



Ceci est un extrait électronique d'une publication de
Diamond Editions :

<http://www.ed-diamond.com>

Retrouvez sur le site tous les anciens numéros en vente par
correspondance ainsi que les tarifs d'abonnement.

Pour vous tenir au courant de l'actualité du magazine, visitez :

<http://www.gnulinuxmag.com>

Ainsi que :

<http://www.linux-pratique.com>

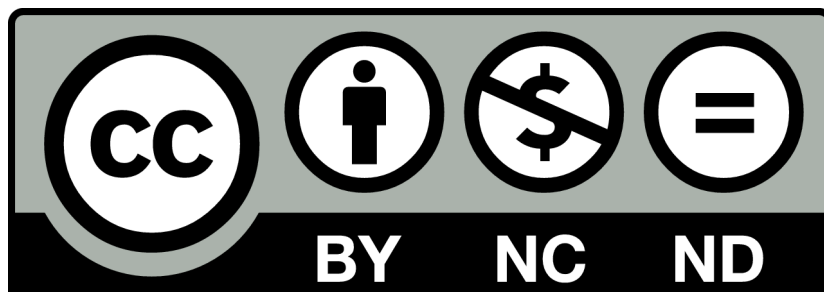
et

<http://www.miscmag.com>



Ceci est un extrait électronique d'une publication de Diamond Editions

<http://www.ed-diamond.com>



Creative Commons

Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 2.0 France

Vous êtes libres :

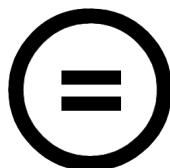
- de reproduire, distribuer et communiquer cette création au public.



Paternité. Vous devez citer le nom de l'auteur original de la manière indiquée par l'auteur de l'oeuvre ou le titulaire des droits qui vous confère cette autorisation (mais pas d'une manière qui suggérerait qu'ils vous soutiennent ou approuvent votre utilisation de l'oeuvre).



Pas d'Utilisation Commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales.



Pas de Modification. Vous n'avez pas le droit de modifier, de transformer ou d'adapter cette création.

A chaque réutilisation ou distribution de cette création, vous devez faire apparaître clairement au public les conditions contractuelles de sa mise à disposition.

- Chacune de ces conditions peut être levée si vous obtenez l'autorisation du titulaire des droits.
- Rien dans ce contrat ne diminue ou ne restreint le droit moral de l'auteur ou des auteurs.

Ceci est le Résumé Explicatif du Code Juridique. La version intégrale du contrat est attachée en fin de document et disponible sur :

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/fr/legalcode>

La débâcle de l'Internet

Une autre vision

Lhe Internet, and downloading, are here to stay... Anyone who thinks otherwise should prepare themselves to end up on the slagheap of history." (Janis Ian pendant une interview en direct sur une radio européenne, 9-1-98)



Quand je fais des recherches pour un article, j'envoie habituellement environ 30 emails à des amis et des connaissances en leur demandant leurs opinions et des anecdotes. Je reçois alors 10 à 20 réponses. Mais pas sur ce sujet !

J'ai envoyé 36 emails demandant des opinions et des faits sur le téléchargement libre de musique sur le Net. J'ai expliqué que je voulais me faire l'avocat du diable : les téléchargements gratuits sur Internet sont bons pour l'industrie de la musique et ses artistes. J'ai reçu à ce jour plus de 300 réponses, chacune de quelqu'un occupant une place reconnue dans le "music business".

Une diatribe virulente et argumentée contre l'interdiction du téléchargement gratuit de musique sur Internet, par une artiste américaine, Janis Ian (www.janisian.com).

Mais ce qui est plus intéressant que les emails, ce sont les appels téléphoniques. Je ne connais personne à la NARAS (qui a fondé les Grammy Awards) et je connais seulement vaguement Hilary Rosen (présidente de la *Recording Industry Association of America*, ou RIAA).

Malgré tout, dans les 24 heures qui ont suivi l'envoi de mon email original, j'ai reçu deux messages de Rosen et quatre de la NARAS me demandant d'appeler pour "discuter de l'article".

Je ne savais pas que j'étais autant lue. Pour être tout à fait honnête, je dois dire que Mme Rosen a insisté sur le fait que son seul intérêt était de présenter le point de vue de la RIAA et a été assez aimable de m'envoyer

nombre de statistiques et de documentation, y compris un certain nombre d'études de groupes de consommateurs que la RIAA avait menées sur le sujet.

Cependant, le problème avec les groupes de consommateurs est le même que celui que les anthropologistes ont en étudiant des populations - dès que leur présence est connue, tout change.

Des centaines d'études scientifiques ont montré que n'importe quel groupe expérimental veut faire plaisir à l'examineur. Cela est particulièrement vrai pour les groupes de consommateurs.

Les gens de la NARAS ont été un peu plus insistants. Ils m'ont dit que les téléchargements "détruisaient les ventes", "ruinaient l'industrie de la musique" et "vous coûtaient de l'argent".

Me coûtaient de l'argent ? Je ne prétends pas être une experte en droit de la propriété intellectuelle, mais je sais une chose : si un cadre de l'industrie musicale affirme que je dois être d'accord avec lui parce que cela va me rapporter de l'argent, je mets la main sur mon portefeuille... et je le vérifie après son départ, pour être sûre que rien ne manque.

Si un cadre de l'industrie musicale affirme que je dois être d'accord avec lui parce que cela va me rapporter de l'argent, je mets la main sur mon portefeuille...

Je ne vous dis pas, je vends. Le gratuit marche...

Tout cette hystérie m'a-t-elle rendue soupçonneuse ? Bien évidemment. Pensez-vous que ce sujet ait été mal traité ? Absolument. Dois-je me soucier de perdre des amis, des occasions, ma 10e nomination aux Grammys en publiant cet article ? Certainement. Mais parfois les choses tournent mal et quand c'est à ce point, il faut faire quelque chose.

L'hypothèse de départ de tout ce bourrage de crâne, c'est que l'industrie (et ses artistes) souffrent du téléchargement gratuit.

N'importe quoi. Prenons mon expérience personnelle. Mon site (www.janisian.com) fait en moyenne 75 000 hits par an. Pas mal pour quelqu'un dont le dernier tube remonte à 1975. Quand Napster marchait à fond, on recevait environ 100 hits par mois de personnes qui avaient téléchargé Society's Child ou At Seventeen gratuitement et qui avaient décidé qu'ils voulaient en savoir plus. Sur ces 100 là, (et il ne s'agit là que des 100 qui nous disaient comment ils avaient connu le site), 15 achetaient des CD. Pas terrible comme ventes, hein ? Aucune maison de disques n'est intéressée par 180 ventes supplémentaires annuelles. Mais cela fait \$2700, ce qui représente beaucoup dans ma comptabilité. Sans compter ceux qui ont acheté les CD dans les magasins, ou qui sont venus voir mes spectacles.

Prenez aussi l'écrivain Mercedes Lackey, qui occupe des étagères entières dans les librairies et les bibliothèques. Comme elle dit elle-même : "Pour les 10 dernières années, mes trois "Arrows" books, qui ont été publiés par DAW il y a 15 ans, ont généré de confortables royalties chacun. Un montant raisonnable pour des livres de 15 ans d'âge. Cependant... J'avais reçu juste une première moitié de mes royalties par

DAW... et brusquement, venant de nulle part, chaque livre "Arrows" commença à me rapporter 3 fois plus que le montant habituel... Et parce que ces livres n'ont jamais été en rupture de stock et ont toujours bénéficié d'une promotion à côté des autres livres, le seul changement significatif était que quelque chose s'était passé chez Bean, un de mes autres éditeurs.

C'est arrivé quand mon co-auteur Eric Flint mit le premier de mes livres édités chez Bean sur le site *Bean Free Library*. Parce que j'avais significativement plus de livres chez DAW que chez Bean, l'augmentation

Hélas, l'industrie musicale n'a pas besoin d'aide extérieure pour se détruire elle-même...

se vit d'abord chez DAW. Il y a une augmentation sur tous les livres par la suite.

Actuellement, cela ressemble à ce que j'espérais : des gens qui n'avaient jamais lu mon œuvre l'ont rencontrée dans la bibliothèque libre - un certain pourcentage d'entre eux l'ont aimé, et ont cherché parmi mon œuvre passée, en commençant par mes livres publiés. La chose vraiment intéressante est que ce ne sont pas les livres de Bean mais de DAW (un autre éditeur). Donc, c'est une reconnaissance du nom et non de la marque. Je ne vous dis pas, je vends. Le gratuit marche".

J'ai découvert à plusieurs reprises que cela était vrai. Chaque fois que nous mettons quelques chansons à disposition sur mon site, les ventes de tous les CD augmentent. Beaucoup. La RIAA et la NARAS, tout comme la plupart des acteurs de l'industrie musicale repliée sur ses

positions, déclarent que les téléchargements gratuits font souffrir les ventes - mieux, ils disent que cela détruit l'industrie. Hélas, l'industrie musicale n'a pas besoin d'aide extérieure pour se détruire elle-même. On sait très bien faire ça tout seul, merci.

Voici quelques déclarations issues du site Web de la RIAA :

1 - "Les analyses montrent qu'un des nombreux systèmes *peer-to-peer* en usage est responsable à lui seul de plus de 1,8 milliard de téléchargements non autorisés par mois". (Lettre d'Hilary B. Rosen à Rick Boucher, membre du Congrès, 28 février 2002)

2 - "Les ventes de CD-R vierges ont... augmenté de près de 2,5 fois au cours des deux dernières années...si seulement la moitié des disques

vierges vendus en 2001 ont été utilisés pour copier de la musique, le nombre de CD gravés dans le monde entier est environ le même que le nombre de CD vendus dans le commerce." (Lettre d'Hilary B. Rosen à Rick Boucher, membre du Congrès, 28 février 2002)

3 - "Les ventes de musique souffrent déjà de cet impact... Aux Etats Unis, les ventes ont baissé de plus de 10% en 2001." (Lettre d'Hilary B. Rosen à Rick Boucher, membre du Congrès, 28 février 2002)

4 - "Dans une étude récente portant sur des consommateurs de musique, 23%... ont dit qu'ils n'achetaient plus de musique parce qu'ils la téléchargent et la copient gratuitement." (Lettre d'Hilary B. Rosen à Rick Boucher, membre du Congrès, 28 février 2002)

Prenons ces points un par un, mais avant, laissez-moi vous rappeler quelque chose : l'industrie musicale a eu exactement la même réponse lors

L'industrie musicale a eu exactement la même réponse lors de l'arrivée des magnétophones à bande, des cassettes, des DAT, des minidisc, VHS, BETA, vidéos musicales

de l'arrivée des magnétophones à bande, des cassettes, des DAT, des minidisc, VHS, BETA, vidéos musicales ("Pourquoi acheter le disque quand vous pouvez le copier sur bande?"), MTV et une multitude d'autres avancées technologiques faites pour faciliter la vie du consommateur. Je le sais, j'étais là.

La seule raison pour laquelle ils n'ont pas réagi publiquement à l'arrivée des CD, c'était parce qu'ils croyaient que les CD étaient incopiables.

Cela m'a personnellement été raconté par un ancien directeur du marketing de Sony, quand ils m'ont demandé de sortir *Between the Lines* au format CD à un taux de royalties réduit ("Parce que c'est une toute nouvelle technologie.")

1 - Qui a dit qu'une de ces personnes aurait acheté les CD si les chansons n'avaient pas été disponibles gratuitement ? Je n'ai pas pu trouver une seule étude là-dessus, une où un sondeur réputé comme Gallup poserait vraiment cette question aux gens. Je pense que personne ne la pose parce que chacun a peur de la vérité - la plupart des téléchargements viennent de gens qui veulent essayer un artiste. Et si un pourcentage des ces 1,8 milliards vient du fait que des gens téléchargent un tube en vogue de Britney ou de In Sync, qui va vraiment dire que ça fait souffrir leurs ventes ? Les statistiques peuvent facilement être manipulées. Combien de ces gens sont sortis acheter un album qui avait été matraqué à la radio pendant des mois, juste parce qu'ils en avaient téléchargé une partie ?

2 - Les ventes de CD vierges ont augmenté ? Bien sûr ! J'ai acheté un nouveau Vaio en décembre et je

sauvegarde maintenant tous mes fichiers sur CD. J'utilise ainsi 7 à 15 CD par semaine, soit environ 50 par an. La plupart des PC sont vendus avec [Windows] XP, qui permet une sauvegarde facile sur CD ; combien font ce que je fais ? De plus, quand j'achète un nouveau CD, je fais une copie pour ma voiture, une copie pour l'étage et une copie pour mon partenaire. Ça fait trois disques vierges par CD. Ainsi, à moi seule, je consomme 750 CD vierges chaque année.

3 - Je suis sûre que la baisse des ventes n'a rien à voir avec la crise économique, ni une spirale infernale dans laquelle serait enfermée l'industrie musicale, ou la daube que nous servent les maisons de disques. Pas vous ? Il y a eu 32 000 nouveaux morceaux publiés aux USA en 2001, et je ne compte pas les rééditions, les disques vendus à compte d'auteur, ou les petits labels qui ne sont pas inclus dans les statistiques de SoundScan. Une estimation prudente des CD "nouveauautés" serait de 100 000 par an. Ça fait un sacré nombre de sorties pour une industrie qui a été détruite. Pour compliquer les choses, on entend de la musique partout, qu'on le veuille ou non : magasins, parcs d'attractions, arrêts d'autoroutes. Le concept original de Muzak (jouée dans les ascenseurs de façon si douce que son effet apaisant serait subliminal) est totalement incontrôlé. Pourquoi acheter des disques quand on peut entendre l'intégralité du Top 50 en allant faire ses courses au supermarché ?

4 - Quels consommateurs de musique ? Des étudiants qui ne peuvent pas se permettre d'acheter 10 CD par mois, mais veulent entendre leurs groupes favoris ? Quand j'ai acheté à mes neveux le dernier CD des Backstreet Boys, je leur ai demandé pourquoi ils ne l'avaient pas plutôt téléchargé. Ils ont patiemment expliqué à leur tante sénile que le téléchargement ne leur donnait pas la super pochette, et mieux, la vidéo qu'ils ne pouvaient voir que sur le CD.

Soyons réalistes, pourquoi la plupart des gens téléchargent-ils de la musique ? Pour entendre une nouvelle musique. Pas pour éviter de payer 5 dollars (5 euros) au magasin de CD d'occasion du coin, ou de l'enregistrer à la radio, mais pour entendre de la musique qu'ils ne peuvent pas trouver ailleurs. Regardez les choses en face - la plupart des gens ne peuvent pas se permettre de dépenser 15,99 dollars pour expérimenter. C'est pour ça que les cabines d'écoute (contre lesquelles les labels ont aussi lutté) ont tant de succès.

On ne peut pas entendre de nouvelle musique à la radio de nos jours ; je vis à Nashville, "Music City USA" et on a une seule station qui veut bien passer autre chose que du Top 50.

Par beau temps, je peux même l'écouter. La situation n'est guère meilleure à Los Angeles ou à New York. Les radios d'universités prennent parfois plus de risques, mais leur puissance est si faible qu'on a souvent beaucoup de mal à les capter.

Autre chose d'importance : dans l'hystérie du moment, tout le monde oublie la façon principale par laquelle un artiste a du succès - sa mise en évidence. Sans cela, personne ne vient aux concerts, personne n'achète les CD, personne ne vous permet de

...MTV et une multitude d'autres avancées technologiques faites pour faciliter la vie du consommateur...

gagner votre vie en faisant ce que vous aimez.

A nouveau, mon expérience : durant mes 37 années en tant qu'artiste, j'ai créé plus de 25 albums pour des majors et je n'ai jamais reçu une seule fois un chèque de royalties qui ne montrait pas que je leur devais de l'argent.

Ainsi, la majorité de mes gains provient de mes tournées de concerts, où je joue pour 80 à 1500 personnes par soir, en faisant mon spectacle. Je passe des heures chaque semaine avec la presse, j'écris des articles, je vérifie que l'information sur mes tournées est à jour sur mon site Web.

Pourquoi ? Parce que tout cela me met en évidence, me fait connaître auprès d'un public qui ne serait peut-être pas venu autrement. Alors, quand quelqu'un m'écrit pour me dire qu'il est venu voir mon spectacle parce qu'il avait téléchargé une de mes chansons et que cela avait aiguïlé sa curiosité, je suis aux anges !

Qui souffre des téléchargements gratuits ? A part une poignée de super-succès, comme Céline Dion, nul d'entre nous. Ça ne fait que nous aider.

Mais le Congrès ne l'entend pas de cette oreille. Le sénateur Hollings, président de la commission du commerce du Sénat qui a étudié ce phénomène, a déclaré "Quand le Congrès reste assis les bras croisés face à ces activités [de partage de fichiers], nous ne faisons que laisser l'Internet devenir un repaire de voleurs", puis a accusé "plus de 10 millions de personnes" de vol. [Steven Levy, Newsweek 11/03/02]. C'est ce qu'on pense des consommateurs - ce sont des voleurs qui sortent prendre quelque chose sans payer.

Quelle idiotie ! La plupart des consommateurs n'ont aucun problème pour payer leurs distractions. Il suffit de regarder le succès de Fictionwise.com et des autres sites Web qui offrent des livres

à des prix raisonnables pour le comprendre.

Si l'industrie musicale avait eu un soupçon de bon sens, elle aurait traité ce problème voici 15 ans [Ndt : difficile, le Web n'a vraiment commencé qu'en 1993], quand ceux qui avaient des sites Web essayaient d'obtenir des licences autorisées pour la musique en ligne.

Au contraire, l'attitude dans toute l'industrie était "ça va passer". CBS avait eu la même attitude avec le rock quand Mitch Miller en était directeur artistique. (Et vous vous êtes demandés comment ils avaient pu laisser passer les Beatles et les Rolling Stones !)

Je ne blâme pas la RIAA pour l'attitude de Holling. Après tout, c'est l'association américaine de l'industrie du disque, créée pour que les labels aient un groupe de pression à Washington. (En d'autres termes, ils ont le droit d'apporter des contributions aux politiciens et à leurs partis.)

Mais étant donné que le succès de notre industrie est basé sur la communication, la réponse de l'industrie à l'Internet a été abyssale. Des déclarations comme celle ci-dessus ne font rien pour aider la cause.

Bien sûr, la communication a toujours été le boulot des artistes, pas des cadres. C'est pour ça que ça fait tellement peur quand des gens comme le président actuel de la NARAS, Michael Greene, commencent à utiliser des *shows* comme la remise des Grammys pour défendre leurs idées.

L'audience des Grammy a atteint un minimum en 2002 sur une période de 6 ans. Personnellement, j'ai trouvé le programme tellement brillant que ça

m'a donné envie de voir Rob Lowe dansant avec Blanche-Neige, ce qui au moins était si nul que ça en devenait amusant. Certains numéros comme le duo ridicule Elton John-Eminem ont fait peu pour que les gens aient encore envie de regarder l'an prochain.

Et nous n'allons pas parler des articles du Los Angeles Times sur Greene et la NARAS, où il a été montré que Musicares a dépensé moins de 10% de ses ressources en bourses d'aide pour les artistes de l'industrie musicale (son but principal), ou que Greene a enregistré son propre album, l'a placé à un représentant d'une maison de disque pendant les discussions sur l'organisation des Grammy Awards, puis a négocié un contrat de \$250 000 avec Mercury Records pour lui (retiré après avoir fait un flop).

Ou que la NARAS a payé discrètement au moins \$650 000 pour étouffer une plainte pour harcèlement sexuel contre lui, dont l'académie à but non lucratif a payé une partie.

Ou qu'il est payé 2 millions de dollars par an, en même temps que des "à-côtés" comme sa cotisation de membre d'un million de dollars au country-club et une Mercedes. (Cependant, certains se demandent quand pour la dernière fois il est entré dans un magasin de disques pour acheter quelque chose avec son propre argent durement gagné.)

Notons simplement que dans son discours, il a dit au public que la NARAS et la RIAA prenaient, pour une large part, position pour protéger les artistes. Il avait engagé trois adolescents durant deux jours à ne rien faire d'autre que télécharger et ils réussirent à télécharger "6000 chansons".

La plupart des gens ne peuvent pas se permettre de dépenser 15,99 dollars pour expérimenter.

Se traîner jusqu'au magasin pour l'acheter, puis se traîner à nouveau pour le rendre (et vous n'avez toujours pas votre musique), qui va se soucier d'acheter des CD !

Voyons ! Pour deux places au premier rang aux Grammys et une apparition sur la télévision nationale, je téléchargerais deux fois ça ! Mais... qui a le temps de télécharger toutes ces chansons ? Est-ce que Greene pense vraiment que des personnes envisagent de passer douze heures par jour à télécharger notre musique ? Si c'est le cas, ils doivent mourir de faim, parce qu'ils ne gagnent pas leur vie ni ne vont à l'école.

Cela est significatif de la façon dont les statistiques et les informations sont balancées. Il est effrayant de penser qu'on demande à des consommateurs de prendre la responsabilité de problèmes de l'industrie, qui sont là depuis bien plus longtemps que l'Internet.

Il est encore pire de penser que l'on dit au consommateur qu'il est là pour nous protéger, nous les artistes, quand notre industrie dilapide les dollars que nous gagnons dans des vendettas personnelles.

Greene continua en disant que "Nombreux des nominés ce soir, particulièrement les nouveaux artistes, sont en danger immédiat d'être marginalisés dans notre milieu."

D'accord. Tout "nouvel" artiste qui réussit à atteindre les Grammys a les millions de dollars que les maisons de disques mettent derrière lui. Les "vrais" nouveaux artistes ne sont pas ceux que vous allez voir à la télé ou écouter à la radio.

Ce sont des gens que vous entendez parce que quelqu'un vous a donné un disque, ou parce qu'ils ont fait la première partie d'un spectacle auquel vous assistiez, ou ont eu la chance d'être sélectionnés sur un programme

de la radio nationale ou tout autre programme encore ouvert pour passer des disques qui ne sont pas déjà des tubes.

En ce qui concerne la "marginalisation de nos artistes", les seuls qui risquent d'être marginalisés sont les employés des maisons de disques version Enron, qui sont virés par charrettes entières parce que leur encadrement est incompetent.

Et il est difficile de convaincre un public éduqué que les artistes et les maisons de disques sont au bord de la faillite parce qu'eux, les consommateurs, téléchargent de la musique. Surtout quand ils paient entre 50 et 125 dollars pour un concert et 15,99 dollars pour un nouveau CD dont ils savent qu'il coûte moins de quelques dollars à fabriquer et à distribuer.

Je soupçonne Greene de penser que ceux qui téléchargent sont l'équivalent des *dealers* de drogue de la télé d'avant, rôdant autour des cours de récré, portant de gros manteaux et les ouvrant à la volée devant des gosses aux yeux ébahis qui achètent alors des CD au marché noir à bon prix.

Quel est le nouveau mot à la mode dans l'industrie musicale ? Encryptage. Ils vont faire en sorte que nul ne puisse copier les CD ou les télécharger gratuitement. Superbe, sauf que ça contrevient à des arrêts de justice précédents à propos des cassettes vierges, des VHS vierges, etc. Et que ça emmerde tout le monde.

Combien d'entre vous savent que les constructeurs d'automobile fabriquent leurs lecteurs de CD pour qu'ils puissent aussi lire les DVD ? Ou

qu'une partie de l'encryptage que les maisons de disques utilisent ne permet pas à vos CD achetés en magasin d'être joués sur un lecteur de DVD, parce qu'il contient la même technologie que votre ordinateur ?

Et que si vous avez des problèmes à passer votre copie enregistrée par vos soins de *O Brother* dans la voiture, c'est à cause de cette bêtise.

La réponse de l'industrie est d'afficher l'étiquette : "Ce CD audio est protégé contre la copie illicite."

Il est conçu pour être joué dans des lecteurs CD audio standards et des ordinateurs équipés du système Windows ; cependant, quelques problèmes peuvent survenir. Si cela vous arrive, merci de nous retourner le disque pour remboursement."

Eh bien, je vous demande. Après trois ou quatre expériences de la sorte, se traîner jusqu'au magasin pour l'acheter, puis se traîner à nouveau pour le rendre (et vous n'avez toujours pas votre musique), qui va se soucier d'acheter des CD ?

Le milieu se plaint depuis des années du fait que l'individu moyen a du mal à lâcher ses dollars, tout en souhaitant ne rien faire pour l'offenser. (BMG a une politique stricte pour les artistes qui achètent leurs propres CD pour les vendre lors des concerts - 11 dollars le CD. Ils savent très bien que la plupart d'entre nous perdent de l'argent s'ils doivent payer autant ; il s'agit de garder les grands magasins contents en leur assurant que les grosses ventes leur reviennent. En fait, ce qui se passe, c'est que ni nous, ni les magasins ne vendent.)

La NARAS et la RIAA gémissent quand les petites boutiques ferment ; personne n'a travaillé plus dur qu'elles pour les virer du milieu, qui accueille chaque ouverture de Tower ou de tout autre méga-magasin de disques avec allégresse, et offrit d'importantes remises à Target et WalMart pour stocker des CD.

L'Internet n'a rien à voir avec les fermetures de magasins et la baisse des ventes.

Et pour ceux ou celles d'entre nous qui ont des contrats avec les majors et qui *veulent* qu'une partie de notre musique soit disponible gratuitement au téléchargement, eh bien, les maisons de disques ont nos matrices, même nos maquettes et elles ne le permettront pas (NDLR : En France, c'est la SACEM qui l'interdit). De plus, elles possèdent nos *voix* pour la durée du contrat, de telle sorte que l'on ne peut même pas mettre une chanson *live* en téléchargement !

Si l'on y réfléchit, l'industrie musicale devrait se réjouir de cette nouvelle avancée technologique ! Voici une façon simple de fournir de la musique à des millions de personnes qui n'auraient autrement jamais acheté de CD en magasin. Les occasions de marketing croisé sont incroyables. C'est instantané, les coûts sont minimes, le port inexistant... un véhicule incroyable pour des profits plus grands et des coûts plus faibles.

Au lieu de cela, ils courent comme des poulets auxquels on aurait coupé la tête, saignant sur tout le monde sans aucun sens. Au lieu de tout encrypter, et de dépenser de l'argent pour des années (voir des décennies) en procès contre les consommateurs demandant la défense des droits du premier amendement (qui ont toujours été du côté du consommateur comme le prouve la disponibilité de cassettes et de VHS vierges et non cryptés), pourquoi ne pas s'inspirer des éditeurs de livres et des écrivains ?

Baen Free Library (<http://www.baen.com>) est une histoire à succès. SFWA (<http://www.sfw.org>) en est une autre. Le site de la SFWA est un des meilleurs pour les conseils aux écrivains, publiant des articles fouillés à propos de tout : des agents à une série continuellement mise à jour de rapports sur différents aspects de la propriété intellectuelle.

Plus important, beaucoup d'écrivains de science-fiction qu'il représente ont été beaucoup impliqués dans Internet depuis son commencement.

Chaque année, quand la communauté de la science-fiction vote pour les "Hugo and Nebula Awards" (leur équivalent des Grammys), la plupart du travail des nominés est mis sur le site dans son entier, donnant aux votants et aux non-votants l'opportunité de les lire. Gratuitement. Si vous êtes un membre ou un associé (suite à une cotisation), vous avez accès à encore plus de travaux. Le site est aussi plein de liens vers les pages des membres et d'histoires en ligne, même s'ils ne sont pas nominés pour quelque chose.

Lire cette œuvre, toujours gratuitement, permet aux surfeurs de voir quels auteurs ils souhaitent le plus retrouver - ou acheter leur livre. Ne serait-il pas bien si toutes les chansons nominées aux Awards chaque année seraient disponibles pour un téléchargement gratuit même si c'était le cas uniquement pour les gagnants ? Ceux qui n'ont pas acheté l'album pourraient écouter le *single* puis aller acheter l'enregistrement.

Je n'ai aucune objection à ce que Greene et consorts essaient de protéger les maisons de disques, qui sont celles qui fomentent cette hystérie. Ce sont elles qui financent la RIAA, la NARAS est soutenue par elles. *Cependant, je m'élève violemment quand elles prétendent que de toute façon elles font ça pour notre bénéfice.*

Si elles voulaient vraiment faire quelque chose pour la grande majorité des artistes, qui font tout pour gagner péniblement leur vie, elles pourraient s'occuper de quelques-uns des vrais problèmes auxquels nous devons faire face :

■ Le contrat normal dans l'industrie musicale est de sept albums, sans date finale, ce qui serait considéré au mieux comme une servitude par contrat (et au pire comme de l'esclavage) dans tout autre milieu. En

fait, ce serait illégal (NDLR : En France, on ne peut vendre quelque chose relevant du droit d'auteur qui n'existe pas encore).

■ Un label peut mettre votre projet au placard, puis étendre votre contrat d'un autre album parce que ce que vous avez réalisé était "commerciallement ou artistiquement inacceptable". Ils sont les seuls à déterminer ce critère.

■ Les auteurs-compositeurs-interprètes doivent accepter la "Clause de Composition Contrôlée" (qui stipule qu'ils ne seront payés que 75% des taux établis par le Congrès en royalties) pour tout contrat d'enregistrement majeur ou accessoire, sous peine de perdre le contrat. En d'autres termes, la clause exigée par les labels stipule que a) si vous écrivez vos propres chansons, vous ne serez payés que 3/4 de ce que le Congrès a dit aux maisons de disques de vous payer, et b) si vous êtes co-auteur, vous ferez "de votre mieux" pour vous assurer que les autres compositeurs acceptent les taux de 75% également. S'ils refusent, vous devez accepter de régler la différence sur votre part.

■ Les royalties éditeur/auteur déterminées par le Congrès ont augmenté depuis leur niveau élevé de 1960 (2% pour chaque partie) à un généreux 8%.

■ Beaucoup d'entre nous ont commencé dans les années 50 et 60 ; nos disques sont toujours sur le marché et nous sommes toujours payés à des taux de royalties de 2%, quand on l'est.

■ Si nous ne sommes pas auteurs-compositeurs et que nous n'avons pas un énorme succès commercial (supérieur au disque de platine), on ne fait pas un sou avec nos disques. Les méthodes comptables de l'industrie du disque valent bien celles d'Hollywood.

■ Pire encore, quand nos disques ne sont plus au catalogue, on ne les

Il n'y a aucune preuve que du matériel disponible gratuitement au téléchargement cause des dommages financiers à quiconque

recupère pas ! On ne peut même pas les confier à une autre compagnie. Des carrières ont été délibérément détruites de cette manière, la maison de disques refusant de sortir le produit ou de permettre à l'artiste de le confier ailleurs.

■ Et parce que le label possède votre voix pour la durée du contrat, vous ne pouvez pas aller ailleurs réenregistrer les mêmes chansons.

■ Et à cause de la provision de réenregistrement, même une fois votre contrat terminé, vous ne pouvez pas enregistrer ces chansons pour quelqu'un d'autre pendant des années, parfois des dizaines d'années.

■ Et pour finir cette série en beauté, l'Amérique est le seul pays que je connaisse qui ne paye pas de royalties aux auteurs-compositeurs sur les performances publiques. En Europe, au Japon, en Australie, quand vous avez fini un concert, vous donnez votre liste de thèmes au producteur qui l'adresse à l'organisation concernée et celle-ci paye une petite royalty par chanson à son auteur. Ça ne coûte rien au chanteur, les taux sont basés sur la taille de la salle et cela assure que les auteurs dont les chansons ne passent plus à la radio, mais qui sont toujours largement jouées, puissent continuer à recevoir des revenus de ces chansons.

De plus, on devrait s'exprimer et le Congrès devrait nous écouter. Jusqu'à présent, ils n'ont écouté que les musiciens aux disques plusieurs fois de platine.

Que dire d'Ani DiFranco, une des voix les plus recherchées dans les concerts d'universités aujourd'hui ? Que dire de ceux d'entre nous qui vivent la plupart de leur vie en dehors du système des grandes compagnies et qui pourraient avoir des points de vue bien différents sur le sujet ?

Il n'y a *aucune* preuve que du matériel disponible gratuitement au téléchargement cause des dommages financiers à quiconque. En fait, la plupart de l'ensemble des faits prouve le contraire.

Greene et la RIAA ont raison sur un point - les temps sont venus pour un grand changement dans notre industrie. Mais au moment où il ne reste plus que quatre labels en Amérique (Sony, AOL/Time/Warner, Universal, BMG - et où est le RICO Act quand on a besoin de lui ? (NDLR : Le RICO Act, *Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act*, est aussi utilisé pour attaquer des entreprises qui font une forme de racket) Quand des genres entiers glorifient les mentalités de gangsters et perdent leurs plus grandes voix de façon violente...

Quand des cadres changent de poste aussi souvent que Zsa Zsa Gabor changeait de vêtements et que "A&R" [Ndt : Artist & Répertoire en anglais = poste de directeur artistique] est devenu un euphémisme pour "Absent & Redondant"... eh bien, on a d'autres chats à fouetter.

Pour nous les artistes, il est absurde d'encourager - ou d'approuver - l'arrêt d'un tel système. Il est totalement stupide de se réjouir de la décision

d'arrêt de Napster. C'en est myope et ignorant.

La mise en valeur gratuite est pratiquement quelque chose qui appartient au passé pour les gens du spectacle. Réussir à faire passer un de ses disques à la radio coûte plus d'argent que la plupart d'entre nous rêve de jamais gagner. Le téléchargement gratuit donne une chance à tout autoproduit.

Tout spectacle qui n'est pas signé par une *major*, quelle qu'en soit la raison, peut toucher littéralement des millions de nouveaux auditeurs, les incitant à acheter le CD et à venir aux concerts. Où d'autre un nouveau spectacle aura une telle mise en valeur ?

Notez bien que je ne défends pas un téléchargement sauvage sans l'accord de l'artiste. **Je ne dis pas que le copyright n'a pas de sens.** J'objecte à la RIAA ce qu'ils font pour protéger "les artistes" et nous faire faire plus d'argent. Je suis désolé que tant d'enregistrements ne soient plus disponibles, et que le seul endroit où je puisse les trouver soit sur Napster.

Mais par-dessus tout, j'aimerais voir la fin de cette hystérie qui entraîne un groupe comme la RIAA à dépenser plus de 45 millions de dollars en 2001 à faire du lobbying "en notre nom", quand chaque éditeur de musique autour de nous se plaint de ne plus avoir d'argent.

Si l'on n'y prend garde, on va devenir comme Microsoft, insistant pour que tout foyer voulant une copie pour la voiture, ou les gosses, ou le lecteur de CD portable, acquiert une licence pour de multiples copies.

En tant qu'artistes, nous avons les oreilles des masses. Nous avons la confiance des masses.

En en parlant lors des concerts et dans la presse, nous pouvons faire beaucoup pour atténuer cette hystérie

Je ne dis pas que le copyright n'a pas de sens.

et jeter le blâme pour le triste état de notre industrie là où il le faut - au sein des maisons de disques, des programmeurs de radio et de notre propre incapacité apparente à nous organiser afin d'améliorer nos vies et celles de nos fans. Si nous ne prenons pas les rênes, personne ne le fera.

Sources :

Baenbooks.com, BMG Records, Chicago Tribune, CNN.com, Congressional Record, Eonline.com, Grammy.com, LATimes.com, Newsweek, Radiocrow.com, RIAA.org, communications personnelles

* Pour de plus amples informations sur la Free Library, visitez www.baen.com/library.

* Pour lire l'article d'Eric Flint dans son intégralité, allez sur www.janisian.com.

* Peu après la parution originale de cet article, Michael Greene a démissionné de son poste de président de la NARAS.

Janis Ian (www.janisian.com)

Traduction : Alain Le Roux-Marini
(<http://www.citizenjazz.com/article3456238.html>)
et **Nicolas Boulay**

Liens

Article disponible en anglais ici :
http://www.janisian.com/article-internet_debacle.html

Paru à l'origine dans Performing Songwriter Magazine, May 2002
(<http://www.performingsongwriter.com>)

Janis Ian diffuse ces chansons ici :
http://www.janisian.com/mp3_downloads.html

Une suite de l'article est parue :
<http://www.janisian.com/article-fallout.html>

Vous êtes autorisés à reproduire cet article sur n'importe quel site Web, ou magazine imprimé, mais nous vous demandons d'inclure le lien
<http://www.janisian.com>.

Où en est-on aujourd'hui ?

Qu'est-ce qui a changé depuis le 1er août 2002 ?

En Amérique, beaucoup de choses ont changé depuis que j'ai écrit cet article, et cela change un peu plus chaque jour. C'est pratiquement impossible de suivre.

Que pensez-vous des attaques répétées de la RIAA (association regroupant les majors) contre les consommateurs ?

Je pense que les attaques de la RIAA contre les consommateurs sont folles et égoïstes.

Dans "FALLOUT - a follow up to The Internet Debacle", vous proposez un prix modique pour télécharger de la musique. Pensez-vous que Apple fait ce qu'il faut avec iTunes ?

J'adore ce que fait iTunes et ce qu'il représente.

Que pensez-vous des mouvements comme celui de Creative Commons (<http://creativecommons.org/learn/artistscorners/musicians>) promu par Lawrence Lessig, professeur de droit à Stanford (http://www.lessig.org/blog/archives/cat_creative_commons.shtml) ?

Je pense que ce qui est fait dans Creative Commons doit être recommandé si une personne veut partager son copyright de cette manière.

Est-ce que vos ventes continuent d'augmenter ? Il semble que vous avez réduit le nombre de MP3 disponibles. Pourquoi ce choix ?

J'ai retiré beaucoup de MP3 en préparation de notre nouvelle promotion de mon CD *Billie's Bones*, qui va débiter le 2 janvier 2004. Eh oui, nous continuons de vendre plus de marchandise qu'avant la diffusion libre des fichiers MP3.

Merci beaucoup Janis.

Propos recueillis par Nicolas Boulay

Creative Commons

Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 2.0

Creative Commons n'est pas un cabinet d'avocats et ne fournit pas de services de conseil juridique. La distribution de la présente version de ce contrat ne crée aucune relation juridique entre les parties au contrat présenté ci-après et Creative Commons. Creative Commons fournit cette offre de contrat-type en l'état, à seule fin d'information. Creative Commons ne saurait être tenu responsable des éventuels préjudices résultant du contenu ou de l'utilisation de ce contrat.

Contrat

L'Oeuvre (telle que définie ci-dessous) est mise à disposition selon les termes du présent contrat appelé Contrat Public Creative Commons (dénommé ici « CPCC » ou « Contrat »). L'Oeuvre est protégée par le droit de la propriété littéraire et artistique (droit d'auteur, droits voisins, droits des producteurs de bases de données) ou toute autre loi applicable. Toute utilisation de l'Oeuvre autrement qu'explicitement autorisée selon ce Contrat ou le droit applicable est interdite.

L'exercice sur l'Oeuvre de tout droit proposé par le présent contrat vaut acceptation de celui-ci. Selon les termes et les obligations du présent contrat, la partie Offrante propose à la partie Acceptante l'exercice de certains droits présentés ci-après, et l'Acceptant en approuve les termes et conditions d'utilisation.

1. Définitions

- a. « **Oeuvre** » : oeuvre de l'esprit protégeable par le droit de la propriété littéraire et artistique ou toute loi applicable et qui est mise à disposition selon les termes du présent Contrat.
- b. « **Oeuvre dite Collective** » : une oeuvre dans laquelle l'oeuvre, dans sa forme intégrale et non modifiée, est assemblée en un ensemble collectif avec d'autres contributions qui constituent en elles-mêmes des oeuvres séparées et indépendantes. Constituent notamment des Oeuvres dites Collectives les publications périodiques, les anthologies ou les encyclopédies. Aux termes de la présente autorisation, une oeuvre qui constitue une Oeuvre dite Collective ne sera pas considérée comme une Oeuvre dite Dérivée (telle que définie ci-après).
- c. « **Oeuvre dite Dérivée** » : une oeuvre créée soit à partir de l'Oeuvre seule, soit à partir de l'Oeuvre et d'autres oeuvres préexistantes. Constituent notamment des Oeuvres dites Dérivées les traductions, les arrangements musicaux, les adaptations théâtrales, littéraires ou cinématographiques, les enregistrements sonores, les reproductions par un art ou un procédé quelconque, les résumés, ou toute autre forme sous laquelle l'Oeuvre puisse être remaniée, modifiée, transformée ou adaptée, à l'exception d'une oeuvre qui constitue une Oeuvre dite Collective. Une Oeuvre dite Collective ne sera pas considérée comme une Oeuvre dite Dérivée aux termes du présent Contrat. Dans le cas où l'Oeuvre serait une composition musicale ou un enregistrement sonore, la synchronisation de l'oeuvre avec une image animée sera considérée comme une Oeuvre dite Dérivée pour les propos de ce Contrat.
- d. « **Auteur original** » : la ou les personnes physiques qui ont créé l'Oeuvre.
- e. « **Offrant** » : la ou les personne(s) physique(s) ou morale(s) qui proposent la mise à disposition de l'Oeuvre selon les termes du présent Contrat.
- f. « **Acceptant** » : la personne physique ou morale qui accepte le présent contrat et exerce des droits sans en avoir violé les termes au préalable ou qui a reçu l'autorisation expresse de l'Offrant d'exercer des droits dans le cadre du présent contrat malgré une précédente violation de ce contrat.

2. Exceptions aux droits exclusifs. Aucune disposition de ce contrat n'a pour intention de réduire, limiter ou restreindre les prérogatives issues des exceptions aux droits, de l'épuisement des droits ou d'autres limitations aux droits exclusifs des ayants droit selon le droit de la propriété littéraire et artistique ou les autres lois applicables.

3. Autorisation. Soumis aux termes et conditions définis dans cette autorisation, et ceci pendant toute la durée de protection de l'Oeuvre par le droit de la propriété littéraire et artistique ou le droit applicable, l'Offrant accorde à l'Acceptant l'autorisation mondiale d'exercer à titre gratuit et non exclusif les droits suivants :

- a. reproduire l'Oeuvre, incorporer l'Oeuvre dans une ou plusieurs Oeuvres dites Collectives et reproduire l'Oeuvre telle qu'incorporée dans lesdites Oeuvres dites Collectives;
- b. distribuer des exemplaires ou enregistrements, présenter, représenter ou communiquer l'Oeuvre au public par tout procédé technique, y compris incorporée dans des Oeuvres Collectives;
- c. lorsque l'Oeuvre est une base de données, extraire et réutiliser des parties substantielles de l'Oeuvre.

Les droits mentionnés ci-dessus peuvent être exercés sur tous les supports, médias, procédés techniques et formats. Les droits ci-dessus incluent le droit d'effectuer les modifications nécessaires techniquement à l'exercice des droits dans d'autres formats et procédés techniques. L'exercice de tous les droits qui ne sont pas expressément autorisés par l'Offrant ou dont il n'aurait pas la gestion demeure réservé, notamment les mécanismes de gestion collective obligatoire applicables décrits à l'article 4(d).

4. Restrictions. L'autorisation accordée par l'article 3 est expressément assujettie et limitée par le respect des restrictions suivantes :

- a. L'Acceptant peut reproduire, distribuer, représenter ou communiquer au public l'Oeuvre y compris par voie numérique uniquement selon les termes de ce Contrat. L'Acceptant doit inclure une copie ou l'adresse Internet (Identifiant Uniforme de Ressource) du présent Contrat à toute reproduction ou enregistrement de l'Oeuvre que l'Acceptant distribue, représente ou communique au public y compris par voie numérique. L'Acceptant ne peut pas offrir ou imposer de conditions d'utilisation de l'Oeuvre qui altèrent ou restreignent les termes du présent Contrat ou l'exercice des droits qui y sont accordés au bénéficiaire. L'Acceptant ne peut pas céder de droits sur l'Oeuvre. L'Acceptant doit conserver intactes toutes les informations qui renvoient à ce Contrat et à l'exonération de responsabilité. L'Acceptant ne peut pas reproduire, distribuer, représenter ou communiquer au public l'Oeuvre, y compris par voie numérique, en utilisant une mesure technique de contrôle d'accès ou de contrôle d'utilisation qui serait contradictoire avec les termes de cet Accord contractuel. Les mentions ci-dessus s'appliquent à l'Oeuvre telle qu'incorporée dans une Oeuvre dite Collective, mais, en dehors de l'Oeuvre en elle-même, ne soumettent pas l'Oeuvre dite Collective, aux termes du présent Contrat. Si l'Acceptant crée une Oeuvre dite Collective, à la demande de tout Offrant, il devra, dans la mesure du possible, retirer de l'Oeuvre dite Collective toute référence au dit Offrant, comme demandé. Si l'Acceptant crée une Oeuvre dite Collective, à la demande de tout Auteur, il devra, dans la mesure du possible, retirer de l'Oeuvre dite Collective toute référence au dit Auteur, comme demandé.

- b. L'Acceptant ne peut exercer aucun des droits conférés par l'article 3 avec l'intention ou l'objectif d'obtenir un profit commercial ou une compensation financière personnelle. L'échange de l'Oeuvre avec d'autres Oeuvres protégées par le droit de la propriété littéraire et artistique par le partage électronique de fichiers, ou par tout autre moyen, n'est pas considéré comme un échange avec l'intention ou l'objectif d'un profit commercial ou d'une compensation financière personnelle, dans la mesure où aucun paiement ou compensation financière n'intervient en relation avec l'échange d'Oeuvres protégées.
- c. Si l'Acceptant reproduit, distribue, représente ou communique l'Oeuvre au public, y compris par voie numérique, il doit conserver intactes toutes les informations sur le régime des droits et en attribuer la paternité à l'Auteur Original, de manière raisonnable au regard du médium ou au moyen utilisé. Il doit communiquer le nom de l'Auteur Original ou son éventuel pseudonyme s'il est indiqué ; le titre de l'Oeuvre Originale s'il est indiqué ; dans la mesure du possible, l'adresse Internet ou l'Identifiant Uniforme de Ressource (URI), s'il existe, spécifié par l'Offrant comme associé à l'Oeuvre, à moins que cette adresse ne renvoie pas aux informations légales (paternité et conditions d'utilisation de l'Oeuvre). Ces obligations d'attribution de paternité doivent être exécutées de manière raisonnable. Cependant, dans le cas d'une Oeuvre dite Collective, ces informations doivent, au minimum, apparaître à la place et de manière aussi visible que celles à laquelle apparaissent les informations de même nature.
- d. Dans le cas où une utilisation de l'Oeuvre serait soumise à un régime légal de gestion collective obligatoire, l'Offrant se réserve le droit exclusif de collecter ces redevances par l'intermédiaire de la société de perception et de répartition des droits compétente. Sont notamment concernés la radiodiffusion et la communication dans un lieu public de phonogrammes publiés à des fins de commerce, certains cas de retransmission par câble et satellite, la copie privée d'Oeuvres fixées sur phonogrammes ou vidéogrammes, la reproduction par reprographie.

5. Garantie et exonération de responsabilité

- a. En mettant l'Oeuvre à la disposition du public selon les termes de ce Contrat, l'Offrant déclare de bonne foi qu'à sa connaissance et dans les limites d'une enquête raisonnable :
 - i. L'Offrant a obtenu tous les droits sur l'Oeuvre nécessaires pour pouvoir autoriser l'exercice des droits accordés par le présent Contrat, et permettre la jouissance paisible et l'exercice licite de ces droits, ceci sans que l'Acceptant n'ait aucune obligation de verser de rémunération ou tout autre paiement ou droits, dans la limite des mécanismes de gestion collective obligatoire applicables décrits à l'article 4(e);
- b. L'Oeuvre n'est constitutive ni d'une violation des droits de tiers, notamment du droit de la propriété littéraire et artistique, du droit des marques, du droit de l'information, du droit civil ou de tout autre droit, ni de diffamation, de violation de la vie privée ou de tout autre préjudice délictuel à l'égard de toute tierce partie.
- c. A l'exception des situations expressément mentionnées dans le présent Contrat ou dans un autre accord écrit, ou exigées par la loi applicable, l'Oeuvre est mise à disposition en l'état sans garantie d'aucune sorte, qu'elle soit expresse ou tacite, y compris à l'égard du contenu ou de l'exactitude de l'Oeuvre.

6. Limitation de responsabilité. A l'exception des garanties d'ordre public imposées par la loi applicable et des réparations imposées par le régime de la responsabilité vis-à-vis d'un tiers en raison de la violation des garanties prévues par l'article 5 du présent contrat, l'Offrant ne sera en aucun cas tenu responsable vis-à-vis de l'Acceptant, sur la base d'aucune théorie légale ni en raison d'aucun préjudice direct, indirect, matériel ou moral, résultant de l'exécution du présent Contrat ou de l'utilisation de l'Oeuvre, y compris dans l'hypothèse où l'Offrant avait connaissance de la possible existence d'un tel préjudice.

7. Résiliation

- a. Tout manquement aux termes du contrat par l'Acceptant entraîne la résiliation automatique du Contrat et la fin des droits qui en découlent. Cependant, le contrat conserve ses effets envers les personnes physiques ou morales qui ont reçu de la part de l'Acceptant, en exécution du présent contrat, la mise à disposition d'Oeuvres dites Dérivées, ou d'Oeuvres dites Collectives, ceci tant qu'elles respectent pleinement leurs obligations. Les sections 1, 2, 5, 6 et 7 du contrat continuent à s'appliquer après la résiliation de celui-ci.
- b. Dans les limites indiquées ci-dessus, le présent Contrat s'applique pendant toute la durée de protection de l'Oeuvre selon le droit applicable. Néanmoins, l'Offrant se réserve à tout moment le droit d'exploiter l'Oeuvre sous des conditions contractuelles différentes, ou d'en cesser la diffusion; cependant, le recours à cette option ne doit pas conduire à retirer les effets du présent Contrat (ou de tout contrat qui a été ou doit être accordé selon les termes de ce Contrat), et ce Contrat continuera à s'appliquer dans tous ses effets jusqu'à ce que sa résiliation intervienne dans les conditions décrites ci-dessus.

8. Divers

- a. A chaque reproduction ou communication au public par voie numérique de l'Oeuvre ou d'une Oeuvre dite Collective par l'Acceptant, l'Offrant propose au bénéficiaire une offre de mise à disposition de l'Oeuvre dans des termes et conditions identiques à ceux accordés à la partie Acceptante dans le présent Contrat.
- b. La nullité ou l'inapplicabilité d'une quelconque disposition de ce Contrat au regard de la loi applicable n'affecte pas celle des autres dispositions qui resteront pleinement valides et applicables. Sans action additionnelle par les parties à cet accord, lesdites dispositions devront être interprétées dans la mesure minimum nécessaire à leur validité et leur applicabilité.
- c. Aucune limite, renonciation ou modification des termes ou dispositions du présent Contrat ne pourra être acceptée sans le consentement écrit et signé de la partie compétente.
- d. Ce Contrat constitue le seul accord entre les parties à propos de l'Oeuvre mise ici à disposition. Il n'existe aucun élément annexe, accord supplémentaire ou mandat portant sur cette Oeuvre en dehors des éléments mentionnés ici. L'Offrant ne sera tenu par aucune disposition supplémentaire qui pourrait apparaître dans une quelconque communication en provenance de l'Acceptant. Ce Contrat ne peut être modifié sans l'accord mutuel écrit de l'Offrant et de l'Acceptant.
- e. Le droit applicable est le droit français.

Creative Commons n'est pas partie à ce Contrat et n'offre aucune forme de garantie relative à l'Oeuvre. Creative Commons décline toute responsabilité à l'égard de l'Acceptant ou de toute autre partie, quel que soit le fondement légal de cette responsabilité et quel que soit le préjudice subi, direct, indirect, matériel ou moral, qui surviendrait en rapport avec le présent Contrat. Cependant, si Creative Commons s'est expressément identifié comme Offrant pour mettre une Oeuvre à disposition selon les termes de ce Contrat, Creative Commons jouira de tous les droits et obligations d'un Offrant.

A l'exception des fins limitées à informer le public que l'Oeuvre est mise à disposition sous CPCC, aucune des parties n'utilisera la marque « Creative Commons » ou toute autre indication ou logo afférent sans le consentement préalable écrit de Creative Commons. Toute utilisation autorisée devra être effectuée en conformité avec les lignes directrices de Creative Commons à jour au moment de l'utilisation, telles qu'elles sont disponibles sur son site Internet ou sur simple demande.

Creative Commons peut être contacté à <http://creativecommons.org/>.