

# SUISA INFO

Journal des membres  
1.09

Internet et auto-  
distribution: quelles  
opportunités?

page 8

Midem 2009: qualité  
plutôt que quantité

page 5

Nouvelles règles de  
répartition GEMA:  
nos conseils

page 21

## SUISA info 1.09

### INTERNE

- 4 Le Conseil de SUISA se réorganise

### INTERNATIONAL

- 5 Midem: bonnes affaires malgré une baisse de fréquentation

### BON À SAVOIR

- 8 Vente de musique sur Internet par les musiciens indépendants

### FONDATION SUISA POUR LA MUSIQUE

- 14 Une année anniversaire pour la musique de film  
15 Nouvelles et prix de la Fondation SUISA

### INTERNE

- 16 Modification du règlement de répartition pour la musique publicitaire à la télévision

### NOUVELLES

- 18 Changements de personnel à Swiss Music Export, SUISA et SWISSPERFORM

### BON À SAVOIR

- 21 La société GEMA a introduit de nouvelles règles de répartition pour les concerts

### INTERNE

- 23 Pourquoi SUISA veut-elle une redevance de droits d'auteur sur les téléphones portables musicaux?  
24 Aperçu des rendez-vous 2009



VENTE SUR LE WEB DE NOUVELLES PISTES À EXPLORER.



MIDEM 2009 EN RECUIL  
DOMINIQUE LEGUERN, DIRECTRICE  
DU MIDEM, PARLE DE L'AVENIR  
DE CET IMPORTANT RENDEZ-VOUS.



CONCERTS EN ALLEMAGNE  
CONSEILS À L'ATTENTION DES  
MEMBRES DE SUISA.

#### Rectificatif:

p. 20, SUISA info 2.08. L'article sur Xavier Dayer ne mentionnait pas son éditeur. Nous tenons à corriger ici cette omission. Les Editions Papillon à Troinex éditent les œuvres de Xavier Dayer depuis 1998.

### IMPRESSUM

**Rédacteur en chef** Martin Wüthrich **Design** www.crafft.ch **Impression** Mattenbach AG, Tirage 23 000 ex.  
**SUISA** Bellariastrasse 82, Postfach 782, 8038 Zürich, T. +41 (0)44 485 66 66, F. +41 (0)44 482 43 33  
**SUISA** 11 bis, av. du Grammont, 1007 Lausanne, téléphone +41 (0)21 614 32 32, téléfax +41 (0)21 614 32 42  
**SUISA** Centro San Carlo, Via Soldino 9, 6903 Lugano, T. +41 (0)91 950 08 28, F. +41 (0)91 950 08 29  
www.suisa.ch, suisa@suisa.ch

Photos: iStockphoto, MIDEM,  
Eike Bader, Pablo Faccinnetto  
Photo Page de couverture: Benoît Peverelli

# ÉDITORIAL



Chers membres,

Notre Directeur général, Alfred Meyer, quittera son poste en 2010. Il atteint en effet bientôt l'âge de la retraite. Le Conseil s'est penché assez tôt sur la question de sa succession. Le 11 décembre 2008, il a élu Andreas Wegelin pour remplacer l'actuel Directeur général.

Alfred Meyer, 63 ans, a débuté à SUISA le 1<sup>er</sup> décembre 1980. Il a été élu membre de la Direction en 1983 et est Directeur général depuis 1997. Andreas Wegelin, 46 ans, est entré au service de SUISA en 1987 en tant que collaborateur juridique. Il est membre de la Direction depuis 1998. Il dirige la division Clients et licences depuis 2005.

Jean Cavalli, 51 ans, reste Directeur général adjoint. Il est actuellement Chef de la division Membres et répartition.

Je tiens à féliciter sincèrement, également au nom du Conseil, Monsieur Wegelin pour son élection et Monsieur Cavalli pour sa confirmation. Nous sommes convaincus d'avoir procédé au meilleur choix pour notre coopérative. Ces deux personnalités sont d'excellents spécialistes des questions touchant aux droits d'auteur. Ils ont par ailleurs les qualités humaines requises pour assurer le succès de SUISA.

Un groupe de travail du Conseil avait mis le poste de Directeur général au concours dans des quotidiens des trois régions linguistiques du pays. Outre les deux membres de la Direction actuelle, 40 personnes ont fait acte de candidature. Le groupe de travail a estimé que les deux candidats internes étaient les plus qualifiés.

Cette décision permet de préparer au mieux, en 2009 déjà, la passation de fonction, afin que la transition puisse se faire de manière idéale.

Veillez recevoir, chers membres, nos cordiales salutations.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'HU. Lehmann'.

Hans Ulrich Lehmann  
Président

# NOUVELLES DU CONSEIL DE SUISA

Marco Zanotta

Au deuxième semestre 2008, le Conseil s'est penché prioritairement sur l'organisation interne, l'élaboration du budget 2009 ainsi que sur la question de la succession du Directeur général.

Le Conseil s'est réuni les 24 et 25 septembre 2008 à Lausanne et les 10 et 11 décembre 2008 à Zurich. Seules les affaires les plus importantes sont mentionnées ci-après.

## Répartition des recettes du tarif W (publicité télévisée SSR)

Le Tribunal fédéral a décidé en mai 2008 d'abroger les règles de répartition qui avaient été introduites en 2004 et légèrement modifiées en 2005 (voir à ce propos l'article dans le numéro 2.08 de SUISA info). Lors de sa réunion d'automne, le Conseil a approuvé de nouvelles règles de répartition qui sont conformes à la décision du Tribunal fédéral. Elles sont valables dès la répartition du début décembre 2008 (pour les recettes 2007). Le Conseil a également approuvé les corrections pour les années de répartition 2004 à 2007. Pour ces deux décisions, il a suivi la recommandation de la Commission de Répartition et des œuvres (cf. p. 16/17).

En outre, le Conseil a approuvé lors de sa réunion d'hiver quelques modifications de moindre importance du règlement de répartition, en ce qui concerne la répartition des recettes des tarifs communs TC 2b et TC 3c.

## Règlement d'organisation et Code de conduite

D'une manière générale, on peut constater que le Conseil s'est retrouvé ces dernières années face à des exigences et des responsabilités de plus en plus importantes. Dans ce contexte, un nouvel élément est venu s'ajouter lors de l'exercice 2008: l'entrée en vigueur de règles sur le système de contrôle interne. Il s'est agi, dans ce cadre, de contrôler l'organisation du Conseil et de vérifier la répartition des compéten-

ces entre Conseil, commissions du Conseil et Direction. La répartition des compétences faisait apparaître une relative concentration. Elle doit maintenant répondre à un Règlement d'organisation détaillé. En particulier, un nouveau Code de conduite prévoit des règles permettant de traiter les éventuels conflits d'intérêts.

La Commission Gestion et finances ne peut pas assumer de nouvelles tâches de contrôle. Le Conseil a donc décidé de créer une «Commission Finances et contrôle», qui ne devra plus se charger des questions de gestion et d'organisation. L'actuelle Commission Planification et projets reprend les tâches relevant de ce dernier domaine et s'appellera à l'avenir «Commission Organisation et communication». Les tâches de la Commission Tarifs et répartition restent inchangées pour l'essentiel.

Le Règlement d'organisation et le Code de conduite ont été discutés lors de la réunion d'automne et leurs principes généraux ont été adoptés avec quelques compléments lors de la réunion d'hiver.

## Système de contrôle interne

Le système de contrôle interne, dont il a été question dans le numéro 2.08 de SUISA info, a été approuvé par le Conseil lors de sa réunion d'automne.

## Budget 2009

Le budget a été préparé par la division Finances et comptabilité ainsi que par la Direction de SUISA dès le mois d'août 2008, puis discuté par la Commission Gestion et finances (délibération préalable). Le Conseil a approuvé l'organigramme, le plan d'occupation des postes, les propositions relatives aux projets et le budget 2009, et cela dans les versions proposées par la commission.

## Coopérative au lieu de société

Le nouveau Code des obligations prévoit que le terme «coopérative» doit figurer dans le nom de toute société coopérative. Nous devons donc remplacer le terme «société» par «coopérative». Cela nécessite une modification des statuts, qui sera proposée lors de l'Assemblée générale 2009.

Puisque les statuts doivent de toute manière être modifiés, le Conseil souhaite saisir cette occasion pour proposer d'autres modifications. D'une part, le nom actuel «SUISA, Société suisse pour les droits des auteurs d'œuvres musicales» est un peu compliqué. D'autre part, les éditeurs n'apparaissent pas dans le nom actuel, bien qu'il s'agisse là du deuxième groupe de membres SUISA. A ce stade, les noms proposés sont les suivants: «SUISA, Coopérative des auteurs et éditeurs de musique» ou éventuellement «SUISA, Coopérative des éditeurs et auteurs de musique».

## Travaux des commissions du Conseil

Les commissions du Conseil ont parfois eu recours à des réunions extraordinaires pour préparer les dossiers. La Commission Gestion et finances a notamment tenu une réunion extraordinaire pour le Règlement d'organisation. La Commission Planification et projets, quant à elle, a convoqué une réunion extraordinaire pour le projet de contrat-type d'édition, qui pourra être soumis au Conseil en 2009. ■

### Commissions du Conseil dès le 1.1.2009

- Commission Finances et contrôle
- Commission Organisation et communication
- Commission Tarifs et répartition



Midem 2009

# QUALITÉ PLUTÔT QUE QUANTITÉ

Claudia Kempf

Cette année, au Midem, le constat était évident: les visiteurs étaient moins nombreux. Ce recul a été de 12%. Le stand suisse a même accueilli un tiers d'entreprises en moins. Pourtant, même si les allées ont été moins bondées et si le salon est apparu plus calme que par le passé, les exposants se sont déclarés satisfaits, dans la plupart des cas. Car le Midem reste un lieu de rendez-vous central pour les échanges en matière de supports sonores et d'édition. Une question reste néanmoins ouverte: ces deux domaines partiels de l'industrie de la musique vont-ils toujours réussir à remplir le Palais des Festivals dans le futur? Nous avons demandé à Dominique Leguern, Directrice du Midem, quel avenir elle voit pour ce rendez-vous des professionnels de la musique.



Dominique Leguern, Directrice du Midem

**Cette année, le nombre de participants a nettement diminué, et on pouvait surtout constater qu'il y avait moins de surfaces d'exposition occupées. Dans ces conditions, le Midem joue-t-il encore son rôle de centre d'affaires et de «networking»?**

Il est vrai que le Midem a cette année connu une baisse de fréquentation de 12% avec 8000 participants de 82 pays. Cette baisse s'explique en majeure partie par les difficultés économiques sévères que connaissent notamment les secteurs du CD et de la distribution physique.

Mais autant que la filière elle-même, la population du Midem est en évolution perpé-

tuelle. Le Midem accueille depuis plusieurs années tous les nouveaux acteurs de l'industrie et notamment des secteurs du numérique et du mobile, et tous les nouveaux modèles économiques autour de la musique. Blackberry, Guitar Hero/Activision Blizzard, Napster, SFR, Orange, Sony Ericsson sont quelques exemples des sociétés ayant eu une forte visibilité au Midem 2009.

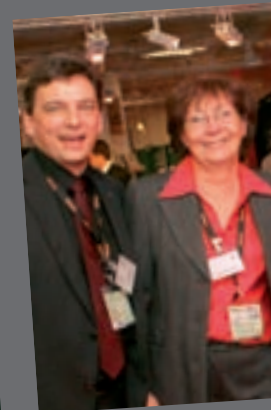
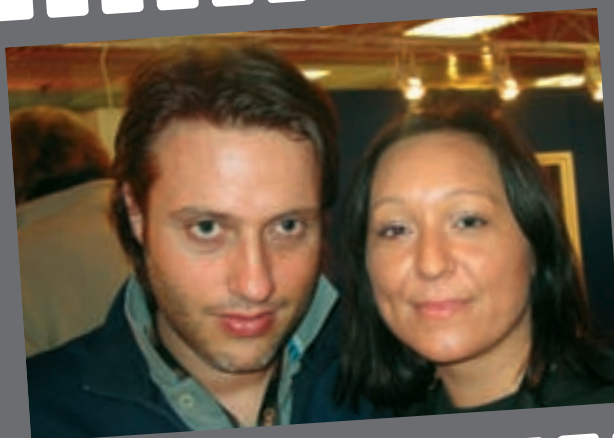
Afin de faciliter toujours davantage ce networking, le Midem a également mis en place de nombreux outils et formats pour les professionnels. On peut citer par exemple les «listening sessions» permettant à des participants de présenter des titres pour un placement éventuel dans un jeu vidéo, une publicité, une série... Les «mento-

ring sessions» leur permettant de rencontrer en face à face des experts du secteur en matière de nouveaux business, ou d'autres rencontres thématiques.

**Les prix pratiqués, qui restent très élevés, sont-ils encore justifiés? Est-ce que des prix plus bas ne pourraient pas permettre d'attirer à nouveau du monde, et surtout des exposants?**

Depuis plusieurs années, nous avons mis en place une politique de prix gradués en fonction des dates d'inscription et adaptés en fonction du type de participation.

L'industrie fait face actuellement à une crise du secteur et à une crise économique



**DU CÔTÉ DES PARTICIPANTS,  
L'AMBIANCE EST BONNE À  
CANNES.**



globale, et se redimensionne totalement. Le défi permanent du Midem dans ce contexte est de proposer aux professionnels une offre toujours à la pointe en termes de contenu et de business. Il ne suffit pas de brader les prix pour que les professionnels aient un retour sur investissement maximal et ce qui est primordial, c'est la qualité des contacts proposés.

**Que fait le Midem pour surmonter la situation actuelle?  
De nouvelles orientations sont-elles recherchées?**

Le Midem s'est terminé il y a seulement quelques jours et il est trop tôt pour pouvoir dire quelles seront les orientations du prochain marché. Il est évident que nous allons réfléchir aux besoins des professionnels, secteur par secteur. Le 44<sup>e</sup> Midem aura lieu du 24 au 27 janvier 2010 à Cannes.

[www.midem.com](http://www.midem.com)

**Sujets de discussion lors du Midem: Nokia et Bacardi**

Le programme de conférences a fait ressortir deux points forts: d'une part les nouvelles possibilités offertes par la technique et les modèles commerciaux qui y sont liés et, d'autre part, les relations entre les artistes et leurs fans et le travail avec des marques dans ce contexte.

L'attitude générale des représentants de l'industrie musicale face à Internet et à la téléphonie mobile a évolué de manière claire vers une attitude positive. Jusqu'à il y a peu, de nombreux professionnels de la branche étaient plutôt critiques face à ces domaines. Ted Cohen, de TAG Strategic, a résumé cette nouvelle attitude lors du MidemNet: «Il ne sert à rien de se rebeller contre l'évolution technologique. Nous devons développer de manière très pragmatique des modèles qui permettront de faire du profit grâce à la musique et qui, en même temps, permettront aux fans de vivre des moments exceptionnels.» L'offre de Nokia «Comes With Music» est une parfaite illustration de cette tendance. Lors de la conclusion d'un abonnement, le prix comprend la possibilité de télécharger un nombre illimité de fichiers musicaux. Les personnes qui achètent un téléphone portable Nokia ont ainsi accès à environ cinq millions de titres.

Autre thème de discussion dominant: la collaboration annoncée entre le duo house britannique Groove Armada et Bacardi. Pour le nouvel EP du groupe, le label de Bacardi, B-Live Records, a développé un modèle de partage gratuit des fichiers musicaux. Les fans ont la possibilité de télécharger gratuitement l'un des quatre morceaux du mini-album sur le site Internet du label. Les trois autres titres sont obtenus lorsque le premier titre est transmis aux membres d'une communauté en ligne.



De gauche à droite: Isabel Palmtag (GEMA), Joachim Habrich (GEMA), Martin Wüthrich (SUISA), Bettina Müller (GEMA) – Maurizio Colella (Sirup Music) et DJTatana – L'équipe du stand: Urs Schnell, Monique Siöckli, Michèle Benoit, Claudia Kempf, Poto Wegener – Mr Mike et Claude Nobs.



De gauche à droite: Victor Waldburger, Carmen Rüegg (tous deux de Phonag), Stefan Planta (TBA) – Bruno Pepe (PBR Record), Romano Nardelli (Phonothèque nationale), Peter Schmidlin (K-Tel Switzerland)

### «Midem Lifetime Achievement Award» remis à Charles Aznavour, membre de SUISA

Le lundi soir lui a été entièrement consacré: le légendaire Charles Aznavour a reçu le «Midem Lifetime Achievement Award» en signe de reconnaissance pour son extraordinaire carrière. Les représentants de la branche musicale, pourtant assez réservés en temps normal, se sont levés plusieurs fois au cours de la soirée pour des ovations, et une véritable fête a eu lieu en l'honneur de ce grand artiste. Charles Aznavour habite Genève et est membre de SUISA depuis plus de 30 ans!

Charles Aznavour a écrit plus de 800 chansons dont de nombreuses ont été interprétées par les plus grands artistes (Fred Astaire, Shirley Bassey, Ray Charles, Elvis Costello, Bobby Darin, Sammy Davis Junior, Juliette Gréco, Liza Minnelli, Edith Piaf, Nina Simone...). Il a vendu plus de 100 millions d'albums à travers le monde. Il a également joué dans plus de 60 films et a travaillé entre autres avec Volker Schlöndorff (Le Tambour) et François Truffaut (Tirez sur le Pianiste). A 84 ans, l'auteur et interprète continue de fouler avec succès les plus grandes scènes internationales.

En 1998, Charles Aznavour a été élu Artiste du Siècle – devant Elvis Presley et Bob Dylan – dans un sondage réalisé par CNN et Time Magazine USA.



Charles Aznavour avec Alfred Meyer, Andreas Wegelin et Bertrand Liechti



# INTERNET EN TANT QUE PLATE-FORME DE DIFFUSION MUSICALE

.....  
Felix Raymann

Sans label, pas de ventes? Pour les musiciens indépendants, Internet peut offrir de bonnes opportunités pour la diffusion d'œuvres – que ce soit sous forme de CD ou sous forme de fichiers audio.



---

## Dans le cas d'une vente directe via Internet, un artiste touche davantage pour la vente d'un album ou d'une chanson.

---

Internet peut aider les musiciens à vendre leur musique, qu'il soit utilisé comme une plate-forme de distribution de CD ou comme un moyen pour diffuser des fichiers audio (téléchargement). Un des avantages d'Internet par rapport aux canaux traditionnels de diffusion est qu'il permet de mettre de la musique à la disposition de personnes des quatre coins de la planète, et cela en un simple clic de souris. Pour ce qui concerne la vente de musique par voie électronique, il n'y a plus de frais d'expédition et de port. En outre, on peut se passer d'un local d'entreposage et aucune rupture de stock n'est à craindre.

Mais, concrètement, comment utiliser ces nouveaux outils pour la commercialisation de musique? Les musiciennes et musiciens qui ont cédé leurs droits par contrat à une maison de disques n'ont plus la possibilité de décider seuls de mettre leurs œuvres en vente sur la Toile. Les artistes indépendants qui ne sont liés ni par un contrat d'édition ni par un contrat de production possèdent tous les droits sur leurs œuvres, enregistrements compris. Dans ces conditions, ils peuvent sans autre mettre en vente leurs fichiers audio et leurs disques sur leur propre site Internet ou sur des portails musicaux en ligne.

### Fichiers audio ou vente de CD en ligne?

Alors que les ventes de CD sont en diminution, les ventes de fichiers à télécharger augmentent. La tendance s'est confirmée l'année passée: une étude de l'institut d'analyse du marché Nielsen a montré que, en 2008, 1,51 milliard de chansons, albums et vidéos musicales numériques ont été vendus, et cela uniquement aux Etats-Unis. Cela représente une augmentation de 10% environ par rapport à 2007. En Suisse également, les ventes de CD diminuent parallèlement à une augmentation des téléchargements. Le fait qu'il soit possible de télécharger des titres isolés (sans être obligé d'acheter tout un album) constitue un atout supplémentaire qui joue en faveur des téléchargements face aux ventes de CD. Et la vente directe n'empêche nullement de vendre de la musique via iTunes ou Napster, par exemple. De nouvelles portes s'ouvrent, en particulier pour les artistes indépendants.

Certaines plates-formes comme CDbaby ou Cesart proposent aussi bien des CD que de la musique à télécharger. D'autres, comme par exemple Fontastix ou Musicdome, se limitent, en tout cas pour l'instant, à la vente de CD. Si l'on veut tirer profit de manière optimale des deux types de diffusion, il est possible de placer sa musique, respectivement ses supports sonores, auprès de différents prestataires

**Brèves interviews:** Pourquoi vendre sa musique sur Internet? **Philipp Fankhauser** répond:

### Pourquoi vendez-vous votre musique via Internet?

**Philipp Fankhauser:** Parmi les avantages principaux, on peut dire que le stock physique disparaît, et qu'il en va de même pour les coûts de pressage et de stockage. Et, en plus, la musique est disponible dans le monde entier.

### Auprès de quels sites Internet ou prestataires en ligne avez-vous enregistré vos œuvres?

Pour le téléchargement numérique, je travaille principalement avec iTunes. J'ai un contrat direct, car je m'en étais occupé en 2004 déjà. En collaboration avec mon frère, je donne la possibilité à d'autres artistes et labels, via Buytunes.ch, d'accéder directement à iTunes. En Suisse, mes CD sont vendus sur CeDe.ch (avec un approvisionnement par mon distributeur Sony Music). A l'échelon international, j'ai recours à CDbaby.com et en partie à Amazon.

### Quelle est la proportion de supports sonores écoulés via Internet?

La part des téléchargements a été en constante augmentation au cours de ces dernières années, elle correspond aujourd'hui à environ 15% des ventes de CD.



→ **Fontastix**



→ **CDbaby**



→ **Cesart**

res. Néanmoins, certains portails souhaitent bénéficier d'une exclusivité; dans ce cas, une présence sur différentes plates-formes en même temps n'est pas souhaitée ou même interdite.

Dans le cas d'une vente directe via Internet, un artiste va gagner davantage lors de la vente d'un album ou d'une chanson que si un contrat a été signé avec un label. En outre, il est possible de vendre des CD sans restriction lors de concerts. Grâce à une plate-forme de vente virtuelle, il devient donc matériellement facile de vendre de la musique. Néanmoins, ce type d'«auto-distribution» a également ses inconvénients: il est difficile d'organiser soi-même une promotion efficace, ce qui est habituellement du ressort de la maison de disques. Il ne suffit bien entendu pas de placer quelques fichiers audio ou des CD sur un site Internet et d'attendre que les commandes de CD affluent ou que les morceaux soient achetés. Pour être visible sur la Toile, il est préférable d'être présent sur plusieurs plates-formes, et de faire partie de communautés virtuelles. En utilisant intelligemment des sites tels que MySpace, Facebook, MX3 & Co., on peut se faire connaître et bénéficier d'une publicité dont les effets peuvent être surprenants.

### **Plates-formes de vente sur Internet:**

#### **Fontastix**

Fontastix.ch constitue un outil précieux pour amener un CD vers des auditeurs potentiels. Cette plate-forme est ouverte aux artistes de tous styles. Elle travaille en partenariat avec le plus important magasin virtuel de vente de CD en Suisse, CeDe.ch. Les supports sonores confiés au site Fontastix sont en effet mis en vente par CeDe.ch. Matthias Wilde, directeur de Fontastix.ch, explique: «Nous offrons à tout musicien qui, par nécessité ou par choix, n'est pas lié à un label, la possibilité de vendre ses supports sonores». Le portail accueille les styles musicaux les plus divers, de l'électro au jazz en passant pas la musique folklorique. Il y a sur Fontastix environ 800 titres, qui sont vendus à des prix fixes sur CeDe.ch. Pour le moment, Fontastix ne vend que des supports sonores physiques, mais il est prévu que, à l'avenir, une partie de la musique y soit vendue sous la forme de fichiers à télécharger. Fontastix est une association à but non lucratif, qui est soutenue par la Société Suisse des Artistes Interprètes ou Exécutants.

Pour pouvoir vendre un CD sur Fontastix, il suffit de faire quelques démarches simples, comme c'est le cas pour la plupart des autres plates-formes en ligne: tout d'abord,

on s'enregistre sur le site Internet en indiquant un nom d'utilisateur et un mot de passe, on accepte les conditions contractuelles définies par le prestataire et on indique les données personnelles nécessaires et les données relatives au produit. Une reproduction de la couverture doit ensuite être postée électroniquement, pour que cette image puisse être présentée ultérieurement dans la vitrine du magasin virtuel. Une simulation est réalisée, afin qu'on puisse contrôler si les données et la présentation du produit conviennent.

[www.fontastix.ch](http://www.fontastix.ch)

#### **CDbaby**

CDbaby est probablement la plate-forme internationale de vente de musique indépendante la plus connue. Cette entreprise basée à Portland, Oregon (USA), vend de la musique indie depuis 1998 et a, selon ses propres dires, déjà 150 000 artistes à son actif. CDbaby vend aussi bien des CD que de la musique téléchargeable. Le succès de ce site est certainement dû en partie au fait qu'il est relativement simple d'y publier des œuvres. Au lieu d'envoyer la musique par téléchargement, on envoie simplement un CD, qui est «rippé» par CDbaby et ensuite transmis aux divers magasins en ligne partenaires. Pour la vente de CD, il faut au début envoyer cinq CD. Lorsque ces cinq exemplaires sont vendus, l'artiste envoie à chacune des étapes suivantes le



→ **Musicdome**



→ **iMusician**

double de la quantité. Ce qui est pratique, c'est que les musiciens obtiennent une adresse qui permet un accès direct à leurs données ([www.cdbaby.com/nomdugroupe](http://www.cdbaby.com/nomdugroupe)). L'un des avantages de CDbaby, c'est le travail avec de nombreux partenaires de vente. De Yahoo Music à iTunes en passant par MSN Music, plusieurs portails de téléchargement sont impliqués. Outre les partenaires virtuels, CDbaby vend également des CD dans 2 400 magasins, principalement aux Etats-Unis. Lien à l'attention des musiciens: [cdbaby.net](http://cdbaby.net)

### **Cesart**

La plate-forme Cesart.ch a été ouverte il y a peu, en octobre 2008, et est basée à Lausanne. Il ne s'agit pas uniquement d'un outil Internet au service de la musique, mais d'une plate-forme pour le cinéma et l'art en général, incluant des domaines comme la littérature et le théâtre. Un service de billetterie électronique est également disponible. Sous la rubrique musique, on peut acheter aussi bien des CD que des titres à télécharger. Élément bien particulier dans le cas de Cesart: une monnaie virtuelle est proposée, les Points Cesart, sur lesquels sont basés les achats et ventes de musique. Mais l'utilisation des points n'est pas obligatoire, il est également possible de payer en simples francs suisses. Les échanges de Points Cesart sont réservés aux membres Cesart.

Cesart ne demande aucune commission pour les œuvres placées sur le site. Le projet est financé par les cotisations de membres et par un système «Membres Pro+1», par des partenaires commerciaux ainsi que par la publicité. Il y a actuellement environ 150 artistes (musiciens) sur Cesart.ch. Le site va être traduit en anglais et en allemand prochainement.

[www.cesart.ch](http://www.cesart.ch)

### **Musicdome**

Musicdome, le magasin en ligne proposant exclusivement de la musique suisse, vend des CD de tous styles musicaux: rock, pop, variété, musique pour enfants, etc. Selon Musicdome, près de 6 000 articles ont été enregistrés. Pour les artistes, l'inscription se fait de manière simple, et il est possible de choisir son périmètre de vente, qu'il soit physique ou virtuel. En effet, lors de l'inscription à Musicdome, on peut également s'inscrire au portail international CDbaby. Pour 30 francs, Musicdome effectue l'enregistrement auprès de CDbaby. Bien entendu, en cas de commande, Musicdome expédie les supports sonores à l'étranger. Si l'on souhaite qu'un code barre EAN soit généré pour un CD ou un DVD, on peut également le demander à Musicdome. Le support sonore sera muni d'un tel code barre (pouvant être lu par une machine) contre paiement de 90 francs. Les nouveautés prévues sont l'ajout de critiques,

**Brèves interviews:** Pourquoi vendre sa musique sur Internet? **Irene Hodel alias Frölein Da Capo** donne son avis:

### **Vendez-vous votre musique via Internet?**

**Irene Hodel:** Je mets ma musique à disposition sur Internet, mais je ne la vends pas, je l'offre.

### **De quelle manière faites-vous cela?**

J'utilise les sites très visités tels que Facebook, MySpace ou MX3. Il y a la possibilité de voir combien de fois les titres ont été écoutés et téléchargés.

### **Pourquoi ces sites, quels sont les avantages et inconvénients pour vous?**

De cette façon, on me trouve aisément lors d'une recherche sur Internet. Une personne qui est à la recherche de nouveautés en matière de musique ira entre autres sur ces sites. Et il ne s'agit pas forcément de «simples» privés; il peut s'agir d'organiseurs de spectacles ou d'auditeurs radio. Grâce à MySpace, j'ai déjà pu annoncer un grand nombre de mes concerts, et une de mes chansons est passée à la radio grâce à MX3! Ces plates-formes ne me coûtent rien.

Nom de la plate-forme	Produits vendus	Partenaire	Coûts forfaitaires	Coûts par CD
1 <b>Fontastix.ch</b> <a href="http://www.fontastix.ch">www.fontastix.ch</a>	CD (à l'avenir aussi téléchargements)	CeDe.ch	100 francs par CD pris en charge	Pourcentage du prix de vente selon liste de prix publiée sur le site Internet
2 <b>Musicdome</b> <a href="http://www.musicdome.ch">www.musicdome.ch</a>	CD	—	—	10 francs de commission sur prix de vente
3 <b>CDbaby</b> <a href="http://www.cdbaby.net">www.cdbaby.net</a>	Téléchargements, CD	48 «download-shops», env. 2400 magasins de CD, surtout aux USA	35 dollars par CD pris en charge	4 \$ par CD, 9% du prix de vente en cas de téléchargement
4 <b>Cesart</b> <a href="http://www.cesart.ch">www.cesart.ch</a>	Téléchargements, CD	—	—	—
5 <b>iMusician</b> <a href="http://www.imusician.ch">www.imusician.ch</a>	Téléchargements (via magasins partenaires)	iTunes, Napster, AOL et env. 120 autres, qui peuvent être choisis par région	75 francs par album	15% de commission sur le prix de vente
6 <b>Buytunes</b> <a href="http://www.buytunes.ch">www.buytunes.ch</a>	Téléchargements (via magasins partenaires)	iTunes	Taxe unique d'inscription; par album 30 francs, par single 10 francs.	15% de commission sur le prix de vente

1 Fontastix: Prix normal d'un CD sur CeDe.ch: CHF 27.90, recette pour le mandant: CHF 17.15. Lors d'une vente chez un disquaire: prix par CD: CHF 27.90, recette: CHF 14. Ce sont les prix de la catégorie «normal». Il peut y avoir des prix plus bas ou plus élevés, mais le rapport reste à peu près le même. Les prix peuvent être fixés par les artistes.

2 Musicdome: Il n'y a pas de finance d'inscription par album. Le prix recommandé est de CHF 25.50 par album, et CHF 15.50 reviennent à l'artiste. Cela représente une taxe de 10 francs par CD. Mais, en principe, les prix peuvent être fixés par les musiciens.

3 CDbaby: Les prix peuvent être fixés librement. Numérique: 91% des recettes reviennent à l'artiste. CD: USD 4 par CD vont à CDbaby, de même qu'une taxe de prise en charge de USD 35.

4 Cesart: Les artistes fixent eux-mêmes le prix et touchent 100% du prix de vente, après déduction éventuelle de la TVA.

5 iMusician: Le prix du téléchargement d'un titre sur iTunes, Napster, etc. est fixé par le prestataire, et non par l'artiste. Les commissions varient selon la plate-forme. iMusician indique qu'elles sont d'environ 20%. Exemple dans le cas d'iTunes: Lors de la vente d'un titre, la recette nette pour le musicien est de EUR 0.45, avec un prix de vente de EUR 0.99.

Dans le cas d'un album, le rapport est de EUR 4.30 sur EUR 9.99. La différence inclut toutes les commissions.

6 Buytunes: Les prix sont fixés par iTunes. Buytunes déduit une commission de 15% sur le prix de vente. Les 85% restants vont à l'artiste.





→ **Buytunes**



→ **Topptipp: MX3**



→ **VxM.ch**

d'extraits MP3 et de fichiers téléchargeables. [www.musicdome.ch](http://www.musicdome.ch)

### **iMusician**

iMusician est une plate-forme de vente purement en ligne, c'est-à-dire qu'elle ne vend que de la musique sous forme non physique. iMusician joue un rôle de «content aggregator», c'est-à-dire qu'elle ne vend pas directement la musique elle-même, mais la propose à différents prestataires. Cela signifie que plusieurs magasins virtuels sont regroupés afin que, en tant que groupe, musicienne ou musicien, on n'ait qu'un seul interlocuteur «en ligne», qui s'occupe de faire parvenir la musique à différents prestataires, lesquels proposent des téléchargements (comme dans le cas de CDbaby). iMusician exige néanmoins un contrat d'exclusivité, ce qui veut dire que les créateurs n'ont pas le droit de travailler parallèlement avec plusieurs «content aggregators».

Il y a une restriction en ce qui concerne la musique acceptée par iMusician: normalement, seules sont acceptées les œuvres qui ont déjà été publiées sur CD ou vinyle. Il existe néanmoins une exception pour ce qu'on appelle les «Digital only releases», à la condition que la qualité de l'enregistrement soit bonne et qu'il ait été bien masterisé. Après l'inscription, il faut attendre environ huit semaines jusqu'à ce que la musique soit disponible sur Internet.

[www.imusician.ch](http://www.imusician.ch)

### **Buytunes**

Le site suisse Buytunes.ch est également un regroupement de divers magasins de musique virtuels. Le site [www.buytunes.ch](http://www.buytunes.ch) représente plus de 100 magasins virtuels, mais il n'y a actuellement guère que iTunes qui soit effectivement alimenté en musique. Après l'envoi d'un CD et d'autres indications, ainsi que d'une couverture de CD numérisée, un contrat est établi entre l'artiste et Buytunes. Les ventes peuvent se faire via iTunes dans le monde entier ou dans certains pays seulement. Les prix de vente peuvent varier d'un pays à l'autre.

[www.buytunes.ch](http://www.buytunes.ch)

### **Le bon tuyau: MX3**

MX3 n'est pas véritablement une plate-forme de vente de musique, mais plutôt une sorte de grande vitrine pour les groupes et musiciens suisses, à la disposition également des amateurs de musique et des stations de radio. Outre des extraits musicaux, on peut y trouver des échanges entre auditeurs et musiciens, des liens vers les magasins en ligne qui vendent les morceaux présentés, en vue d'un achat éventuel. Il peut être judicieux de se présenter sur cette plate-forme, car MX3 s'est développé ces derniers mois et dernières années, et est devenu l'une des adresses préférées en ce domaine. L'artiste qui ne souhaite pas vendre sa musique, mais l'offrir, est également à la bonne adresse chez [www.mx3.ch](http://www.mx3.ch). Cela

lui permettra de faire connaître largement sa musique, au moins à l'échelle suisse. Les chaînes de radio Couleur3, DRS3, Virus, Rete3 et Radio Rumantsch diffusent régulièrement des titres tirés de ce réservoir musical toujours grandissant.

[www.mx3.ch](http://www.mx3.ch)

### **VxM.ch**

Comme MX3, VxM.ch est une plate-forme au service des musiciens, à la différence près que VxM se limite à la musique folklorique («VM» pour «Volksmusik», musique folklorique en allemand). Dans les domaines de la musique folklorique instrumentale, du yodel, de la musique pour fanfares, des chœurs et des variétés populaires, les artistes trouvent là une plate-forme qui leur permet de se faire connaître. Les personnes intéressées peuvent, via ce site, rejoindre la plate-forme musicale de la radio allemande DRS, établir des contacts entre fans, trouver des informations sur des manifestations ou des labels. Ce site Internet regorge de musique que l'on peut écouter directement sur son PC. Il peut même se transformer en webradio façonnée sur mesure. Cette plate-forme pour la musique folklorique peut parfaitement servir de tremplin vers les ondes, puisque la rédaction musicale de l'émission «DRS Musikwelle» effectue régulièrement des recherches sur ce site.

[www.vxm.ch](http://www.vxm.ch) ■

# LA MUSIQUE DE FILM A 100 ANS!

Urs Schnell

Il y a cent ans, Camille Saint-Saëns composa la première œuvre commandée tout spécialement pour la mise en musique d'un film. Il est vrai que, auparavant, les films muets étaient projetés avec un accompagnement musical. Cependant, dans le cas du film qui nous intéresse, c'était la première fois qu'une composition correspondait à la dramaturgie du film et avait été adaptée en conséquence.



Le titre du film était «L'assassinat du duc de Guise». Aujourd'hui, le centième anniversaire de la musique de film est fêté tout autour de la planète. Les 14 et 15 novembre 2008, le lancement officiel de l'année anniversaire 2008/2009 a été donné à Paris dans le cadre des «European Film Music Days». La Fondation SUISA accompagne ce double jubilé en participant à deux projets indépendants. D'une part, nous avons un partenariat avec l'UFMC (Union of Film Music Composers), qui organise en Suisse diverses manifestations pour fêter cet anniversaire. D'autre part, la Fondation prépare une anthologie de la musique de film suisse qui sera publiée en 2010.

## Les projets de l'UFMC Switzerland

Les relations entre cinéma et musique sont variées, intenses, émotionnelles, complexes, et aussi anciennes que le cinéma lui-même. Dans ce contexte marqué par l'histoire, l'UFMC Switzerland et son partenaire européen FFACE (Federation of Film and Audiovisual Composers of Europe) ont décidé de réaliser un certain nombre d'activités à l'occasion de l'année anniversaire 2008/2009.

Les festivités ont débuté lors du «European Film Music Day» à Paris, en novembre 2008, où l'on a joué en direct l'œuvre de Camille Saint-Saëns du film «L'assassinat du duc de Guise».

De nombreuses manifestations vont avoir lieu en Suisse et dans toute l'Europe: des projections de films avec musique live, des conférences, des ateliers, etc. Ce seront là autant d'occasion de (re)découvrir des compositeurs de musique de film suisses et étrangers.

La musique de film n'est pas une particularité. Elle appartient à notre quotidien et contribue à enrichir notre mémoire collective et notre patrimoine culturel. L'UFMC souhaite mettre en lumière des compositeurs méconnus. La valeur de leur travail peut être décisive pour que les images d'écrans parviennent à nous toucher et ne nous laissent pas qu'une impression bidimensionnelle superficielle.

Sites Internet pour en savoir davantage

[www.ufmc.ch](http://www.ufmc.ch)

(UFMC Switzerland)

[www.FM100.ch](http://www.FM100.ch) en construction

(programme du jubilé)

[www.film-music-days.com](http://www.film-music-days.com)

(European Film Music Days)

## Anthologie de la musique de film suisse

En publiant des anthologies sous forme de CD, la Fondation souhaite apporter une contribution à la sauvegarde d'un patrimoine sonore précieux. Et nous sommes heureux de compléter cette collection par une

anthologie consacrée à la musique de film suisse.

La musique est souvent pour beaucoup dans la réussite d'une scène. Elle peut créer un climat ou rendre un message compréhensible. Malgré cela, les compositrices et compositeurs de ces œuvres sont rarement reconnus à leur juste valeur, à quelques rares exceptions près, comme par exemple pour Michel Legrand, membre de SUISA. Il nous tient donc à cœur d'attirer l'attention des producteurs de films sur la richesse et l'exceptionnelle qualité du travail des créateurs de musique de film en Suisse.

La publication de l'anthologie anniversaire est prévue pour l'été 2010. Elle sera accompagnée d'un DVD contenant un documentaire. ■

## Prix de la Fondation SUISA pour la musique de films 09

Lors du prochain Festival International du Film à Locarno, la Fondation SUISA pour la musique remettra un prix de Fr. 10 000.- récompensant pour la 8<sup>e</sup> fois un compositeur. Règlement et délais d'inscription sont à consulter sur notre site: [www.fondation-suisa.ch](http://www.fondation-suisa.ch).

## LA FONDATION SUISA REMET UN PRIX «SWISS TOP» À CHURCHHILL

Claude Hübscher

Le 19 janvier au Mascotte de Zurich, la Fondation SUISA pour la musique a remis pour la deuxième fois le prix «Swiss Top», d'une valeur de 5000 francs. Celui-ci est revenu au groupe Churchill.

Le «Swiss Top», organisé par la radio DRS3, présente des musiciennes, musiciens et groupes suisses très prometteurs. Le premier prix est revenu au groupe fribourgeois Marvin qui a séduit le jury par sa musique pop n'ayant rien à envier à

bien des groupes actifs à l'échelon international. Le 2<sup>e</sup> prix, d'une valeur de 5000 francs, a été attribué par la Fondation SUISA à Churchill. Le groupe bernois a véritablement emballé le jury par sa fraîcheur insouciante et sa capacité à jouer avec divers styles musicaux. Cette année à nouveau, de nombreuses personnalités des médias et du monde musical étaient présentes lors de la remise des prix. La Fondation SUISA pour la musique décerne de nombreux prix, en prenant en considération tous les styles de musique, en collaboration avec différents partenaires, cela afin de mettre le mieux possible en lumière la créativité musicale des membres de SUISA.



David Flach alias Fit, chanteur/rappeur/compositeur de Churchill, reçoit le prix des mains de René Baiker, membre du Conseil de la Fondation SUISA.

Journées de Soleure

## LA FONDATION SUISA REMET LE PRIX DU PUBLIC À «BEAT-MAN WAY»

Claude Hübscher



Lors des 44<sup>e</sup> Journées de Soleure, la Fondation SUISA pour la musique a remis le Prix du public, d'un montant de 5000 francs. Ce prix est attribué au clip musical préféré par le public. Il a été délégué à l'équipe formée d'Adrian Winkler, Mario Winkler et Nella Lombardi pour le clip «The Beat-Man Way», de l'artiste Reverend Beat-Man.

Claude Hübscher (à d.) remet le prix à Winkler, Lombardi et Winkler.

## NOUVEAU RÈGLEMENT POUR LES REQUÊTES INDIVIDUELLES

Le Conseil de la Fondation SUISA pour la musique a mis en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2009 le règlement modifié concernant les requêtes individuelles.

Les principes de l'Acte de Fondation s'appliquent pour l'évaluation des requêtes et les prises de décision en ce domaine. Sur la base de ces principes, la Fondation a redéfini les procédures et les responsabilités, en décrivant notamment quelles conditions doivent être remplies pour les différents types de contributions. Nous informons toute requérante et tout requérant que les dossiers de demande doivent être remis au moins trois mois avant le début du projet, afin que la commission des attributions ait le temps de prendre sa décision.

Le nouveau règlement se trouve sous forme électronique à l'adresse suivante:

[www.suisa.ch/fr/fondation-suisa/contributions/](http://www.suisa.ch/fr/fondation-suisa/contributions/)

## GUIDE MUSICAL SUISSE 2009/2010



Le Guide Musical Suisse 2009/2010 est disponible. Réparti en différentes rubriques et disponible pour la dernière fois sous forme imprimée, le guide offre l'avantage de se trouver rapidement à portée de main de son lecteur. L'ouvrage, au format A5 de quelque 500 pages brochées, peut être commandé au moyen du flyer joint à ce numéro.

# RÉPARTITION DES RECETTES DES ÉMISSIONS PUBLICITAIRES DE LA SSR

Jean Cavalli

Nous avons déjà largement rapporté dans le dernier SUISA info 2.08 (pages 22 et 23) sur le jugement du Tribunal fédéral du 13 mai 2008 qui a donné raison à sept compositeurs de musique publicitaire. En résumé, cette décision nous impose de répartir les droits perçus pour la musique publicitaire (tarif W) proportionnellement au chiffre d'affaires réalisé par la SSR ou Publisuisse pour la diffusion de chaque spot, sans exclure que la durée de la musique puisse également jouer un rôle. Rappelons que le Tribunal fédéral a aussi décidé que toute attribution des recettes du tarif W au programme général comme pratiquée auparavant est contraire au droit.

## Procédure d'approbation du nouveau système

En septembre 2008, la Commission de Répartition et des œuvres ainsi que le Conseil ont adopté les nouvelles règles applicables à la répartition des recettes du tarif W. L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle a également approuvé les modifications qui figurent ci-dessous. La décision de l'Institut peut faire l'objet d'un recours auprès du Tribunal administratif fédéral. Son texte figure sur notre site web ([www.suisa.ch](http://www.suisa.ch)).

## Ancienne réglementation pour les années de répartition 2004 et pour 2005 à 2007

Depuis 2003, la SSR paie à SUISA une redevance de 2,65% de ses recettes publicitaires. Pour répartir ces droits, le Conseil de SUISA avait admis pour l'année de répartition 2004 la règle suivante (répartition de CHF 6,5 millions de recettes provenant du tarif W):

### 4.2.2 Classe de répartition 1E (Emissions publicitaires à la télévision SSR)

*Pour la musique des films publicitaires, on applique un taux unitaire par seconde de musique.*

### 5.4 Affectation des recettes aux différentes classes de répartition

W	Publicité télévisée	25 %	1 C	(télévision sans publicité)
		75 %	1 E	(publicité à la télévision)

## Dès l'année de répartition 2005

Dès la répartition 2005, pour des recettes du tarif W de l'ordre de CHF 7,2 millions par an, cette disposition a été modifiée transitoirement et complétée de la façon suivante:

### 4.2.2 Classe de répartition 1E (Emissions publicitaires à la télévision SSR)

*Dès la répartition 2005, pour des recettes du tarif W de l'ordre de CHF 7,2 millions par an, cette disposition a été modifiée transitoirement et complétée de la façon suivante:*

*Ce montant est pondéré selon les facteurs suivants:*

1 à 60 secondes	1,0
61 secondes et plus	0,2

### 5.4 Affectation des recettes aux différentes classes de répartition

W	Publicité télévision	15 %	1 C	(télévision sans publicité)
		85 %	1 E	(publicité à la télévision)

## Année de répartition 2008 et futur règlement

En application des critères dégagés par le Tribunal Fédéral, la teneur du chiffre 4.2.2 du règlement de répartition est désormais la suivante:

### Classe de répartition 1E (Emissions publicitaires à la télévision SSR)

**4.2.2** *La répartition s'effectue par spot publicitaire, proportionnellement au chiffre d'affaires réalisé par Publisuisse pour la diffusion du spot et en tenant compte de la durée de la musique par rapport à la durée du spot (pro rata temporis). La somme totale disponible est répartie proportionnellement au montant ainsi calculé par spot.*

Le chiffre suivant a aussi été corrigé:

### 5.4 Affectation des recettes aux différentes classes de répartition

W	Publicité télévision	100 %	1 E	(publicité à la télévision)
---	----------------------	-------	-----	-----------------------------



## Conséquences du nouveau système

L'entrée en vigueur du nouveau système a été fixée au 1<sup>er</sup> janvier 2008, soit déjà pour la répartition qui a eu lieu encore en décembre 2008 concernant notamment les recettes 2007 du tarif W. Par lettre d'accompagnement du premier décompte effectué selon le nouveau système le 4 décembre 2008, nous avons expliqué à nos membres concernés par la musique publicitaire l'historique de la procédure judiciaire et les principes du nouveau système. Les membres ont donc déjà reçu un décompte basé sur le nouveau système et ont pu se rendre compte des effets concrets sur leur propre décompte. C'est l'application directe de la décision du Tribunal fédéral qui a jugé, que d'après l'art. 49, al. 1 de la loi sur le droit d'auteur et les droits voisins, les sociétés de gestion doivent répartir le produit de leur gestion proportionnellement au rendement de chaque œuvre et de chaque prestation. On tient désormais compte de la valeur d'utilisation, c'est-à-dire de la «force économique de rendement» de chaque œuvre. En d'autres termes, le compositeur de musique publicitaire est associé à l'enjeu financier des spots. Il en résulte qu'un compositeur d'une musique de spot publicitaire diffusé en prime time, par exemple à l'heure des actualités du soir, recevra plus d'argent que si le même spot est diffusé à 15h00 de l'après-midi. De plus, la différence de traitement en défaveur des compositeurs de musique de films non-publicitaires est encore accentuée par la suppression de l'attribution à la classe 1C (télévision sans publicité).

Le texte du nouveau règlement, avec référence à la décision d'approbation de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle, est également publié dans la Feuille officielle suisse du Commerce (FOSC).

## Correction des répartitions 2004 à 2007

Les règles de répartition pour cette période ayant été déclarées inadmissibles par le Tribunal fédéral, SUISA a dû corriger ses décomptes antérieurs en appliquant les dernières règles approuvées sans recours dans le domaine de la publicité à la télévision, à savoir celles qui régissaient la répartition des droits d'émission du tarif R valable jusqu'à fin 2002, qui ont encore été appliquées en 2003. Le règlement de répartition en vigueur à l'époque avait la teneur suivante:

### 4.2.2 Classes de répartition 1E et 1F

#### (Emissions publicitaires dans les programmes de télévision de la SSR)

*La répartition s'effectue par film publicitaire.*

### 5.4 Affectation des recettes aux différentes classes de répartition

R	Publicité télévisée	15 %	1 C, 1D	(télévision sans publicité)
		85 %	1 E, 1F	(publicité à la télévision)

On tenait alors compte du prix du temps d'antenne facturé par Publi-suisse et de la durée de la musique utilisée par rapport à la durée totale de chaque spot, ce qui correspond au sens de la nouvelle répartition décidée dès 2008 et aux principes dégagés par le Tribunal fédéral.

Les corrections des répartitions des années passées sont également comprises dans le décompte adressé le 4 décembre 2008, avec notamment un comparatif des montants répartis selon les règles de répartition annulées et des montants calculés selon les règles appliquées pour la répartition du tarif R.

Ces corrections ont tenu compte du fait que 15% des recettes du tarif W avaient déjà été attribuées à la classe de répartition 1C, ce qui était prévu par l'ancien règlement concernant le tarif R (ch. 5.4 Affectation des recettes aux différentes classes de répartition) et ce qui, au demeurant, n'était contesté par personne.

Pour l'année de répartition 2004 spécialement, les montants perçus au titre du tarif W avaient été répartis aux membres SUISA et sociétés-sœurs étrangères sans réserve. A l'exception des sept recourants, aucun membre n'a attaqué cette répartition dans les délais prévus par le règlement. Un décompte rectificatif n'a donc été adressé qu'aux sept recourants ayant obtenu gain de cause devant le Tribunal fédéral. SUISA a financé cette correction par prélèvement sur des provisions qui avaient été créées en raison des recours déjà mentionnés. Ainsi, on a pu éviter de réclamer un remboursement aux milliers d'ayants droit ayant bénéficié de versements trop élevés en 2004.

Pour les années de répartition 2005 à 2007, les montants à disposition dans la classe de répartition 1E avaient été répartis avec une réserve à l'égard des membres de SUISA. Les répartitions aux sociétés étrangères avaient été provisoirement bloquées. L'allocation de 15% à la classe de répartition 1C était prévue par l'ancien règlement concernant le tarif R et n'a donc pas dû être revue. A l'intérieur de la classe de répartition 1E, les décomptes ont été refaits en tenant compte pour le reste de la décision du Tribunal fédéral et des règles concernant la répartition des montants perçus selon le tarif R.

Pour toutes questions complémentaires au sujet des décomptes, nos collaborateurs, Monsieur Lysander Gelewski et Monsieur Eric Mermod se tiennent à votre disposition.

E-mail: [lysander.gelewski@suisa.ch](mailto:lysander.gelewski@suisa.ch)

tél: +41 21 614 32 35

E-mail: [eric.mermod@suisa.ch](mailto:eric.mermod@suisa.ch)

tél: +41 21 614 32 26



## EVİ ALLEMANN, NOUVELLE PRÉSIDENTE DE SWISS MUSIC EXPORT

Anita Fetz se retire après six années à la présidence de Swiss Music Export (SME). Sa succession est assurée dès le 1<sup>er</sup> janvier 2009 par Evi Allemann. La conseillère nationale, âgée de 30 ans (PS, Berne), a une formation de juriste et est membre de la Commission de politique extérieure (CPE) et de la Commission de la politique de sécurité (CPS) du Conseil national. «L'exportation de musique suisse ne doit pas seulement être soutenue pour des raisons culturelles, mais également en raison de considérations d'ordre économique. Il ne faut pas oublier que l'industrie de la culture représente une branche importante de l'économie. Nous allons donc essayer de trouver de nouveaux partenaires pour Swiss Music Export en tant qu'institution», a déclaré la nouvelle présidente Evi Allemann.

Swiss Music Export (SME) est constitué de six organisations: Pro Helvetia, Pour-cent culturel Migros, Fondation SUISA pour la musique, Fondation CMA, Fonds des producteurs phonographiques et Fondation Suisse des Artistes Interprètes ou Exécuteurs. SME soutient les créateurs musicaux suisses dans leurs démarches visant à prendre pied à l'étranger; cela peut se faire par une présence lors de salons ou de festivals, par du Networking ou par une aide financière directe à l'exportation.



## SABINE JONES NOMMÉE DIRECTRICE DE SWISSPERFORM

Madame Yvonne Burckhardt, dr. en droit, a participé au développement de SWISSPERFORM depuis sa création il y a 15 ans, et a également dirigé la société. Elle a pris sa retraite à fin janvier 2009. Pour lui succéder, le comité directeur de SWISSPERFORM a nommé Madame Sabine Jones. Cette décision a été prise en été 2008 déjà, à l'unanimité.

Sabine Jones est une spécialiste reconnue du commerce musical et des questions de droits d'auteur. Entre 1993 et 2002, elle a travaillé auprès des sociétés GEMA en Allemagne et PRS en Grande-Bretagne en tant que responsable des domaines auteurs et éditeurs. Durant cette période, elle a eu de nombreux contacts avec SUISA. Elle a ensuite été pendant quatre ans Directrice de la société de gestion PAMRA. Les expériences accumulées en Grande-Bretagne dans le domaine des droits voisins lui seront très utiles pour exercer sa nouvelle activité auprès de SWISSPERFORM.



## NOUVEAUX CHEFS DE DIVISIONS EN RAISON DE DÉPARTS À LA RETRAITE

Monique Stöckli, Cheffe de la division Membres éditeurs (à gauche), prendra sa retraite en mars 2009, après 24 années de travail à SUISA. Les divisions Membres éditeurs et Membres auteurs seront réunies et placées sous la responsabilité de Poto Wegener (à droite). Roman Varisco devient Chef du groupe «Éditeurs» et interlocuteur direct pour les éditeurs; il a déjà travaillé durant huit ans pour la division Membres auteurs de SUISA.

Laico H. Burkhalter, qui est depuis dix ans Chef de la division Droits de reproduction et droits à rémunération, partira à la retraite à la fin du mois d'avril 2009. Fabian Wigger sera le nouvel interlocuteur pour les clients concernés par les droits de reproduction. Fabian Wigger était jusqu'à peu assistant à la Faculté de droit de l'Université de Zurich et terminera cette année sa thèse de doctorat en droit des biens immatériels.

La Direction de SUISA remercie sincèrement Monique Stöckli et Laico Burkhalter d'avoir contribué au succès et à la croissance de SUISA et leur souhaite une heureuse retraite.

### **Demandez qu'on vous envoie SUISA info par E-mail!**

Recevez-vous actuellement le magazine des membres SUISA info par la poste? Si vous le souhaitez, vous pouvez choisir l'option fichier PDF, ou télécharger la publication depuis votre ordinateur. Afin que nous puissions vous informer de manière bien ciblée à l'avenir, nous vous prions de sélectionner votre mode de transmission préféré sous [www.suisa.ch/fr/suisa-info/](http://www.suisa.ch/fr/suisa-info/).



## PRIX MUSICAL DE RHEINGAU 2008 REMIS À HEINZ HOLLIGER

Heinz Holliger, compositeur, hautboïste et chef d'orchestre a reçu à la fin août 2008 le Prix musical de Rheingau 2008. Cette distinction, accompagnée d'une somme de 10 000 euros, était attribuée pour la 15<sup>e</sup> fois.

La remise de cette récompense par le jury du Prix musical de Rheingau est une reconnaissance des mérites de Heinz Holliger dans le monde musical contemporain, et de ses talents de compositeur. Le jury motive sa décision de la façon suivante: «En distinguant Heinz Holliger, le Rheingau Musik Festival distingue un compositeur de renommée internationale, un chef d'orchestre et un interprète d'une admirable originalité. En tant qu'hautboïste mondialement connu, il fait preuve d'une virtuosité sensible et a ouvert de nouveaux horizons du point de vue de la technique de jeu. Son travail de direction auprès des meilleurs orchestres internationaux a montré qu'il disposait d'une connaissance approfondie des œuvres et d'une précision technique irréprochable. En tant que compositeur, il suit un chemin résolu, au-delà de toute école. Dans ses œuvres principales, il cherche avec constance à élucider le mystère de la mise en danger permanente de toute existence humaine et de tout esprit humain.» Heinz Holliger est membre de SUISA depuis 1961.

### Association jeunesse+musique

## ENCOURAGEMENT DE LA PRATIQUE DE LA MUSIQUE CHEZ LES ENFANTS ET LES JEUNES

Estimez-vous important que les enfants et les jeunes fassent de la musique? Dans ce cas, pas d'hésitation, adhérez à «jeunesse+musique»! Cette association fondée en 1999 soutient des projets nationaux de promotion de la relève musicale en Suisse. Mais une telle promotion demande des moyens, et l'argent manque. Ainsi, en 2008, une somme de 25 000 francs seulement a pu être attribuée pour soutenir les projets de l'association. Si l'on compare cela aux 60 millions de francs de subventions accordés à Jeunesse+Sport, on constate que la promotion de la musique manque cruellement de souffle.

En tant que membre de l'association jeunesse+musique, vous apporterez une contribution importante à l'encouragement de la pratique de la musique par les jeunes en Suisse. La cotisation annuelle de soutien est de 60 francs. Par votre adhésion, vous aiderez également l'association à s'agrandir et ainsi à accroître son poids face au monde politique et aux autorités. Pour vous inscrire et pour obtenir davantage d'informations:

[www.jugendundmusik.ch](http://www.jugendundmusik.ch).



## PRIX ALBERIK ZWYSSIG: CONCOURS DE COMPOSITION POUR MUSIQUE VOCALE À CARACTÈRE SACRÉ

La Fondation Zwysighaus célèbre la mémoire du créateur du Cantique suisse, le Père Alberik Zwysig, et celle de Leonhard Widmer. Elle lance un concours de composition avec des prix d'une valeur de 12 000 francs en tout. Parmi d'autres, les conditions ci-après concernant le compositeur et l'œuvre doivent être remplies :

- Personne de nationalité suisse ou au bénéfice d'une autorisation d'établissement en Suisse
- Œuvre composée pour un chœur mixte dans un esprit populaire
- Œuvre basée sur un texte à caractère sacré écrit dans l'une des quatre langues nationales
- Durée d'exécution entre sept et douze minutes
- Dernier délai d'envoi: 31 décembre 2009

Vous pouvez obtenir les conditions détaillées du concours de composition à l'adresse suivante: Fondation Zwysighaus, Prix Alberik Zwysig, Postfach, 6466 Bauen, ou sous [www.suisa.ch](http://www.suisa.ch).

## COMPOSITEURS DE MUSIQUE POUR BIG BAND, À VOUS PLUMES!

Le Zurich Jazz Orchestra met au concours un Prix de composition pour œuvres pour big band. Sont demandées des compositions originales pour big band de 17 musiciens qui n'ont jamais été publiées sur support sonore et qui n'ont pas été envoyées pour d'autres concours. Le jury est composé de Rainer Tempel, Frank Sikora et George Gruntz. Les cinq meilleures œuvres seront étudiées et répétées, puis présentées fin 2009 au Moods de Zurich, lors d'une finale. Dernier délai d'envoi: 30 septembre 2009.

La mise au concours sera publiée dès le 15 mars 2009 sur [www.zjo.ch](http://www.zjo.ch).

## Décès du pianiste de jazz Géo Voumard

(2. 12. 1920 – 3. 9. 2008)

Eric Mermod

Géo Voumard est décédé le 3 septembre 2008 à l'âge de 87 ans. Enfant d'une famille d'horlogers jurassiens, Géo Voumard a étudié la musique dans sa famille et suivi des études d'architecture au Technicum de Bienne. Il se produisit en public dès l'âge de seize ans. En 1944, il devint le pianiste-arrangeur du grand orchestre d'Hazy Osterwald et entama des collaborations avec les radios du pays. Il fonda son propre trio en 1948 et mena plusieurs tournées en Suisse et en Europe. Radio Lausanne, qui deviendra Radio Suisse Romande (RSR), l'engagea en 1952 en qualité de pianiste, accompagnateur et compositeur. En 1966, il a été nommé responsable du secteur «variétés, divertissement, animation et jazz». En 1969, il devint chef du département animation et divertissement. Il occupa cette fonction jusqu'en 1983.

En 1956, il remporta le 1<sup>er</sup> Grand prix eurovision de la chanson en tant que co-auteur avec Emile Gardaz, décédé en décembre dernier, de la chanson «Refrain», interprétée par la chanteuse suisse Lys Assia. En 1967, il fonda avec Claude Nobs et René Langel, le Montreux Jazz Festival. Après son départ de la RSR, Géo Voumard s'était installé en France, en Provence, où il avait repris son métier d'architecte. Il était retourné en Suisse pour les dernières années de sa vie.

## Ruedi Rymann

(31. 1. 1933 – 10. 9. 2008)

Ernst Meier

Il a connu un succès phénoménal avec ses interprétations du fameux «Schacher Seppli» et du titre «der Gemsjäger» qui lui ont valu deux disques d'or. 2007 a été pour lui l'année de la consécration: «Schacher Seppli» a été désigné plus grand succès suisse 2007 par la Télévision suisse alémanique. En outre, il a reçu le Prix obwaldien de la culture en signe de reconnaissance pour son apport à la culture populaire suisse. Cette distinction est attribuée tous les 3-4 ans.

Ruedi Rymann est né à Sarnen et a grandi à Giswil, où il a tôt fait de fonder un Club de yodel. Entre 1960 et 1997, il a été garde-chasse au service du canton. Cet environnement montagneux fut propice à la naissance de nombreux yodels et autres «juiz». Sa technique de chant, qui lui permettait d'allier aisance et beauté mélodique dans tous les registres, lui a permis de jouir de la plus grande reconnaissance au sein des cercles de yodleurs. Preuve en est le grand nombre de sociétés où il a été admis comme membre d'honneur.

Nous rendons hommage à Ruedi Rymann, personnalité attachante mêlant espièglerie, sens de l'humour et rayonnement naturel. Sa capacité à s'enthousiasmer était contagieuse, et elle a incité bien des jeunes à perpétuer sa conception de la tradition du yodel.

# COMMENT OBTENIR DES REDEVANCES EN CAS DE CONCERTS EN ALLEMAGNE?

.....  
Erika Hunziker/Roman Varisco



Michael von der Heide lors d'un concert au Club berlinois NBI.

La société allemande GEMA propose deux procédures de décompte pour les concerts. Si l'on veut obtenir un maximum de redevances lorsque des œuvres sont exécutées en Allemagne, il peut être utile de connaître quelques éléments en ce domaine.

La société GEMA prévoit deux procédures de décompte distinctes: d'une part la procédure «PRO», en cas d'encaissement forfaitaire et de manifestations avec des recettes brutes de moins de 750 euros et, d'autre part, le décompte individuel net (également appelé décompte direct) pour les manifestations dans le domaine de la musique de variétés, lorsque les recettes brutes GEMA (encaissement des redevances de droits d'auteur) sont supérieures à 750 euros par événement. Il s'agit d'une nouveauté puisque,

jusqu'à fin 2008, une limite de décompte de 1022,58 euros s'appliquait.

Nous présentons ci-après les différences entre ces procédures de décompte GEMA.

## La procédure PRO

Ce type de procédure est appliqué lorsque les clients de GEMA organisent durant toute l'année des concerts dans un grand nombre de régions d'Allemagne. Elle s'applique également dans le cas de concerts dans des clubs, si les recettes brutes de GEMA sont inférieures à 750 euros par concert.

Pour un décompte selon la procédure PRO, on établit tout d'abord le nombre d'exécutions d'une œuvre sur la base des programmes reçus. Dans un deuxième temps, les exécutions qui ne sont pas présentées sur un programme sont prises en considération. Actuellement, GEMA utilise un



## Les auteurs suisses sont en principe gagnants avec le décompte individuel net de la GEMA.

facteur 1 à 7 (exécutions avec programme vs exécutions sans programme). Ce facteur PRO, important dans cette procédure, est en outre influencé par la répartition des lieux d'exécution dans les douze zones administratives GEMA et par la répartition des concerts sur les mois de l'année. Dans ce contexte, il est préférable pour l'auteur que son répertoire soit exécuté de manière répartie sur l'année, et avec une répartition géographique sur un maximum de régions d'Allemagne.

Vous pouvez obtenir davantage d'explications sur la procédure PRO en consultant le plan de répartition GEMA.

[www.gema.de/urheber/finanzen/der-aktuelle-verteilungsplan/](http://www.gema.de/urheber/finanzen/der-aktuelle-verteilungsplan/)

### Décompte individuel net

En cas de décompte individuel net, GEMA répartit entièrement ses recettes nettes liées à un concert sur les œuvres exécutées, cela après déduction des frais administratifs et des 10% à des fins sociales et culturelles. Le décompte individuel net est automatiquement appliqué aux manifestations du domaine de la musique de variétés avec recettes brutes (encaissement) de plus de 750 euros. Néanmoins, ce type de décompte peut également être demandé pour les cas où une manifestation dégage des recettes brutes GEMA de moins de 750 euros. En cas de concerts avec un groupe principal et un groupe en première partie, le décompte individuel net s'applique uniquement au programme du groupe principal. Le groupe qui se produit en première partie ne peut pas demander un décompte individuel net.

### Conditions pour un décompte individuel net

Si, lors d'une manifestation isolée, les recettes brutes de GEMA sont de moins de 750 euros, les ayants-droit peuvent faire une demande de décompte individuel net aux conditions suivantes:

1. Le programme contient au moins 80% d'œuvres de l'ayant-droit/des ayants-droit faisant la demande.
2. Aucun autre groupe ne s'est produit durant cette soirée.
3. L'organisateur confirme que le programme est complet, au moyen du formulaire GEMA idoine «Musikfolge für eine Einzelveranstaltung bei Netto-Einzelverrechnung». ([www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/](http://www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/))
4. La demande de décompte individuel net est faite par tous les ayants-droit ensemble, c'est-à-dire que tous les co-auteurs et les éditeurs signent la demande. ([www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/](http://www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/))
5. La demande parvient à la GEMA dans un délai de trois mois après la manifestation.

### En résumé

Il n'est pas possible de dire de manière générale quelle est la procédure la plus rentable pour un auteur entre la procédure PRO ou le décompte individuel net. Il faut voir au cas par cas.

Les auteurs suisses sont en principe gagnants avec le décompte individuel net si leurs œuvres sont exécutées durant une année un nombre limité de fois en Alle-

magne. Si toutes les conditions sont remplies pour un décompte individuel net, la société GEMA répartit ses recettes directement sur les œuvres exécutées (après déduction du taux de frais administratifs, variable d'année en année, et des 10% à des fins sociales et culturelles).

Nous conseillons donc de clarifier si l'événement va dégager plus de 750 euros ou moins de 750 euros de redevances de droits d'auteurs et si les conditions pour un décompte individuel automatique par œuvre sont remplies ou non. Si la redevance de GEMA est inférieure à 750 euros, il est conseillé de remplir les formulaires de demande de décompte individuel net, et de les faire parvenir dans les délais à GEMA.

### NOTA BENE

Pour certains types de manifestations, c'est automatiquement le décompte individuel net qui s'applique si toutes les conditions relatives au décompte sont remplies. C'est le cas par exemple lors d'improvisations ou en cas de concerts dans des écoles, des universités ou d'autres établissements de formation. Le plan de répartition GEMA contient des indications détaillées sur d'autres types d'exécution.

# TAXE SUR LES TÉLÉPHONES PORTABLES MUSICAUX? NON, RÉMUNÉRATION DES AUTEURS!

Martin Wüthrich

SUISA demande qu'une redevance soit prélevée sur les téléphones portables musicaux. Des représentants de cette branche s'y opposent fermement. Il faut à nouveau s'attendre à des critiques dans les médias. Optimisation des rendements sur le dos des créateurs? Nous ne sommes pas d'accord!

Actuellement, une redevance sur les téléphones portables musicaux est demandée ou discutée dans de nombreux pays européens. Partout on constate un élément commun: les consommateurs ont le droit de copier des œuvres (musicales) à des fins privées. En contrepartie, une redevance est prélevée sur les supports vierges (CD, DVD ou disques durs) qui servent à l'enregistrement des œuvres. Ce système est transparent et juste; il a d'ailleurs fait ses preuves. Il préserve

Les faits sont là: en Suisse, tout le monde a la possibilité, après avoir acheté une œuvre musicale, de la copier pour sa famille ou ses amis proches. Mais les compositeurs, paroliers et éditeurs doivent être indemnisés pour leur travail. Il est vrai également que les supports utilisés pour l'enregistrement et la copie de musique connaissent une évolution rapide, et que des nouveautés arrivent sur le marché en permanence. On constate d'ailleurs que ces appareils, redevance sur les supports vierges comprise, deviennent de moins en moins chers avec, parallèlement, une augmentation des volumes de mémoire. Le taux de frais d'administration pour ce tarif est de 10% et il est juste que SUISA étende la redevance aux nouveaux médias pour remplir sérieusement son mandat au service des auteurs.

## Le cas iPod versus iPhone

L'exemple de l'iPhone est évocateur. Depuis près d'une année et demi, SUISA perçoit enfin une redevance sur les mémoires des iPods et appareils similaires, ceci conformément à une décision du Tribunal fédéral. Pourtant, entre-temps, l'iPhone est arrivé sur le marché; en fait, l'iPhone ne se distingue de l'iPod «Touch» que par le fait qu'il peut être utilisé pour téléphoner, et que l'on peut donc se passer d'un téléphone portable séparé. Plus de 200 000 iPhones ont déjà été vendus en Suisse. Des études l'ont démontré: l'iPhone tend à remplacer l'iPod en tant que «discothèque portable» – il n'y a donc plus de raison de se procurer un autre appareil pour écouter de la musique. La personne qui achète un téléphone

portable musical a donc, pourrait-on dire, le beurre et l'argent du beurre. D'autres fabricants, tels que Nokia et Sony Ericsson, se sont engouffrés dans la brèche et leurs publicités présentent souvent les nouveaux produits comme de purs lecteurs de musique avec lesquels il est possible, accessoirement, de téléphoner.

## Optimisation des marges sur le dos des créateurs

Il faut se rendre à l'évidence: si l'industrie – et en particulier les importateurs de téléphones – refuse de traiter de façon identique les téléphones portables et les iPods, c'est uniquement dans le but d'optimiser ses marges en cherchant à retarder la mise en vigueur du tarif. Et, une fois de plus, les perdants sont ceux qui, au fond, permettent l'existence même des affaires dans le domaine de l'électronique de divertissement: sans musique, il n'y aurait pas besoin de téléphones portables musicaux et, sans auteurs, personne ne pourrait faire de profit avec des iPods ou autres iPhones. Quelques données chiffrées pour terminer: pour les téléphones portables musicaux, le tarif proposé est de 80 centimes par gigaoctet (GO). Ainsi, pour un iPhone comprenant une mémoire de 8 GO, avec un prix de vente de 839 francs (sans abonnement), la redevance serait de 6,40 francs. En d'autres termes, 0,75% du montant payé par le consommateur reviendrait à celles et ceux qui, grâce à leur travail, permettent la demande en matière de téléphones portables musicaux. Nous estimons que la musique que nous aimons écouter mérite bien cela. ■

Je suis un iPhone.

Je suis un iPod Touch.

la sphère privée des consommateurs et permet, à des coûts faibles, de garantir une compensation financière aux titulaires des droits. Tout cela semble logique.

Pourtant, dès qu'une redevance touche une couche large de population, ou certaines sphères (économiques), des protestations se font entendre. Le consommateur serait-ils «tondu», entend-on ça et là, en payant pour quelque chose qu'il n'utiliserait pas. En est-il vraiment ainsi?

# DATES

## LE POPKOMM 2009 S'INSTALLE AU CŒUR DE BERLIN

Le Popkomm emménage au cœur de Berlin, dans les halles de l'ancien dépôt postal «Station Berlin», à proximité de la Potsdamer Platz. Le Popkomm sentira ainsi battre le cœur de la ville et sera tout proche de la «Kulturbrauerei», centre du Festival Popkomm.

### Exposer au Popkomm

En collaboration avec IFPI Suisse, SUISA et la Fondation SUISA pour la musique offrent aux éditeurs et producteurs de musique suisses la possibilité de participer au Popkomm en tant qu'exposants à des tarifs préférentiels. Vous obtiendrez tous les renseignements utiles ainsi que les documents d'inscription auprès de:

Claudia Kempf, tél: 044 485 65 25, E-mail [claudia.kempf@suisa.ch](mailto:claudia.kempf@suisa.ch).

### Festival Popkomm – des places à prendre

Groupes, musiciens, labels, éditeurs, managers, agents et autres associations peuvent faire acte de candidature pour le festival, électroniquement via Sonicbids. Le Popkomm n'a pas de ligne clairement définie concernant les styles musicaux. Les candidatures peuvent être envoyées jusqu'au 17 mai 2009. Des informations sur le programme, les clubs, les candidatures et les partenaires peuvent être obtenues auprès de Dirk Schade, Festival Manager, E-mail: [d.schade@messe-berlin.de](mailto:d.schade@messe-berlin.de)

Popkomm, Berlin: 16.-18.9.2009 [www.popkomm.de](http://www.popkomm.de)

## WOMEX 2009 POUR LA PREMIÈRE FOIS À COPENHAGUE

Le Womex est le salon des spécialistes pour les musiques du monde, folk, traditionnelles et ethniques. Tous les trois ans, le Womex s'installe dans une nouvelle ville: cette année, il aura lieu pour la première fois à Copenhague, au Danemark.

### Présentez-vous lors du Womex

La Fondation SUISA pour la musique et Pro Helvetia organisent à nouveau un stand collectif suisse. Etes-vous intéressé à participer à cet événement? Adressez-vous à Claudia Kempf, tél: 044 485 65 25, [claudia.kempf@suisa.ch](mailto:claudia.kempf@suisa.ch).

Vous n'avez pas la possibilité de vous rendre à Copenhague pour le Womex? Envoyez-nous votre matériel de promotion. Nous le mettrons à la disposition des visiteurs.

### Showcases Womex – envoyez votre dossier!

Sur le site Internet du Womex, vous trouverez des informations sur la procédure de sélection. Formulaire d'inscription et extraits musicaux doivent être envoyés au jury du Womex jusqu'au 17 avril 2009.

Womex, Copenhague: 28.10.-1.11.2009 [www.womex.com](http://www.womex.com)

## DATES IMPORTANTES

26.-28.3.2009	m4music, Zurich	20.6.2009	Assemblée générale de SUISA, Berne
1.-4.4.2009	Salon de la Musique, Francfort	16.-18.9.2009	Popkomm, Berlin
23.-26.4.2009	Jazzahead, Brême	28.10.-1.11.2009	Womex Copenhague
		24.-27.1.2010	Midem, Cannes

## DATES DE DÉCOMPTE 2009

### début avril

- Décompte rectificatif 2009 (1<sup>re</sup> partie)
- Droits d'exécution et droits d'émission de l'étranger 2009, (1<sup>re</sup> partie)

### fin mai

- Droits de reproduction 2009 (1<sup>re</sup> partie)
- Boîtes à musique, supports sonores et audiovisuels
- Cassettes vidéo, utilisations en ligne (tarifs PA, PI, PN, VI, VM, VN)
- Droits de reproduction de l'étranger 2009, (1<sup>re</sup> partie)

### 10 juin 2009

- Décompte principal 2009 Droits d'exécution, d'émission et R/TV (SSR, 1<sup>re</sup> partie)

### fin juin

- Licences centralisées 2009 (1<sup>re</sup> partie)

### 3 juillet 2009

- Prévoyance des éditeurs y c. décompte principal 2009

### 10 juillet 2009

- Rentes des auteurs

### mi-septembre

- Droits d'exécution et droits d'émission de l'étranger 2009 (2<sup>e</sup> partie)

### fin septembre

- Droits d'exécution supports audiovisuels 2009 (tarifs T/Y)
- Décompte rectificatif 2009 (2<sup>e</sup> partie)

### mi-octobre

- Droits de reproduction 2009 (2<sup>e</sup> partie) Boîtes à musique, supports sonores et audiovisuels Cassettes vidéo, utilisations en ligne (tarifs PA, PI, PN, VI, VM, VN)

### fin octobre

- Redevance sur les supports vierges (TC 4) 2009
- Droits d'exécution et droits d'émission de l'étranger 2009 (2<sup>e</sup> partie)

### mi-novembre

- Licences centralisées 2009 (2<sup>e</sup> partie)

### fin novembre

- Licences centralisées 2009 2<sup>e</sup> partie

### mi-décembre

- Droits d'émission et droits R/TV SSR y c. film (2<sup>e</sup> partie)