

REDISTRIBUTION

CULTURE NUMÉRIQUE: VERS UNE ÉCONOMIE PLUS ÉQUITABLE

À L'HEURE OÙ LES GÉANTS DU NUMÉRIQUE CAPTENT L'ESSENTIEL DE LA VALEUR CRÉÉE PAR LES ARTISTES ET LES INTERNAUTES, YANIV BENHAMOU PROPOSE UN NOUVEAU MODÈLE ÉCONOMIQUE FONDÉ SUR UNE **JUSTICE DISTRIBUTIVE**.

Sur Deezer, l'application de streaming musical française, près de 50% des nouveaux contenus – soit environ 2 millions de pistes par mois – sont aujourd'hui générés par l'intelligence artificielle (IA). Dans un tel contexte, il est de plus en plus difficile pour les artistes de se faire une place sur le marché. Une situation d'autant plus préoccupante que les entreprises spécialisées dans la génération musicale par IA sont soupçonnées d'entraîner leurs modèles à partir d'enregistrements protégés par le droit d'auteur. Dans *Creative Value Chains: Copyright and Beyond for a Better Value Distribution*, un ouvrage publié cet été aux Éditions Bristol University Press, Yaniv Benhamou, professeur associé à la Faculté de droit, décrypte les mécanismes d'une économie numérique dont les profits sont à l'heure actuelle essentiellement captés par les grandes plateformes, tout en dessinant les contours d'un nouveau cadre fondé sur une justice distributive et une réassignation de la valeur. Entretien.

Campus: Pourquoi avoir choisi d'analyser l'économie du numérique à travers les industries créatives en vous concentrant sur la musique, les jeux vidéo et les arts visuels?

Yaniv Benhamou: D'abord, parce que je connais ces milieux de l'intérieur, pratiquant la musique de façon semi-professionnelle en tant que saxophoniste depuis une vingtaine d'années. Ensuite, parce que ces trois secteurs illustrent des dynamiques très différentes face au numérique. La musique a été l'une des premières à être profondément transformée

par l'essor du streaming. À l'inverse, les arts visuels sont les plus résistants au changement induit par le numérique. Quant aux jeux vidéo, ils génèrent des revenus supérieurs à ceux du cinéma et de la musique réunis. Ces trois domaines ont par ailleurs joué un rôle précurseur dans les changements technologiques et de société, avec, par exemple, le développement des technologies immersives, du streaming ou de la blockchain. Les étudier permet de comprendre les transformations en cours et de concevoir des solutions applicables plus largement.

L'essentiel de la valeur produite par l'économie créative est aujourd'hui capté par les plateformes. Quelles sont-elles?

D'abord, les sites de streaming, comme Spotify pour la musique, qui interceptent une grande part des revenus sans les redistribuer équitablement aux ayants droit. Ensuite, les réseaux sociaux, comme TikTok qui touche 2,5 milliards d'internautes par mois et qui transforme toutes leurs activités (publications, interaction sociale, temps d'écran...) en données monétisées. Enfin, les intelligences artificielles, comme ChatGPT, qui puisent massivement dans les contenus disponibles en ligne pour entraîner leur modèle et accroître leurs performances.

L'activité des internautes sur les réseaux sociaux ou le web constitue-t-elle une valeur en soi?

L'économie créative englobe tout ce qui génère de la valeur en ligne, qu'il s'agisse de publier une photo ou de liker un contenu.

Ces données sont converties en *commodities*, en matières premières, puis revendues à des annonceurs ou utilisées pour enrichir les algorithmes ou entraîner des IA.

Dans votre livre, vous insistez sur le concept de «chaîne de valeur créative». De quoi s'agit-il?

La «chaîne de valeur créative» désigne le fait que la création est toujours le résultat d'un travail collectif. Il faut abandonner l'image romantique de l'artiste travaillant seul dans son atelier: une multitude d'acteurs/trices interviennent à différentes étapes. Dans la musique, par exemple, le/la compositeur-trice collabore avec des instrumentistes, un-e arrangeur-euse, un-e producteur-trice et un-e directeur-trice artistique. Les labels entrent ensuite en jeu pour mobiliser leur réseau, organiser des concerts et contribuer à la dimension scénique. Enfin, les internautes participent en écoutant, partageant ou recommandant l'œuvre. Chacun, chacune ajoute une valeur significative à la création et devrait donc en percevoir une part.

Il existe pourtant aujourd'hui une forte asymétrie de pouvoirs entre artistes et internautes d'un côté, et plateformes de l'autre. Comment y remédier?

Pour les personnes participant au processus créatif, je propose de recourir au principe de justice distributive qui permet de rééquilibrer les pouvoirs dans un cadre légal. En s'appuyant sur le droit d'auteur actuel, de nouveaux droits à rémunération pourraient être accordés pour le streaming et l'utilisation de



DAVID DUCREST

contenus dans l'entraînement des IA. Ces droits couvriraient non seulement la création, mais aussi toutes les couches qui lui sont associées, qui peuvent être identifiées grâce à des technologies comme le tatouage numérique (*watermarking*) permettant d'apposer une empreinte invisible sur une production.

Qu'en est-il des internautes?

Tout internaute, dès lors qu'il ou elle se connecte, génère non intentionnellement de la valeur qui est monétisée de manière unilatérale par les plateformes. Pour mieux la redistribuer, je recommande de créer des coopératives de données, sur le modèle des sociétés de gestion comme Suisa dans le domaine musical. Celles-ci seraient chargées de négocier et de collecter les rémunérations. Elles pourraient s'appuyer sur des contrats types pour fixer les conditions d'accès aux données et, ainsi, inverser la logique actuelle qui voit les plateformes imposer leurs règles.

Vous imaginez également la création de plateformes éthiques. De quoi s'agit-il?

De plateformes partagées (*co-owned platforms*), au sein desquelles chaque artiste ou

internaute participerait aux orientations et à la gouvernance. Cela permettrait d'envisager des modèles de visibilité ou de rémunération qui ne soient pas guidés par la rentabilité. Aujourd'hui, seul 1% des morceaux concentre l'essentiel de l'écoute et des redevances de droits d'auteur, tandis que 70% d'entre eux ne sont jamais joués. Les plateformes partagées offriraient une alternative aux artistes qui ne sont pas des superstars.

Quel rôle les politiques publiques devraient-elles jouer dans ce processus?

Elles sont indispensables pour compléter le dispositif et soutenir les professions culturelles. Ce soutien doit concerner l'ensemble de la chaîne créative, y compris les intermédiaires que sont les labels, les éditeurs/trices de jeux vidéo, les collectifs d'artistes plasticien-nes... L'enjeu est de renforcer tout le secteur, de favoriser sa professionnalisation et de lui accorder un plus grand pouvoir de négociation.

Ce modèle est-il réaliste face au poids des grandes plateformes?

Les solutions que je propose sont concrètes et réalisables. Elles reconnaissent que les

plateformes doivent rester rentables et qu'elles contribuent à la visibilité des artistes, tout en proposant un meilleur partage de la valeur pour éviter la disparition des métiers de la création et de la diversité culturelle. Mais il s'agit aussi de ne pas laisser ces acteurs imposer les règles du jeu. Début avril, OpenAI, l'entreprise à l'origine de ChatGPT, a publié sa «politique industrielle pour l'ère de l'intelligence», un texte qui plaide pour une nouvelle économie du web à travers des mesures présentées comme centrées sur l'humain. Si l'entreprise cherche certainement à soigner ainsi son image, on comprend aussi qu'elle tente d'obtenir plus de moyens en appelant notamment à un soutien public pour financer ses modèles d'IA. Le rôle des académiques consiste précisément à formuler des propositions plus équilibrées.

Propos recueillis par Méline Tipticoglou

«Creative Value Chains: Copyright and Beyond for a Better Value Distribution», par Yaniv Benhamou, Bristol University Press, 274 p.