayait de tirer profit du terme, ils ont inondé ses pages sur les réseaux sociaux de commentaires et signalé le problème à Hybe, la société de gestion de BTS. Lalalees a retiré sa demande et a présenté ses excuses au fandom.



L'incident concernant le mot borahae illustre une tendance plus générale de la culture K-pop. Le soutien passionné des fans se traduit souvent par un désir de protéger les idoles, faisant des atteintes à la propriété intellectuelle un sujet de conversation fréquent. Ces discussions peuvent porter sur des accusations de groupes ou d'entreprises qui "copient" leurs concepts respectifs, des litiges concernant le sampling (échantillonnage), voire des allégations de plagiat musical.

Le soutien passionné des fans se traduit souvent par un désir de protéger les idoles.



BTS lors d'une interview en direct à l'émission *TODAY* de la chaîne NBC à New York en 2020.

Droit d'auteur sur les chansons de K-pop : au-delà de la musique

Comme dans l'ensemble de l'industrie musicale, le droit d'auteur protège le produit principal de la K-pop : les chansons et les albums. L'industrie musicale coréenne est l'une des plus

prospères au monde. En 2023, la Korean Music Copyright Association (KOMCA) était classée au neuvième rang mondial des organismes de perception des redevances musicales, avec un montant d'environ 279 millions d'euros. Selon les statistiques annuelles publiées par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI),

Des accusations des fans concernant des ressemblances entre des chansons, des vidéos musicales et l'esthétique ont suscité des polémiques.

la K-pop était le premier genre musical mondial en termes de ventes de musique physique et numérique en 2024. Dans le classement mondial des ventes d'albums de l'IFPI pour 2024, 17 des 20 premiers albums appartenaient au genre K-pop. Outre la musique, le droit d'auteur protège également d'autres actifs essentiels pour les fandoms de la K-pop. La relation fan-idole est encouragée sur des plateformes et des applications spécifiques, telles que Weverse de Hybe et LYSN de SM (incluant l'application Bubble) qui utilisent les contenus des sociétés et des logiciels protégés par le droit d'auteur. S'appuyant sur les plateformes de réseaux sociaux classiques, ces réseaux permettent aux idoles d'interagir avec leurs fans et à ces derniers de se sentir étroitement connectés, y compris au sein du fandom.

La danse fait également partie intégrante de la K-pop, ce qui fait des chorégraphies un sujet important et parfois conflictuel. Les cas les plus marquants concernent la chorégraphie de la chanson "Shy Boy" de Secret de 2011, qui a été reconnue en tant qu'œuvre protégée par le droit d'auteur par le tribunal de district de Séoul l'année de la sortie de la chanson.

Plus récemment, en 2024, une polémique sur une prétendue ressemblance chorégraphique entre deux groupes de filles a suscité un débat sur le droit d'auteur dans le domaine de la danse en Corée. La productrice de NewJeans, Min Hee-jin, a affirmé que le numéro de danse de la chanson



Ive se produisant lors du festival K-Culture 2022 à Séoul.

“Lucky Girl Syndrome” d’Illit copiait plusieurs chorégraphies de NewJeans. De nombreux fans de NewJeans ont soutenu cette accusation et souligné des similitudes dans d’autres mouvements de danse d’Illit. Les accusations de ressemblance entre les chansons, les vidéos musicales et l’esthétique de groupes tels que NewJeans, Illit et Le Sserafim ont également suscité des polémiques entre les maisons de disques de ces groupes, qui ont alors fait des déclarations publiques et intenté des actions en justice pour diffamation et diffusion de fausses informations.

Recherche par les fans des crédits concernant la composition des chansons de K-pop

Étant donné le caractère commercial et soigneusement contrôlé de la K-pop, les idoles n’ont pas toujours eu la main sur la composition et la production de leur musique. Cependant, le succès de groupes tels que BigBang et BTS a élevé les idoles au rang d’auteurs-compositeurs et de producteurs. Aujourd’hui, des membres de groupes de K-pop comme Ive et Seventeen sont mentionnés en tant qu’auteurs-compositeurs sur les albums de leurs groupes. Il en va de même pour les sept membres de BTS et les neuf membres de Twice.

Même lorsque la musique n’est pas écrite ou produite par les groupes qui l’interprètent, les fans de K-pop sont impatients d’en savoir plus sur les personnes qui sont à l’origine des tubes. Lorsque la liste des chansons d’un album est dévoilée, les fans cherchent à en savoir plus sur les crédits des producteurs et des auteurs concernant des chansons antérieures. Des blogs tels que The Bias List mettent en lumière le travail des auteurs-compositeurs et des producteurs de K-pop, et les fans préconisent de mentionner les artistes et les titulaires de droits d’auteur lorsqu’ils partagent des œuvres d’art, des photos et des vidéos.



Les adeptes de K-pop utilisent également les bases de données officielles de propriété intellectuelle pour déterminer à qui revient le crédit. Lorsqu’une idole devient membre à part entière de la KOMCA (les conditions requises incluent la perception d’un certain montant annuel de redevances sur leurs chansons protégées par le droit d’auteur), la nouvelle fait généralement l’objet de mots-dièses (hashtags) de célébration et d’autres projets de soutien. En outre, en suivant les enregistrements de chansons dans la base de données en ligne de la KOMCA, les fans peuvent découvrir les nouveautés musicales de leurs idoles.

Les noms des groupes sont enregistrés en tant que marques

Les fans de K-pop consultent également d’autres bases de données de propriété intellectuelle pour rester informés et découvrir de nouvelles informations. Ils se tournent souvent vers la base de données en ligne KIPRIS (Korea Intellectual Property Information Search) pour rechercher les demandes d’enregistrement de marques déposées par les sociétés de K-pop.

Dans leur essai sur les marques de fandom, Ana Clara Ribeiro et Paula Giacomazzi Camargo ont constaté que les marques sont l’un des nombreux actifs intervenant dans la carrière des artistes et dans leurs relations avec leur fanbase.

Dans leur forme la plus simple, les marques protègent les noms et les logos des groupes de K-pop. Certaines sociétés déposent le nom du groupe sous la forme d’une marque verbale en caractères romains et en hangeul, l’alphabet coréen. Par exemple, le nom du groupe de filles Aespa est protégé par une marque déposée à la fois en caractères romanisés et en hangeul (에스파), et dans une police de caractères stylisée.

Mais faire enregistrer le nom d’un groupe en tant que marque n’est qu’un début. Les sociétés de K-pop font également enregistrer d’autres noms, comme ceux des fandoms. Les maisons de disques de K-pop créent généralement des fandoms en association avec les marques de leurs groupes. Army (BTS), ReVeluv (Red Velvet) et NCTzen (NCT) sont tous des noms de fandom enregistrés en



Les membres de NewJeans – Hyein, Hanni, Minji, Danielle et Haerin – lors de l'événement 2024 Billboard Women in Music qui s'est tenu à Inglewood, en Californie.

Les fans de K-pop sont très désireux d'en savoir plus sur les personnes qui sont à l'origine des tubes.

tant que marques auprès de l'Office coréen de la propriété intellectuelle (KIPO). Même les noms d'événements – tels que l'exposition S.M ART de SM Entertainment – sont enregistrés.

Litiges relatifs à la propriété des marques dans la K-pop

Les groupes de K-pop étant le fruit d'une planification stratégique et d'investissements réalisés par des conglomérats, ce sont ces derniers qui

détiennent les marques. Cela pourrait toutefois être en train de changer. En 2022, GOT7 a conclu un accord avec JYP Entertainment pour céder la marque de la société aux membres du groupe. L'accord a créé un précédent, suivi en 2025 par l'ancien artiste de YG Entertainment, G-Dragon.

Tous les artistes n'ont pas eu cette chance. Après un revers dans son procès contre la maison de disques Ador en mars 2025, NewJeans a annoncé son retrait. La décision interdit au groupe – qui voulait se rebaptiser NJZ – d'organiser ses propres apparitions, de faire de la musique ou de signer des contrats publicitaires pendant la durée du litige.

Bâtons lumineux et produits dérivés de la K-pop

Si une grande partie de la culture des fans existe désormais en ligne, les concerts et les expériences en personne constituent une part importante de la K-pop. L'un des produits les plus caractéristiques de la culture des fans, qui associe les enregistrements de dessin ou modèle et les brevets, est le bâton lumineux, un dispositif de poche conçu pour représenter le nom et l'esthétique d'un groupe de K-pop.

Les dispositifs se synchronisent avec la musique jouée en direct ou enregistrée grâce au Bluetooth – une technologie qui peut faire l'objet de brevets complexes. SM Entertainment est titulaire de nombreuses demandes et enregistrements de dessins et modèles en rapport avec les bâtons lumineux de ses groupes, tandis que Hybe est titulaire de dessins et modèles et de brevets pour les siens.

La relation des fans avec leurs bâtons lumineux va au-delà de l'achat de produits dérivés – ce sont des symboles de l'identité du fandom qui favorisent un sentiment d'unité pendant les représentations en direct. Il est courant que les fans de K-pop apportent

leurs bâtons lumineux même lors d'événements qui n'ont rien à voir avec la K-pop.

Comme pour le droit d'auteur et les marques, les fans consultent la base de données du KIPO pour trouver les enregistrements de dessins et modèles et les demandes de brevet déposées par les sociétés de K-pop. C'est ainsi que BTS ARMY a découvert la sortie prochaine d'une visionneuse de diapositives 3D personnalisée en 2021. La découverte a fait le tour des médias sociaux et sur Weverse, où le produit s'est rapidement vendu.

Il est clair que les fans de K-pop sont plus que des consommateurs passifs : ils participent activement à l'écosystème de la K-pop. La propriété intellectuelle joue un rôle important dans cette dynamique. Exploitant l'action des fans dans le cadre de leurs stratégies de propriété intellectuelle tout en utilisant la propriété intellectuelle à des fins commerciales, les sociétés de K-pop transforment les passionnés en défenseurs, avec une conscience aiguë de l'importance cruciale de la propriété intellectuelle pour le secteur. **M**

Ana Clara Ribeiro est avocate, écrivaine, experte judiciaire et chercheuse. Elle exerce au sein du cabinet Baril Advogados au Brésil, où elle se concentre sur les marques, le droit d'auteur et les stratégies pour les secteurs des médias et du divertissement. Elle est actuellement étudiante en master de propriété intellectuelle et d'innovation à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) du Brésil. Mme Ribeiro est également une journaliste musicale internationale qui a publié des articles dans *Rolling Stone*, *PopMatters* et *Consequence* ainsi que sur *Remezcla* et de nombreux autres sites Web, la K-pop étant l'une de ses spécialités.



Photo: Getty Images/monsitj

La diffusion artificielle et ses effets bien réels sur le monde de la musique

| Clovis McEvoy, rédacteur indépendant

La fraude à la diffusion en continu alimentée par l'IA coûte des centaines de millions à l'industrie musicale. Aujourd'hui, les parties prenantes ripostent grâce à de nouveaux outils de détection et à des initiatives reposant sur la collaboration.

Les recettes tirées des enregistrements musicaux à l'échelle mondiale se sont élevées à 29,6 milliards de dollars É.-U. en 2024. L'économie de la diffusion en continu, pierre angulaire de l'industrie musicale au sens large, a dépassé les 20 milliards de dollars É.-U. de revenus pour la première fois la même année. Elle constitue également une cible de choix pour les malfaiteurs cherchant à commettre des fraudes à la diffusion en continu.

Au moyen d'armées de robots ou de streaming farms, les fraudeurs gonflent artificiellement les chiffres de la diffusion, détournant vers leurs propres comptes bancaires des milliards de dollars provenant du compte commun destiné au paiement des redevances – des fonds qui devraient être alloués aux titulaires de droits tels que les créateurs de musique, les artistes, les maisons de disques ou les éditeurs. Les plateformes de diffusion en continu de musique répartissent les redevances en fonction du nombre d'écoutes, mais en manipulant le système, les malfaiteurs peuvent saper les modèles économiques de l'ensemble du secteur.

Ce phénomène n'est pas nouveau. La fraude à la diffusion en continu existe depuis aussi longtemps que les plateformes de diffusion en continu. Toutefois, l'avènement de la technologie de l'intelligence artificielle a fait exploser ce problème qui couvait depuis longtemps, révolutionnant la manière dont les fraudeurs opèrent et renforçant leur capacité à échapper à la détection.

Auparavant, les fraudeurs téléchargeaient un nombre relativement restreint de titres sur les plateformes de diffusion en continu et demandaient à des robots de lire le contenu de manière répétée afin de générer des paiements frauduleux de redevances. Le problème pour les voleurs en herbe est que cette approche est facile à repérer : des chansons inconnues d'artistes inconnus qui atteignent soudainement des millions d'écoutes en continu déclenchent des signaux d'alarme évidents. L'IA a renversé le paradigme.

Aujourd'hui, les fraudeurs utilisent des générateurs de chansons fondés sur l'IA pour inonder les plateformes de diffusion en continu de millions de fausses chansons et diffuser chacune d'entre elles quelques milliers de fois seulement – suffisamment pour générer des redevances sur chaque titre, mais pas assez pour éveiller les soupçons et être détectés.

“L'IA est l'instrument ultime” en matière de fraude à la diffusion en continu, a déclaré Melissa Morgia, directrice de la protection du contenu mondial et de l'application des droits à la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), lors d'une table ronde organisée en marge de la dix-septième session du Comité consultatif de l'OMPI sur l'application des droits (ACE) tenue en février 2025, car elle permet aux fraudeurs de “rester sous le radar tout en opérant à une échelle suffisamment grande pour que leurs activités soient lucratives”.

Le procès de Michael Smith

Le cas récent de Michael Smith, musicien originaire de la Caroline du Nord, est emblématique de cette nouvelle forme de fraude à la diffusion artificielle. Michael Smith aurait extorqué plus de 10 millions de dollars É.-U. de redevances à une multitude de plateformes de diffusion

Deezer estime que 18% du contenu téléchargé chaque jour sur la plateforme est généré par l'IA.

en continu en téléchargeant des centaines de milliers de chansons générées par l'IA et en utilisant des robots pour jouer chacune d'entre elles un nombre de fois inférieur.

Les fraudeurs utilisent l'IA non seulement pour générer du contenu audio, mais aussi pour créer et gérer les robots utilisés pour diffuser ce contenu. Certaines entreprises font même la promotion de la fraude à la diffusion en tant que service, mettant en avant leur utilisation de l'IA pour usurper des identités numériques en masse et "contourner les systèmes anti-fraude" utilisés par des sociétés telles que Spotify, Apple Music et Deezer. Les entreprises qui encouragent l'utilisation de robots présentent la fraude à la diffusion comme un moyen valable pour les musiciens de développer leur marque, mais évitent ostensiblement de mentionner les dommages qu'elle cause à l'ensemble de l'industrie musicale.

Impact financier des flux artificiels sur l'industrie musicale

Le préjudice le plus évident et le plus direct est d'ordre financier. Les plateformes de diffusion en continu disposent d'un compte commun destiné au paiement des redevances à partir duquel elles peuvent payer des redevances et chaque fois qu'un fraudeur réussit à extraire des paiements frauduleux, il y a moins de revenus à partager avec les artistes, les maisons de disques et les éditeurs.

Tous les acteurs de la chaîne de valeur perdent un montant significatif de revenus sur une base annuelle.

En avril 2025, la plateforme Deezer a estimé que 18% du contenu téléchargé chaque jour sur la plateforme était généré par l'IA. Cela représente environ 20 000 titres.

Morgan Hayduk, codirecteur général et cofondateur de Beatdapp, un service qui recense la fraude à la diffusion et traque les redevances impayées, estime que ce chiffre s'applique largement à l'ensemble de l'écosystème de la diffusion en continu de musique, ce qui se traduirait par des pertes financières massives pour l'industrie.

"Chaque point de part de marché vaut aujourd'hui quelques centaines de millions de dollars É.-U.", explique M. Hayduk au Magazine de l'OMPI. "Nous parlons donc d'un milliard de dollars É.-U. au minimum – un milliard de dollars É.-U. qui est retiré d'un compte commun destiné au paiement des redevances et tous les acteurs de la chaîne de valeur perdent un montant significatif de revenus sur une base annuelle."

Répercussions des faux flux sur les véritables artistes

Au-delà de la perte de revenus, la fraude à la diffusion a un certain nombre d'effets secondaires. Chaque fois que le nombre d'écoutes d'une chanson est manipulé, l'algorithme de recommandation de la plateforme est faussé et il est plus difficile pour les véritables artistes de faire entendre leur musique. Cela fausse également les données des consommateurs sur lesquelles les artistes comptent de plus en plus pour planifier leurs tournées et leurs campagnes de promotion, et réduit l'occasion offerte aux artistes de s'imposer dans le secteur de la musique.

Comme l'a dit David Sandler, vice-président de Warner Music Group chargé de la protection du contenu mondial, lors de la table ronde: "[La fraude à la diffusion] a un impact sur

les artistes dont vous n'avez jamais entendu parler parce que nous n'avons pas la possibilité de les mettre sur le marché. Notre entreprise consacre énormément d'argent, de temps et d'énergie à la découverte de nouveaux artistes, la signature de contrats avec de nouveaux artistes et le développement de leur carrière. Chaque dollar que nous dépensons pour lutter contre la fraude est un dollar que nous ne pouvons pas consacrer à la découverte de nouveaux artistes.

Algorithmes de suivi pour la prévention et la détection des fraudes

Les efforts déployés par le secteur pour atténuer la menace que représente la fraude à la diffusion augmentent en même temps que celle-ci. En utilisant un grand nombre des technologies utilisées par les fraudeurs, les parties prenantes élaborent de nouveaux outils de détection pour recenser les contenus générés par l'IA et les flux manipulés. "L'IA peut aussi présenter des avantages", déclare Thibault Roucou, directeur du service royalties and reporting chez Deezer. "Nous utilisons l'IA pour lutter contre cela depuis 2017, pour détecter les comportements frauduleux d'utilisateurs et les contenus suspects."

Le défi consiste à aider les autorités locales à se familiariser avec les questions juridiques et à faciliter la communication entre les parties prenantes de l'industrie musicale.

Outre les solutions fondées sur l'IA, Deezer a introduit un nouveau modèle de rémunération axé sur l'artiste avec une approche innovante pour lutter contre la fraude à la diffusion. Lors du calcul des redevances, Deezer plafonne ses utilisateurs à 1 000 flux – si un utilisateur dépasse cette limite, il peut toujours écouter de la musique, mais les redevances qu'il génère sont beaucoup moins élevées.

“Cela signifie qu’avec un seul compte, vous ne pouvez pas générer des milliers et des milliers de flux et rediriger les redevances”, a indiqué M. Roucou. “C’est très utile pour lutter contre les robots qui se contentent de diffuser du contenu en boucle.”

Malgré cette évolution prometteuse, la solution à ce problème dépasse les actions d’une seule entreprise ou même d’un seul gouvernement. Les réseaux qui autorisent ces pratiques frauduleuses opèrent à l’échelle mondiale, ce qui signifie que tout effort d’atténuation doit être aussi large.

En ce qui concerne le maintien de l’ordre et l’application de la loi, Melissa Morgia, de l’IFPI, note qu’un grand nombre des mécanismes nécessaires sont déjà en place; le défi consiste à aider les autorités locales à se familiariser avec les questions juridiques et à faciliter la communication entre les parties prenantes de l’industrie musicale et les ressorts juridiques où les réseaux de fraudeurs opèrent.

“Les outils juridiques permettant de prendre des mesures à l’échelle mondiale existent”, affirme Mme Morgia. “Ce n’est qu’une question de mise en œuvre.”

Pour les acteurs de l’industrie, il est primordial de partager les données sur les taux, les types et les méthodes suivies en ce qui concerne les activités frauduleuses détectées et de prendre des mesures collectives sur cette question. En 2023, des entreprises mondiales du secteur de la musique, dont Spotify, SoundCloud et TuneCore, se sont unies pour former la Music Fights Fraud Alliance. Cette alliance, qui collabore avec la National Cyber-Forensics and Training Alliance, représente l’action la plus coordonnée de l’industrie à ce jour et constitue une étape fondamentale dans la lutte contre ce problème.

Alors que nous entrons dans l’ère de l’IA, les menaces qui pèsent sur la propriété intellectuelle évoluent et se multiplient à un rythme effréné. Le perfectionnement et l’ampleur des attaques contre les titulaires de droits de propriété intellectuelle et les redevances qu’ils perçoivent ne feront qu’augmenter au cours des prochaines années. Il est essentiel que les acteurs de l’ensemble du secteur collaborent avec les institutions publiques et les organisations mondiales pour lutter contre la fraude.

Comme l’a souligné M. Sandler, “il s’agit d’un problème mondial, qui dépasse les frontières et les plateformes de diffusion, et nous devons unir nos efforts”. **M**



Clovis McEvoy est chercheur associé à l’Université de Greenwich (Royaume-Uni) et titulaire d’une maîtrise en composition musicale contemporaine. Il a enseigné à l’Université d’Auckland (Nouvelle-Zélande) la production musicale, la conception sonore et la composition pour des films et des jeux. Il contribue régulièrement à un certain nombre de publications en ligne, dont *MusicTech*, *MusicRadar* et *Future Music*. Il est également un compositeur primé, un créateur sonore et un membre fondateur du groupe multidisciplinaire Rent Collective.

OPINION

La musique générée par l'IA pourrait-elle être le prochain Napster pour l'industrie?

María L. Vázquez, doyenne de la faculté de droit de l'Université de Andrés (Argentine)

L'industrie musicale a surmonté Napster en apprenant à s'adapter. Aujourd'hui, l'IA générative met à l'épreuve ces mêmes instincts de survie.



Comme l'indiquait le slogan de Napster en son temps : "Profitez de tout. Ne possédez rien." ("Have Everything. Own Nothing."). De nos jours, les modèles d'IA générative semblent dire : "Prenez tout. Ne donnez rien.". Pourtant, des systèmes plus équitables pourraient encore voir le jour, selon María L. Vázquez, professeure. Cette juriste diplômée de Harvard, qui travaillait chez Virgin Music dans les années 1990, a vu les premiers partages de fichiers donner naissance aux plateformes légitimes de diffusion en continu. Pour le Magazine de l'OMPI, Mme Vázquez examine les leçons que nous pouvons tirer des bouleversements qu'a connus le droit d'auteur.

En tant que jeune juriste chez Virgin Music à Londres dans les années 1990, j'étais aux premières loges lorsque l'industrie musicale a connu son apogée. Les bureaux de Kensal House vibraient au rythme des contrats d'enregistrement et d'édition que le label signait quasiment chaque semaine. En 1991, les Rolling Stones ont défrayé la chronique en signant chez Virgin un contrat de 45 millions de dollars É.-U., signe que l'entreprise était convaincue de sa capacité de recouvrer cette somme sur les ventes de disques. Pourtant, le secteur était au bord d'un bouleversement sans précédent.

Napster a fait son apparition en 1999 et a révolutionné les modes de consommation de la musique. Cette plateforme de partage entre particuliers a permis à ses utilisateurs d'échanger directement des fichiers musicaux numériques. Pour la première fois, toute personne disposant d'une connexion Internet pouvait accéder à de la musique instantanément, sans effort et gratuitement, menaçant ainsi le modèle économique du secteur. Les ventes de disques et de CD se sont effondrées, laissant place à l'essor des services de partage de fichiers.

La Recording Industry Association of America (RIAA) a répondu au piratage numérique par une stratégie juridique agressive, engageant des milliers de poursuites à l'encontre des utilisateurs. L'une des affaires les plus célèbres est celle de Jammie Thomas-Rasset, qui a été condamnée à payer 222 000 dollars É.-U. pour avoir téléchargé et partagé 24 chansons protégées par le droit d'auteur sur le service de partage de fichiers Kazaa.

Pourtant, l'industrie musicale s'est montrée incapable d'empêcher les téléchargements illégaux. Napster a atteint les 80 millions d'utilisateurs avant d'être contraint à fermer en 2001. Pratiquement toutes les chansons jamais enregistrées étaient désormais disponibles en ligne et, surtout, les consommateurs s'étaient habitués à ce nouveau mode de consommation.

Le lancement par Apple de l'iPod et de l'iTunes Store l'année même de la fermeture de Napster s'est avéré transformateur. En proposant des chansons numériques sous licence pour 0,99 dollar É.-U., Apple a démontré que les consommateurs étaient prêts à payer pour de la musique en ligne, à condition que celle-ci soit abordable et diffusée sur une plateforme conviviale.

Tout comme les espèces doivent s'adapter pour survivre, les industries doivent elles aussi s'adapter.

Cette évolution a jeté les bases du prochain changement majeur qu'allait connaître le secteur : la diffusion en continu. Des plateformes telles que Spotify, créée en 2008, ont permis aux utilisateurs d'accéder à de vastes bibliothèques musicales grâce à un modèle d'abonnement, sans qu'il soit nécessaire de posséder quoi que ce soit.

Cette fois, le secteur n'a pas lutté. Si de nombreux labels se sont initialement cramponnés aux formats matériels, comme les CD, ils ont fini par accepter la diffusion en continu. Aujourd'hui, la diffusion en continu génère la majeure partie des revenus du secteur. C'est une leçon claire de la théorie de l'évolution : tout comme les espèces doivent s'adapter pour survivre, les industries doivent elles aussi s'adapter.

L'apparition de l'IA

Retour au 30 novembre 2022. Le lancement de ChatGPT, d'OpenAI, a suscité la même vague de panique que Napster une vingtaine d'années plus tôt. Cette fois, cependant, les enjeux étaient encore plus grands.

Certaines des premières entreprises d'"IA créative" ont concédé des données sous licence tout au long des années 2010, comme le font encore les entreprises spécialisées dans la promotion d'une IA éthique. Néanmoins, alors que de nombreuses autres entreprises d'IA générative s'empressaient de mettre au point leurs systèmes, de vastes volumes de données ont été récupérés sans que personne ne se préoccupe de vérifier les sources utilisées pour entraîner les modèles. Pour la musique, cela signifie que des œuvres musicales et des enregistrements sonores existants, des rythmes synthétisés, des paroles de chansons, des progressions harmoniques et des schémas musicaux ont été utilisés.



Photo: Alamy Stock Photo/Chris Willison

Première génération d'iPod, lancée en 2001.

Il s'agissait peut-être d'une ruée vers l'or numérique – accumuler maintenant, demander plus tard. Cependant, l'ampleur des données saisies a pratiquement empêché de retrouver les créateurs originaux ou de leur accorder une quelconque reconnaissance, sans même parler de rémunération. Cette situation a engendré un conflit persistant entre les entreprises d'IA générative et les propriétaires de contenus.

Si Napster a révolutionné les modes de distribution et de vente de la musique, les compositions et morceaux générés par l'IA, ainsi que les hypertrucages, menacent les fondements mêmes de la création musicale et de la paternité des œuvres. Dans les deux cas, la communauté des créateurs a réagi, s'inquiétant de l'utilisation non autorisée de leurs œuvres et de l'érosion des droits de propriété intellectuelle.

Au cœur de ces procès se posait une question : l'entraînement de l'IA correspond-il à un usage loyal du matériel protégé par le droit d'auteur?

Comme à l'époque de Napster, les poursuites judiciaires se sont rapidement multipliées. La sortie de "Heart on My Sleeve" en avril 2023, qui comportait des hypertrucages autour des voix de Drake et The Weeknd, a été un signal d'alarme pour l'ensemble du secteur. De nombreuses plaintes ont suivi. La chanson a rapidement été retirée des plateformes, mais ses effets continuent de se faire sentir.

En avril 2024, d'éminents musiciens et artistes, dont Billie Eilish, Nicki Minaj et Pearl Jam, ont signé une lettre ouverte dénonçant l'entraînement irresponsable de l'IA, le qualifiant d'attaque directe de la créativité humaine. Puis, en juin 2024, la RIAA a annoncé qu'Universal Music Group, Sony Music Entertainment et Warner Records avaient porté plainte contre les start-up d'IA Suno et Udio, les accusant d'utiliser des contenus protégés par le droit d'auteur pour entraîner leurs modèles.

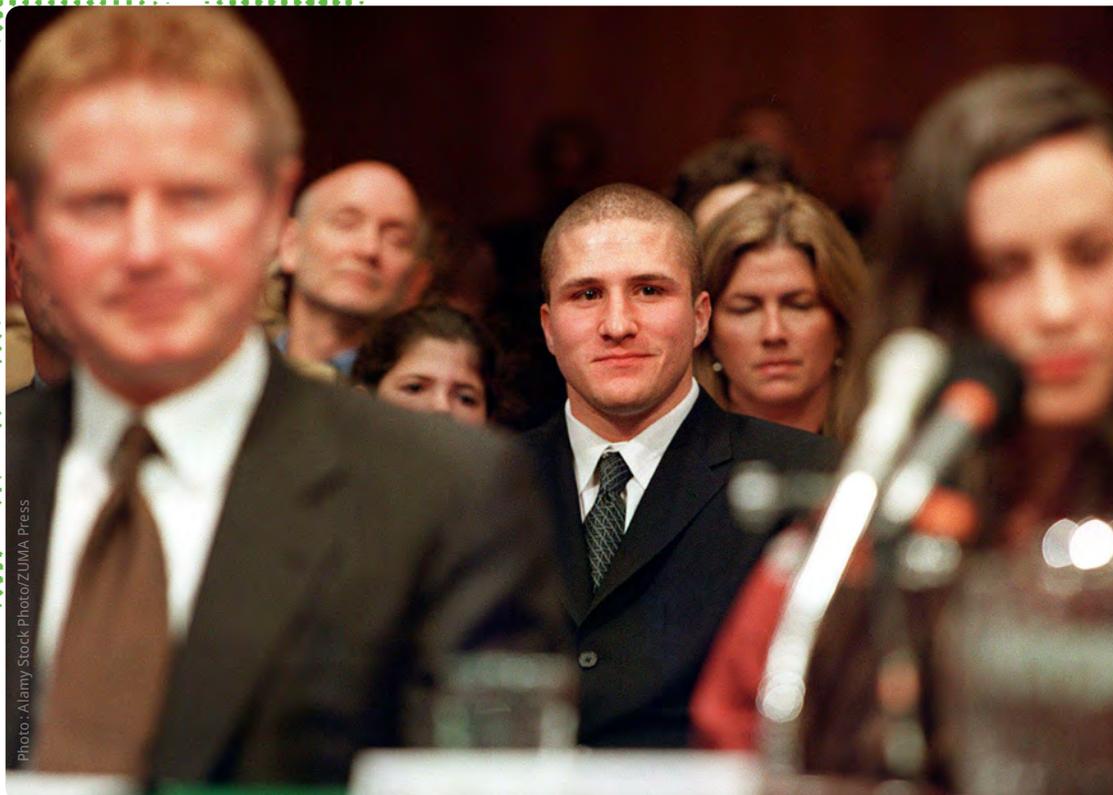
Au cœur de ces procès se posait une question : l'entraînement de l'IA correspond-il à un usage loyal du matériel protégé par le droit d'auteur? Les géants de la technologie soutiennent que c'est le cas, comparant l'entraînement de l'IA à la lecture de livres par des êtres humains. Mais qu'en est-il dans les nombreux pays qui ne reconnaissent pas l'usage loyal? Contrairement aux États-Unis d'Amérique et à d'autres

pays de common law, la plupart des pays de droit romain comptent un catalogue fermé d'exceptions qui ne justifient l'usage non consenti que dans des cas très limités. Toujours est-il que le dénouement d'affaires majeures aux États-Unis d'Amérique, telles que l'affaire *New York Times c. OpenAI*, ainsi que les poursuites engagées par des labels musicaux contre des sociétés de musique générée par l'IA, auront des répercussions mondiales et influenceront probablement l'octroi de licences et les normes sectorielles dans le monde entier.

Néanmoins, alors même que ces batailles juridiques se poursuivent, l'industrie envisage une autre voie qui fait écho à l'attitude qu'elle pourrait finir par adopter à l'égard des plateformes de diffusion en continu. Plutôt que d'essayer de freiner l'essor de l'IA, certains artistes et professionnels de la musique cherchent à l'utiliser à leur avantage.

En avril 2023, Grimes a annoncé qu'elle partagerait 50% des redevances avec les créateurs de "toute chanson générée par l'IA" qui utiliserait sa voix. Le *Financial Times* a rapporté en juin 2024 que des sociétés comme Sony, Warner et Universal étaient en pourparlers avec YouTube, détenue par Google, pour l'obtention de catalogues sous licence à des fins d'entraînement, probablement contre paiement

Le fondateur de Napster, Shawn Fanning (au centre), lors d'une audience au Sénat sur le divertissement en ligne, Washington, D.C., 2001.



de montants forfaitaires substantiels. Plus récemment, en juin 2025, *Bloomberg* a rapporté que certains labels étaient en pourparlers avec Suno et Udio, à la grande déception des entreprises accordant depuis toujours des données d'entraînement sous licence.

Le partage entre particuliers non autorisé à l'époque de Napster a ouvert la voie aux plateformes légitimes. Aujourd'hui, l'utilisation non réglementée de matériel protégé par le droit d'auteur dans l'IA générative doit encore montrer quels types de mécanismes autorisés peuvent émerger pour garantir que l'entraînement de l'IA respecte les créateurs, à travers leur reconnaissance et leur rémunération.

Comme l'indiquait le slogan de Napster en son temps : "Profitez de tout. Ne possédez rien." ("Have Everything. Own Nothing."). De nos jours, les modèles d'IA générative semblent dire : "Prenez tout. Ne donnez rien.". La différence réside dans la portée et la traçabilité. Si Napster permettait encore de reconnaître les morceaux et de les rendre accessibles, et si Spotify offre la possibilité de les découvrir, l'entraînement de l'IA rend ces morceaux invisibles.

Cette question de l'invisibilité – ou plus précisément de la découvrabilité – est essentielle. Si des dizaines de milliers de nouveaux titres sont téléchargés chaque jour sur des plateformes comme Spotify, ces services permettent toujours aux artistes d'être découverts et de se constituer un public.

Tandis que l'IA générative donne à la création musicale une ampleur sans précédent, l'individualité des artistes se perdra dans le processus d'entraînement.

Si les systèmes d'IA visent à établir de véritables partenariats avec les créateurs, ils doivent tirer parti de la technologie qui favorise la découvrabilité des artistes humains, afin que ceux-ci restent visibles et compétitifs. Les artistes pourraient être plus enclins à contribuer à des ensembles de données d'entraînement de l'IA si leurs contributions étaient reconnues.

Le défi n'est pas de résister à l'innovation, mais de la façonner de manière à respecter la créativité et à récompenser le talent.

Les créateurs qui négocient de telles licences volontaires s'attendent non seulement à être reconnus par les entreprises

d'IA, mais aussi à conserver un certain contrôle sur leurs œuvres et à recevoir une rémunération équitable. Dans un monde idéal, ces licences respecteraient les droits des créateurs et favoriseraient la créativité, tout en permettant aux développeurs d'IA d'accéder aux contenus sans incertitude juridique. Néanmoins, compte tenu de l'ampleur des données nécessaires pour entraîner les modèles d'IA et de l'absence de cadres normalisés et de mécanismes de collaboration, il semble véritablement impossible d'obtenir des licences volontaires pour chacune des œuvres utilisées pour collecter des données.

C'est pourquoi les organisations de gestion collective pourraient jouer un rôle central dans les négociations avec les entreprises d'IA générative au nom de leurs membres. La technologie des chaînes de bloc, déjà utilisée par certaines organisations de gestion collective afin d'améliorer la précision des données pour les membres, a également été saluée pour son potentiel de suivi des données d'entraînement, de simplification de l'octroi de licences et de promotion d'une rémunération équitable.

Les licences volontaires continuent de progresser mais, pour éviter une dépendance totale à l'égard d'un processus lent et complexe, certains universitaires suggèrent que la licence légale pourrait être une autre option pour l'apprentissage automatique. Une licence légale pourrait établir une norme d'accès aux œuvres protégées, ce qui réduirait les coûts de transaction, renforcerait la clarté juridique et garantirait une rémunération équitable. Néanmoins, certains titulaires de droits et créateurs s'y opposent et toute solution globale devrait être soigneusement équilibrée pour encourager l'innovation en matière d'IA tout en protégeant le rôle vital des auteurs humains.

Dans tous les cas, nous devons tirer les leçons du passé. Pour l'industrie musicale, le défi n'est pas de résister à l'innovation, mais de la façonner de manière à respecter la créativité, à récompenser le talent et à instaurer la confiance entre les artistes et la technologie.

Quant aux parties prenantes à l'origine des systèmes d'IA actuels, peut-être pourraient-elles utiliser leur savoir-faire technologique pour résoudre l'énigme même qu'elles ont créée, en concevant des outils qui aident les artistes à comprendre, à gérer et à concéder leurs œuvres sous licence pour entraîner l'IA, d'une manière transparente, équitable et stimulante. Tout comme le bouleversement causé par Napster a finalement donné naissance à des modèles plus équitables tels qu'iTunes et Spotify, la réussite à long terme dépendra de la formulation de réponses judicieuses qui respectent les droits des créateurs. Pour citer Otis Redding, tout ce qu'ils demandent "c'est un peu de respect". **M**

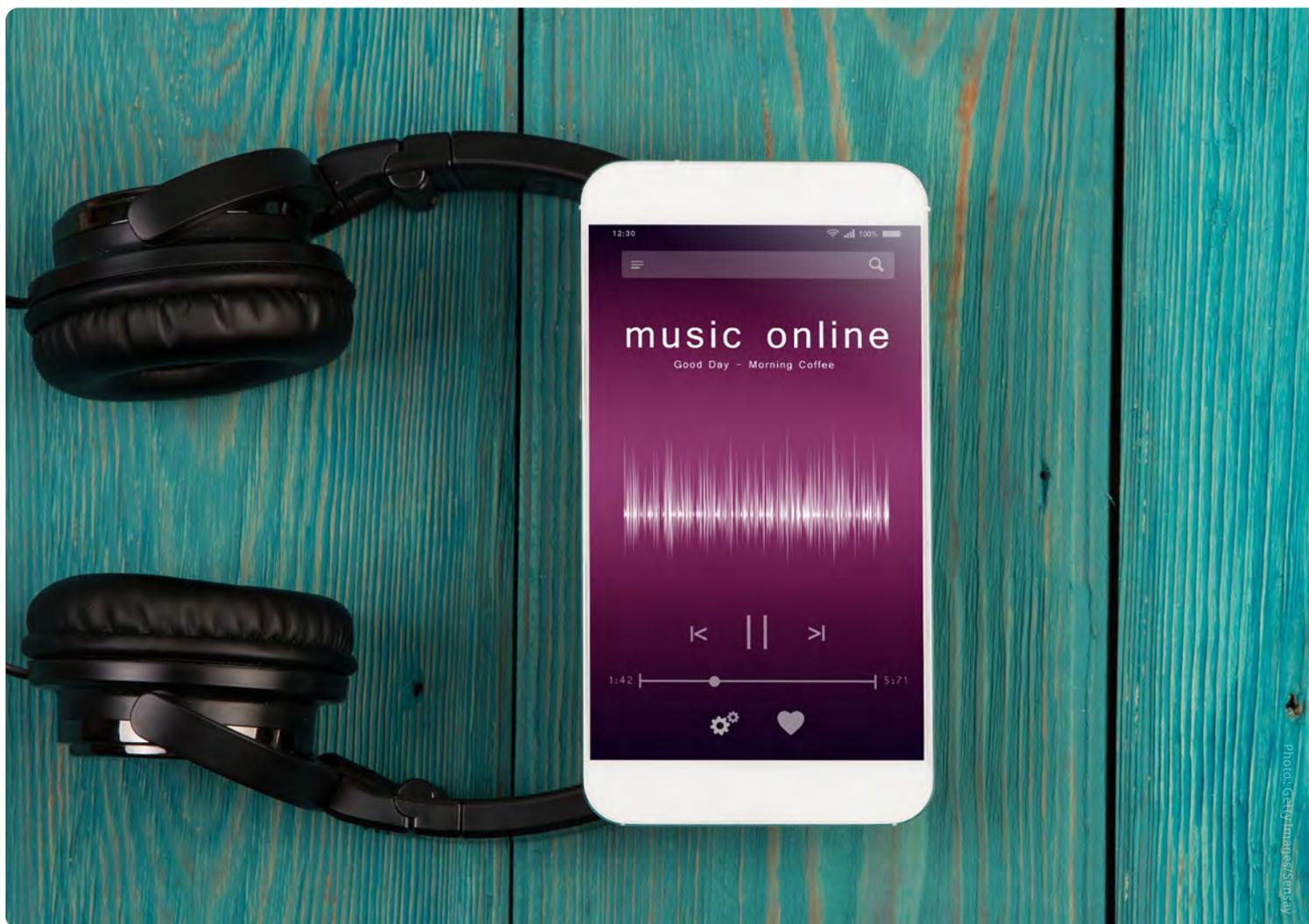


Photo: Getty Images/Sensay

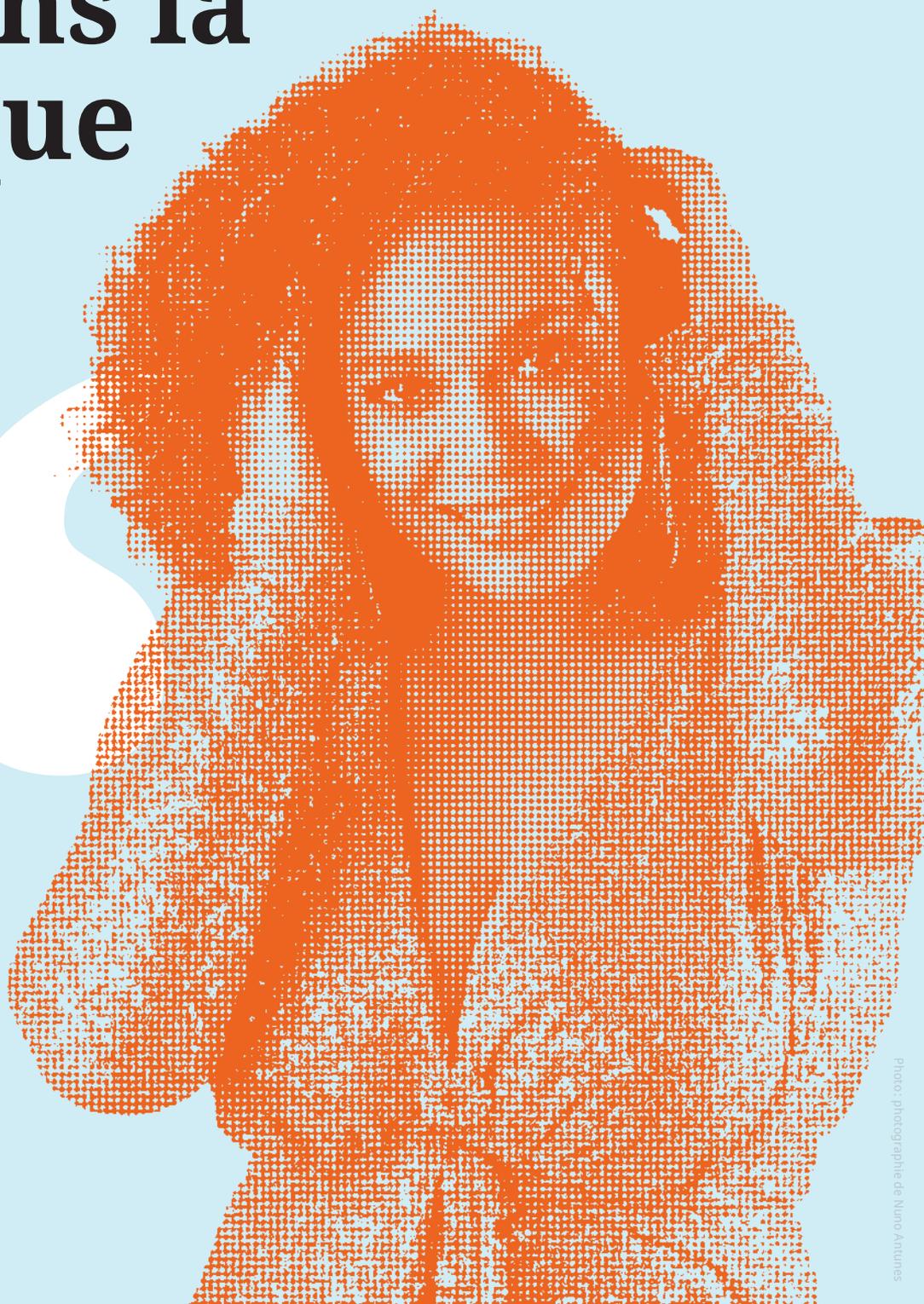
Mme María L. Vázquez est doyenne de la faculté de droit de l'Université de San Andrés à Buenos Aires (Argentine). Elle est également directrice du programme de master conjoint Université de San Andrés-OMPI en propriété intellectuelle et innovation et directrice du Centre régional de l'Université de San Andrés en propriété intellectuelle et innovation (CPINN). Elle a étudié le droit à Harvard et a travaillé pour Virgin Music à Londres et EMI Records à New York avant d'être associée chez Marval O'Farrell & Mairal à Buenos Aires.

Avertissement : Le Magazine de l'OMPI vise à faciliter la compréhension de la propriété intellectuelle et de l'action de l'OMPI parmi le grand public et n'est pas un document officiel de l'OMPI. Les points de vue exprimés n'engagent que leur auteur et ne représentent pas ceux de l'OMPI ni de ses États membres.

Solange Cesarovna

**Nous ne nous
comprendrions
pas sans la
musique**

“



Surnommée la Reine de la morna et reconnue dans toute l'Afrique lusophone comme une ambassadrice passionnée du droit d'auteur, Solange Cesarovna partage ce qu'elle a appris sur la création d'une organisation de gestion collective et la prise en charge des droits des artistes.

Solange Cesarovna est l'une des ambassadrices musicales les plus reconnues de Cabo Verde. Cette chanteuse et compositrice a porté les couleurs de l'archipel d'Afrique de l'Ouest sur les scènes du monde entier, du Brésil au Vatican. En 2013, elle participe à la création de la Sociedade Cabo Verdiana de Música, la première organisation de gestion collective du pays exclusivement consacrée à la protection de la propriété intellectuelle dans le domaine musical. Aujourd'hui, elle compte plus de 1 700 membres, ce qui est remarquable pour un pays d'à peine plus d'un demi-million d'habitants. Après avoir exercé deux mandats consécutifs en tant que présidente de la société, Cesarovna a démissionné fin 2023 afin de se consacrer à nouveau à l'écriture et à l'enregistrement. Elle parle au Magazine de l'OMPI de l'importance de la gestion de la propriété intellectuelle et des difficultés rencontrées pour créer une organisation de gestion collective dans les petits pays, des ressources mises à la disposition des créateurs et de ses projets de carrière.

— Parlez-nous de Cabo Verde.

Cabo Verde est un petit pays lusophone composé de 10 îles magnifiques situées dans l'océan Atlantique, au large des côtes de l'Afrique de l'Ouest. Nous nous considérons, avec fierté, comme un pays d'une grande richesse musicale. Nous ferions toutes et tous carrière dans la musique, si c'était aussi simple [rires]!

Je suis tombée amoureuse de la musique quand j'avais 5 ou 6 ans. Dès mon plus jeune âge, j'ai cherché des espaces publics, comme mon île de São Vicente et la ville de Mindelo, pour me produire ou écouter de la musique. Après avoir remporté un prix à l'âge de 7 ans, j'ai été invitée à me produire sur les îles. À 8 ans, j'ai été invitée à ouvrir le Baía das Gatas, le plus grand festival de Cabo Verde.

“Il y a un énorme potentiel en Afrique et en Amérique latine.”

— La musique, notamment la morna, fait partie intégrante de l'identité nationale de Cabo Verde. Que signifie la morna pour vous?

La morna est ce qu'il y a de mieux pour exprimer ses ressentis, ses valeurs et sa relation aux autres et au monde. Lorsqu'un enfant vient au monde, nous l'accueillons avec la morna. Nous allons chez la famille pour protéger l'enfant en chantant. La morna que nous chantons, “Ná, ó Menino Ná”, a été écrite par l'un des plus grands compositeurs et poètes de Cabo Verde, Eugénio Tavares.



Photo: photographie de Nuno Antunes

— Vous avez enregistré l'œuvre de Tavares sur votre album de 2017, intitulé “Mornas”. L'utilisation de ses paroles a-t-elle posé des difficultés?

Avec Tavares, c'était plus facile car son œuvre est dans le domaine public. Cabo Verde protège les œuvres musicales et le droit d'auteur des auteurs-compositeurs jusqu'à 50 ans après leur mort. Lorsque j'ai enregistré l'œuvre, elle s'inscrivait dans le cadre d'un projet organisé par l'éditeur Edições Artiletra pour célébrer le 150^e anniversaire de la naissance de Tavares. L'idée derrière le projet était de soutenir la proposition d'inscription de la morna à la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), qui a été approuvée en 2019.

Tavares était non seulement un poète, un parolier et un compositeur, mais aussi un journaliste et un homme politique. Tout cela a demandé beaucoup de temps et d'organisation. Nous devons nous assurer que nous avons bien le manuscrit et les paroles écrites de sa main. Nous pouvions ainsi recréer les chansons telles que Tavares les avait écrites.

— **Dans l'industrie musicale, les artistes accusent souvent le système d'être à l'origine de leur faible rémunération. La solution dépend-elle en partie des artistes?**

Oui, mais pas seulement. Il faut également comprendre qui sont les autres parties prenantes, comment elles peuvent aider et quelles sont les obligations des créateurs et du secteur public.

Il faut demander conseil aux organisations internationales qui travaillent dans ce domaine, car cela vous rassurera sur le fait que vous ne poursuivez pas un rêve insensé, et que ce rêve est réalisable à 100% si les créateurs agissent. Mais il faut comprendre comment fonctionne le système.

— **Commençons par les parties prenantes.**

Nous avons créé l'organisation de gestion collective avant même que Cabo Verde dispose d'une loi autorisant la création d'organisations de gestion collective et la concession de licences au nom des créateurs. Il existait une loi sur le droit d'auteur qui conférait aux créateurs les droits exclusifs sur l'utilisation de l'œuvre musicale. Cette même loi prévoit que, si les créateurs eux-mêmes ne sont pas en mesure de le faire ou ne le souhaitent pas, ils peuvent demander à une organisation de gestion collective de les aider à distribuer leurs œuvres et l'autoriser à les représenter dans la gestion de ces dernières. Mais ils ne sont pas en mesure de dire ce que fait une organisation de gestion collective ou quels sont ses droits. Tout a commencé après la création de la Sociedade Cabo-verdiana de Música.

“Nous essayions d'augmenter le nombre de membres lors de concerts, dans les aéroports, dans la rue, partout où nous le pouvions.”

— **Quels sont les principaux enseignements que vous avez tirés de la création d'une organisation de gestion collective dans un petit pays?**

Une fois que vous l'avez créée, vous devez augmenter le nombre de membres et trouver des membres actifs qui créent et enregistrent beaucoup. Votre pays doit comprendre que ce projet représente collectivement certains des plus grands noms de votre secteur.

Au départ, nous allions à des concerts et à des spectacles pour rencontrer nos collègues et leur annoncer la création de la Sociedade Cabo-verdiana de Música. Notre mission n'était pas numérique, elle était physique [rires]. Nous essayions d'augmenter le nombre de membres lors de concerts, dans les aéroports, dans la rue, partout où nous le pouvions.

Ensuite, vous devez vous assurer que le gouvernement comprend ce qu'est une organisation de gestion collective.

“Il faut disposer d'une documentation de qualité et d'un système de distribution performant.”

Sans le cadre juridique nécessaire pour mener à bien vos activités sur le territoire, vous ne pouvez pas conclure d'accords. Nous voulions nous assurer que ce serait également une priorité pour le ministre de la culture. Il était nécessaire que le système précédent investisse dans les nouvelles lois dont nous avons besoin, que le pays, en tant qu'État membre de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), adopte les traités et que nous modifiions notre législation en fonction de ces traités de manière à pouvoir travailler non seulement sur notre territoire, mais aussi à l'échelle internationale. Nous avons également dû nous assurer en interne que nous comprenions bien le rôle de l'organisation de gestion collective.

Nous avons bénéficié du soutien de l'OMPI, qui a mis au point le système WIPO Connect en portugais et nous a permis de le mettre en œuvre au sein de la société. Cette solution informatique est désormais le principal système technologique de documentation et de distribution des droits d'auteur à Cabo Verde, garantissant que les droits perçus sont correctement reversés aux ayants droit.

Cet exploit a eu lieu au plus fort de la pandémie de COVID et a représenté une étape importante pour les musiciens cap-verdiens.

— **Si l'on considère la situation actuelle en ce qui concerne l'espace créatif et le système de propriété intellectuelle, quels sont les défis pour 2025?**

Il reste encore à mettre en place un secteur de la gestion collective qui soit performant dans les pays les moins avancés. Il se pourrait bien que, d'ici peu, le monde entier se tourne vers l'Afrique et l'Amérique latine. Ces grands continents comptent de nombreux jeunes musiciens, créateurs et auteurs-compositeurs talentueux. On sent qu'il y a là un énorme potentiel.

La meilleure façon de tirer parti de ce potentiel est de s'organiser, avec l'aide d'acteurs internationaux tels que l'OMPI, la CISAC et d'autres fédérations qui représentent les créateurs à l'échelle mondiale. Le soutien d'organisations internationales pouvant également faire pression sur les gouvernements est fondamental.

— **Parlons de la plateforme de connaissances gratuite CLIP lancée par l'OMPI et la Music Rights Awareness Foundation.**

Cette plateforme offre à l'ensemble des acteurs de l'écosystème musical un moyen d'apprendre. Vous pouvez donner aux créateurs les moyens de comprendre ce qu'ils doivent faire s'ils ne disposent pas des cadres nécessaires dans leur propre pays. S'ils le font, c'est formidable, et ils peuvent alors s'épanouir dans leur rôle, car les créateurs ont des droits, mais aussi des devoirs.

Lorsque l'on crée une chanson, on veut réunir la meilleure équipe. De même, on doit faire de son mieux pour gérer sa propriété intellectuelle.

Ce que je trouve intéressant dans la plateforme CLIP, c'est que ce sont des pairs, c'est-à-dire d'autres créateurs, qui parlent de sujets que nous considérons très complexes, comme les codes d'identification. Vous apprendrez pourquoi ils sont importants et quels sont les contrats types que vous devriez signer. On y trouve même un énorme glossaire des termes utilisés dans l'industrie musicale.

— **Quelle est la prochaine étape de votre carrière musicale?**

J'attends le moment propice pour partager mes nouvelles compositions et mes nouveaux enregistrements. Mon mandat de présidente de la Sociedade Cabo-verdiana de Música s'est terminé en 2023 et je me suis remise à la composition de chansons. Il est difficile de concilier la fonction de présidente d'une organisation de gestion collective et la créativité.

— **Cela en valait-il la peine?**

Créer cette organisation à partir de rien a représenté pour nous à la fois une opportunité et un défi. C'est beaucoup de travail. C'est beaucoup de choses à apprendre. C'est beaucoup



d'expérimentation. C'est beaucoup d'échanges. C'est beaucoup de temps. Mais je suis tellement heureuse que le système fonctionne.

Ce qui est également vrai, c'est que ma passion pour le droit d'auteur et la gestion de la propriété intellectuelle s'est décuplée. Je souhaite continuer à servir ce secteur. Je souhaite continuer à apprendre. **M**



Solange Cesarovna en compagnie de plusieurs membres fondateurs et non fondateurs de la Sociedade Cabo-verdiana de Música lors du gala inaugural en 2018.

Cette interview a été éditée et condensée à partir de deux entretiens, puis abrégée pour la présente édition. Vous pouvez lire cet article dans son intégralité sur la version en ligne du Magazine de l'OMPI.



OPINION

Intelligence artificielle : la synergie entre technologie et créativité

Geoff Taylor, vice-président exécutif de l'intelligence artificielle, Sony Music Entertainment

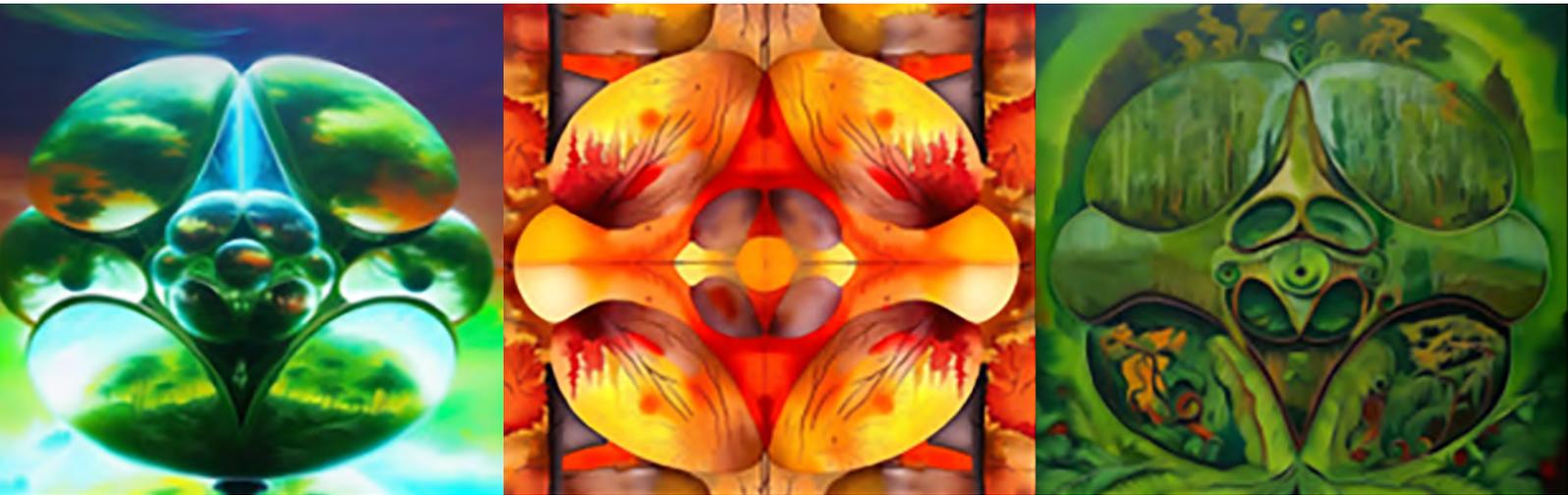
L'IA et la créativité n'ont pas besoin d'être en concurrence. Geoff Taylor, vice-président exécutif de l'intelligence artificielle chez Sony Music Entertainment, envisage un avenir dans lequel l'innovation technologique et les droits de propriété intellectuelle cohabitent selon les principes clés du consentement, de l'indemnisation, de la reconnaissance et de la transparence.

Pas un jour ne passe sans que nous ne lisions un article sur le débat entre les entreprises technologiques et le monde de la création au sujet de l'avenir de l'intelligence artificielle (IA). Rien de nouveau : les discussions sur la technologie et la propriété intellectuelle se résument souvent à un choix binaire entre ces deux composantes. L'histoire nous montre pourtant que cette dichotomie n'a aucune raison d'être. Comme l'a si souvent démontré l'industrie musicale, il existe une synergie solide et positive entre le progrès technologique et le respect de la propriété intellectuelle.

Depuis plus d'un siècle, l'évolution technologique définit la manière dont les artistes et leurs fans interagissent avec le secteur de la musique. Aujourd'hui, l'IA présente de toutes nouvelles façons de stimuler la créativité et d'imaginer de nouveaux modèles d'entreprise. Son apparition s'accompagne néanmoins de défis importants.

De nombreux artistes voient leurs œuvres utilisées pour entraîner des modèles d'IA et générer de nouveaux contenus rivalisant avec les leurs, et ce sans leur consentement, sans mention de leur nom et sans indemnisation. En outre, leur voix et leur image sont détournées pour créer de faux enregistrements. Cela entrave sérieusement leur capacité de gagner leur vie et les prive du contrôle de leur propre identité artistique. La voix et l'image uniques des artistes sont au cœur même de leur identité. Chez Sony Music, une entreprise qui investit massivement dans le talent humain, nous nous engageons à protéger leurs œuvres et leur créativité contre les abus découlant de l'utilisation de l'IA.

**Chez Sony Music,
nous avons émis
plus de 75 000 avis
de retrait pour
protéger nos artistes
face aux faux
enregistrements et
aux reprises créées
par l'IA.**



La musique est l'une des inventions les plus précieuses de l'humanité. Elle nous relie émotionnellement, suscite l'innovation et nourrit la culture. Les progrès de la musique enregistrée, des disques microsillons au Walkman de Sony, en passant par les disques compacts, les iPods et la diffusion de musique en continu, ont toujours bouleversé l'écosystème musical. Cependant, chaque avancée technologique est soutenue par des partenariats entre les maisons de disques et les entreprises technologiques qui offrent de nouvelles expériences aux fans tout en respectant la créativité des artistes.

Nous sommes désormais confrontés à une nouvelle frontière avec la révolution de l'IA, qui repose essentiellement sur la synthèse et l'analyse de siècles de connaissances et de créativité humaines. Si les capacités des modèles d'IA dépendent entièrement de la réflexion et des idées humaines, certaines entreprises d'IA cherchent à convaincre les pouvoirs publics de les autoriser à s'appropriier tous les fruits de la créativité humaine. Leur objectif est d'utiliser ces "données" pour générer de nouveaux contenus qui concurrencent les contenus légitimes sur les services existants destinés aux consommateurs, mais sans leur principal coût d'exploitation, c'est-à-dire la rémunération des créateurs. Cela constituerait une distorsion du marché sans précédent et injustifiable. Nous pensons qu'il existe une meilleure approche, plus durable, fondée sur le respect mutuel et la collaboration.

Il n'y a rien de juste à s'approprier secrètement le travail d'autres personnes, sans leur consentement, pour créer des produits susceptibles de les priver de leur activité.

Notre vision de l'avenir de l'IA repose sur des partenariats commerciaux innovants entre les entreprises du secteur de la création et les développeurs en IA. Ces partenariats doivent respecter quelques principes clés.

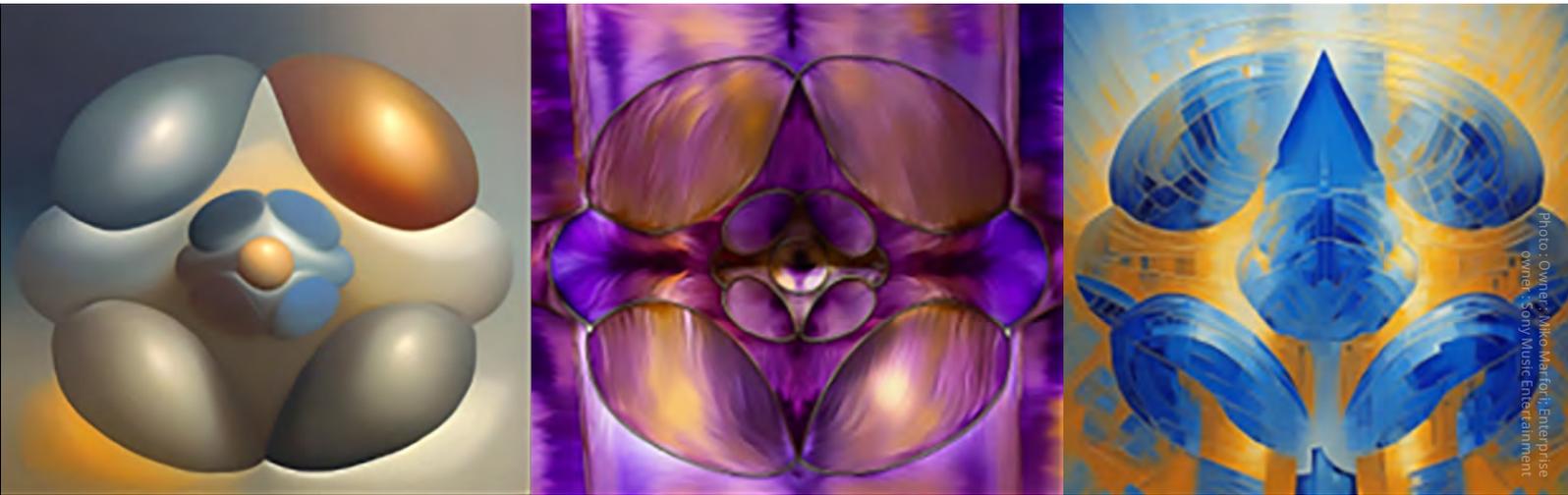
Le premier est le principe du consentement et de l'indemnisation. Les développeurs en IA doivent demander une autorisation avant d'utiliser l'œuvre d'un artiste à des fins d'entraînement ou de clonage. Ils ne doivent pas être autorisés à s'approprier les œuvres de création qu'ils trouvent en ligne et qui n'ont pas été sécurisées par leur créateur. Ce type de pratique est injuste par principe et inapplicable dans la pratique. Récompenser équitablement les créateurs pour leurs contributions encouragera l'investissement durable dans la création d'une nouvelle culture, ce qui incitera ensuite les consommateurs à s'ouvrir à la technologie.

La mention du créateur est un autre principe fondamental. Les systèmes d'IA doivent identifier et mentionner les œuvres sur lesquelles ils s'appuient, en veillant à ce que les créateurs soient dûment reconnus et rémunérés.

Enfin, il y a la transparence. Si des contenus ou des échanges sont générés par l'IA, les utilisateurs doivent en être informés. Cela favorisera la clarté et la confiance.

Ces principes sont au cœur d'un écosystème durable qui profite aux technologies et aux créateurs, tout comme des partenariats commerciaux similaires ont permis de générer 15 années d'innovation et de croissance constantes dans le domaine de la diffusion de musique en continu.

Chez Sony Music, nous avons déjà adopté ces principes dans le cadre d'initiatives éthiques en matière d'IA et nous sommes impliqués dans de multiples négociations pour concéder des licences de propriété intellectuelle aux développeurs en IA. Chaque fois que nous le ferons, nous partagerons équitablement les revenus de l'IA avec les artistes, comme nous le faisons pour les autres formats numériques.



Six exemples de couvertures approuvées pour le projet *Metallic Spheres In Colour*.

Par exemple, les fans de The Orb et de David Gilmour ont pu utiliser l'IA générative pour créer leurs propres remix audio et artistiques de l'album *Metallic Spheres*. Dans d'autres projets, l'IA a été utilisée pour modifier les images des artistes dans les clips vidéo.

Malheureusement, de telles utilisations responsables de l'IA restent à ce jour des exceptions. De nombreux développeurs en IA entraînent leurs modèles à partir de contenus protégés par le droit d'auteur sans autorisation ni indemnisation. Certains soutiennent qu'il s'agit d'un usage loyal, mais il n'y a rien de juste à s'approprier secrètement le travail d'autres personnes, sans leur consentement, pour créer des produits commerciaux qui ne profitent pas aux créateurs du produit original.

En outre, il n'est pas judicieux de procéder ainsi : l'innovation en matière d'IA nécessite un flux constant de nouveaux contenus humains originaux pour que les résultats générés par l'IA restent intéressants et attrayants. C'est la combinaison de l'innovation culturelle et technologique qui permet le succès.

Pour l'instant, une question urgente domine le monde de l'IA et de son incidence sur la musique : le clonage vocal non autorisé. Ces "enregistrements" sèment la confusion parmi les fans et faussent l'identité et la réputation des artistes. Chez Sony Music, nous avons émis plus de 75 000 avis de retrait pour protéger nos artistes de ces faux enregistrements et de ces reprises non autorisées créées par l'IA, mais ceux-ci sont souvent supprimés tardivement, voire jamais, par les plateformes de diffusion en continu.

Le temps presse. L'IA générative, y compris la génération de musique et de vidéos photoréalistes, se développe rapidement. Et bien qu'il soit encourageant de constater que le marché commercial des partenariats en IA prend de l'ampleur, son développement est ralenti par de nombreuses entreprises d'IA qui continuent de miser sur la possibilité de s'approprier du contenu gratuitement.

La loi doit clairement réaffirmer que l'utilisation de contenus protégés par le droit d'auteur pour entraîner des systèmes d'IA nécessite une licence.

Le succès de l'industrie musicale avec les sites de diffusion en continu, renforcé par des cadres juridiques et des accords de licence clairs, offre un modèle précieux pour un résultat équilibré et profitable à toutes et à tous. Aujourd'hui, plus de 750 millions d'abonnés payants bénéficient dans le monde entier d'un accès à la demande à de vastes bibliothèques musicales à des prix abordables, ce qui profite à la fois aux créateurs, au secteur technologique et aux consommateurs.

L'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) joue un rôle essentiel dans la définition de politiques mondiales en matière d'IA, qui concilient droits de propriété intellectuelle et innovation technologique. Une solide protection de la propriété intellectuelle peut aller de pair avec l'innovation dans une économie de marché, pour garantir que l'IA soit au service de l'humanité et non l'inverse.

Ensemble, en encourageant les partenariats commerciaux entre les développeurs en IA et les titulaires de droits de propriété intellectuelle, nous pouvons construire un écosystème dans lequel la technologie amplifie la créativité humaine au lieu de la remplacer, en protégeant notre culture commune et en assurant un avenir durable aux créateurs et aux innovateurs du monde entier. **M**

ARTICLE INVITÉ

Redevances sur les œuvres musicales : **comment traiter équitablement les artistes à l'ère de la musique générée par l'IA**

L'industrie musicale fondée sur l'IA se développe, ce qui soulève des questions sur la manière de protéger et de rémunérer les artistes dont les œuvres sont utilisées pour entraîner des modèles d'intelligence artificielle générative. Les réponses se trouvent-elles dans les modèles eux-mêmes?

Dorien Herremans, professeure associée à l'Université de technologie et de design de Singapour, responsable du laboratoire Audio, Music and AI Lab (AMAAI)

La "Suite Illiac" est considérée comme la première œuvre musicale composée par un ordinateur électronique. Lejaren Hiller, professeur et compositeur à l'Université de l'Illinois, Urbana-Champaign, a minutieusement programmé l'ordinateur révolutionnaire de l'école, l'Illiac I, pour qu'il génère quatre mouvements sur la base de probabilités algorithmiques. C'était en 1956.

Aujourd'hui, grâce à l'augmentation de la puissance de calcul et à la technologie de l'IA générative, il est possible de générer de la musique dans votre navigateur Web à l'aide de simples requêtes textuelles, en quelques secondes. Les nouveaux modèles d'IA générative tels que Suno et Udio peuvent créer des œuvres impressionnantes, avec des mélodies, des harmonies et des rythmes soignés, ainsi que des timbres maîtrisés comme par des professionnels. Cependant, contrairement à ce que faisait l'Illiac I, ces modèles sont entraînés à partir de musiques préexistantes créées par l'homme. Par conséquent, cette nouvelle capacité de générer de la musique commercialement viable nous oblige à repenser la manière dont l'industrie protège et rémunère les artistes.

L'essor de ces systèmes d'IA générative s'accompagne d'une question fondamentale : comment traiter les artistes de manière équitable ?

Au laboratoire Audio, Music and AI Lab (AMAAI) de l'Université de technologie et de design de Singapour, nous cherchons à savoir si de nouveaux modèles d'IA conçus pour détecter les similitudes entre les œuvres musicales pourraient révéler de nouvelles façons de distribuer les redevances. Dans un domaine musical appelé à être de plus en plus dominé par l'IA, cette recherche pourrait contribuer à transformer le mode de rémunération des créateurs.

Apprentissage de la musique – le réseau neuronal original

Notre cerveau, composé d'environ 86 milliards de neurones reliés par des voies appelées synapses, a inspiré les modèles d'IA. Tout au long de notre vie, nous entendons des dizaines de milliers de chansons. Notre cerveau assimile de manière automatique des schémas et des attentes en formant de nouvelles connexions synaptiques et en renforçant les connexions existantes.

Dans le domaine des sciences cognitives, ce processus est connu sous le nom d'apprentissage statistique. Plus nous sommes exposés à certains modèles – comme l'intervalle de quinte parfaite (do-sol) dans la musique occidentale – plus ces connexions se renforcent. Cela nous permet de former des attentes à l'égard de la musique. Par exemple, lorsque nous entendons une note dissonante qui n'appartient pas à une tonalité, elle est contraire à nos attentes acquises, ce qui nous amène à la percevoir comme erronée ou déplacée.

Notre compréhension de ces réseaux complexes reste limitée.

Notre cerveau ne stocke pas des œuvres musicales entières comme un enregistrement. Au contraire, il construit des voies neuronales qui codent les schémas et les structures de la musique. Ces voies nous permettent de reconnaître et d'anticiper les mélodies et les harmonies. Lorsque nous fredonnons ou composons une chanson, nous ne nous souvenons pas d'un enregistrement donné, mais nous construisons la musique de manière dynamique sur la base de schémas acquis.



Comment l'IA fabrique-t-elle de la musique ?

Les réseaux d'apprentissage profond reposent sur une idée similaire. Les réseaux neuronaux artificiels s'inspirent de la biologie humaine, notamment de la théorie du connexionnisme, qui part du principe que la connaissance émerge du renforcement des connexions (synapses) entre les unités de traitement du cerveau (neurones).

Durant l'apprentissage, les réseaux neuronaux artificiels sont alimentés par des milliers d'œuvres musicales. Ils ne mémorisent pas ces œuvres, mais apprennent plutôt les relations statistiques entre leurs éléments musicaux, un peu comme notre cerveau apprend des schémas à force de les rencontrer.

Après l'entraînement, il ne reste pas une base de données de chansons, mais un ensemble de paramètres de pondération qui codent les voies statistiques nécessaires pour façonner la structure musicale. Ces pondérations peuvent être interprétées comme la force des synapses dans le cerveau. Lorsque le moment est venu de produire de la musique, le réseau effectue une inférence. Sur la base d'une entrée (souvent

une requête textuelle), il effectue un échantillonnage à partir de la distribution statistique apprise pour produire de nouvelles séquences.

Cependant, ces séries de pondérations peuvent contenir des milliards de paramètres, ce qui les rend difficiles à interpréter, à l'image d'une boîte noire (un système d'IA dont le fonctionnement interne est opaque).

Afin de mieux comprendre ces réseaux, les chercheurs ont mis au point de nouvelles techniques, comme les méthodes SHAP (SHapley Additive exPlanations) et LRP (Layer-wise Relevance Propagation), mais notre compréhension de ces réseaux complexes reste limitée.

Générateur éthique de musique par l'IA à partir de texte

Cette compréhension limitée alimente un autre problème : le manque de transparence des systèmes commerciaux. Au laboratoire AMAAI, nous avons créé Mustango, un modèle libre de droits et contrôlable de conversion de texte en musique, similaire à MusicGen de Meta. Mais contrairement au modèle de Meta, Mustango a été entraîné exclusivement à partir de données relevant de licences Creative Commons.

Une telle transparence n'est pas la norme dans ce domaine. Les modèles commerciaux tels que Suno et Udio n'ont pas divulgué leurs ensembles de données d'entraînement, ni les détails de leur modèle. Cela soulève des questions importantes sur la manière dont nous devrions traiter le droit d'auteur afin de faciliter le développement éthique de l'IA dans l'industrie musicale. Cette question est illustrée par des affaires judiciaires récentes telles que *Recording Industry Association of America (RIAA) c. Udio et Suno* (juin 2024).

Si un modèle a été entraîné à partir de la musique de Taylor Swift et d'artistes moins connus, tous les artistes devraient-ils être rémunérés de manière égale?

Contrairement aux bases de données, les réseaux neuronaux ne stockent pas les chansons utilisées pour l'entraînement, mais intègrent plutôt des schémas statistiques; il est donc difficile de déterminer si des œuvres musicales particulières

ont été utilisées pour entraîner un modèle. De plus, comme les sociétés d'IA peuvent facilement supprimer leurs données d'entraînement, les vérifications sont pratiquement impossibles.

Au laboratoire AMAAI, nous étudions comment aider à vérifier si des modèles ont été entraînés sur des chansons particulières. Pour cela, nous explorons de nouvelles techniques telles que les attaques par inférence d'appartenance et l'analyse de perturbation. Dans ce dernier cas, par exemple, nous apportons de minuscules modifications à une chanson et observons comment le modèle y réagit. Si le modèle réagit fortement à de petits changements, cela indique que l'IA a été en contact avec cette chanson pendant son entraînement.

L'industrie musicale doit s'adapter rapidement. Nous devons garder en tête les technologies qui nous aident à mettre en place des pratiques d'entraînement éthiques.

Licences pour les ensembles de données musicales destinés à l'apprentissage automatique

L'essor de ces systèmes d'IA générative s'accompagne d'une question fondamentale : comment traiter les artistes de manière équitable? À moins que les tribunaux ne jugent fondé l'argument selon lequel la musique protégée par le droit d'auteur peut être utilisée librement à des fins d'entraînement dans le domaine de la musique parce que nous entendons de la musique tout le temps autour de nous, les systèmes commerciaux d'IA générative devraient obtenir les licences nécessaires pour les ensembles de données musicales qu'ils utilisent à des fins d'entraînement. Cependant, en l'absence d'un mécanisme universel de concession de licences standard, les





Dorien Herremans et son collègue, Soujanya Poria, présentant Mustango, leur modèle de conversion de texte en musique, à Phoon Kok Kwang, président de l'Université de technologie et de design de Singapour.

petites start-up et les laboratoires universitaires se trouveraient dans une situation délicate. N'ayant pas accès à de grands ensembles de données, ces entités sont confrontées à des obstacles importants s'agissant d'entraîner leurs modèles ou de rendre leurs pondérations librement accessibles, ce qui ralentit les progrès technologiques. Faute de clarté juridique, ces groupes ne peuvent souvent pas prendre le risque d'être poursuivis en justice.

De plus, l'acquisition de grands ensembles de données juridiquement fiables nécessite généralement un investissement initial considérable qui empêche les petites entreprises de technologie d'entreprendre ce type de démarche.

Rémunération des artistes pour l'utilisation de leur musique dans l'entraînement des modèles d'IA

La création de modèles de licence soulève également d'autres questions. Par exemple, si un modèle a été entraîné à partir d'un tube de Taylor Swift et de chansons d'artistes moins connus, tous les artistes devraient-ils être rémunérés de manière égale? Un droit de licence unique pour tous n'est peut-être pas juste. Une option plus équitable pourrait consister à utiliser un mécanisme dynamique qui examine la contribution de chaque chanson au résultat généré.

Si un utilisateur saisit la requête "créer une chanson comme Taylor Swift", le résultat généré sera similaire à la musique de Taylor Swift. Dans ce cas, faut-il privilégier l'attribution en fonction de la ressemblance, en veillant à ce que l'artiste dont la musique influence le plus la production soit rémunéré? Pour que ce soit possible, il faudrait des progrès techniques,

notamment des modèles de similarité très précis qui pourraient nous aider à concevoir un modèle d'attribution dynamique et équitable.

Le traitement du langage naturel (NLP) constitue le point de départ des mesures de similarité. Comme les modèles d'apprentissage automatique ne peuvent pas traiter directement les mots, nous les traduisons en vecteurs de chiffres avant de les intégrer à un modèle, un processus appelé "encodage". Ces vecteurs sont essentiellement des coordonnées multidimensionnelles et les chercheurs ont découvert, à partir de modèles précoces tels que word2vec, que les mots apparaissant dans des contextes similaires ont des positions vectorielles similaires, selon l'hypothèse de la sémantique distributionnelle.

Dans le domaine de la musique, nous utilisons un processus d'intégration similaire pour représenter l'audio. Au laboratoire AMAAI, nous menons des recherches sur la manière d'affiner ces intégrations afin de créer des mesures de similarité musicale exploitables, axées sur le timbre, la mélodie, l'harmonie, le rythme ou même les données d'entrée elles-mêmes. Ces mesures pourraient également être étendues pour détecter le plagiat. Cependant, ces recherches restent difficiles compte tenu de l'absence de règles clairement définies en matière de plagiat et d'ensembles de données.

Améliorer la créativité humaine grâce à l'IA générative appliquée à la musique

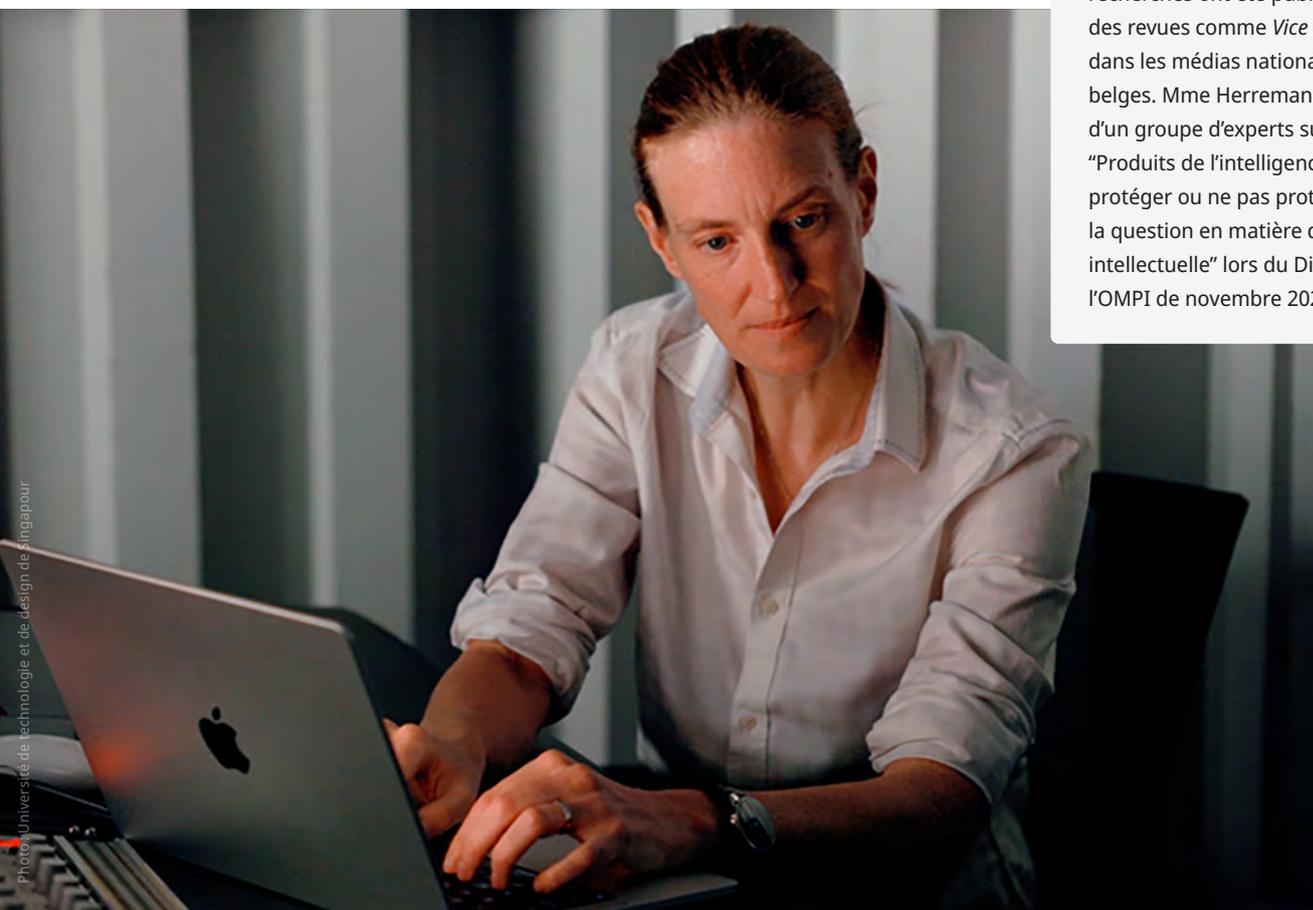
Lors de la conférence ISMIR (International Society for Music Information Retrieval) de 2024, des discours liminaires comme celui d'Ed Newton-Rex, fondateur de Fairly Trained,

une organisation à but non lucratif qui vise à garantir que les artistes soient rémunérés pour l'apport de données d'entraînement, ont relancé le débat sur les droits des artistes et appelé à la création d'outils d'IA qui valorisent les créateurs de musique au lieu de les remplacer. Au lieu de modèles conçus pour la seule génération de musique, l'IA pourrait se concentrer sur l'amélioration du processus créatif des compositeurs, en agissant comme un partenaire collaboratif, en aidant les compositeurs à trouver des idées d'harmonisation, en accélérant les flux de travail, en complétant de courtes sections mélodiques, etc.

Tout comme la révolution déclenchée par l'iPod et la musique en continu, la révolution actuelle de l'IA, sans doute plus importante et plus complexe, oblige l'industrie musicale à s'adapter rapidement. Ce faisant, nous devons garder en tête les technologies qui peuvent nous aider à mettre en place une transparence et des pratiques d'entraînement éthiques.

La première exécution publique de la "Suite Illiac" en 1956 a suscité un grand émoi. Un auditeur "prédisait un avenir dépourvu de créativité humaine". Les modèles actuels de création de musique par l'IA générative ont provoqué un tollé similaire dans les milieux artistiques, ainsi que dans le domaine de la concession de licences. Mais ces nouvelles technologies extraordinaires pourraient également conduire au développement d'outils collaboratifs qui, loin de nuire à la créativité des artistes, la renforcent et garantissent aux artistes une rémunération équitable. **M**

Dorien Herremans est une chercheuse belge spécialisée dans la musique générée par l'IA, professeure associée à l'Université de technologie et de design de Singapour où elle est responsable du laboratoire Audio, Music and AI Lab (AMAAI). Elle travaille depuis de nombreuses années sur la génération automatique de musique et l'informatique affective. Ses recherches ont été publiées dans des revues comme *Vice Magazine* et dans les médias nationaux français et belges. Mme Herremans a fait partie d'un groupe d'experts sur le thème "Produits de l'intelligence artificielle : protéger ou ne pas protéger, telle est la question en matière de propriété intellectuelle" lors du Dialogue de l'OMPI de novembre 2024.



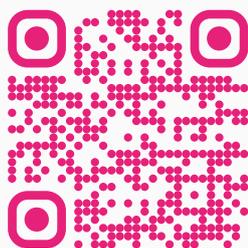
Partagez votre expertise en matière de propriété intellectuelle avec un public mondial.

Le Magazine de l'OMPI travaille en lien avec des professionnels du droit, des affaires, de la politique et du monde universitaire, et publie chaque contribution en huit langues.

Nous sommes à la recherche d'analyses claires et de perspectives nouvelles sur les questions de propriété intellectuelle qui façonnent le monde d'aujourd'hui.

Vous avez une histoire qui mérite d'être racontée?

Soumettez votre proposition au Magazine de l'OMPI



OMPI





Protection du droit d'auteur dans l'industrie musicale en Chine

Qinqing Xu, chargée de cours en droit de la propriété intellectuelle à l'Université de Manchester

Depuis 1991, la Chine a fait de grands progrès en matière de protection du droit d'auteur sur les œuvres musicales. Dans un monde marqué par la montée en puissance du numérique et de l'IA, comment les plateformes, les organisations de gestion collective et les nouvelles lois transforment-elles l'avenir du secteur?

Le marché chinois de la musique, actuellement en pleine croissance, se classe au cinquième rang mondial. En tant qu'État membre de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), la Chine s'est efforcée, au cours des dernières décennies, de protéger le droit d'auteur sur les œuvres musicales. La première loi sur le droit d'auteur est entrée en vigueur en 1991 et n'a cessé d'être mise à jour depuis lors.

L'évolution constante de l'industrie musicale soulève toujours de nouveaux défis. Comme d'autres ressorts juridiques, par exemple le Royaume-Uni ou l'Union européenne, la Chine est confrontée au problème de la faible rémunération des créateurs de musique, ainsi qu'à d'autres questions liées à la numérisation et à l'intelligence artificielle (IA). Le marché chinois présente également des défis qui lui sont propres.

Actuellement, les organismes administratifs chinois de gestion du droit d'auteur collaborent pour surmonter

les difficultés rencontrées sur le marché moderne de la musique.

Contexte réglementaire et programmes étatiques

La loi sur le droit d'auteur a été modifiée à trois reprises, en 2001, 2010 et 2020. En 2021, le gouvernement a également publié un document intitulé "Outline for Building a Powerful Intellectual Property Nation", dans lequel il expose ses objectifs en matière de protection de la propriété intellectuelle, y compris du droit d'auteur, jusqu'en 2035. L'Administration nationale du droit d'auteur de la Chine (NCAC) prévoit de publier son prochain plan quinquennal pour le droit d'auteur en 2026. En 2023, les questions relatives à la gestion collective ont été examinées lors de la neuvième Exposition internationale de la Chine sur le droit d'auteur.

En 2005, dans un contexte de prospérité du marché de la musique numérique, l'Administration nationale du droit d'auteur de la Chine s'est associée à l'Administration du cyberspace de la Chine, au Ministère de l'industrie et des technologies de l'information et au Ministère de la sécurité publique pour lancer la campagne "Jianwang" (Sword Net) et lutter contre les atteintes au droit d'auteur et le piratage en ligne. Dans le même temps, elle a adressé un avertissement aux prestataires de services de musique en ligne pour qu'ils mettent fin à la diffusion non autorisée d'œuvres musicales.

Cette campagne a permis de réaliser des progrès notables dans la lutte contre le piratage en ligne, mais le passage à la musique numérique sous licence a consolidé le pouvoir des plateformes de diffusion en continu et des maisons de disques. Par conséquent, en 2017, l'Administration nationale du droit d'auteur de la Chine a exhorté les principales maisons de disques nationales et internationales, notamment les groupes Universal Music, Warner Music et Sony Music, à garantir des

systèmes de licences équitables qui découragent les licences exclusives en matière de droit d'auteur.

Les efforts déployés pour réglementer l'octroi de licences exclusives en matière de droit d'auteur dans le secteur musical ont involontairement renforcé la domination des plateformes musicales. Les musiciens transfèrent souvent leurs droits aux maisons de disques, qui négocient ensuite des accords de licence avec des services de diffusion en continu tels que Tencent Music Entertainment (TME), la première plateforme de musique en ligne de la Chine. Elle possède quatre grandes plateformes de diffusion en continu : QQ Music, Kugou Music, Kuwo Music et WeSing.

Les entreprises telles que TME ne sont pas seulement chargées de la gestion et de la diffusion d'œuvres musicales, elles peuvent également être titulaires du droit d'auteur. Par exemple, TME et ses co-investisseurs sont entrés à hauteur de 20% dans le capital du groupe Universal Music en 2020 et 2021, consolidant ainsi leur position dans le secteur mondial de la musique. TME a déclaré un revenu de 7,02 milliards de yuans (environ 1 milliard de dollars É.-U.) au troisième trimestre 2024, mais on ne sait pas quelle part de ses bénéfices a été distribuée aux musiciens. En effet, l'Administration nationale de réglementation des marchés aurait infligé en 2021 une amende à TME pour atteinte à la loi nationale sur la concurrence déloyale.

De nombreux musiciens chinois restent populaires en participant à des émissions télévisées et à des spectacles de variétés.



Mango TV est un autre acteur clé qui a su tirer parti de programmes musicaux diffusés à la télévision pour étendre son influence sur le marché. Contrairement à TME, Mango TV propose un large éventail d'émissions de variétés, de séries et de programmes de divertissement. Ses émissions musicales à la popularité croissante mettent souvent en vedette d'éminents artistes, de célèbres groupes et des stars montantes de la scène chinoise. Son répertoire inclut neuf saisons de *Singers*, de 2013 à 2024, *Infinity and Beyond* et *Time Concert*. En Chine, les amateurs de musique doivent payer pour accéder à ces programmes exclusifs sur Mango TV. Depuis la sortie de *Singer 2024*, le cours de l'action de Mango Super Media, la société mère de Mango TV, a bondi de 12%.

L'éclosion des nouveaux talents en Chine

Avant l'apparition des émissions de télé-crochet, le marché chinois de la musique était dominé par un petit nombre de chanteurs célèbres et par les médias traditionnels, les réseaux non numériques et les ventes d'albums. La prolifération des émissions musicales a propulsé des inconnus vers la célébrité. Mao Buyi, ancien élève infirmier, est apparu pour la première fois à l'écran et a remporté l'émission *The Coming One* en 2017, suscitant l'attention de tout le pays. Ses chansons originales, telles que "Xiao Chou" et "People Like Me", sont devenues des succès instantanés – la première a été jouée plus de 10 millions de fois dans les 24 heures qui ont suivi sa sortie.

Au-delà des traditionnelles sorties d'albums, de nombreux musiciens chinois restent populaires en participant à des émissions télévisées et à des spectacles de variétés. Citons par exemple le retour d'un groupe de participants de l'émission *Happy Boy*, diffusée en 2007. En 2022, Chen Chusheng, Wang Zhengliang, Lu Hu, Wang Yuexin, Su Xing et Zhang Yuan se sont à nouveau réunis dans une

émission de télé-réalité, *Welcome to the Mushroom House*, se faisant appeler 0713 en référence à leur classement dans le top 13 de l'émission en 2007. Leur amitié, leur humour et leur sympathie ont attiré de nombreux spectateurs, leur permettant de participer à l'émission de variétés de Mango TV *Go for Happiness*. Surfant sur une vague de popularité renouvelée, 0713 a sorti de nouveaux morceaux, attirant des fans nostalgiques et un nouveau public. Leur succès leur a valu de nombreuses apparitions dans des émissions de télé-réalité, des publicités et des concerts, pour un retour remarqué dans l'histoire récente de l'industrie musicale chinoise.

Perspectives d'avenir

En novembre 2024, la huitième conférence nationale sur la protection et le développement du droit d'auteur dans l'environnement numérique, qui s'est tenue à Guiyang, s'est intéressée aux préoccupations émergentes en matière de droit d'auteur, notamment l'impact de l'IA sur le droit d'auteur, et s'est conclue par un appel au développement d'un secteur de la musique numérique de qualité. À l'occasion de cet événement, la China Audio-Video and Digital Publishing Association (CADPA), la Copyright Society of China (CSC), des entreprises, des plateformes de musique numérique et des musiciens indépendants ont lancé conjointement la Digital Music Copyright Market Fair Competition Industry Self-Discipline Convention (Convention sur une concurrence loyale dans le secteur de la musique numérique et du droit d'auteur). Cette initiative souligne leur volonté de maintenir une concurrence loyale sur le marché de la musique numérique, d'éviter les contrats de licences exclusifs, de fixer équitablement les redevances et d'améliorer le fonctionnement des organisations de gestion collective.

La croissance et la prospérité du marché chinois de la musique ne dépendent pas uniquement de la production des

musiciens, mais aussi de facteurs tels que le rôle des services de diffusion en continu, l'influence des plateformes de télévision et les efforts déployés pour actualiser la réglementation en vigueur. Promouvoir un régime plus équitable pour les musiciens et un environnement plus coopératif entre les entreprises concernées et les organisations de gestion collective aura une importance cruciale. **M**



Photo : Getty Images/Asia-Pacific Images Studio

Qinqing Xu est chargée de cours (professeure adjointe) en droit de la propriété intellectuelle à l'Université de Manchester (Royaume-Uni). Ses recherches portent principalement sur le droit d'auteur, y compris la gestion collective des œuvres musicales, et couvrent un large éventail d'autres sujets, notamment la propriété intellectuelle et les jeux. Sa monographie, *Collective Management of Music Copyright: A Comparative Analysis of China, the United States and Australia*, a été publiée en 2023.

A detailed portrait of Johann Christian Bach, an 18th-century composer. He is shown from the chest up, wearing a dark brown coat over a white cravat and a blue and gold patterned waistcoat. His hair is styled in a powdered wig with large curls. He has a serious expression and is looking slightly to the right of the viewer. The background is dark and indistinct.

ARTICLE INVITÉ

L'affaire juridique du XVIII^e siècle qui a modifié profondément le regard porté sur la législation sur le droit d'auteur dans le domaine de la musique

| Eyal Brook, associé, responsable de l'intelligence artificielle, S. Horowitz & Co

Lorsque Johann Christian Bach a poursuivi des éditeurs non autorisés dans le Londres du XVIII^e siècle, il a obtenu la reconnaissance juridique des œuvres musicales en tant que propriété intellectuelle. Selon Eyal Brook, sa victoire résonne encore aujourd'hui dans le paysage de la musique numérique.

Dans les salles de concert feutrées du Londres du XVIII^e siècle, peu de gens auraient pu imaginer que les notes flottant dans l'air deviendraient l'objet de l'une des batailles juridiques les plus importantes de l'histoire. C'est pourtant à cette époque que le concept d'"œuvre musicale" en tant que propriété juridique a été porté pour la première fois devant les tribunaux.

La relation entre la musique et le droit d'auteur fait apparaître des changements profonds dans la façon dont nous appréhendons la créativité, la paternité et la nature de l'expression musicale. Des partitions musicales écrites à la plume d'oie des siècles passés aux compositions générées aujourd'hui par des algorithmes, la question de savoir qui est propriétaire d'une création musicale – et, en fait, ce qui constitue une telle création – continue de se répercuter dans nos cadres juridiques et nos conceptions philosophiques.

Naissance de l'œuvre musicale

Le plus jeune fils du légendaire Johann Sebastian Bach est peut-être un protagoniste improbable dans l'histoire du droit d'auteur dans le domaine musical.

En 1763, Johann Christian Bach a reçu un privilège royal lui accordant des droits d'édition exclusifs sur ses compositions pendant 14 ans. Agissant d'abord comme son propre éditeur, Bach a publié ses trios "Op. 2" et ses symphonies "Op. 3" sous son propre label avant de se consacrer à d'autres activités, notamment la série de concerts qu'il a dirigés avec son ami Carl Friedrich Abel au Vauxhall Gardens de Londres. Cependant, le succès engendre souvent l'imitation. En 1773, Bach découvre que les éditeurs Longman et Lukey ont obtenu des copies de ses œuvres musicales et les vendent sans autorisation, tirant ainsi des profits substantiels de son travail créatif.

Contrairement à de nombreux compositeurs de son époque qui auraient pu accepter cette pratique courante, Bach possédait à la fois les moyens financiers et la détermination nécessaires pour la contester par la voie juridique.

Par l'intermédiaire de son avocat, Charles Robinson, Bach déposa une plainte officielle, déclarant qu'il avait "composé et écrit une composition musicale pour clavecin dénommée 'sonate'" et que, "désireux de publier ladite œuvre musicale ou composition", il avait demandé et obtenu un "privilège royal".

Le document décrivait comment les éditeurs avaient “par des moyens indus obtenu des copies” et “sans l'autorisation et le consentement de votre orateur, imprimé, publié et vendu pour un très grand profit, diverses copies” de son œuvre.

Il s'ensuivit une odyssée juridique de quatre ans qui allait transformer la législation sur le droit d'auteur. Bach et son collaborateur, Abel, déposèrent d'abord deux plaintes par l'intermédiaire d'un avocat, mais n'obtinrent pas gain de cause.

Conscient que son privilège royal n'offrait pas une protection suffisante parce que sa situation juridique s'éroderait avec le temps, Bach changea de stratégie et chercha à faire préciser que les compositions musicales entraient dans le champ d'application du Statute of Anne.

Ces mots conféraient une existence légale à l'“œuvre musicale”.

L'affaire a finalement été portée en 1777 devant le King's Bench, où elle a été entendue par Lord Mansfield, un juge connu pour son interprétation progressiste de la loi sur le droit d'auteur. Sa décision ne fut rien moins que révolutionnaire :

“Les termes de la loi du Parlement sont très larges : ‘livres et autres écrits’. Ils ne se limitent pas à la langue ou aux lettres. La musique est une science : elle peut être écrite et le mode de transmission des idées se fait par des signes et des marques. [...] Nous sommes d'avis qu'une composition musicale est un écrit au sens du Statute of the 8th of Queen Anne” (*Bach c. Longman*, 98 Eng. Rep. 1274 (K.B. 1777)) (Eng.).

Ces mots conféraient une existence légale à l'“œuvre musicale”. Lord Mansfield a certifié que la musique était protégée par la loi sur le droit d'auteur, dissipant ainsi les doutes antérieurs sur la question et garantissant que Bach resterait dans les mémoires non seulement pour ses compositions, mais aussi pour avoir changé la façon dont la loi considère l'art musical.

On ne saurait trop insister sur l'importance de l'affaire *Bach c. Longman*. Elle est restée une affaire de premier plan pendant plus de 60 ans et a créé un précédent pour une interprétation large de la loi sur le droit d'auteur, qui s'étendait à tout ce qui était considéré comme un livre ou une forme d'écriture.

Elle a précédé la loi britannique sur le droit d'auteur de 1842, qui a constitué une autre victoire importante pour

les compositeurs, en étendant la durée de la propriété du droit d'auteur de 14 à 42 ans et en incluant des droits exclusifs d'exécution publique et d'édition pour les compositions musicales.

La Convention de Berne de 1886 a renforcé ces protections au niveau international. Bien qu'elle ne précise pas ce qui constitue ou non une œuvre, elle définit les œuvres protégées comme “toutes les productions du domaine littéraire, scientifique et artistique, quel qu'en soit le mode ou la forme d'expression”.

Parmi la liste des œuvres protégées par la Convention de Berne figurent les “œuvres dramatico-musicales” et les “compositions musicales avec ou sans paroles”. Ces concepts s'appliquent encore aujourd'hui aux opéras, aux comédies musicales et à toutes sortes d'œuvres musicales.

Évolution des définitions

Les œuvres musicales occupent toujours une place à part. “Plus que toute autre activité artistique, la musique possède des qualités éthérées qui infiltrent et imprègnent de manière complexe de multiples facettes de notre existence”, écrit J. Michael Keyes dans son essai de 2004 intitulé “Musical Musings: The Case for Rethinking Music Copyright Protection”.

Cette complexité a conduit à des approches divergentes d'un ressort juridique à l'autre. Au Royaume-Uni, l'Imperial Copyright Act de 1911 mettait en œuvre la norme établie par la Convention de Berne, mais ne définissait pas le terme “œuvre musicale”. La loi sur le droit d'auteur de 1956 a maintenu ce silence.

Ce n'est qu'en 1988, avec le Copyright, Designs and Patents Act, que la loi britannique a précisé qu'une œuvre musicale consistait en “de la musique, à l'exclusion de toute parole ou action destinée à être chantée, parlée ou exécutée avec la musique”.

Les États-Unis d'Amérique ont suivi un modèle similaire de reconnaissance progressive. La première loi sur le droit d'auteur de 1790 ne mentionnait pas les compositions musicales, se référant uniquement aux “cartes, tableaux et livres”. À cette époque, le droit américain se concentrait principalement sur la connaissance plutôt que sur la créativité et l'art. Ce n'est qu'en 1831 que la mélodie et le texte ont bénéficié d'une protection juridique et, même alors, la loi est restée muette sur le processus créatif sur lequel reposent les œuvres musicales.

Par la suite, comme le note David Suisman dans son ouvrage de 2009 intitulé "Selling Sounds: The Commercial Revolution in American Music", la loi sur le droit d'auteur de 1909 "a fixé le cours de la législation américaine sur le droit d'auteur dans le domaine de la musique pour la majeure partie du XX^e siècle. Mais bien que la loi ait désigné les rouleaux de piano et les disques de phonographe comme des 'copies' de musique protégée par le droit d'auteur au sens de la loi, elle n'a pas fait des sons eux-mêmes un objet de droit d'auteur. [...] La musique des rouleaux de piano et des disques de phonographe a été inscrite dans la loi non pas en tant que son, mais en tant que "texte".

Quand les notes sont devenues des nombres

Les ambiguïtés entourant les œuvres musicales ont été considérablement amplifiées par l'évolution technologique. L'un des changements les plus significatifs s'est produit dans la relation entre la notation écrite et le son lui-même. Étant donné que, traditionnellement, le seul moyen de préserver la musique était la notation écrite, la titularité du droit d'auteur sur les œuvres musicales s'est développée comme une forme de propriété intellectuelle incorporée dans les textes musicaux, à savoir les partitions.

Cependant, l'amendement de 1971 à la loi sur le droit d'auteur des États-Unis d'Amérique a étendu la protection au son enregistré lui-même. Cette distinction est également

établie dans la Convention de Rome et dans d'autres ressorts juridiques de droit civil qui considèrent les producteurs d'enregistrements sonores comme des titulaires de droits connexes. Les enregistrements bénéficient de la protection du droit d'auteur en tant qu'œuvres indépendantes, outre la protection accordée à l'œuvre musicale qu'ils contiennent. Il s'agit du seul domaine artistique protégé par le droit d'auteur pour lequel il existe une distinction entre l'œuvre et son format d'enregistrement.

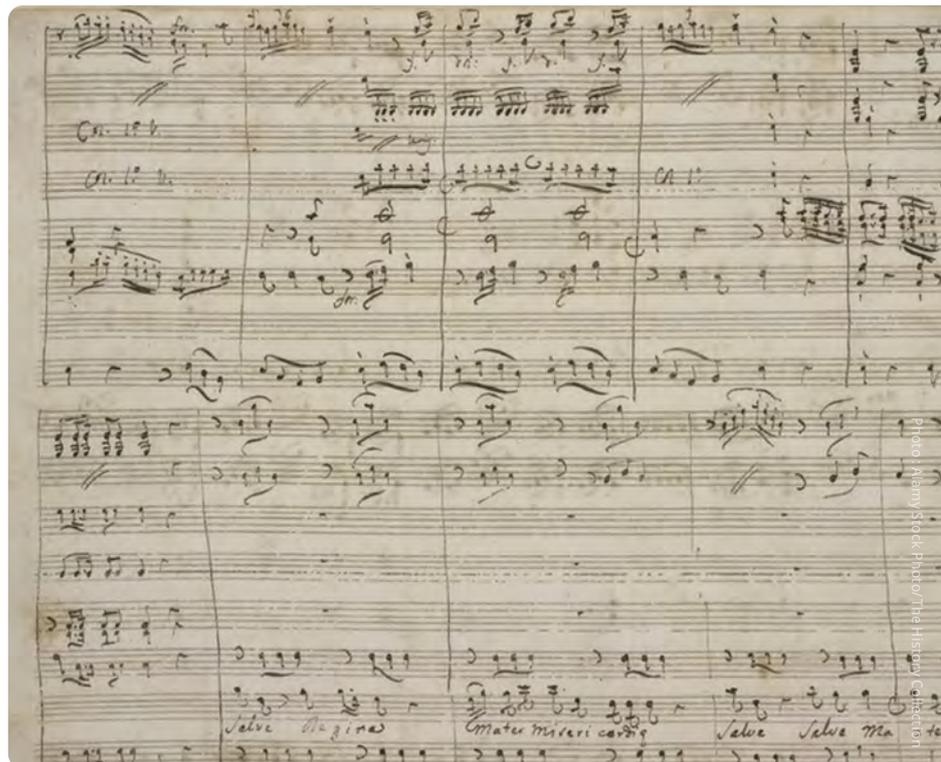
L'ère moderne ajoute une couche de complexité : lorsque de nouveaux droits ont été adoptés pour protéger les enregistrements au XX^e siècle, les droits phonographiques ont été accordés à la maison de disques ou à l'agent ayant commandé l'enregistrement. Une nouvelle forme de marchandise, l'enregistrement original, a été consacrée, mais il n'était toujours pas question de reconnaître le créateur.

Aujourd'hui, alors que les technologies d'enregistrement et de distribution numériques ont démocratisé la production musicale, le débat sur la question de savoir si une œuvre générée par l'intelligence artificielle peut être protégée au titre du droit d'auteur ou peut faire l'objet de droits connexes se poursuit.

Les technologies numériques ont réuni des outils autrefois distincts – instruments, enregistreurs et ordinateurs – modifiant fondamentalement le processus de création et la manière dont nous concevons la titularité des droits au sein de ce processus.

Lorsqu'un algorithme génère une nouvelle composition, qui est titulaire du droit d'auteur sur cette œuvre?

"Salve Regina" de Johann Christian Bach, une composition musicale conservée à la British Library en tant que partie du manuscrit Add MS 29293.



L'ère numérique a donné naissance à des formes entièrement nouvelles de créativité musicale qui s'expriment à travers des concepts radicalement différents de ceux des périodes précédentes.

Musique générée par l'intelligence artificielle et droit d'auteur

L'émergence de l'intelligence artificielle dans le domaine de la composition musicale représente peut-être le défi le plus important que nous ayons eu à relever jusqu'à présent en ce qui concerne notre conception de la paternité de la musique et du droit d'auteur.

Lorsqu'un algorithme formé à partir de milliers d'œuvres créées par un humain génère une nouvelle composition dont le son ne peut être distingué de celui d'une œuvre créée par un compositeur humain, qui, le cas échéant, détient le droit d'auteur sur cette œuvre?

Cette question fait écho aux problèmes fondamentaux soulevés dans l'affaire *Bach c. Longman*, mais avec des dimensions nouvelles que les tribunaux du XVIII^e siècle n'auraient jamais pu imaginer.

Tout comme Lord Mansfield a dû déterminer si la notation musicale pouvait être considérée comme un "écrit" en vertu du Statute of Anne, les tribunaux d'aujourd'hui doivent se demander si la musique générée par l'intelligence artificielle constitue une œuvre d'auteur.

Ce défi est d'autant plus complexe que les systèmes d'intelligence artificielle bouleversent les notions traditionnelles de créativité. Alors que les humains conçoivent les algorithmes et fournissent les données d'apprentissage, l'intelligence artificielle elle-même génère de nouveaux morceaux de musique de manière de plus en plus autonome.



Vue générale de Vauxhall Gardens, Londres. Gravure à l'aquarelle coloriée à la main par John S. Müller, d'après Samuel Wale, vers 1751.

Cela soulève des questions fondamentales quant au point de savoir si les cadres traditionnels du droit d'auteur peuvent s'adapter à cette évolution technologique ou si des approches entièrement nouvelles sont nécessaires.

La symphonie inachevée

Le chemin parcouru depuis l'affaire historique de Bach jusqu'aux enjeux actuels du numérique et de l'intelligence artificielle révèle une constante : la loi sur le droit d'auteur doit perpétuellement suivre le rythme des changements technologiques et l'évolution des conceptions de la créativité.

L'histoire du droit d'auteur dans le domaine de la musique est, à bien des égards, une histoire de tentatives de définir l'indéfinissable – de saisir dans un langage juridique l'essence insaisissable de la créativité musicale.

Depuis la décision de Lord Mansfield indiquant que la musique "peut être écrite; et le mode de transmission des idées se fait par des signes et des marques" jusqu'aux lois modernes qui séparent la composition de l'enregistrement sonore, en passant par la Convention de Berne qui incorpore les œuvres musicales, quelle que soit leur définition, chaque cadre juridique reflète les réalités technologiques et les hypothèses philosophiques de son époque.

Le défi de la législation sur le droit d'auteur au XXI^e siècle est de continuer à remplir l'objectif fondamental du droit d'auteur : reconnaître et récompenser la créativité humaine sous toutes ses formes.

Alors que nous nous trouvons au seuil de la révolution de l'intelligence artificielle dans la création musicale, la leçon la plus précieuse à tirer de cette histoire n'est peut-être pas une doctrine juridique particulière, mais plutôt la reconnaissance du fait que nos conceptions des œuvres musicales et de la paternité d'une œuvre ne sont pas figées, mais évoluent.

Imaginez ce qui se serait passé si les négociateurs de la Convention de Berne avaient décidé de définir le terme en 1886. L'"œuvre musicale" en tant que concept juridique est née de la détermination de Johann Christian Bach à faire valoir ses droits créatifs – et elle continue à se transformer avec chaque nouvelle évolution technologique et chaque innovation artistique.

Le défi de la législation sur le droit d'auteur au XXI^e siècle est de continuer à remplir l'objectif fondamental du droit d'auteur : reconnaître et récompenser la créativité humaine sous toutes ses formes. Cela nécessitera non seulement de l'ingéniosité juridique, mais aussi une volonté de reconsidérer nos hypothèses les plus fondamentales sur ce qu'est la musique et sur la façon dont elle naît.

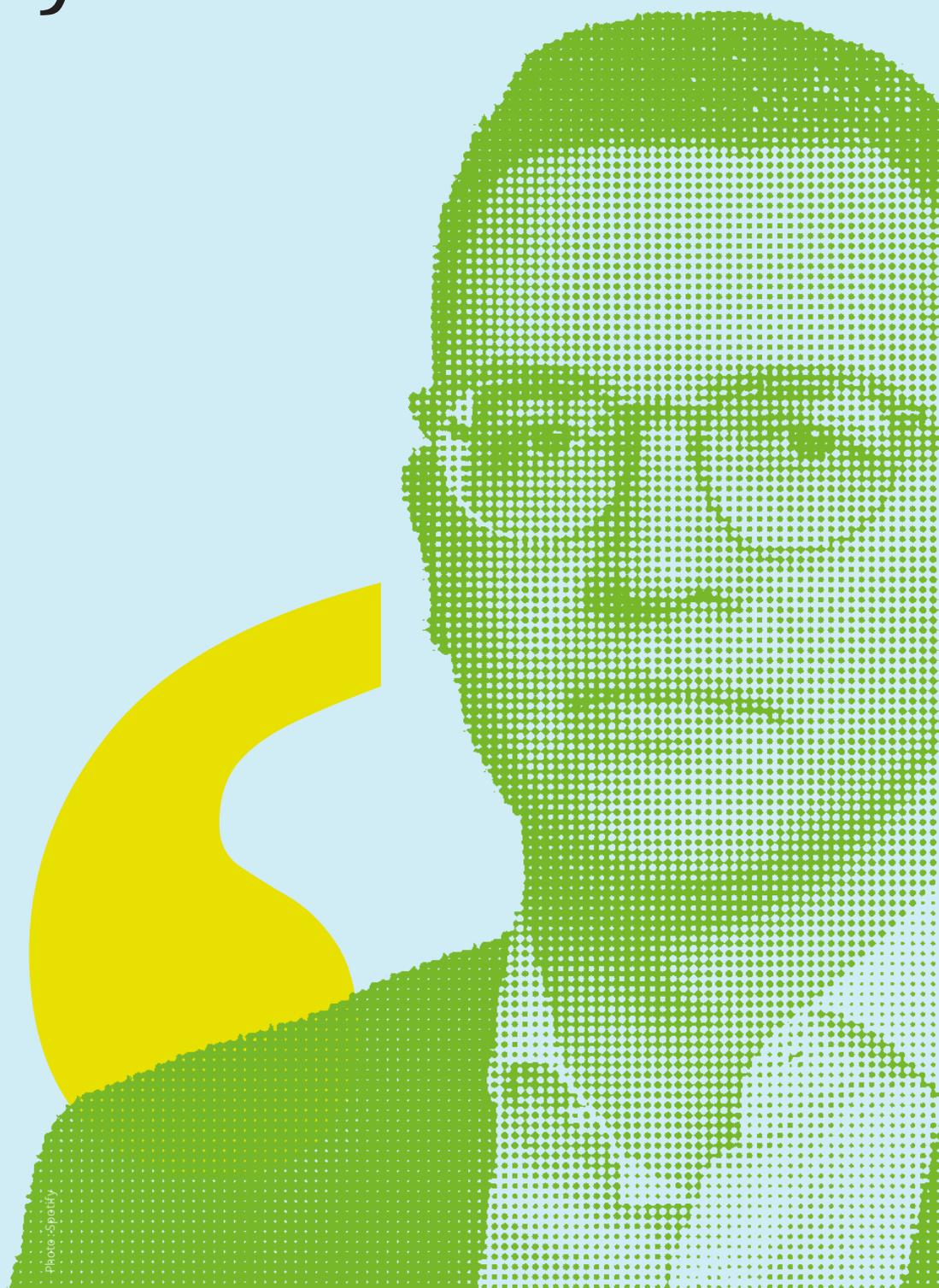
L'héritage de Bach n'est donc pas seulement le précédent qu'il a établi, mais la conversation permanente qu'il a initiée – une symphonie inachevée de la pensée juridique qui continue d'évoluer avec chaque nouvelle révolution technologique et chaque mouvement artistique.

Alors que nous sommes confrontés aux défis de l'IA et de toutes les technologies qui suivront, nous ferions bien de nous rappeler que les questions que nous posons aujourd'hui sur la propriété et la créativité font écho à celles qui ont été soulevées pour la première fois dans une salle d'audience londonienne il y a près de 250 ans par un compositeur déterminé à revendiquer ce qu'il estimait lui appartenir de droit. **M**

Eyal Brook est responsable de l'intelligence artificielle chez S. Horowitz & Co et a beaucoup écrit sur la propriété musicale à l'ère de l'intelligence artificielle. Chercheur principal au Shamgar Center for Digital Law and Innovation de l'Université de Tel-Aviv et professeur adjoint, il donne des cours sur le droit, la musique et l'intelligence artificielle à l'Université Reichman et à l'Ono Academic College.

Au cœur des scènes musicales
de la région MENA :

Entretien avec Imad Mesdoua de Spotify



Selon Loud & Clear, le rapport annuel de Spotify sur l'économie de la musique, les artistes du monde entier connaissent un succès sans précédent dans diverses langues et régions. La région Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA) a connu une croissance record des recettes tirées des enregistrements musicaux, ce qui la place au sommet de l'industrie musicale mondiale. Le Magazine de l'OMPI s'entretient avec Imad Mesdoua, directeur des affaires gouvernementales de Spotify pour le Moyen-Orient et l'Afrique, qui explique les principaux facteurs de croissance et révèle la "sauce secrète" qui permet à Spotify d'élever des scènes et des artistes locaux au rang de phénomènes mondiaux.



— **Vous êtes un ancien analyste politique et un panafricain convaincu. Qu'est-ce qui vous a attiré chez Spotify?**

Ce poste est un emploi de rêve parce qu'il réunit un grand nombre de choses qui me tiennent à cœur. D'aussi loin que je me souviens, j'ai toujours utilisé Spotify et j'ai toujours ressenti un lien fort avec la musique, les arts et les questions politiques autour de la culture et de l'identité. Je suis originaire d'Algérie, un pays situé à l'intersection de l'Afrique et du monde arabe. Le fait d'avoir vécu dans ces deux régions m'a donné envie de jeter des ponts entre les cultures et d'élever les voix locales. Ce qui me passionne le plus dans ces fonctions, c'est la possibilité de soutenir les industries de la création dans les régions qui m'ont façonné.

— **L'industrie musicale de la région MENA affiche une croissance record malgré les difficultés. Pourquoi ce succès soudain?**

Il est très encourageant de voir ces statistiques et cette croissance n'est absolument pas une coïncidence. Il y a un certain nombre de catalyseurs qui

sont en arrière-plan depuis longtemps. Tout d'abord, les fondements de ce type de croissance explosive sont indéniables. Vous avez une population très jeune, très connectée, qui maîtrise le numérique et qui est très intéressée

- Selon le Global Music Report de l'IFPI, la région MENA est le marché de la musique qui connaît la croissance la plus rapide au monde, avec une augmentation de 22,8% des revenus de la musique en 2024.
- Les revenus mondiaux des enregistrements musicaux ont augmenté de 4,8% en 2024, atteignant 29,6 milliards de dollars É.-U.
- Les revenus de la diffusion en continu dominent dans la région MENA, représentant une part de marché stupéfiante de 99,5%.
- Les utilisateurs de la région MENA sont parmi les premiers au monde en termes de temps d'écoute de la musique, avec une moyenne de 27 heures par semaine, soit environ six heures de plus que la moyenne mondiale.

par la musique, tant au niveau local qu'à l'échelle mondiale. C'est une région qui regorge de talents créatifs et dont la demande intérieure ne cesse de croître.

Deuxièmement, les plateformes de diffusion en continu ont changé la donne. Si vous examinez plus attentivement les données, vous verrez que la quasi-totalité des recettes tirées de l'industrie musicale dans la région MENA proviennent de la diffusion en continu. Il s'agit d'une marée montante qui soulève les artistes de toutes les catégories et de tous les genres.

Le troisième catalyseur propre à la région MENA est la croissance significative des investissements gouvernementaux dans les industries de la création au cours des dernières années. Sur des marchés tels que l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis, des milliards de dollars sont injectés par de grands programmes gouvernementaux dans différents secteurs de l'économie de la création, y compris l'infrastructure nécessaire aux artistes pour se perfectionner, faire des tournées, enregistrer et présenter leur musique. Cela permet à l'industrie de se développer à une vitesse fulgurante.

La dernière chose que je dirais, c'est le rôle que nous avons joué en particulier. Depuis que Spotify est entré sur les marchés de la région MENA en novembre 2018, nous nous sommes fortement concentrés sur ce que nous appelons notre stratégie en matière de curation de contenus et sur le plan éditorial, afin de nous assurer que les artistes locaux obtiennent une visibilité non seulement au niveau national, mais aussi sur la scène mondiale.

— **Quel dialogue Spotify entretient-elle avec les autorités au sujet des investissements gouvernementaux?**

Mes fonctions m'emmenent à me pencher sur un large éventail de questions qui se posent à notre entreprise, aux industries de la création et aux créateurs en général. Mon travail consiste à m'assurer que nous entretenons un dialogue constructif et permanent avec les gouvernements afin de mettre en place un système réglementaire qui permette à la culture de prospérer.

Un grand nombre de questions sont soulevées à tout moment. L'une d'entre elles concerne la réforme du droit d'auteur. Les gouvernements de toute la région commencent à mettre à jour leurs lois nationales afin de s'assurer qu'elles tiennent compte du fonctionnement actuel de l'industrie musicale et l'évolution de l'écosystème numérique.

Nous constatons des lacunes dans ces régions en ce qui concerne l'adoption des traités de l'OMPI, qu'il s'agisse du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur ou du Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes, sur lesquels repose le secteur de la musique numérique. Au travers de nos échanges avec les représentants des gouvernements, nous essayons d'encourager des réformes qui sont pratiques, faciles à appliquer et qui convergent avec les meilleures pratiques

internationales et les traités sur le droit d'auteur dans le secteur de la musique.

Nous discutons également d'un large éventail de questions connexes ou apparaissant en aval des réformes du droit d'auteur, notamment les questions relatives aux métadonnées et à l'amélioration des systèmes de transparence et de déclaration, qui facilitent en fin de compte la collecte et la répartition des redevances dans l'édition musicale et dans d'autres domaines. C'est la première grande catégorie.

La deuxième grande catégorie concerne ce que j'appellerais les questions opérationnelles pour les plateformes comme la nôtre dans ces régions. Plus précisément, je parle des systèmes de licence de plateformes, des questions fiscales et d'autres réglementations dans le secteur technologique. Nous essayons d'encourager la flexibilité et une meilleure compréhension du modèle commercial unique des plateformes de diffusion numérique.

— **Le rapport Loud & Clear de Spotify montre que certains artistes perçoivent plus de redevances de l'étranger que dans leur pays d'origine. Pourquoi, selon vous?**

L'un des avantages de Spotify est qu'il s'agit d'une plateforme mondiale. Statistiquement, une personne sur 13 dans le monde utilise notre plateforme, donc les artistes régionaux peuvent accéder à une communauté mondiale d'utilisateurs. Nos résultats du premier trimestre 2025 font état de 268 millions d'abonnés payants et de 678 millions d'utilisateurs actifs mensuels, soit une augmentation de 10% par rapport à l'année précédente.

Dans le même temps, compte tenu du grand nombre de titres téléchargés chaque jour, il peut être difficile d'atteindre un public mondial. L'élément de curation que nous utilisons localement joue un rôle essentiel pour garantir que les artistes puissent profiter de cette

“Ce qui se passe dans nos régions montre que la musique représente plus qu'un simple divertissement. Elle alimente la croissance économique, crée des emplois et transforme des entreprises locales en forces mondiales.”

vague grandissante. Ce soutien, associé à d'autres initiatives, offre aux artistes de nouvelles possibilités d'accroître leur nombre de fans.

Vous pouvez le constater dans nos derniers chiffres publiés dans Loud & Clear. Comme il ressort des redevances que Spotify a payées à l'industrie locale au Nigéria en 2024, elles ont atteint 58 milliards de nairas nigériens (environ 36 millions de dollars É.-U.). C'est le double de ce qui a été payé en 2023. En Afrique du Sud, nous avons versé près de 400 millions de rands sud-africains (environ 21 millions de dollars É.-U.) en 2024, soit le double du chiffre de 2022. Une part considérable de ces revenus provenait d'auditeurs en dehors des marchés d'origine des artistes, ce qui confirme que lorsque les talents locaux bénéficient d'une exposition mondiale, l'impact peut être ressenti économiquement.

— **Parlons de la stratégie de Spotify en matière de curation de contenus et sur le plan éditorial, que vous avez évoquée.**

La découverte et la personnalisation sont au cœur de la sauce secrète de Spotify.

Il n'existe pas deux expériences Spotify identiques et c'est grâce à l'expérience utilisateur personnalisée. Cela est dû en grande partie à des algorithmes sophistiqués, mais aussi en grande partie à la curation humaine.

Nous avons des rédacteurs musicaux incroyablement talentueux dans le monde entier, qui ont une connaissance approfondie des scènes qu'ils couvrent. Ils vivent et respirent la musique et comprennent non seulement les catalogues des artistes, mais aussi ce qui se prépare. Leur rôle est central parce qu'ils sont connectés à l'écosystème musical local en restant proches des artistes, de leurs équipes et de l'industrie au sens large.

— **Pouvez-vous donner un exemple de la façon dont cela fonctionne en pratique?**

Des genres tels que l'afrobeats du Nigéria et l'amapiano de l'Afrique du Sud deviennent de plus en plus populaires dans le monde entier. Nos éditeurs diffusent des chansons de ces genres sur notre plateforme, ce qui joue un rôle majeur dans la mise en avant de ces sons et aide les artistes à atteindre de nouveaux publics dans le monde entier. Ensuite, les programmes éditoriaux de Spotify tels que Radar Africa aident les artistes en devenant à travers un soutien sur la plateforme et un marketing hors plateforme. Radar Africa a mis en avant des stars comme Tems, Tyla et Ayra Starr à l'aube de leur carrière.

Dans la région MENA, les scènes musicales locales sont également en plein essor, qu'il s'agisse de la scène rap au Maroc ou en Égypte, ou des sons pop et khaliji dans les régions du Levant et du Golfe. L'essor de ces genres est illustré par des listes de lecture phares telles que Melouk El Scene, Yalla et Abatera. Des programmes tels que Equal Arabia mettent également en avant des artistes féminines, notamment Assala Nassri, Balqees et Angham, afin d'élargir

leur public aux niveaux national et international.

— **Ils font penser à des DJ sur les radios modernes, mais avec des données. Dans quelle mesure cela aide-t-il directement les artistes?**

Ce n'est pas tout à fait cela. Contrairement à la radio, Spotify n'est pas fondé sur un système d'écoute passive. Nos utilisateurs choisissent activement ce qu'ils veulent entendre. Cela nous permet d'avoir une vision beaucoup plus claire de ce à quoi les gens s'identifient. Il y a une grande différence. Spotify fournit également aux artistes les outils nécessaires pour prendre en charge l'évolution de leur carrière.

Nous disposons d'une plateforme dénommée Spotify for Artists, qui permet aux artistes d'envoyer des clips promotionnels, mais surtout de suivre les données relatives à leur public. Ils peuvent entrer en contact avec leurs fans, voir où se trouvent leurs auditeurs et combien de temps ils les écoutent, et connaître le succès de leurs chansons en temps réel. Ce type de données offre aux artistes et à leurs équipes la possibilité de se développer, ce que la radio ne peut pas offrir.

— **Quelles sont les perspectives pour la région MENA? Et qui devrions-nous écouter ensuite?**

Je suis convaincu que la région MENA et l'Afrique continueront à façonner la culture musicale mondiale. Je ne peux pas vous dire à quel point je suis excité de voir des artistes de cette région devenir des noms connus dans le monde entier, qu'il s'agisse de Tyla et Amaarae qui se produisent à Coachella, ou Mishaal Tamer, un artiste saoudien, qui devient viral en Amérique latine.

Cette année, je suis allé voir Coldplay à Abu Dhabi. Elyanna, une artiste chilienne et palestinienne, assurait la première partie de leur tournée mondiale. Parfois, nous avons besoin de faire une pause et d'apprécier à quel point ces moments sont exceptionnels.

Je fais de mon mieux pour suivre de près les nouveaux artistes issus de la région, mais si vous voulez découvrir par vous-même la prochaine vague de talents, commencez par consulter nos listes de lecture sur Radar Arabia ou Radar Africa. La créativité qui se dégage de ces playlists est de classe mondiale et mérite absolument que vous y consacriez du temps. L'avenir est vraiment prometteur!

Ce qui se passe dans nos régions montre que la musique représente plus qu'un simple divertissement. Elle alimente la croissance économique, crée des emplois et transforme des entreprises locales en forces mondiales. Elle a aussi un subtil pouvoir d'influence, qui permet de relier les gens et les cultures lorsque nous en avons le plus besoin. Je suis ravi de pouvoir y contribuer, même modestement, dans le cadre de mes fonctions. **M**



Cette interview a été éditée et condensée à partir de deux entretiens menés par Nora Manthey, rédactrice en chef, Magazine de l'OMPI.



Comment les artisans utilisent la propriété intellectuelle pour protéger la fabrication traditionnelle d'instruments en Inde

| Neelima Bogadhi, chercheuse et enseignante en propriété intellectuelle (Inde)



Les artisans qui fabriquent cet instrument traditionnel indien ont été durement touchés lorsque la demande pour leur savoir-faire a chuté. Voici comment ils ont utilisé la propriété intellectuelle pour protéger le produit et préserver leurs moyens de subsistance.

Les riches traditions culturelles de l'Inde ont donné naissance à de nombreuses formes de musique et d'instruments de musique. Traditionnellement sculpté dans un seul morceau de bois de jacquier, le luth Bobbili veena est un grand instrument à cordes fabriqué pour la première fois au XVII^e siècle dans la ville de Bobbili, dans le sud de l'Inde.

En 2012, le Gouvernement indien a délivré un certificat d'indication géographique pour le Bobbili veena. Ces certificats sont utilisés pour les produits, notamment agricoles, provenant d'une aire géographique déterminée et qui possèdent des qualités, une renommée ou d'autres caractéristiques liées au lieu où ils sont fabriqués. Pensez au fromage italien Grana Padano, à la tequila mexicaine et au thé Darjeeling.

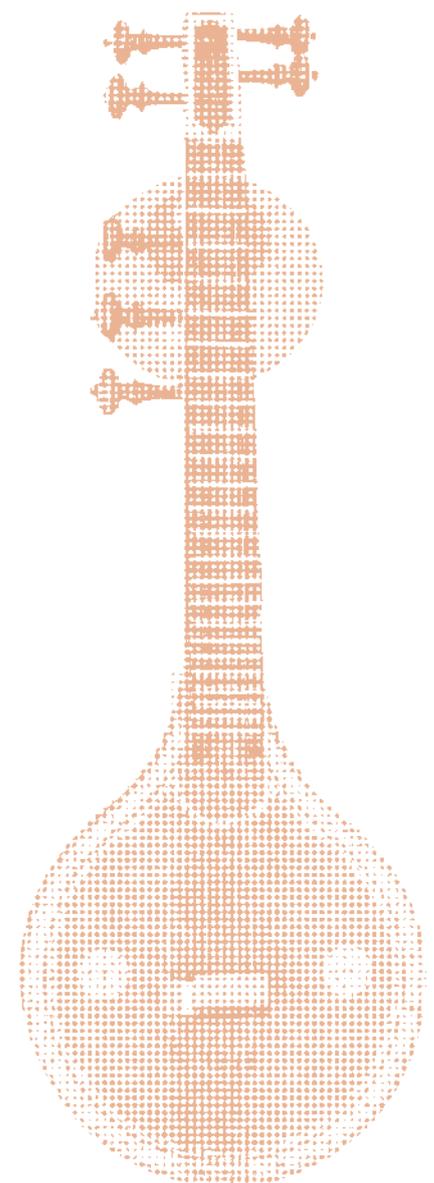
Les objets fabriqués à la main à partir de ressources naturelles selon des traditions des communautés locales peuvent également bénéficier d'une indication géographique.

En ce qui concerne le Bobbili veena, l'indication géographique protège la culture des artisans locaux qui le fabriquent, augmentant ainsi sa valeur marchande. L'économie régionale est ainsi stimulée.

L'art du Bobbili veena

En Inde, la musique est bien plus qu'un simple divertissement. Il s'agit d'atteindre l'éveil spirituel. Les sons émis par les instruments traditionnels du pays le permettent.

Il existe de nombreux types de veena, terme générique qui désigne les nombreux instruments à cordes du sous-continent indien. Le Bobbili veena trouve ses origines dans le mécénat royal de Bobbili, dans l'État moderne d'Andhra Pradesh. Le royaume de Bobbili a été fondé par le roi Pedarayudu au XVII^e siècle. Le roi adorait la musique et ordonna que des veenas soient fabriqués et joués à sa cour. Les ancêtres des artisans actuels ont émigré de Vizianagaram et se sont installés à Bobbili. Leurs compétences ont été transmises de génération en génération dans le village voisin de Gollapalli.



Mode de fabrication du veena

La matière première essentielle utilisée pour la fabrication du Bobbili veena est le bois du jacquier, un arbre originaire d'Inde. L'instrument est sculpté dans un seul morceau de bois du jacquier. Tout d'abord, il y a le kunda, ou corps, qui est creusé puis recouvert d'une plaque en bois. Puis le dandi, ou manche, qui mesure généralement 130 cm de long et qui est sculpté dans le même morceau de bois. Sept cordes sont fixées avant l'application du décor incrusté. Le processus nécessite habileté et patience; il faut jusqu'à 25 jours pour fabriquer un Bobbili veena.

Gollapalli est un petit village avec peu d'infrastructures, un faible taux d'alphabétisation et de rares opportunités économiques. Le Bobbili veena fait partie intégrante de la musique carnatique, une forme de musique classique indienne associée au sud de l'Inde. Cependant, avec l'essor de la musique contemporaine, la demande d'instruments de musique traditionnels, dont le Bobbili veena, a baissé. La chute de la demande pour ce magnifique instrument a poussé de nombreux artisans à abandonner leur métier pour se tourner vers d'autres activités. Beaucoup ont même quitté la région.

Pour faire revivre cet artisanat, les artisans les plus expérimentés sensibilisent la population à l'importance de perpétuer les traditions familiales afin de préserver le patrimoine culturel et de favoriser la prospérité économique. Après avoir créé la coopérative Sarada Veena Workers Cottage Industrial Cooperative Society dans les années 1950, les artisans ont commencé à fabriquer des veenas miniatures comme articles souvenirs. Également fabriquées en bois du jacquier, ces charmantes miniatures ont suscité une demande propre.

Délivrance d'un certificat d'indication géographique en Inde

Alors qu'elle se battait dans les années 1990 pour protéger des produits comme le riz basmati à l'échelle internationale, l'Inde a adopté la loi sur les indications géographiques des produits (enregistrement et protection) en 1999. La loi est conforme à l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) de l'Organisation mondiale du commerce, qui contient une section sur les indications géographiques.

En Inde, le Bureau du contrôleur général des brevets, des dessins et modèles et des marques supervise le service d'enregistrement des indications géographiques. La procédure d'enregistrement est rigoureuse et exige, par exemple, que l'origine du produit proposé soit prouvée et étayée par des données historiques, ainsi que par une unité et une coordination au niveau local.

Les associations d'artisans et les autorités publiques aident souvent les communautés locales à faire enregistrer les indications géographiques. En ce qui concerne le Bobbili veena, la demande initiale a été déposée par l'intermédiaire de l'Andhra



Pradesh Handicrafts Development Corporation (APHDC), qui a estimé que cet instrument était un produit de l'État pouvant bénéficier d'une indication géographique. Plus tard, l'APHDC et l'Andhra Pradesh Technology Development & Promotion Centre ont créé un centre de développement de l'artisanat dans le village et aidé les artisans à commercialiser leurs produits. En 2012, une indication géographique a été accordée au Bobbili veena dans la catégorie des instruments de musique et aux veenas miniatures dans la catégorie de l'artisanat.

L'indication géographique a relancé la réputation de cet instrument, en particulier auprès des jeunes générations. L'Inde a également lancé des initiatives pour mieux en tirer profit : des artisans ont été récompensés pour leur savoir-faire, des jacquiers ont été plantés afin d'améliorer l'approvisionnement en bois de qualité et le Bobbili veena a été ajouté à la liste des produits de l'initiative "un village, un produit".

Cependant, le succès ne dépend pas uniquement des artisans et des politiques : le public a également un rôle à jouer, en prenant conscience de l'importance des instruments artisanaux durables et en créant une demande à leur égard. ■

Neelima Bogadhi est titulaire d'un doctorat de l'Université d'Andhra (Inde), où elle a soutenu une thèse sur le droit indien et les indications géographiques. Elle est rédactrice adjointe du *Journal of the Academy of Juridical Studies* et du magazine en ligne *Bonafide Voices*, et membre du corps professoral de la Damodaram Sanjivayya National Law University dans l'État d'Andhra Pradesh. Neelima a remporté la deuxième place du Concours vidéo pour les jeunes de l'OMPI 2023.



Photo: Alamy Stock Photo / Marc Grosjean

AU TRIBUNAL

Des juges brésiliens envisagent de faire appliquer la Convention de Berne dans l'affaire Adele

| Carla Frade, avocate spécialisée dans le droit d'auteur et chercheuse

Un compositeur brésilien affirme qu'Adele a plagié son morceau classique de samba; le procès intenté soulève des questions fondamentales sur la similitude musicale et l'application du droit d'auteur à l'échelle internationale.

Au début de l'année 2024, après l'échec de tentatives de règlement à l'amiable, le compositeur brésilien Toninho Geraes a intenté une action en justice au motif que la chanson "Million Years Ago", interprétée par la chanteuse britannique Adele et sortie en 2015, constituait un plagiat de son titre "Mulheres". Considéré comme un classique de la samba, le titre de Toninho Geraes a acquis une renommée nationale au Brésil en 1995, porté par l'interprétation de Martinho da Vila.

Toninho Geraes a intenté une action en justice contre la chanteuse et compositrice Adele, le co-compositeur et producteur Greg Kurstin, l'éditeur Universal Music et les maisons de disques Sony Music et Beggars Group. Outre la question des dommages-intérêts, M. Geraes cherche avant tout à être cité comme coauteur de la chanson, ce qui pourrait lui permettre de toucher une partie des redevances. Cela pourrait également avoir des conséquences pour Adele.

Comment déterminer si deux chansons se ressemblent?

Intenter une action pour plagiat

Au Brésil, une loi fédérale de 1998 accorde une protection au titre du droit d'auteur aux œuvres de l'esprit fixées sur des supports matériels ou immatériels. Pour les œuvres musicales, la protection par le droit d'auteur couvre la composition (les notes de musique qui forment la mélodie) et l'écriture (les paroles) d'une chanson, tandis que l'interprétation (la manière dont les musiciens et les chanteurs l'interprètent) est protégée par des droits connexes.

La plainte de Geraes pour plagiat porte uniquement sur la composition de la chanson.

Cette loi brésilienne ne définit ni ne mentionne le plagiat, dont la signification est tirée de la jurisprudence et de commentaires d'érudits. Selon ces sources, le plagiat peut être défini comme la reproduction non autorisée d'éléments d'une œuvre protégés par le droit d'auteur, présentés comme appartenant au plagiataire. Pour obtenir gain de cause, le juge doit constater que le défendeur a eu accès à l'œuvre du demandeur et que l'appropriation est suffisamment importante pour être reconnue dans l'œuvre portant atteinte aux droits. Il convient alors de déterminer si les deux œuvres sont similaires.

Comment les tribunaux évaluent-ils la similitude entre deux chansons ou compositions? La similitude d'œuvres musicales, question fondamentale et très technique dans les affaires de plagiat, nécessite l'analyse d'un expert. Judith Finell, musicologue judiciaire et témoin expert pour la partie gagnante, Marvin Gaye, dans l'affaire emblématique "Blurred Lines", explique au Magazine de l'OMPI que son rôle dans les litiges en matière de droit d'auteur consiste à "informer le juge et le jury" et à fournir un "avis objectif sur les similitudes et différences musicales [entre les deux chansons], ainsi que sur d'éventuelles [similitudes avec] des compositions antérieures". Pour étayer son opinion devant le tribunal, Mme Finell joue souvent d'un instrument afin d'aider le jury à comprendre son analyse.

Les deux parties au litige ont demandé une analyse de la similitude des chansons pour appuyer leurs revendications au Brésil. M. Geraes a présenté des avis d'experts et de profanes selon lesquels les mélodies sont similaires. Il a également fait remarquer que le co-compositeur d'Adele, Greg Kurstin, avait

probablement eu accès à sa composition puisqu'il avait étudié la musique brésilienne et l'avait fait connaître au public.

Universal, Adele, Greg Kurstin et Beggars ont soutenu qu'il n'y avait pas eu de copie intentionnelle ou illégale, et ont attribué la similitude des mélodies à l'utilisation d'un cliché musical. Ils ont fait valoir que la progression d'accords selon le cercle des quintes, présente dans les deux compositions, n'est pas protégée par le droit d'auteur et que d'autres caractéristiques musicales les différencient. Ils ont également cherché à discréditer les experts engagés par Geraes en remettant en cause leurs qualifications et leur méthodologie.

Sony Music a contesté la procédure, estimant qu'elle avait été incluse à tort comme partie au procès et que l'affaire était prescrite.

L'affaire a depuis été confiée à un expert musical désigné par le tribunal, qui a rendu un avis préliminaire en mai 2025. Cet avis fait état de similitudes pertinentes en ce qui concerne la mélodie et de similitudes substantielles quant à l'harmonie, mais ne se prononce pas sur la question du plagiat.

Lorsque toutes les parties auront eu la possibilité de présenter leurs observations et leurs plaidoiries finales, le juge statuera sur l'affaire. Contrairement aux procédures menées aux États-Unis d'Amérique, par exemple, au Brésil, les litiges en matière de droit d'auteur ne sont pas soumis à l'appréciation d'un jury.

Une décision nationale aux conséquences mondiales

Bien qu'une décision définitive soit attendue, il est intéressant de se pencher sur les procédures précédentes. En décembre 2024, considérant que la plainte pour plagiat était plausible, un juge de Rio de Janeiro a émis une

injonction préliminaire enjoignant aux défendeurs de cesser d'utiliser et de distribuer "Million Years Ago" dans le monde. Les plateformes de diffusion en continu telles que Spotify et YouTube ont même été contraintes de retirer la chanson de leur catalogue, bien que cette mesure ait été suspendue ultérieurement à l'issue d'un règlement à l'amiable.

La compétence du juge pour rendre une ordonnance d'une telle ampleur repose sur deux principes juridiques essentiels. Le premier émane de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, un traité administré par l'OMPI qui assure la protection internationale des œuvres protégées par le droit d'auteur. Signée en 1886, elle compte aujourd'hui plus de 180 pays signataires, dont le Brésil, les États-Unis d'Amérique et le Royaume-Uni.



Photo: Alamy Stock Photo/PA Images

Bien que l'injonction ait été révoquée à la suite d'un appel, l'affaire se poursuit devant les tribunaux brésiliens.

En vertu de la disposition relative au traitement national de la Convention de Berne, les œuvres provenant d'un pays signataire bénéficient dans les autres États membres de la même protection au titre du droit d'auteur que les œuvres nationales. Deuxièmement, selon un précédent de la Haute Cour nationale (STJ) de 2024, les tribunaux brésiliens peuvent ordonner le retrait de contenus à travers le monde lorsque les intérêts brésiliens sont lésés, compte tenu de la nature interconnectée d'Internet. La Cour de justice de Rio de Janeiro (TJRJ) s'est par la suite opposée au recours du juge de l'État contre ce précédent.

Bien que l'injonction ait été révoquée à la suite d'un appel interlocutoire, l'affaire se poursuit devant les tribunaux brésiliens, une décision définitive sur la plainte pour plagiat étant attendue pour le début de l'année 2026. Quelle que soit l'issue de cette affaire, elle influencera probablement la manière dont les litiges en matière de droit d'auteur ayant des implications internationales sont traités à l'ère numérique, en particulier en ce qui concerne l'étendue de la compétence des tribunaux nationaux à l'égard des plateformes numériques mondiales. **M**

Carla Frade est avocate spécialisée dans le droit d'auteur et chercheuse. Elle a récemment obtenu un master en droit à la New York University (États-Unis d'Amérique) et une bourse au Center for Art Law. Avant de s'installer aux États-Unis d'Amérique, elle a obtenu des diplômes en droit, en relations internationales et en propriété intellectuelle à l'Université de Brasilia (Brésil). Carla a notamment pris part à la négociation de traités de propriété intellectuelle au sein de la délégation brésilienne auprès de l'OMPI et a codirigé le Brasil Music Exchange, qui promeut la musique brésilienne à l'étranger.

Les articles "Au tribunal" rendent généralement compte des affaires et des décisions judiciaires en cours et sont diffusés rapidement à des fins de discussion et d'observations.



Photo: OMPI/Violaine Martin

Le producteur saoudien Ahmed Alsallal utilise la musique pour promouvoir la propriété intellectuelle

| Nora Manthey, rédactrice en chef, Magazine de l'OMPI

À la rencontre d'Ahmed Alsallal, producteur de musique, poète et professionnel de la propriété intellectuelle qui fait entrer la tradition saoudienne dans la musique moderne. Découvrez ses chansons nationales et comment il promeut la propriété intellectuelle dans le Golfe.

Ahmed Alsallal est autant artiste qu'entrepreneur et parfaitement conscient des possibilités créatives et des débouchés commerciaux liés à la propriété intellectuelle. En tant que producteur de musique et poète, il crée des chansons pour de grandes organisations en Arabie saoudite et dans toute la région du Conseil de coopération du Golfe. Certaines de ses productions destinées à des artistes professionnels ont été visionnées plus de 500 millions de fois sur YouTube ou d'autres plateformes.

Ahmed Alsallal travaille également pour l'Autorité saoudienne de la propriété intellectuelle (SAIP). En novembre 2024, il apporte une identité sonore à la Conférence diplomatique pour la conclusion et l'adoption d'un traité sur le droit des dessins et modèles, qui s'est tenue à Riyad (Arabie saoudite), en composant un thème musical en accord avec l'identité visuelle de l'événement. "Je compose toujours ici, dans ma tête", dit-il. "J'ai vu les palmiers. J'ai vu le patrimoine, les motifs, la tradition." C'est ainsi qu'il a eu l'idée de fusionner des éléments traditionnels saoudiens, notamment les rythmes de l'ardah et le son caractéristique de l'oud, avec une orchestration contemporaine, en collaborant avec un arrangeur

Avec l'IA, la musique va atteindre un niveau de précision inédit, mais c'est le cœur humain qui lui donne un supplément d'âme.

pour finaliser la composition et y intégrer une "touche de l'hymne national saoudien".

Ce morceau est devenu la bande sonore de la conférence de 11 jours, qui a abouti à l'adoption du Traité de Riyad sur le droit des dessins et modèles. Ce traité a pour objectif d'aider les créateurs à protéger leurs œuvres sur les marchés nationaux et internationaux.

En tant que producteur de musique, Ahmed Alsallal se spécialise dans ce qu'il appelle les "chansons nationales", à savoir les musiques patriotiques promotionnelles. "J'ai composé plus d'une soixantaine de chansons nationales pour des entreprises et des organisations privées ou publiques", explique-t-il. Elles expriment souvent "nos ambitions et nos rêves pour ce pays".

Il a également été membre du jury de MBC, la plus grande entreprise de médias du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord, "afin d'évaluer et d'encourager les talents à travers le Royaume d'Arabie saoudite", explique-t-il.

Malgré les progrès de l'intelligence artificielle (IA) dans les industries de la création, Ahmed Alsallal croit en la collaboration avec des artistes humains.

"Respectons cette règle éthique", insiste-t-il. "Oui, nous pouvons utiliser l'IA comme un outil pour nous aider à développer et à accroître notre créativité, mais nous ne devons pas nous fier aux machines. Les artistes ont toujours leurs sentiments à exploiter et des familles à nourrir, quelles que soient les avancées technologiques."

Interrogé sur la promotion de la propriété intellectuelle en Arabie saoudite et son travail pour la SAIP, Ahmed Alsallal évoque une campagne récente, Feel the Creativity, et souligne que la musique transcende les frontières culturelles : "Peu importe la langue que vous parliez, vous comprenez le langage de la musique parce qu'elle parle à votre âme et résonne dans votre cœur". **M**



Ahmed Alsallal lors de la finale du Creative National Roadshow organisé par la MBC Academy.

Le Magazine de l'OMPI fait peau neuve en ligne.

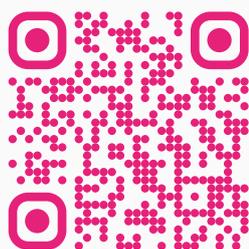
Grâce à la refonte du site Web, les informations relatives à la propriété intellectuelle sont plus accessibles que jamais. La navigation est plus claire, la recherche plus aisée et le contenu organisé autour des sujets qui comptent dans ce domaine.

Vous trouverez et partagerez plus facilement encore l'analyse approfondie et la perspective mondiale que vous recherchez.

Découvrez notre nouvelle expérience numérique.

Disponible en 8 langues.

Découvrez le Magazine de l'OMPI



OMPI

Magazine de l'OMPI

N° 1/2025

Focus | Musique et propriété intellectuelle

ISSN (version imprimée): 1020-7074

ISBN (version en ligne): 1564-7854

DOI: 10.34667/tind.58698

Rédactrice en chef: Nora Manthey

Rédactrice photo: Fairouz El Tom

Conception: Yona Lee

Contributeurs: Neelima Bogadhi, Elay Brook, Carla Frade, Dorien Herremans, Clovis McEvoy, James Nurton, Dipak G. Parmar, Lauri Rechart, Ana Clara Ribeiro, Geoff Taylor, María L. Vázquez, Qinqing Xu

Remerciements: Académie de l'OMPI, Charlotte Beauchamp, Tobias Bednarz, Matthew Bryan, Sara Calegari, Solange Cesarovna, Rafael Ferraz Vazquez, Marina Foschi, Edwin Hassink, Nathalie Humsi, Hanna Koonen, Garrett Levin, Hua Liu, Dominic Matar, Imad Mesdoua, Allain Michel, Niclas Molinder, Miyuki Monroig, Oluwatobiloba Moody, Benoit Mler, Andrew Ong, Isabella Pimentel, Marie Paule Rizo, Nicole Rosenberg, Samar Shamon, Damien Simonis, Binying Wang, Michele Woods

© OMPI, 2025



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

L'utilisateur est libre de reproduire, de diffuser, d'adapter, de traduire et d'interpréter en public le contenu de la présente publication, y compris à des fins commerciales, sans autorisation expresse, pour autant que le Magazine de l'OMPI soit mentionné en tant que source et que toute modification apportée au contenu original soit clairement indiquée.

L'utilisateur n'est pas autorisé à utiliser l'emblème ou le logo officiel de l'OMPI et ne peut en aucun cas laisser supposer, de façon implicite ou explicite, un quelconque parrainage ou une quelconque approbation de la part de l'OMPI sans le consentement écrit préalable de l'OMPI. Veuillez envoyer une demande à l'OMPI pour obtenir un tel consentement.

La présente politique de libre accès ne s'applique pas aux contenus de tiers. Lorsque le contenu publié par l'OMPI comprend des éléments appartenant à un ou plusieurs tiers titulaires de droits, notamment des images, des graphiques, des marques ou des logos, toute personne souhaitant utiliser ce contenu est seule responsable de l'obtention des droits concernant ces éléments auprès du ou des titulaires de droits.