

La gestion collective est un service destiné à la fois aux créateurs et aux utilisateurs de musique — Qu'il s'agisse de musique de fond au sein d'entreprises ou de la nouvelle offre forfaitaire destinée aux petites entreprises pour les vidéos comprenant de la musique sur Internet: dans les deux cas, beaucoup de musique provenant d'un grand nombre d'ayants droit (compositeurs, paroliers, éditeurs de musique) est utilisée par de nombreuses entreprises. SUISA en tant qu'interlocuteur vis-à-vis de ces entreprises et des ayants droit, simplifie l'obtention de l'autorisation visant à utiliser de la musique et la perception des redevances de droit d'auteur. Irène Philipp Ziebold, COO ARTICLE COMPLET suisablog.ch/fr/interne

SUISAinfo

Les articles dans leur intégralité
SUISAblog.ch

Actualités pour les membres de SUISA / Mars 2020

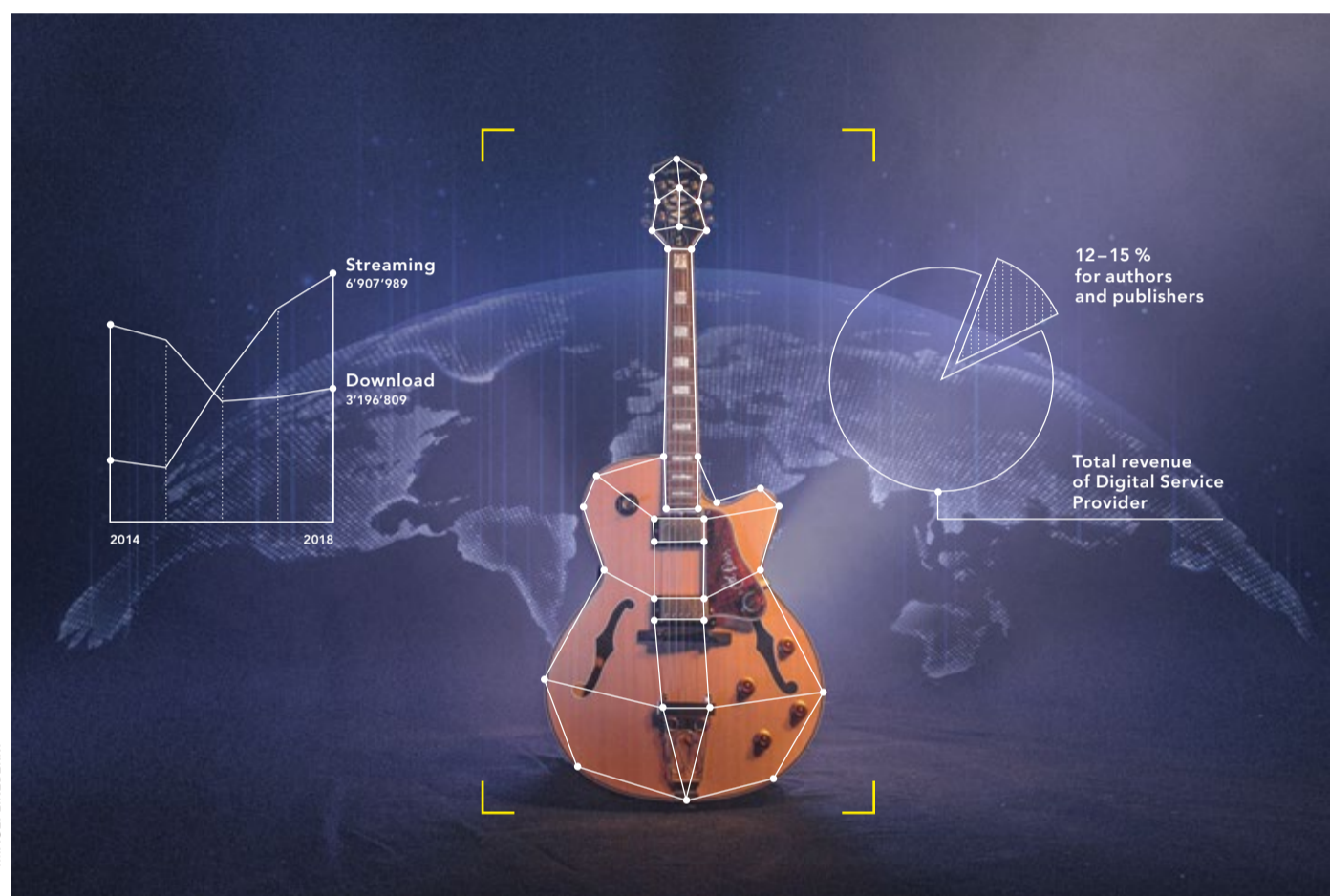


IMAGE: LIKEBERRY

La consommation de musique est différente d'il y a 15 ans: en considérant les chiffres d'affaires des fournisseurs d'accès en ligne, on constate qu'environ 12 à 15% de ceux-ci reviennent aux auteurs, ce qui donne des redevances inférieures à un centime par titre écouté.

PLEINS FEUX SUR ...

Le numérique, c'est fantastique

Rares sont les innovations qui ont autant bouleversé l'industrie de la musique que l'apparition de plateformes telles que Youtube. Et, en considérant le développement d'Internet, force est de constater que peu d'évolutions se sont faites en négligeant autant les droits des auteurs. Dans une interview, le CEO de SUISA, Andreas Wegelin, souligne les opportunités et les difficultés de ce domaine d'affaires encore jeune.

INTERVIEW Silvano Cerutti

Andreas Wegelin, les décomptes concernant les droits d'auteur en ligne connaissent des retards, ce qui provoque de la déception pour certains membres. Pouvez-vous le comprendre?

Andreas Wegelin: notre travail consiste à obtenir un maximum pour nos membres, non seulement en ligne mais pour toutes les utilisations. Lorsque des critiques sont formulées, nous les prenons au sérieux et nous y donnons suite. Mais il est également vrai que certains membres ont reçu plus que précédemment et ceux-là ne sont pas déçus.

Est-ce que la question est mal posée?

Peut-être que les attentes sont trop élevées. Aujourd'hui, la musique est consommée de manière plus fragmentée; on n'écoute plus un CD en entier, mais plutôt une ou deux

chansons, et cela se reflète également au niveau des chiffres de vente.

Mais les membres devraient recevoir un décompte chaque trimestre. Cela n'a pas vraiment fonctionné en 2019. Pourquoi?

Vous avez raison. Cela s'explique en partie par le fait qu'un important client a payé avec du retard. Par conséquent, le décompte de juin aurait comporté des montants trop petits: d'une part, pour de nombreux membres, le décompte aurait été établi en dessous de ce qu'on appelle la «franchise de répartition»; ces membres n'auraient donc rien obtenu. D'autre part, les coûts administratifs auraient été trop élevés. Cela explique pourquoi nous avons décidé de reporter le décompte. Mais notre objectif reste bien de procéder systématiquement à des décomptes trimestriels.

Vous n'avez donc pas de problème avec la grande quantité de données dont vous avez besoin pour le calcul des redevances du domaine online?

Non, pas du tout. La quantité de données reçues est certes énorme et nécessite un traitement complexe, impliquant un grand nombre de pays et de devises, mais nos systèmes ont prouvé leur grande efficacité.

Aujourd'hui, sur des plateformes comme iMusician, je peux placer mon œuvre, qui est transmise à différents fournisseurs d'accès en ligne (Spotify, etc.), et je peux savoir ainsi où mon œuvre est utilisée et combien de fois. SUISA est-elle capable de faire cela?

Il s'agit de modèles d'affaires différents. iMusician observe où un certain enregistrement est diffusé. Evidemment, un seul enregistrement est plus facile à suivre que des dizaines, voire des centaines d'enregistrements d'une même œuvre en même temps. A cela s'ajoute le fait que les fournisseurs de musique savent clairement qui sont les artistes à l'origine de l'enregistrement, mais n'ont pas d'informations sur les compositeurs du morceau en question.

La tâche de SUISA est plus complexe?

Oui, clairement. A cela s'ajoute le fait que, lorsque je télécharge un morceau sur un tel service, je dois fournir des indications claires sur les droits applicables. Chez nous, les œuvres détectées peuvent être des œuvres téléchargées sans aucune indication, par exemple par un fan. Mais si je compare nos frais d'administration avec les frais facturés par un service tel qu'iMusician, je me dis que nous n'avons pas du tout à rougir. Néanmoins, de tels services de répartition nous montrent comment nous pourrions améliorer nos services à l'avenir et ce qui est demandé sur le marché.

À savoir?

Le mot-clé est «tracking». Je vous donne un exemple: si des publicités avec de la musique d'auteurs suisses sont diffusées à l'étranger, le meilleur moyen d'obtenir des informations sur le nombre de diffusions est d'utiliser un système de tracking. Aujourd'hui – notamment pour des raisons de coûts – nous avons un système dans lequel ce sont les émetteurs qui nous fournissent les indications. L'information reçue prend par exemple la forme suivante: «spot Nivea». Cela manque de précision. Si je dispose de la mélodie sous la forme d'un fichier sonore, je peux procéder à un tracking. C'est un projet d'avenir, mais ce n'est pas la mesure la plus urgente pour le domaine online.

La qualité de l'automatisation dépend donc de la qualité des données obtenues?

↳

↳ Exactement. Et les données sont souvent incomplètes.

Et qu'en est-il des prestataires de monitoring comme Utopia Music, qui peuvent rechercher des morceaux sur Internet?

Le monitoring est un enjeu majeur. Nous suivons ces évolutions de très près; un projet pilote est notamment prévu. Mais là aussi, la question de la rentabilité se pose. Pour un producteur de hits, cela peut en valoir la peine, mais avec un répertoire global comme le nôtre, de tels efforts sont susceptibles de faire grimper les coûts administratifs à des niveaux absurdes.

Aujourd'hui, vous êtes bien organisés pour le domaine offline, avec une répartition qui fonctionne relativement bien. En revanche, dans le domaine online, où tout pourrait pourtant être mesuré, les choses sont plus compliquées.

C'est rageant, c'est vrai. Le système offline est rôdé, depuis bientôt 100 ans. Mais cela ne concerne que la Suisse et le Liechtenstein. En ligne, nous devons prendre en considération le monde entier, et nous devons également faire face à la concurrence car, selon l'UE, chaque ayant droit peut choisir qui le représentera.

Quels sont les effets de cette situation?

Autrefois, par le biais de ce qu'on appelle les contrats de représentation réciproque, on concédait à SUISA les droits sur une œuvre pour une gestion en Suisse et au Liechtenstein. Les compositeurs, par exemple britanniques ou américains, touchaient la part qui correspondait à l'utilisation en Suisse et au Liechtenstein, et les auteurs suisses touchaient les parts correspondant aux utilisations à l'étranger.

Pour le domaine online par contre ...

... l'encaissement n'est possible que pour les ayants droit que je représente, et cela pour le monde entier. Dans ces conditions, la documentation doit être beaucoup plus précise et, pour être correcte et utilisable, doit être mise à jour pour d'autres pays. Il est fréquent qu'une société annonce que sa part sur une œuvre est de 80%, et qu'une autre affirme qu'elle représente 40%; le total est donc de 120% et il faut clarifier la situation.

Quelles sont les conséquences?

Le provider dit: tant que vous ne savez pas qui décompte pour qui, je ne verse rien. Ou alors nous n'encaissons rien, mais recevons un message disant: «j'ai déjà payé à une autre société!»

Comment en arrive-t-on à de telles disputes entre représentants des droits?

J'ai par exemple une œuvre avec un compositeur, un parolier, une maison d'édition, laquelle a signé un contrat avec un sous-éditeur et a mandaté un troisième éditeur pour un autre territoire; et chacun de ces acteurs peut choisir une société différente pour le domaine online. On en arrive à des situations où quatre ou cinq sociétés sont compétentes pour une partie de l'œuvre. Il s'agit alors de clarifier quelle part appartient à qui. C'est là qu'interviennent les «disputes», parce que les données sont peut-être différentes dans les autres sociétés.

Les sociétés d'auteurs n'ont-elles pas de réglementation sur la manière de procéder dans de telles situations?

Des efforts sont fournis au sein de groupes de travail techniques pour améliorer la coordination. Toutefois, en raison de la nouvelle situation de concurrence entre sociétés, une solution complète n'a pas encore pu être trouvée.

Consommation de musique morcelée, représentation de droits encore plus mor-

celée, concurrence internationale sans processus harmonieux – n'êtes-vous pas frustré face à de telles évolutions?

Non, et c'est précisément ces aspects qui sont passionnants! Des changements tels que ceux liés à Internet sont imposés de l'extérieur. Face à cela, vous pouvez faire l'autruche ou essayer d'en tirer le meilleur parti. Si je compare SUISA à d'autres sociétés qui en sont encore à leurs débuts en ce qui concerne le domaine online, je constate que nous sommes déjà très avancés.

Mais vous comprenez que cette situation soit stressante pour les auteurs?

Bien sûr, elle est stressante pour nous aussi (il rit). Nous construisons ici un nouveau service qui, nous l'espérons, sera rentable et très demandé et qui fera ressortir le meilleur pour nos membres. Cela n'est possible qu'à petits pas et avec des revers, mais il y a des progrès: les contrats ont pu être améliorés, l'infrastructure modernisée et le délai entre l'utilisation et la répartition a été divisé par deux depuis 2012. Je suis très confiant.

Parlons de relations et d'ordre de grandeur. Les services de streaming tels que Spotify, par exemple, versent aux compositeurs et compositrices des montants en fractions de centime par écoute. A quel pourcentage du chiffre d'affaires cela correspond-il, si l'on extrapole?

En ne comptant que les droits d'auteur, cela correspond à environ 12 à 15% sur environ 70% de chiffre d'affaires total du fournisseur d'accès en ligne. Le reste revient à l'enregistrement, au producteur, à l'interprète. Cela correspond à peu près à la situation pour le domaine offline en Suisse. Dans ce dernier cas, les droits d'auteur pour les compositeurs sont réglés par le biais de tarifs approuvés par l'Etat. Ils sont même un peu inférieurs. Un monopole n'apporte donc pas nécessairement un meilleur résultat pour les auteurs.

«Si je compare SUISA à d'autres sociétés qui en sont encore à leurs débuts en ce qui concerne le domaine online, je constate que nous sommes déjà très avancés.»

Andreas Wegelin



PHOTO: GÜNTER BOLZERN

fique? Et si aucune publicité n'est associée à la vidéo, il n'y a donc pas de revenu, même si des milliers de clics sont constatés?

De surcroît, avec Youtube, le problème est que n'importe qui peut y placer plus ou moins n'importe quoi, même sans indication des droits. Comment savoir qu'est-ce qui appartient à qui?

Youtube essaie de le faire de manière automatisée. Cela fonctionne en partie, mais il y a parfois des erreurs flagrantes dans l'attribution. Mais avec une telle quantité de données, la solution automatisée est la seule possible. Pour un contrôle total, il faudrait pouvoir effectuer un «tracking» sur l'ensemble des fichiers sonores.

Cela signifie que, à l'avenir, il faudra recourir au filtre d'upload?

Cette question fait l'objet d'une grande discussion au niveau de l'UE. Jusqu'ici, l'UE a appliqué le principe du «safe harbour», qui est le suivant: un fournisseur de services numériques n'est pas responsable du contenu qui est téléchargé sur sa plateforme. Cette règle, qui date de 2002, visait à encourager le développement de l'échange de données en ligne. A l'époque, Youtube n'existait même pas! Youtube a pu profiter de cette réglementation, alors que de grandes quantités de contenus protégés sont diffusés via ce même Youtube. Entre-temps, la protection de l'auteur a regagné en importance. Mais Youtube menace maintenant de bloquer certains contenus, parce qu'il serait trop compliqué d'assurer une rémunération pour chaque cas individuel, si des droits existent. Cela signifierait que certains contenus ne seraient plus disponibles, ce qui pourrait être considéré comme une grave atteinte à la liberté d'expression.

Y a-t-il d'autres solutions possibles?

On pourrait introduire un droit à redevance en faveur des auteurs, de manière analogue à ce qui existe dans le cas de la redevance sur les supports vierges pour la copie privée. Cela signifierait que Youtube serait autorisé à diffuser des contenus, mais serait soumis, de par la loi, au paiement d'une compensation pour cela. A l'époque, l'argument pour la redevance sur les supports vierges avait été le suivant: il est impossible de contrôler ce que les individus enregistrent sur les cassettes et il faut donc recourir à une solution globale forfaitaire qui pourrait prendre la forme d'une redevance due pour chaque support vierge, par exemple de 5 centimes par heure, en faveur des auteurs. Un système similaire serait également possible pour les utilisations en ligne, mais il est très controversé.

Quelle serait la meilleure des solutions pour les auteurs?

Pour les auteurs membres d'une société de gestion comme la nôtre, le forfait serait préférable. Pour les ayants droit de grande importance, le droit en vigueur (interdiction) est préférable; ils ont suffisamment de pouvoir pour négocier directement avec Youtube ou Google. Google ne peut pas les ignorer. Dans d'autres cas, par contre (dont le nôtre), il faut prendre l'initiative si l'on veut discuter d'une licence avec Youtube. C'était d'ailleurs l'une des raisons qui nous a convaincus de la nécessité d'une joint-venture, en vue d'une extension du répertoire représenté.

Concrètement, combien de temps faut-il pour négocier un contrat avec une plateforme de cette taille?

Depuis que nous bénéficions du système de la «joint license» et que le traitement se fait via Mint, la durée a diminué. Selon le prestataire, cela peut tout de même durer entre un et huit

mois. Et en cas de renouvellement d'un contrat, cela dure quatre ou cinq mois.

Et quelle est la stratégie suivie par SUISA lorsque les négociations contractuelles échouent avec un prestataire?

Dans un tel cas – c'est assez rare, car une solution peut généralement être trouvée entre partenaires commerciaux raisonnables - nous devons nous battre devant les tribunaux pour la reconnaissance et la juste rémunération de l'utilisation des droits de nos membres.

Combien y a-t-il de fournisseurs d'accès en ligne en tout?

Il y en a trop (il rit). Ils se comptent par dizaines. On s'intéresse bien entendu d'abord aux plus importants, donc aux plus grands. Il y en a une quinzaine. Mais Mint veut se développer dans d'autres territoires. En Inde par exemple, les deux grandes sociétés de télécommunication sont également des prestataires fournissant de la musique; les constellations peuvent donc être variables.

En tant que sociétaire de SUISA, est-ce que je peux connaître le contenu de ces contrats?

Non. Un prestataire veut empêcher qu'un concurrent ait accès à son contrat. Dans de tels cas, il existe toujours une clause de confidentialité. Mais, en fin de compte, un sociétaire de SUISA constate ce qu'il obtient. S'il n'est pas satisfait, il peut en tout temps confier les droits à quelqu'un d'autre. Mais je doute que, ailleurs, il pourra accéder aux contrats. C'est une conséquence du marché concurrentiel.

En décembre 2019, on a appris que la Gema a acquis une participation majoritaire dans la société Zebralution, un diffuseur numérique. Quelles sont les implications de cette évolution pour SUISA?

De cette manière, la Gema s'efforce d'être plus active dans le commerce des données concernant les œuvres de ses membres. Grâce à la collaboration avec une telle société de diffusion numérique, la Gema peut espérer proposer à ses membres un service complet, à savoir non seulement la gestion des droits d'auteur, mais également celle des droits voisins. SUISA va également étudier quelles mesures pourraient être prises pour offrir un service aussi complet que possible aux membres dans le domaine de la diffusion numérique de la musique.

Züri West a obtenu une bonne rémunération avec la chanson «I schänke dir mis Härz»; «079» de Lo & Leduc a autant de succès, voire plus, mais obtient une rémunération nettement moins bonne.

C'est probablement le cas. Cependant, cette différence ne concerne pas seulement Lo & Leduc, mais pratiquement tous les compositeurs dans le monde entier, car la consommation de musique a beaucoup changé en 15 ans. C'est pourquoi les concerts ont gagné en importance et cela explique également pourquoi le domaine des émissions est si important, car les conditions y sont encore plus ou moins stables ...

Mais?

Le problème est qu'une quantité toujours plus grande de la publicité se déplace vers Internet. Les montants des licences pour droits d'émission dépendent du chiffre d'affaires de l'émetteur, qui provient en grande partie de la publicité. Les recettes sont en recul net, car la publicité a tendance à se relocaliser de plus en plus sur Internet.

Un scénario ressemblant à celui constaté pour les journaux.

Exactement. C'est difficilement maîtrisable. Les prochains contrats pour le domaine online

Le contrat d'artiste comparé au contrat d'édition

Le producteur économique (par exemple un label) finance la réalisation d'enregistrements comprenant des prestations d'artistes exécutants en vue de promouvoir ensuite ces enregistrements et de les exploiter sur le marché. Les droits qui en résultent sont réglés entre les artistes exécutants et le producteur dans un contrat d'artiste. Le contrat d'artiste est souvent confondu avec le contrat d'édition: Un regard sur les différences entre ces deux contrats.

TEXTE Céline Troillet

Le contrat d'artiste entre un artiste (exécutant) et un producteur économique (comme par exemple un label) se définit comme la cession par l'artiste au producteur de ses droits d'interprète sur sa prestation en vue de la réalisation d'un enregistrement et de l'exploitation de celui-ci sur le marché.

Cession des droits par l'artiste

Les droits voisins cédés par l'artiste (droits d'interprète) au producteur sont les droits exclusifs qu'il détient sur sa prestation. Figurent parmi ces droits:

- le droit de confectionner des phonogrammes ou des vidéogrammes de sa prestation ou de la fixation de celle-ci, de les enregistrer sur un autre support de données et de reproduire de tels enregistrements (droit de reproduction);
- le droit de proposer au public, d'aliéner ou, de quelque autre manière, de mettre en circulation les copies du support sur lequel est enregistrée sa prestation (droit de mise en circulation ou droit de distribution);
- le droit de faire voir ou entendre sa prestation, ou la fixation de celle-ci, en un lieu autre que celui où elle est exécutée ou présentée et

devront mettre davantage l'accent sur cet aspect. C'est passionnant, en fait. Et bien sûr, cela ne réussit pas toujours du premier coup et cela nécessite des négociations difficiles et, si nécessaire, même un recours à la justice. Nous avons déjà connu une situation similaire dans les années 70 et 80, quand il s'était agi d'obtenir des redevances pour la retransmission par câble. Il y a donc toujours de nouveaux développements et de nouvelles formes de diffusion de la musique. Nous devons garder cela à l'esprit; notre tâche passionnante et gratifiante consiste à négocier l'obtention de rémunérations en faveur de nos membres.

TIRÉ DE suisablog.ch/fr/pleins-feux-sur

de la mettre à disposition, directement ou par quelque moyen que ce soit, de manière que chacun puisse y avoir accès de l'endroit et au moment qu'il choisit individuellement (droit de récitation, représentation et d'exécution ainsi que droit de mise à disposition);

- le droit de faire voir ou entendre sa prestation ou la fixation de celle-ci lorsqu'elle est diffusée, retransmise ou mise à disposition (droit de diffusion).

Obligations du producteur

Le producteur a pour fonction de réaliser, à ses frais, un enregistrement comprenant la prestation de l'artiste, d'exploiter cet enregistrement et de le promouvoir. Le producteur assure les actions de promotion de l'enregistrement conformément aux usages de la profession.

Redevances

En contrepartie de la cession des droits par l'artiste, le producteur est tenu de lui verser, par phonogramme vendu, une redevance. Celle-ci est calculée sur le prix de gros de chaque exemplaire de phonogramme vendu à des taux différents selon la vente effectuée. Pour les ventes de supports en magasin (distribution physique) la participation est généralement de 8% et peut aller jusqu'à 12%. Pour les ventes en ligne (internet et autres), c'est un taux compris entre 15 et 30% qui s'applique usuellement. En cas d'autres utilisations (par exemple pour une utilisation publicitaire, utilisation dans un film), la redevance due à l'artiste est généralement calculée à un taux de 50% des sommes perçues par le producteur du phonogramme.

Le contrat d'édition en comparaison

Le contrat d'édition entre un auteur et un éditeur de musique se définit comme la cession par l'auteur (compositeur, parolier, arrangeur) à l'éditeur de ses droits d'auteurs sur son œuvre en vue de son édition.

Cession des droits par l'auteur

Les droits d'auteur cédés par l'auteur à l'éditeur sont les droits exclusifs qu'il détient sur son œuvre (à savoir sur la composition et le texte). Figurent parmi ces droits:

- le droit de confectionner des exemplaires de l'œuvre, notamment sous la forme d'imprimés, de phonogrammes, de vidéogrammes ou d'autres supports de données (droit de reproduction);
- le droit de proposer au public, d'aliéner ou, de quelque autre manière, de mettre en circulation des exemplaires de l'œuvre (droit de mise en circulation ou droit de distribution);
- le droit de réciter, de représenter et d'exécuter l'œuvre, de la faire voir ou entendre en un lieu autre que celui où elle est présentée et de la mettre à disposition (droit de récitation, représentation et d'exécution ainsi que droit de mise à disposition);

- le droit de diffuser l'œuvre par la radio ou la télévision (droit de diffusion).

D'autres droits peuvent également être cédés par l'auteur tels que les droits à rémunération gérés par les sociétés de gestion (utilisation à des fins pédagogiques par exemple), le droit graphique (le droit d'éditer des partitions et/ou des textes et de distribuer de tels exemplaires d'œuvre), le droit d'arrangement (remixes, modification de l'œuvre), le droit de synchronisation (association de son œuvre avec des œuvres d'autres genres, en particulier avec un film ou un jeu vidéo) ou encore le droit d'utilisation publicitaire (utilisation de son œuvre à des fins publicitaires).

Obligations de l'éditeur

L'éditeur a pour fonction d'éditer l'œuvre de l'auteur, de la reproduire, de la distribuer, de la placer dans les médias, de l'associer à d'autres œuvres (dans un arrangement, un film, un spot publicitaire), de la présenter au public (interviews, galas, showcases), et de conclure des contrats avec des sous-éditeurs en vue du placement de l'œuvre à l'étranger.

Redevances

Les redevances pour les droits exclusifs et les droits à rémunération gérés par les sociétés de gestion sont réparties entre l'auteur et l'éditeur suivant la clé de répartition de la société de gestion compétente, à défaut d'accord entre eux. Selon le règlement de répartition de SUISA, l'éditeur n'est pas autorisé à obtenir plus de 33,33% sur les droits d'exécution et d'émission. Pour les droits de reproduction aucun maximum n'est en revanche imposé. Les redevances provenant de la gestion des autres droits sont partagées conformément aux clauses contractuelles prévues par les parties dans le contrat d'édition. En général le partage s'effectue par moitié. Pour les éditions de partitions, l'auteur reçoit 10 à 15% du prix de vente au détail.

Synthèse

Le contrat d'artiste diverge du contrat d'édition. Le premier s'adresse à un artiste (exécutant) et le second à un auteur (compositeur, parolier, arrangeur). Dans le contrat d'artiste, l'artiste cède des droits voisins (droits d'interprète) sur sa prestation alors que dans le contrat d'édition l'auteur cède des droits d'auteurs sur son œuvre. Enfin, le producteur et l'éditeur n'endossent pas les mêmes fonctions à l'égard de leurs cocontractants respectifs et les redevances issues des contrats d'artiste et d'édition sont propres à chacun d'eux. Par exemple, si un producteur de film souhaite utiliser un morceau de musique pour son nouveau film, il est tenu d'obtenir les droits sur l'enregistrement auprès du label (lequel a acquis les droits auprès des interprètes dans le cadre du contrat d'artiste) et les droits d'auteurs sur l'œuvre (composition et texte) auprès de l'éditeur (lequel a obtenu ces droits auprès de l'auteur dans le cadre du contrat d'édition).

TIRÉ DE suisablog.ch/fr/bon-a-savoir

Pour information

La SUISA met gratuitement à disposition sur son site internet un exemple de contrat d'édition. Les points essentiels de ces contrats sont présentés dans une version commentée.

www.suisa.ch/fr/membres/editeurs/contrat-dedition.html



PHOTO: ENNIO LEANZA / M4MUSIC

Comment parvient-on à réaliser un tube pour les plateformes de streaming?

Dans un milieu saturé et très concurrentiel, les auteurs doivent se faire entendre et se démarquer parmi d'innombrables professionnel-le-s. En particulier dans le genre pop/urbaine, il faut également plaire à un public fortement influencé par la consommation de musique sur les plateformes de streaming.

A quel point les nouvelles règles du streaming influencent-elles les compositeurs/trices? N'y aura-t-il plus désormais que des chansons courtes sans intro avec des accroches dès la première mesure? De nos jours, quel rôle le texte joue-t-il?

A l'occasion du panel de SUIISA qui se tiendra lors du festival M4music 2020, des auteurs et compositeurs/trices de renom

ainsi que des professionnel-le-s de l'industrie de la musique discuteront des caractéristiques que doivent comporter une chanson aujourd'hui pour séduire, voire conquérir le public toujours plus friand du streaming. (eri)

Panel «How Streaming is Changing Songwriting»: samedi 21 mars 20 à 13h45 au Moods, dans le Schiffbau.

ARTICLE COMPLET suisablog.ch/fr/divers

Photo: Discussion entre KT Gorique, Laurell Barker et Shelly Peiken (de g. à dr.) sur la création de chansons lors du panel de SUIISA «Hit the World» – le travail des compositeurs/trices de hits internationaux lors du festival M4music 2019



PHOTO: SIBYLLE ROTH

Helvetiarockt: SUIISA soutient la voix des femmes musiciennes en Suisse

De nos jours, les femmes sont encore sous-représentées dans l'industrie musicale, sur scène et dans le monde de la production. Par conséquent, l'association Helvetiarockt s'engage depuis dix ans pour elles dans les univers pop, jazz et rock en Suisse. Dès 2019, SUIISA soutient Helvetiarockt par un engagement de sponsoring.

En qualité de coopérative des compositrices, auteurs et éditrices de musique, la collaboration avec SUIISA est principalement axée sur les «Female* Songwriting Camps». Cette année, Helvetiarockt et SUIISA coopèrent aussi au Cully Jazz Festival.

Lors de ces camps, des femmes auteurs-compositrices expérimentées apportent leur

soutien aux participantes dans le cadre d'ateliers de groupe, de coaching individuel et d'auto-apprentissage autour de la composition, de l'écriture et de l'arrangement. SUIISA a participé en 2019 au camp à Fri-Son et a suivi les coachs de même que les participantes. (gt)

ARTICLE COMPLET suisablog.ch/fr/divers

Photo: Lors du «Female* Songwriting Camp» qui s'est tenu en août 2019 dans la salle de concerts Fri-Son à Fribourg, Helvetiarockt a offert aux jeunes femmes musiciennes l'opportunité d'approfondir leurs connaissances en matière de composition, d'écriture et d'arrangement sous la direction d'auteurs-compositrices expérimentées.



PHOTO: JUERG ISLER, ISLER-FOTOGRAFIE.CH

Reto Parolari: Un ardent feu sacré vient de s'éteindre

Reto Parolari, le compositeur, chef d'orchestre, arrangeur et multi-instrumentiste de Winterthour, s'est éteint dimanche 15 décembre 2019 à l'âge de 67 ans. Depuis 2007, il était membre du conseil de SUIISA. Il siégea auparavant (depuis 1990) à la commission de répartition et des œuvres qu'il présida à partir de 1997.

TEXTE Xavier Dayer

Nous avons reçu il y a quelques jours la triste nouvelle du décès de Reto Parolari, c'est un choc pour le conseil d'administration de SUIISA. Moins d'une semaine auparavant, Reto présidait encore la commission Tarifs et Répartition et participait avec l'immense générosité humaine qui le caractérisait à nos séances du Conseil. Personne n'aurait pu imaginer qu'il puisse nous quitter si subitement. Je garde le souvenir de nos intenses et cordiales discussions lors du repas commun du Conseil.

J'aimerais souligner par ces quelques lignes son apport si précieux pour le Conseil de SUIISA: comme auteur et comme musicien il apportait un regard essentiel. Il a toujours été constructif et un partenaire indispensable.

Nous nous connaissions depuis 2007, date à laquelle il est entré dans notre conseil après avoir présidé durant 10 ans la commission de Répartition et des œuvres. Ainsi, c'est une figure importante de la vie du conseil qui nous a quitté dimanche, irremplaçable et que nous regretterons beaucoup.

Pour retracer sa musique et son parcours artistique il me semble que la meilleure des choses est de donner la parole au directeur de notre fondation, Urs Schnell, qui vient de faire une superbe Laudatio à l'occasion de la remise du prix culturel de Winterthour le 3 décembre. Les lignes d'Urs Schnell que nous reproduisons ci-dessous prennent une dimension particulièrement émouvante aujourd'hui.

Au nom du conseil de SUIISA je témoigne de toute notre affection à ses proches en cette période douloureuse.

ARTICLE COMPLET suisablog.ch/fr/membres

Perspectives et bilan

Lors de sa séance de décembre 2019, le Conseil s'est essentiellement penché sur le budget pour 2020 et sur la stratégie de SUIISA pour les cinq prochaines années.

Le Conseil a dû constater que les besoins restent élevés aussi bien concernant les investissements que le personnel, car SUIISA s'est chargée de nouvelles tâches. Parmi les différents domaines d'activité qui impliquent un besoin accru de personnel, il y a notamment l'encaissement des redevances pour musique de fond et réception d'émissions dans les entreprises hors de la sphère privée. Des investissements supplémentaires en personnel doivent également être effectués dans le domaine de l'informatique; une augmentation des dépenses liées au personnel sera également inévitable en lien avec la poursuite du développement des activités relatives aux licences transfrontières pour la diffusion de musique online. Concernant les recettes, le déplacement des revenus publicitaires du domaine TV vers le domaine online se fait sentir. Les recettes provenant des droits d'émission stagnent, alors que celles des utilisations online ne permettent pas de compenser cette évolution.

L'orientation stratégique de l'entreprise a fait l'objet d'une discussion plus approfondie. Les priorités stratégiques pour les prochaines années peuvent être résumées par les termes suivants: services, rapport produits/coûts, concurrence et innovation. (aw)

ARTICLE COMPLET suisablog.ch/fr/interne



Dates des décomptes 2020

Les dates des décomptes de SUIISA de l'année 2020 sont disponibles sur:

www.suisa.ch/decomptes

IMPRESSUM

Edition SUIISA, Coopérative des auteurs et éditeurs de musique

Rédacteur en chef Manu Leuenberger (lem)
Comité de rédaction Silvano Cerutti, Xavier Dayer, Irène Philipp Ziebold (ip), Céline Troillet (ctr), Erika Weibel (eri), Giorgio Tebaldi (gt), Andreas Wegelin (aw)
Traductions Yves Schmutz, Supertext AG

Design LikeBerry, Zürich
Impression Schellenberg Druck AG, Pfäffikon ZH
Tirage 9000 ex.

