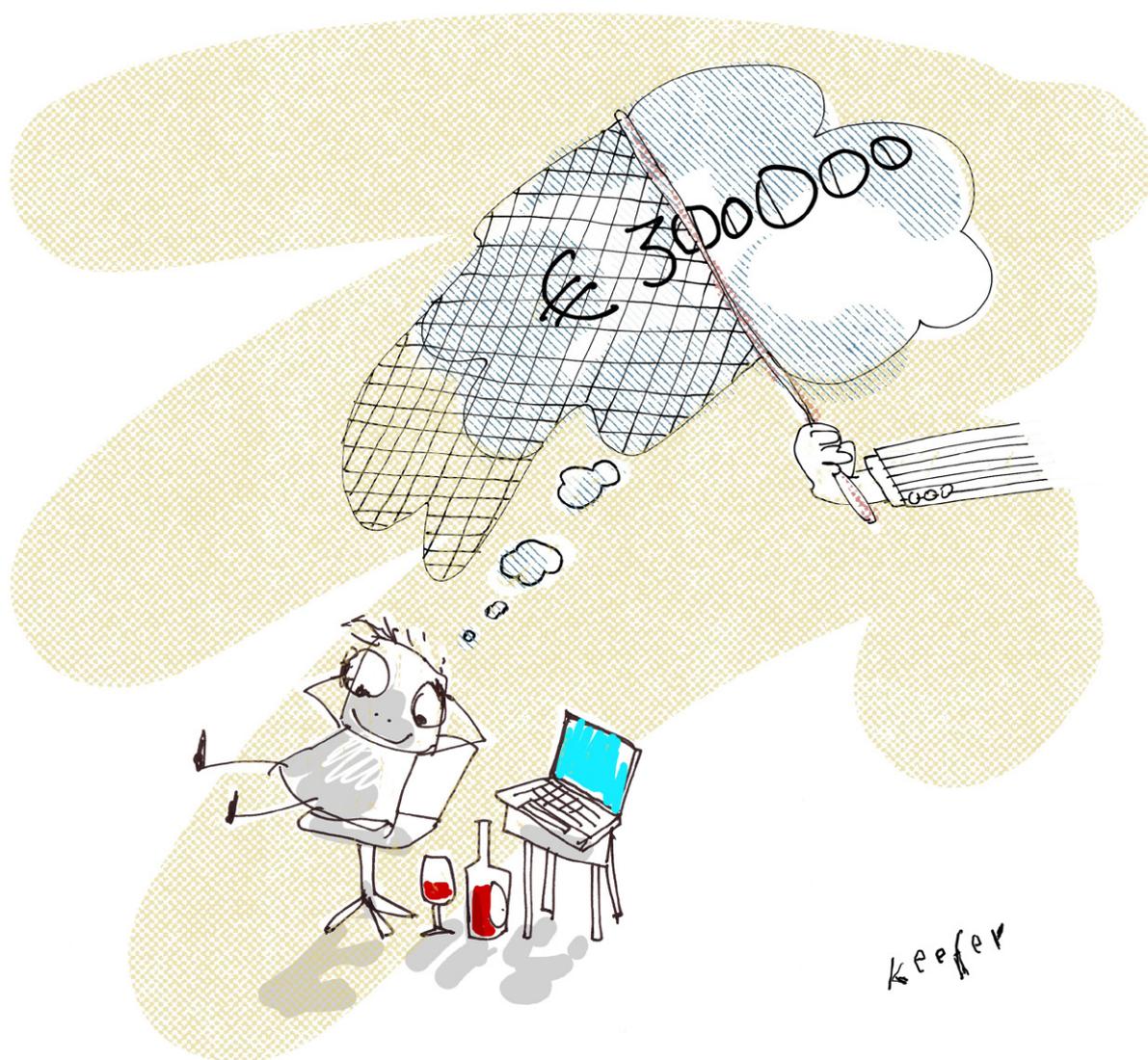


Le travail numérique dans le secteur des médias, des arts et du divertissement : Défis et Opportunités



Avec le soutien financier de la Commission européenne



Étude qualitative et exploratoire réalisée par TWIID et Doenker



Commandée par la FIA, la FEJ, la FIM et UNI Europa

European group of the International Federation of Actors, FIA

European Federation of Journalists, EFJ

International Federation of Musicians, FIM

UNI Europa - UNI Global Union (Media, Entertainment & Arts)

Le contenu du présent rapport ne reflète pas la position officielle de l'Union européenne.
Les informations et les opinions qui y sont présentées relèvent de l'entière responsabilité
des auteurs.

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source.

PRÉFACE

Ces dernières années, le secteur des médias, des arts et du divertissement a connu une évolution significative vers la numérisation, et la pandémie de COVID-19 a encore accru cette tendance. Comme certaines parties du secteur créatif se virtualisent de plus en plus et que le travail migre de plus en plus vers la sphère numérique, il est devenu plus difficile de protéger les droits, les conditions de travail et les intérêts des travailleurs atypiques de ce domaine. De nouveaux défis et de nouvelles opportunités se présentent donc aux syndicats, notamment en termes de protection et de défense des droits des travailleurs atypiques. L'essor des outils de travail et plateformes numériques a également mis en évidence la nécessité pour les syndicats de s'adapter, de réévaluer et de garder une longueur d'avance.

Pour aborder ces dynamiques changeantes, ainsi que les défis et les opportunités qui y sont associés, la Fédération internationale des acteurs (FIA), ainsi que ses partenaires de projet de la FIM, d'UNI MEI et de la FEJ, ont commandé une étude qualitative et exploratoire intitulée « Renforcer le dialogue social et la liberté d'association : Recruter et représenter les travailleurs atypiques dans le secteur des médias, des arts et du divertissement ». L'étude a été réalisée par Twee-eiige Drieling (TWIID) et Doenker, sur la base d'un appel à candidatures lancé en octobre 2021. Les principales tâches de TWIID et de Doenker étaient les suivantes :

- Entreprendre des recherches documentaires pour cartographier les modèles économiques sous-jacents et les outils les plus couramment utilisés (ainsi que leurs avantages et inconvénients respectifs) pour le développement de contenu en ligne (musique, audiovisuel et médias), en mettant l'accent sur les outils nouveaux ou établis porteurs d'une éthique équitable ;
- Mener des entretiens avec une palette de syndicats nationaux afin d'identifier les bonnes pratiques de travail numérique, y compris les conventions collectives pour le travail en ligne ou d'autres approches qui permettent aux membres de tirer le meilleur parti des opportunités numériques ;
- Assister le groupe de pilotage du projet et participer à ses réunions si nécessaire pour soutenir le développement du concept et du programme de l'événement d'un jour organisé en 2022 sur ce thème ;
- Assister et participer activement à l'événement d'un jour sur ce thème et donner une présentation détaillée des recherches menées ;
- Élaborer l'étude numérique sur le travail ;
- Finaliser le projet en tenant compte des discussions de la journée et le soumettre au groupe de pilotage.

Cette étude qualitative et exploratoire a été menée sur une période de 18 mois à partir de janvier 2022, avec une recherche documentaire comme point de départ. Ce document a été présenté à des tables rondes composées de différents représentants syndicaux, dans le but de définir le champ d'application de la recherche et du briefing, dans les limites du temps et du budget impartis. Des expériences ont également été rassemblées sur le travail de plaidoyer de différents syndicats et sur les outils développés pour le streaming et le live-streaming pendant la pandémie de Covid-19. Étant donné que cette étude porte également sur les défis et les opportunités auxquels les artistes et les travailleurs culturels sont confrontés, des entretiens semi-structurés et ouverts ont été menés avec un nombre limité de répondants de juin à août 2022, dans le but d'obtenir les perspectives de créateurs et d'artistes travaillant dans la sphère numérique.

L'étude a débouché sur un événement d'un jour intitulé « Modèles numériques et travail décent pour les créateurs », qui s'est tenu le 2 décembre 2022 lors de la VR-days Immersive Tech WEEK à Rotterdam. D'autres expériences d'artistes, d'intermédiaires et de syndicats ont été rassemblées et présentées, ainsi que les développements au niveau politique.

Cette étude qualitative et exploratoire vise à donner une vue d'ensemble de l'évolution rapide du paysage du secteur, à dégager les bonnes pratiques et les expériences et à identifier des approches permettant aux syndicats de relever les défis propres aux travailleurs atypiques et économiquement dépendants dans le secteur des arts, des médias et du divertissement.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| PRÉFACE | 3 |
| TABLE DES MATIÈRES | 5 |
| PROCESSUS DE RECHERCHE | 7 |
| Recherche documentaire | 7 |
| Tables rondes | 8 |
| Interviews ouvertes semi-structurées | 9 |
| Discussions de groupe | 10 |
| Analyse et conclusions | 11 |
| RECHERCHE DOCUMENTAIRE | 12 |
| INTRODUCTION | 12 |
| TENDANCES ET DÉVELOPPEMENTS | 12 |
| La complexité et l'importance croissantes de la propriété intellectuelle | 12 |
| L'échec des droits du travail dans le domaine numérique | 13 |
| Les concepts de propriété évoluent | 14 |
| Un nombre croissant de modèles de revenus (numériques) différents | 15 |
| DES THÈMES AU-DELÀ DES TENDANCES | 16 |
| Dépendance économique et pouvoir de négociation | 16 |
| Besoin de flexibilité et de capacité d'adaptation | 17 |
| Manque de transparence et insécurité | 17 |
| Cumul d'emplois / modèles de carrière révisés | 18 |
| Des flux de revenus multiples | 20 |
| CONCLUSION | 22 |
| CE QUE DISENT LES TRAVAILLEURS NUMÉRIQUES | 23 |
| INTRODUCTION | 23 |
| DÉPENDANCE ÉCONOMIQUE ET POUVOIR DE NÉGOCIATION | 23 |
| Mieux vaut ne rien gagner que d'être invisible | 23 |
| Qui vous oblige doit vous payer | 24 |
| L'installation d'une culture libre ne conduit pas à la volonté de payer | 24 |
| Difficile de rivaliser avec les amateurs | 24 |
| La négociation collective fait la différence | 25 |
| BESOIN DE FLEXIBILITÉ ET DE CAPACITÉ D'ADAPTATION | 26 |
| Brancher et prier | 26 |
| Dépassés par la technologie | 26 |
| MANQUE DE TRANSPARENCE ET INSÉCURITÉ | 27 |
| Quand l'IA vous prend le contrôle | 27 |
| CUMUL D'EMPLOIS / MODÈLES DE CARRIÈRE RÉVISÉS | 27 |

| | |
|--|----|
| DES FLUX DE REVENUS MULTIPLES | 29 |
| Témoignages | 29 |
| Ne pas pouvoir se permettre d'être gratuits | 30 |
| Se faire payer en cadeaux qui filent sur eBay | 30 |
| Tenir compte du talent dans la fixation des prix et payer à l'avance | 31 |
| CONCLUSIONS | 31 |
| CE QUE FONT LES SYNDICATS | 32 |
| INTRODUCTION | 32 |
| LE POUVOIR DE NÉGOCIATION COLLECTIVE | 32 |
| LES TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS | 34 |
| PLAIDOYER POUR UNE GESTION ÉQUITABLE DES DROITS (OGC VERSUS PLAIDOYER VERSUS CONVENTIONS COLLECTIVES) | 36 |
| L'INFORMATION ET LES OUTILS | 40 |
| LE TRAVAIL POLITIQUE (AU NIVEAU SUPRANATIONAL) | 42 |
| INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION | 43 |
| CONCLUSIONS | 45 |
| ENTRE RÊVE ET RÉALITÉ | 45 |
| LA PRÉCARITÉ TELLE QUE NOUS LA CONNAISSONS, AVEC DES NIVEAUX DE COMPLEXITÉ SUPPLÉMENTAIRES | 46 |
| LE RÔLE DES SYNDICATS PAR RAPPORT AUX QUESTIONS URGENTES DANS LES SECTEURS | 47 |
| Le syndicat de qui ? | 47 |
| Le savoir de qui ? | 48 |
| LA NÉCESSITÉ DE NOUVELLES DÉFINITIONS (JURIDIQUES) | 49 |
| RECOMMANDATIONS | 50 |
| FORCES, OPPORTUNITÉS, ASPIRATIONS ET RÉSULTATS | 50 |
| RECHERCHER DES GAINS RAPIDES ET RAISONNABLES | 51 |
| L'HEURE DES SOLUTIONS ORIGINALES ? | 52 |
| Des droits de la personnalité aux droits d'auteur (IA et voix-off) | 52 |
| De partie prenante à participant | 53 |
| APPENDICES | 54 |
| ACTUALITÉ | 54 |

PROCESSUS DE RECHERCHE

Le secteur des arts, des médias et du divertissement s'est considérablement transformé ces dernières années, sous l'effet des progrès rapides des technologies numériques. La pandémie de Covid-19 a agi comme un catalyseur, accélérant encore le rythme du changement. L'émergence de l'internet et des médias sociaux a offert aux artistes et aux créateurs de contenu davantage de possibilités de présenter leur travail et d'atteindre un public plus large. Cependant, parallèlement à ces opportunités, ils ont également rencontré de nouveaux défis liés aux conditions de travail, à la dépendance économique vis-à-vis de plateformes aux algorithmes opaques et aux complexités introduites par la numérisation dans les modèles de revenus déjà précaires et imprévisibles inhérents aux pratiques artistiques et créatives.

Ce rapport vise à examiner les défis et les opportunités propres aux artistes et aux créateurs de contenu dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, et à explorer le rôle des syndicats dans l'amélioration de la situation de ces travailleurs atypiques.

Compte tenu de la complexité des modalités de travail atypiques dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, ainsi que de l'impact de la numérisation et de la tendance croissante à travailler dans la sphère numérique et sur plateforme, une méthodologie de recherche qualitative a été employée. En outre, la recherche dans ces domaines est relativement récente et les études existantes sont limitées. C'est pourquoi une approche qualitative, descriptive et exploratoire de la recherche a été choisie. Cette méthodologie a permis aux chercheurs de recueillir des données riches, approfondies et non chiffrées, fournissant des informations précieuses sur ce phénomène complexe.

Recherche documentaire

La phase initiale de la recherche a consisté en une recherche documentaire approfondie. L'un de ses principaux objectifs était de définir le champ d'application de l'étude et d'affiner le dossier de recherche. Lorsque l'appel à candidatures a été rédigé et lancé pendant la pandémie de Covid-19, l'accent a été mis sur la diffusion en continu et en direct. Cependant, cette focalisation sur la numérisation dans le contexte de la diffusion en continu a entravé l'objectif plus large de comprendre les défis et les opportunités auxquels que vivent les artistes et les créateurs de contenu dans l'établissement de modèles économiques durables.

Par exemple, elle laissait de côté des questions cruciales telles que les défis rencontrés par les compagnies théâtrales en vue de construire un modèle économique en diffusant des spectacles participatifs en direct ou les obstacles vécus par les musiciens et les producteurs de musique lorsqu'ils créent un public et un modèle de revenus uniquement par le biais de la diffusion sur plateforme. De par l'accent mis uniquement sur la diffusion en continu et en direct de performances (pré)enregistrées, ces aspects importants ont été négligés.

En outre, cette limitation restreindrait également le groupe cible de la recherche, car l'accent mis sur la diffusion en direct et en continu, ainsi que sur les questions de rémunération équitable, était plus pertinent pour le secteur du spectacle vivant pendant la pandémie de Covid-19 et les restrictions associées. Les difficultés connues par les créateurs de podcasts ou les obstacles rencontrés par les créateurs de contenu pour créer un public et un modèle de revenus grâce à la diffusion sur plateforme n'auraient pas été pris en compte si la recherche s'était uniquement concentrée sur la diffusion en continu et en direct de spectacles (pré)enregistrés.

Grâce à un examen approfondi de la littérature existante, des articles de presse, des billets de blog et des déclarations sur les médias sociaux concernant les conditions de travail numériques dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, cette première phase de la recherche a permis d'identifier les tendances et les développements émergents résultant de la numérisation du secteur.

Les résultats de cette recherche documentaire ont été compilés dans une liste permanente d'affaires courantes (voir l'annexe) et dans un diaporama, qui a été présenté lors de tables rondes avec des représentants de la FIA, des partenaires du projet et des syndicats nationaux.

À noter que cette recherche documentaire a été menée en janvier 2022.

Tables rondes

Les résultats de la recherche documentaire ont été présentés lors de deux tables rondes. La première a eu lieu le 4 février 2022, en présence de représentants des syndicats suivants : Musicians' Union (UK), Equity (UK), SMF (SE), Scen & Film (SE), Kunstbond (NL), et SFA-CGT (FR). La deuxième s'est tenue le 7 mars 2022, avec des représentants du syndicat des musiciens finlandais (FI), de Näyttelijäliitto Skådespelarförbundet (FI), de BECTU (UK) et de Kunstbond (NL).

Ces tables rondes poursuivaient des objectifs multiples. Premièrement, elles visaient à affiner le périmètre de la recherche et à redéfinir le dossier en englobant les tendances et les sujets identifiés par la recherche documentaire. Cela a permis aux chercheurs de ne pas se concentrer exclusivement sur la diffusion en continu et en direct de performances en direct (pré)enregistrées et d'aborder d'autres préoccupations et tendances pertinentes pour les artistes et les créateurs de contenu travaillant dans la sphère numérique.

En outre, les tables rondes visaient à recueillir des études de cas, des expériences et des pratiques des syndicats et de leurs représentants impliqués dans la négociation collective pour des pratiques et des rémunérations équitables liées à la demande croissante de diffusion de contenu en continu et en direct pendant la pandémie de Covid-19. En outre, les discussions ont fourni des informations précieuses sur les connaissances, les outils et les expériences des syndicats concernant d'autres tendances et sujets auxquels sont confrontés les artistes et les créateurs de contenu œuvrant dans le domaine numérique. En recueillant ces informations, les chercheurs ont cherché à cartographier l'état actuel des connaissances au sein des syndicats et à évaluer leur sensibilisation aux défis et aux opportunités rencontrés par les travailleurs atypiques en raison des changements et des thèmes identifiés dans la recherche documentaire.

Les tables rondes avaient été programmées entre février et mars 2022. Après les tables rondes, une session de débriefing a été organisée avec la FIA et les partenaires du projet (FIM, UNI MEI et FEJ).

Les résultats et les idées recueillis lors des tables rondes ont ensuite servi à formuler les questions ouvertes des entretiens semi-structurés et ouverts avec les artistes et les créateurs de contenu ciblés par la recherche.

Interviews ouvertes semi-structurées

La troisième étape de la recherche a consisté à mener des entretiens semi-structurés et ouverts avec un nombre limité (cinq) d'artistes et de créateurs de contenu. Afin de maximiser la représentation des différents (sous-)secteurs et des tendances et développements abordés dans la recherche documentaire, les participants ont été sélectionnés suivants différents paramètres :

- Une activité dans l'un des (sous-)secteurs ;
- Expérience de la diffusion numérique et des plateformes de contenu (telles que YouTube et Patreon), des plateformes de médias sociaux (Instagram, Facebook, TikTok), des NFT et des places de marché NFT, de la diffusion (en direct).

En collaboration avec la FIA et les partenaires du projet, nous avons délibérément choisi de sélectionner les répondants au sein du réseau des représentants syndicaux et des chercheurs, plutôt que d'organiser un appel ouvert. Les personnes interrogées étaient les suivantes :

- Freek Clinckemaille (Rhymez Like Dimez),
- Chuki Beatz & Dries Van Overmeire (musique),
- Joost Lieuwma (Frameorder - secteur audiovisuel)
- Tyrone Sanchez (musique).

Les thèmes suivants ont été abordés lors des entretiens semi-structurés ouverts.

- À quoi ressemble votre modèle économique ? Sur quelles plateformes, services de streaming, canaux de médias sociaux, marchés en ligne, êtes-vous actif ?
- Quels sont les obstacles, les défis et les restrictions auxquels vous êtes confrontés ?
- Quel peut être le rôle d'un syndicat dans l'amélioration de la position de l'artiste ou du créateur de contenu travaillant dans l'environnement numérique (travailleurs atypiques) ?

Ces entretiens ouverts semi-structurés ont été menés entre juin et août 2022. L'autorisation d'enregistrer et de transcrire les entretiens, ainsi que d'utiliser des citations dans le rapport, a été demandée. Il a également été demandé aux répondants si ces transcriptions pouvaient contenir des données personnelles. Comme toutes les personnes interrogées ont partagé de nombreuses informations confidentielles, leurs réponses ont été analysées de manière anonyme.

Une réunion a été organisée pour recueillir des informations sur les initiatives subventionnées (de haut en bas) et les nouvelles initiatives en matière de plaidoyer, avec la participation de :

- Cultuurconnect vzw (BE) sur leur modèle de diffusion en direct de productions théâtrales dans les services psychiatriques et les maisons de retraite ;
- Sag-Aftra (États-Unis) sur leur nouvelle initiative concernant les influenceurs (« Influencer Agreement »).

Les informations recueillies lors de ces entretiens ouverts semi-structurés et de ces réunions ont ensuite servi à élaborer le programme de l'événement d'un jour organisé à Rotterdam (VR-days Immersive Tech Week), pour affiner le sujet des différentes discussions de groupe et pour choisir les différents membres des groupes.

Discussions de groupe

Afin de poursuivre la collecte d'expériences et de données, un événement d'un jour a été organisé entre diverses parties prenantes. L'événement a eu lieu le 2 décembre 2022 à Rotterdam, lors des VR-days - Immersive Tech Week. Trois discussions de groupe ont été organisées au cours de la journée.

La première a réuni des artistes et des créateurs de contenu travaillant en environnement virtuel. Les membres du groupe étaient :

- Eva Moeraert, créatrice de podcasts et coauteur de « Zelf een Podcast Maken » (BE) ;
- Lucy Askew, directrice exécutive et productrice créative au Creation Theatre, pionnier du théâtre numérique et du théâtre in situ (Royaume-Uni) ;
- Kat Molesworth, photographe, consultante en médias sociaux et créatrice en ligne, membre fondatrice de The Creator Union (Royaume-Uni) ;
- Dries Overmeire, responsable de musiciens et de créateurs dans l'environnement en ligne (BE).

Lors de la discussion de groupe suivante, le rôle futur des syndicats à l'égard des travailleurs atypiques a été discuté, ainsi que les tendances et les sujets abordés lors du premier exercice. Un représentant syndical, un représentant d'un centre d'expertise et un expert en intelligence artificielle (IA) y ont participé. La discussion de groupe, intitulée « Opportunités et menaces : quelles sont les actions nécessaires », a accueilli la participation de :

- Caspar de Kieffe, Kunstebond, syndicat du secteur créatif aux Pays-Bas (NL) ;
- Mathilde Pavis, professeur adjoint à l'université de Reading, spécialisée dans l'IA et les questions de propriété intellectuelle (Royaume-Uni) ;
- Jan Pauly, Gestion des connaissances et recherche chez VI.BE, centre d'expertise pour les artistes et les professionnels de l'industrie musicale en Belgique (BE).

La dernière discussion de groupe, intitulée « Trouver le bon cadre politique : promouvoir des modèles numériques durables dans le secteur des médias, des arts et du divertissement », a été modérée par Aric Chen, directeur général et artistique du Nieuwe Instituut. Cette discussion de groupe a également été l'occasion d'un échange de vue sur les initiatives et les cadres possibles pour améliorer la situation juridique des artistes et des créateurs de contenu travaillant dans un environnement virtuel ou numérique. Les membres du groupe étaient les suivants :

- Maaïke Verberk, directrice de DEN, l'Institut néerlandais du savoir pour la culture et la transformation numérique (NL) ;
- Dr Wike Been, professeur adjoint de sociologie, Université de Groningue (NL) ;
- Isabelle Schömann, secrétaire fédérale, CES, sur la réglementation de l'impact de l'IA sur les protections du travail.

Les discussions ont été enregistrées et transcrites en vue d'une analyse et d'un rapport ultérieurs.

Analyse et conclusions

Les résultats de la recherche documentaire, y compris les tendances et les développements distillés, ont été présentés et discutés lors des tables rondes, des entretiens ouverts semi-structurés et d'une discussion de groupe organisée lors de l'événement VR Days.

Des sujets ou thèmes spécifiques ont été identifiés sur la base de ces tendances et développements en vue d'alimenter l'analyse ultérieure. Cette analyse intégrera les citations et les thèmes pertinents recueillis au cours des différentes étapes du processus de recherche. Elle sera divisée en deux chapitres. Le premier portera sur l'analyse des données du point de vue des artistes et des créateurs de contenu travaillant dans un environnement numérique. Le deuxième examinera les initiatives prises par les syndicats qui ont participé aux tables rondes, en tenant compte des points de vue exprimés par les artistes et les créateurs de contenu au cours des entretiens et des discussions de groupe.

L'objectif de cette analyse est de tirer des conclusions globales et de formuler des recommandations sur la base des connaissances acquises au cours de la recherche.

RECHERCHE DOCUMENTAIRE

INTRODUCTION

Au début de cette étude, nous avons examiné de nombreux événements d'actualité dans le vaste domaine des arts, des médias et du divertissement. Il s'agissait de la toute première phase de notre recherche documentaire. Nous avons classé ces anecdotes, faits d'actualité, articles de blog, etc. en différents thèmes et les avons regroupés en tendances et développements. Nous avons ensuite créé une compilation de récits et d'événements que nous avons présentée aux syndicats lors de deux tables rondes.

Dans ce chapitre, vous trouverez tout d'abord une représentation des tendances et des développements tels qu'ils ont été présentés après la première phase de recherche documentaire au début de l'année 2022.

TENDANCES ET DÉVELOPPEMENTS

Sur la base des recherches documentaires que nous avons menées, nous avons identifié des tendances et des développements importants dans les quatre grands thèmes suivants.

1. La complexité et l'importance croissantes de la propriété intellectuelle.
2. L'échec des droits du travail dans le domaine numérique.
3. Les concepts de propriété évoluent.
4. Un nombre croissant de modèles de revenus (numériques) différents.

Pour chacun de ces thèmes, nous avons sélectionné des cas belges et internationaux afin d'inspirer la discussion. Ces cas ont été présentés lors de la table ronde avec les syndicats au début de l'année 2022. Dans ce chapitre, nous offrons un aperçu concis des cas présentés, organisés selon les quatre grands thèmes qui ont été discutés.

La complexité et l'importance croissantes de la propriété intellectuelle

Nous avons présenté deux cas sur la propriété intellectuelle.

Le premier cas abordé concernait la propriété intellectuelle dans le contexte de la diffusion en continu de représentations théâtrales enregistrées. Pendant la pandémie, une organisation belge appelée Cultuurconnect a lancé un projet pilote visant à enregistrer des représentations théâtrales en direct et à les diffuser à un public plus large, notamment dans les maisons de retraite et les services psychiatriques. Cultuurconnect a passé des contrats avec des centres culturels locaux et des compagnies théâtrales pour enregistrer et diffuser des spectacles physiques, à charge pour les centres culturels de diffuser les enregistrements dans les maisons de retraite locales et d'autres centres culturels. Toutefois, le modèle de revenus proposé a été critiqué pour son manque d'équité envers les artistes concernés. Il y avait également un manque de connaissances sur la propriété intellectuelle, en particulier dans le secteur des arts du spectacle, et sur la manière de traduire contractuellement les formes hybrides de spectacle vivant et de captation/diffusion en direct. Des questions ont également été posées concernant les droits d'entrée dans les maisons de retraite, l'exclusivité des diffusions en direct et l'impact sur les futures tournées de la compagnie théâtrale.

Les fichiers de la capture en direct ont été accordés à la compagnie théâtrale, mais cela a posé de nouvelles questions sur la compensation des droits pour la musique et les droits d'autres auteurs sur la captation en direct.

Le deuxième cas concernait les sociétés de gestion collective des droits en Belgique. La pandémie a entraîné la multiplication des réunions en ligne et le partage d'œuvres protégées par les droits d'auteur dans des environnements numériques, comme des partitions et des répétitions d'ensembles classiques. Repobel, une société de gestion collective des droits, a commencé à percevoir une rémunération pour l'utilisation de ces œuvres dans un environnement numérique dans le cadre du dépôt. Toutefois, il n'existe toujours pas de cadre juridique ou d'action collective permettant à Playright, une société de gestion collective des droits voisins, de percevoir des droits pour la diffusion en direct de leurs spectacles. Ce manque de connaissances et de législation signifie que les parties individuelles ne peuvent pas défendre leurs intérêts de manière adéquate.

En conclusion, TWIID a souligné l'importance de la propriété intellectuelle, des droits du travail numériques, de la propriété numérique et des modèles de revenus numériques pour les syndicats et les travailleurs à l'ère numérique. Les cas évoqués ont montré la nécessité d'une meilleure connaissance et d'une plus grande action sur ces sujets afin de protéger les intérêts de toutes les parties concernées.

L'échec des droits du travail dans le domaine numérique

Le sujet suivant a été celui des droits du travail numérique. Il n'existe pas de synthèse académique complète sur les droits du travail numérique, mais quatre thèmes principaux ont été identifiés : le droit d'être cité en tant que créateur et à la mention complète du matériau source ; l'accès aux données ; la rémunération ; et la santé mentale des créateurs numériques.

TikTok a été cité en exemple pour le droit d'être cité en tant que créateur, car une partie de la communauté TikTok s'est récemment mise en grève pour exiger que les utilisateurs populaires citent les chorégraphes originaux. TikTok a répondu en indiquant mettre au point un algorithme permettant de nommer automatiquement le créateur original d'une chorégraphie dans chaque vidéo qui la copie. Cela devait conduire à une meilleure reconnaissance et à une meilleure rémunération des créateurs originaux.

L'accès aux données a été jugé crucial, car il permet aux créateurs de connaître le public qui consomment leur contenu, ce qui leur permet de développer leurs propres modèles économiques et plateformes. Spotify a été citée comme exemple d'une plateforme qui agit pour permettre aux créateurs d'accéder aux coordonnées de leurs abonnés, ce qui leur permet de travailler à l'établissement d'une relation directe avec leur public. Cependant, les créateurs sur Spotify sont toujours limités par le système de tarification de la plateforme pour les podcasts.

La rémunération a été identifiée comme un thème important, en particulier pour la musique et l'audiovisuel en continu. Un débat a eu lieu sur un système de paiement centré sur l'utilisateur ou le fan, dans lequel une partie des frais d'abonnement irait directement aux artistes que les abonnés écoutent le plus, au lieu d'être divisée de manière égale entre tous les artistes. Toutefois, il n'est pas certain que ce système modifie réellement la situation actuelle ou qu'il permette simplement aux grands artistes de gagner encore plus par rapport aux artistes moins connus. Ce thème concerne également les travailleurs numériques effectuant des tâches faiblement rémunérées, comme ceux du jeu blockchain Axie Infinity.

Certains joueurs confiaient l'entraînement de leurs dragons à des joueurs qui n'avaient pas les moyens d'acheter leurs propres dragons, en leur versant des salaires très bas.

La santé mentale des créateurs travaillant dans l'espace numérique a également été abordée, car le travail numérique peut être éprouvant et stressant. Dans l'ensemble, la discussion a mis l'accent sur la nécessité d'une reconnaissance, d'une protection et d'une rémunération accrues pour les créateurs numériques, ainsi que sur la nécessité pour les plateformes de proposer des systèmes plus transparents et plus équitables pour les créateurs.

Les concepts de propriété évoluent

Au cours de la présentation, nous avons discuté du concept de propriété dans le domaine numérique et du fait qu'il va au-delà des produits physiques et de la propriété intellectuelle. TWIID a présenté l'idée des NFT (jetons non fongibles) comme exemple de cette nouvelle façon de concevoir la propriété.

Dans sa présentation, TWIID a cité Sophie Goossens, qui parle d'un « sentiment de propriété » au sens où les objets numériques eux-mêmes ne peuvent pas être possédés.

D'un point de vue juridique, le concept des NFT est ingénieux et pourtant très simple : si l'on ne peut pas posséder un objet numérique composé d'informations qui circulent librement, alors trouvons quelque chose d'autre qui puisse être "possédé" séparément de la propriété intellectuelle comme, par exemple, un certificat d'authenticité infalsifiable, associé à cet objet numérique. Les certificats d'authenticité, délivrés par le créateur de l'objet en très petit nombre, sont un moyen astucieux de recréer la rareté, un sentiment de propriété et donc de valeur sans qu'il soit nécessaire de céder ou de transférer les droits de propriété intellectuelle à l'acquéreur du jeton (token). Ce qui est échangé ici, c'est un lien unique avec l'œuvre numérique et, surtout, le sentiment tant recherché de "propriété", qu'il s'agisse seulement d'un jeton encapsulant un certificat.

Nous avons cité l'exemple d'un cycliste belge, Wout Van Aert, qui a vendu ses victoires sous forme de NFT. La plateforme par laquelle ces victoires ont été vendues a déclaré que les acheteurs n'achetaient rien de physique, mais plutôt le droit de se vanter de posséder un certificat numérique attestant qu'ils sont propriétaires de la victoire. Cet exemple montre comment les NFT peuvent dépasser le secteur des arts ou du divertissement et se voir adoptés par d'autres industries.

Nous avons également mentionné l'utilisation des NFT dans l'industrie musicale, certains musiciens publiant leurs œuvres en tant que NFT, ce qui permet aux acheteurs d'acquérir un lien avec l'œuvre. Cela signifie que la musique peut toujours être exploitée d'une autre manière, par exemple en radio ou par des services de streaming, mais le NFT offre une expérience de propriété unique.

Nous avons également vu de grands clubs de football utiliser des monnaies NFT pour explorer de nouveaux modèles économiques. Ils utilisent ces monnaies pour payer leurs interactions sociales, ce qui constitue une évolution intéressante dont nous devons tenir compte. Dans l'ensemble, la présentation a mis l'accent sur l'importance croissante des NFT et la nécessité d'examiner leurs implications pour la propriété dans le domaine numérique.

Un nombre croissant de modèles de revenus (numériques) différents

Les créateurs et les artistes tentent de trouver de nouveaux modèles de revenus (ou de nouvelles versions d'anciens modèles). L'un de ces modèles est le pourboire ou le don, déjà très répandu sur des plateformes comme Twitch, où les spectateurs peuvent donner un pourboire ou faire un don aux créateurs pendant qu'ils diffusent en direct des vidéos de jeux, de musique ou d'art. Un autre modèle est celui de l'abonnement, Patreon étant une plateforme intéressante où les créateurs peuvent offrir un aperçu de leur pratique artistique en échange d'un abonnement mensuel modique de la part de ceux qui les suivent. De grands groupes comme Ben Folds Five utilisent Patreon pour offrir divers avantages à leurs fans, tels que l'accès à des morceaux inédits, des soirées cinéma virtuelles et des sessions de cocréation.

TWIID a fait remarquer que les créateurs eux-mêmes, mais aussi les entreprises qui travaillent sur des produits culturels, comme les maisons d'édition ou les sociétés de production audiovisuelle, pourraient essayer de déterminer le type d'informations et de renseignements de fond que les gens attendent de leurs produits culturels, puis les monétiser par l'intermédiaire de plateformes comme Patreon. Les intervenants ont également évoqué les parrainages et les placements rémunérés, qui sont très demandés par des plateformes telles que TikTok, Instagram et YouTube. Ces plateformes investissent dans la création d'espaces numériques où les créateurs peuvent se rencontrer ou trouver des entreprises à la recherche de possibilités de publicité ou de marketing, et plus elles facilitent l'accès des créateurs à ces modèles de revenus, plus elles sont convaincues que les gens resteront sur leurs plateformes. Cependant, il n'existe pas de normes ou de lignes directrices sur le montant que les créateurs peuvent demander en échange de posts rémunérés ou publicitaires, ce qui fait naître une forme de Far West.

En outre, nous avons discuté de l'économie du fan, qui implique un lien direct en tête-à-tête entre les créateurs et leur public, souvent alimenté par la technologie blockchain. Ce modèle implique la tokenisation des fans par le biais des crypto-monnaies. Nous avons présenté le cas de \$WIFT, une crypto-monnaie que Taylor Swift aurait pu émettre et vendre à ses fans dès le début de sa carrière. Cela lui aurait donné plus de liberté et de contrôle sur sa musique, plutôt que de devoir vendre ses masters à une maison de disques. Un jeton d'artiste pourrait également récompenser financièrement les premiers fans et adeptes, la valeur du jeton social augmentant avec la popularité.

Au cours de la présentation, nous avons également parlé de l'importance du métavers,¹ un espace numérique expérimenté par Facebook (désormais Meta), qui est actuellement en train de perdre la bataille avec ses anciens modèles de Facebook et Instagram face à des plateformes comme TikTok qui offrent une interaction complète entre les créateurs et les fans. En conclusion, l'avenir des modèles de revenus à l'ère numérique continuera d'évoluer, et chacun devra se tenir au courant des dernières tendances et technologies pour assurer son succès (et une rémunération équitable).

¹ La présentation a eu lieu au début de l'année 2022. Plus d'un an plus tard, l'engouement pour le métavers semble presque terminé : <https://www.beyondgames.biz/28257/meta-the-end-of-an-error-the-metaverse-dream-sours-with-the-loss-of-11000-jobs/>

DES THÈMES AU-DELÀ DES TENDANCES

Nous avons traduit les quatre développements autour desquels nous avons regroupé les recherches documentaires en cinq thèmes que nous avons abordé avec différents artistes. Nous pensons que ces thèmes resteront d'actualité à long terme, indépendamment des tendances technologiques et de l'engouement qu'ils peuvent susciter à un moment donné. Nous expliquons chacun de ces thèmes ci-dessous.

Dépendance économique et pouvoir de négociation

Dans les différents modèles de revenus numériques mentionnés dans la recherche documentaire, mais aussi sur les plateformes où les travailleurs culturels entretiennent des relations avec les publics, les artistes dépendent de règles et de systèmes sur lesquels ils n'ont aucune prise. L'espace de négociation d'un artiste qui publie du contenu sur YouTube dans l'espoir d'y trouver un revenu en plus de sa visibilité n'est pas réduit, mais tout simplement inexistant. Néanmoins, il est impensable pour beaucoup d'artistes d'être absents de canaux tels que YouTube, Instagram, etc.

L'absence d'espace de négociation place les créateurs dans une position de faiblesse et de dépendance. Si l'on veut que certains droits soient sauvegardés devant les tribunaux, il faut se mesurer aux équipes juridiques de ces multinationales, c'est alors la lutte de David contre Goliath.

Bien que la plupart des travailleurs du secteur artistique combinent différents modèles et disposent donc de différentes sources de revenus, le risque de dépendance économique existe également.

Voir par exemple, [cette étude de 2002](#) par la Fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail : « Par "travailleurs économiquement dépendants", on désigne des travailleurs qui ne correspondent pas à la définition traditionnelle de "salarié" – essentiellement parce qu'ils n'ont pas de contrat de travail en tant que tel – mais qui sont économiquement dépendants d'un seul employeur comme source de revenus »². L'absence de contrat de travail est observée dans un grand nombre d'activités de travailleurs atypiques dans le secteur des arts, des médias et du divertissement. Un influenceur qui tire ses revenus principalement d'Instagram dépend à 100% de la latitude qu'Instagram lui laisse à cet effet. Pour l'essentiel, il n'y a pas de relation entre client/employeur et contractant, mais il existe pourtant une forte dépendance économique. Dans cette relation, le travailleur créatif n'a pas de place à la table pour négocier ces « règles ».

Dans les formes de travail atypiques, on observe diverses formes de décalage entre la dépendance économique, d'une part, et le pouvoir de négociation, d'autre part. Là où la dépendance est immense, l'influence des travailleurs créatifs sur les décisions est pratiquement inexistante.

² Pedersini, Roberto. "Economically dependent workers", employment law and industrial relations.' *Eurofound*, 2002, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2002/economically-dependent-workers-employment-law-and-industrial-relations>. Consulté le 24 février 2023.

Dès 2009, Mark Andrejevic écrivait dans son essai « Exploiting YouTube: contradictions of User-Generated Labor » : « À cet égard, la forme d'échange qui caractérise les sites interactifs comme YouTube peut être comprise comme un résultat de second ordre de l'appropriation forcée de la force de travail : on offre aux utilisateurs un minimum de contrôle sur le produit de leur activité créatrice en échange du travail qu'ils effectuent pour créer une communauté et une socialité en ligne sur des infrastructures de réseau contrôlées par un acteur privé ».³

Besoin de flexibilité et de capacité d'adaptation

La dépendance n'a pas qu'une composante économique. Cette dépendance détermine également de nombreuses conditions de travail, en particulier sur les plateformes de contenu. Pour un créateur, le degré de visibilité de son contenu dépend de sa capacité à répondre aux algorithmes qui sélectionnent le contenu. C'est pourquoi les créateurs procèdent à des ajustements sur :

- La forme du contenu (la durée par exemple) ;
- La fréquence de publication ;
- Les sujets sur lesquels ils postent ;
- La communication accompagnant le contenu (hashtags, etc.).

La nécessité d'adapter ce que l'on fait, comment on le fait et quand on le fait à ce qui fonctionne sur une plateforme donnée exige une immense flexibilité de la part des créateurs.

L'évolution des algorithmes (voir ci-dessous) exige également que les créateurs soient prêts à s'adapter aux « règles » changeantes avec souplesse et à tout moment. Il ne s'agit pas seulement des algorithmes qui sélectionnent le contenu, mais aussi de la technologie elle-même ou des exigences de la plateforme. Cela peut également avoir un effet sur les choix artistiques fondamentaux. Par exemple, créez-vous des images en portrait ou en paysage ? La plateforme recadre-t-elle les images au format carré ?

Manque de transparence et insécurité

Ceux qui veulent réussir sur ces plateformes doivent être prêts à s'adapter en permanence aux nouvelles « règles », des règles imposées mais non expliquées. En outre, on ne peut les lire nulle part. Les algorithmes qui déterminent qui verra ou ne verra pas votre contenu restent toujours secrets. Cet état de fait engendre beaucoup d'incertitude et de stress chez les créateurs de contenu. Ces dernières années, on entend de plus en plus parler de « burnout numérique », de « burnout YouTube », etc.

Sarah Thorne, de l'Université Memorial de Terre-Neuve, a effectué une recherche universitaire sur ce sujet l'année dernière, qu'elle a publiée sous le titre « #Emotional: Exploitation & Burnout in Creator Culture.'

³ Andrejevic, Mark. « Exploiting YouTube: contradictions of User-Generated Labor ». *The YouTube Reader*, édité par Pelle Snickars et Patrick Vonderau, Bibliothèque nationale de Suède, 2009.

Sa conclusion :

Chaque structure clinique offre une réponse particulière au désir de l'Autre en tant qu'algorithme et public, aucune n'étant plus aboutie qu'une autre. Cependant, ces trois structures cliniques ont en commun l'insistance sur le fait que les sujets sont obligés de travailler sans relâche pour maintenir les chaînes, sous peine de perdre des abonnés et même leur éligibilité au YPP. Cette activité incessante est insoutenable et plonge les créateurs dans une angoisse perpétuelle : les créateurs ont peur de sauter un jour de téléchargement, et encore plus de faire une pause (névrose obsessionnelle) ; l'exploration des inspirations créatives risque de détourner de ce qui a attiré les spectateurs (hystérie) ; et d'autres sont pris dans une escalade de contenus de plus en plus extrêmes pour rester compétitifs (perversion). Ceux qui parviennent à développer leur chaîne dans ces conditions et à rejoindre le YPP, où ils auront la possibilité de partager les recettes publicitaires avec YouTube ou de chercher à conclure leurs propres accords avec des marques, n'atteignent pas pour autant la stabilité nécessaire pour faire une pause et rester compétitifs sur la plateforme. Le YPP crée au contraire une structure de classe hiérarchique entre ceux qui travaillent sur YouTube et les créateurs, salariés ou non, qui font de la plateforme plus qu'une coquille vide.⁴

Cumul d'emplois / modèles de carrière révisés

Le [manuel de projet](#), « The Future of Work in the Media, Arts & Entertainment Sector: Meeting the Challenge of Atypical Working », publié en 2016, est le fruit d'un projet de deux ans financé par l'UE : tendre la main aux travailleurs atypiques : organiser et représenter les travailleurs avec des contrats atypiques dans les secteurs du Spectacle Vivant et de l'Audiovisuel. Ce manuel décrit le travail atypique comme suit :

Le terme « relation de travail » est traditionnellement associé au concept d'« emploi régulier », qui présente trois caractéristiques principales : A temps plein, à durée indéterminée et inscrit dans le cadre d'une relation de travail dépendante et subordonnée. D'autres modalités de travail deviennent de plus en plus courantes et sont dépourvues d'une ou de plusieurs caractéristique de ce type d'emploi. Ces modalités peuvent différer par l'une (et parfois plus d'une) des caractéristiques de la relation d'emploi classique décrites ci-dessus. Ainsi, on peut identifier des modalités de temps de travail atypiques (temps partiel, garde, zéro heure, etc.) ; des contrats à court terme/à durée déterminée (travail à durée déterminée, par projet ou par tâche) ; et les relations de travail atypiques (travail contractuel ou en sous-traitance, travail indépendant ou intérimaire). Il convient également de noter que le terme « atypique » indique seulement un écart par rapport à la norme de l'emploi classique, mais ne reflète pas la fréquence de ces contrats, qui sont de plus en plus répandus.⁵

⁴ Thorne, Sarah. '#Emotional: Exploitation & Burnout in Creator Culture'. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture* 24.4 (2022). <https://doi.org/10.7771/1481-4374.4088>

⁵ <https://www.fim-musicians.org/wp-content/uploads/atypical-work-handbook-en.pdf>

Les carrières dans ces secteurs sont rarement linéaires, ni liées à un seul employeur. La norme pour la quasi-totalité des travailleurs créatifs est le cumul d'emplois. Même les salariés jonglent avec les missions, soit parce qu'ils sont toujours affectés temporairement à des projets pour une création spécifique (par exemple dans les arts du spectacle) ou parce qu'ils sont liés à plusieurs projets en même temps (par exemple dans le cas des musiciens interprètes) ou encore parce qu'ils combinent différents types d'emplois (par exemple l'enseignement parallèlement à une pratique artistique propre).

Les carrières des travailleurs numériques peuvent parfois faire de très grands bonds en très peu de temps. Un contenu qui devient viral peut entraîner une croissance particulièrement rapide de l'attention, des revenus et du nombre de propositions et de questions de la part d'extérieurs. Parfois, cette notoriété ou cet engouement s'éteint aussi rapidement. Mais encore une fois, cela signifie que ces travailleurs numériques doivent avoir la capacité de s'adapter rapidement à des circonstances changeantes. Ainsi, le contenu des accords et des licences que l'on conclut en tant que créateur (sans parler des redevances qui les accompagnent) change radicalement lorsqu'on accède soudainement à la renommée mondiale.

Le Covid-19 a également montré que des éléments de la carrière qui sont habituellement relativement stables (par exemple donner des concerts en tant que musicien exécutant faisant partie d'un ensemble) peuvent soudainement disparaître complètement. La seule certitude qui reste est qu'il n'y a plus de certitudes.

Les plateformes et technologies numériques ont également un impact sur la chaîne de valeur et sur la manière dont la valeur est créée dans les industries. Les contrôleurs d'accès qui jouaient auparavant un rôle dominant dans la création de valeur d'un secteur voient aujourd'hui leur rôle concurrencé par de nouveaux acteurs. Par exemple, les programmeurs de musique des stations de radio ne sont plus les seuls à déterminer ce qui est écouté : les auteurs de playlists des grandes plateformes musicales comme Spotify jouent un rôle au moins aussi important. Par conséquent, les artistes doivent également développer de nouveaux réseaux et contacts afin de créer les conditions préalables à une carrière durable.

Des formes fondamentalement nouvelles, telles que les NFT, créent de nouveaux réseaux et structures de pouvoir qui diffèrent sensiblement du monde artistique traditionnel. Bien que certains artistes et collectionneurs puissent participer aux deux mondes, le marché de l'art NFT représente un écosystème unique avec ses propres règles et ses propres acteurs. Selon Vasan et al. (2022), dans l'espace artistique traditionnel, les collectionneurs découvrent de nouveaux artistes grâce aux expositions organisées dans les galeries et les musées. De leur côté, les galeristes travaillent avec des commissaires d'exposition pour créer des occasions pour les artistes émergents de présenter leur travail, à la fois dans les galeries et dans les musées, et d'attirer ainsi l'attention des collectionneurs. Comme l'espace de crypto art est affranchi des rôles formels des galeristes, des commissaires et des musées, le succès dans cet espace passe par le truchement de relations directes potentielles entre artistes et collectionneurs.⁶

⁶ Vasan, Kishore, Milán Janosov, and Albert-László Barabási. « Quantifying NFT-driven networks in crypto art ». *Scientific reports* 12.1 (2022): 1-11. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1038/s41598-022-05146-6.pdf>

Des flux de revenus multiples

Aujourd'hui, les créateurs tirent généralement leurs revenus de plusieurs activités. Prenons l'exemple d'un musicien qui crée également ses propres compositions, les enregistre, les publie et part en tournée avec elles. En plus de créer et de jouer de la musique, il enseigne et est parfois engagé comme musicien de studio. Comme il publie lui-même sa musique, il n'est pas seulement auteur et compositeur, mais aussi interprète, producteur et éditeur. Si l'on considère les différentes tâches et rôles qu'il doit (nécessairement) assumer pour mener à bien ses activités, on constate qu'il est en même temps community manager (entretien des relations avec ses fans), créateur de contenu pour les médias sociaux, et qu'il effectue toutes sortes de tâches de gestion d'entreprise (création de contrats, préparation des comptes, réseautage, négociation, gestion des droits, etc.).

En examinant les différents types de revenus générés, on constate que ce puzzle comporte plusieurs pièces.

1. **Salaires** : Pour le travail qu'il effectue, il reçoit généralement une forme de rémunération de l'exécution. Il peut prendre la forme d'un salaire (en tant que salarié) ou d'une facture (en tant que travailleur indépendant).
2. **Profits** : La vente de supports musicaux (CD, vinyle, etc.) et de marchandise (vêtements, accessoires, etc.) génère des coûts et des revenus. Le résultat (bénéfice) contribue au revenu de l'artiste dans la mesure où il l'a également fait produire lui-même.
3. **Droits d'auteur** : Les droits de propriété qu'il détient en tant qu'auteur, compositeur et producteur de phonogrammes génèrent différents flux de revenus de droits d'auteur. Il s'agit, par exemple, des recettes provenant des droits de communication publique, de reproduction, de reprographie, etc.
4. **Droits voisins** : Pour son rôle d'interprète et de producteur de ses disques, cet artiste perçoit une rémunération pour l'utilisation de ses enregistrements dans le cadre d'exécutions publiques ou de retransmissions.
5. **Partenariats commerciaux** : Les créateurs peuvent également tirer des revenus de partenariats commerciaux, tels que des accords de placement de produits sur les médias sociaux. Le modèle de revenus des créateurs de contenu de YouTube repose également sur les revenus publicitaires.
6. **Dons** : Les dons provenant de particuliers ou le crowdfunding peuvent constituer une source importante de revenus pour les créateurs. Cela peut être particulièrement utile pour les projets dépourvus de sources de financement traditionnelles.
7. **Contributions des membres** (Patreon, Fansly, etc.) : Certains créateurs peuvent proposer des programmes d'adhésion, comme Patreon ou Fansly, dans le cadre desquels les abonnés peuvent payer une cotisation mensuelle pour accéder à des contenus exclusifs ou à des avantages.
8. **Jetons** : Les jetons non fongibles (Non-fungible tokens, NFT) sont une nouvelle source de revenus pour les créateurs. Les NFT permettent aux créateurs de vendre des actifs virtuels uniques, tels que des œuvres d'art ou de la musique, ou même « la sensation d'être au premier rang », directement à leurs fans.

9. **Subventions diverses** : Les créateurs peuvent également obtenir des subventions et des bourses pour soutenir leur travail. Elles peuvent provenir d'agences gouvernementales, de fondations privées ou d'établissements d'enseignement.
10. **Actions** : Enfin, au moins en théorie, les créateurs peuvent percevoir des revenus d'actions s'ils ont investi dans des actions ou des sociétés qui versent des dividendes. Il pourrait s'agir d'un futur mode de collaboration avec les salles, les managers, les labels, etc. où l'artiste et le label profiteraient tous deux du succès et auraient un pouvoir et des revenus (plus) égaux.

| RÔLES ET REVENUS MULTIPLES | Salaires | Profits | Droits d'auteur | Droits voisins | Partenariats commerciaux | Dons | Contributions des membres | Jetons : Les jetons non fongibles | Subventions diverses | Actions |
|--------------------------------------|----------|---------|-----------------|----------------|--------------------------|------|---------------------------|-----------------------------------|----------------------|---------|
| Auteur / compositeur | x | | xxx | | | | | x | | |
| Artiste-interprète | xxx | | | xxx | | x | | x | | |
| Musicien de studio | xxx | | | x | | | | | | |
| Producteur (label) | | x | | x | | | x | x | | |
| Editeur | | | x | | | | | | | |
| Enseignant | xxx | | | | | | | | | |
| Créateur de contenu (médias sociaux) | | | x | | x | x | x | | | |
| Community Manager | | | | | x | x | | x | | |

Le graphique ci-dessus montre les différentes sources de revenus d'un musicien et indique également quelles sont les sources les plus importantes au sein d'un même rôle.

Bien entendu, la composition concrète des différents rôles assumés par une personne et des différents flux de revenus sur lesquels repose sa propre pratique dépend de chaque situation concrète et varie également d'un secteur à l'autre.

Les artistes interprètes, tels que les musiciens classiques, sont moins souvent producteurs des enregistrements qu'ils publient ou des spectacles qu'ils créent. Mais pour chaque « règle », il y a de nombreuses exceptions ; on peut dire que l'atypisme est typique de ce secteur.

En outre, pour chacun de ces flux financiers, la manière dont il est créé et le degré de contrôle dont dispose le travailleur créatif varient également. Le type d'agrégateur avec lequel un producteur bricoleur s'associe pour placer de la musique sur Spotify et Apple Music, et le type d'accord qu'ils concluent à cette occasion, affectent le pourcentage de chacune des redevances qui vont de Spotify au créateur en sa qualité d'auteur-compositeur/label ou de producteur/artiste-interprète. Certains frais sont imposés par la loi (comme les redevances pour copie privée) et ne peuvent être perçus que par l'intermédiaire d'une société de gestion. D'autres frais doivent être renégociés à chaque fois (tels que frais de rachat ou collaboration commerciale). D'autres encore dépendent d'un jugement artistique ou autre de la part de comités (subventions par exemple).

Certains flux sont directement liés à l'artiste et celui-ci peut également jouer un rôle dans la négociation (par exemple, redevance pour la publicité d'un produit sur ses propres canaux), tandis que d'autres redevances sont négociées en dehors de l'artiste (comme dans le cas des sociétés de gestion collective qui fixent des redevances pour certaines utilisations).

Dans les limites de cette étude, il n'a pas été possible d'approfondir chacune des sources de revenus et la manière dont elles diffèrent selon les secteurs et les sous-secteurs. De même que la question de savoir quels intermédiaires ont une position déterminante et/ou négocient au nom des détenteurs de droits à partir d'un pouvoir de négociation collectif.

CONCLUSION

Nous avons commencé notre recherche documentaire en dressant la liste des événements actuels dans le secteur des arts, des médias et du divertissement. Nous en avons établi une liste de lecture que nous avons également remise aux syndicats concernés. Lors de deux tables rondes organisées à l'issue de la première phase de la recherche documentaire, nous avons présenté plusieurs cas dans le cadre de quatre évolutions observées dans les secteurs.

Nous avons ensuite sélectionné cinq thèmes qui ont continué à guider la recherche :

1. Dépendance économique et pouvoir de négociation ;
2. Besoin de flexibilité et de capacité d'adaptation ;
3. Manque de transparence et insécurité ;
4. Cumul d'emplois / modèles de carrière révisés ;
5. Des flux de revenus multiples.

Ces sujets ont été abordés avec les créateurs numériques lors d'entretiens bilatéraux et lors des VR days dans le cadre de la discussions de groupe.

CE QUE DISENT LES TRAVAILLEURS NUMÉRIQUES

INTRODUCTION

Dans ce chapitre, nous donnons la parole à des artistes et à des professionnels de la culture impliqués. Des différents entretiens et conversations, nous extrayons des citations que nous regroupons à nouveau autour des thèmes sélectionnés.

Pour chaque thème, nous ventilons les réponses en fonction des commentaires recueillis lors des conversations.

Dans le chapitre suivant, nous les comparerons à ce que les syndicats indiquent faire pour renforcer et soutenir les travailleurs atypiques. Les réponses des artistes et des travailleurs numériques concernés à la question de savoir ce qu'un syndicat pourrait faire pour eux sont également incluses dans le chapitre suivant.

DÉPENDANCE ÉCONOMIQUE ET POUVOIR DE NÉGOCIATION

Le sentiment d'être le jouet des plateformes et les règles et frais imposés reviennent souvent dans nos conversations.

Cela a donné lieu à différentes déclarations et idées sur la position du travailleur créatif et sur la manière dont ils la considèrent. La dépendance économique et le manque d'espace de négociation ne sont pas seulement liés à la technologie et à la mondialisation, mais sont renforcés par d'autres éléments.

Mieux vaut ne rien gagner que d'être invisible

Aujourd'hui, un artiste, en particulier dans les secteurs les plus populaires, est apprécié pour la taille du public qu'il parvient à toucher. Le consentement à payer de l'organisateur du concert équivaut à estimer le nombre de billets qui peuvent être vendus à quel prix. Tendre la main aux fans actuels et futurs fait donc partie du « travail normal » à accomplir en tant qu'artiste. La question de savoir si ce travail est rémunéré est une autre question.

*Le public est évidemment très important. Vous n'avez donc pas vraiment le choix. Il faut ap-prendre à connaître ces nouvelles plateformes par tâtonnements, y être présent tout en restant fidèle à sa marque personnelle et à sa personnalité, mais en la remodelant évidemment toujours en fonction de la nouvelle plateforme sur laquelle il faut être actif. **Que cela vous rémunère ou non. Il faut rester dans le champ d'attention des gens. Il faut donc être présent sur toutes les nouvelles plates-formes à chaque fois.** (Dries)*

Qui vous oblige doit vous payer

Kat Molesworth, membre fondateur de Creator Union UK, a proposé un point de vue original. Elle a établi un lien entre « l'obligation de création de contenu » qui existe et la responsabilité que de-vraient avoir ceux qui imposent cette pression de fournir également une compensation équitable.

Si vous devez montrer des parties de répétitions, si vous devez faire de la publicité pour le spectacle, vous devriez être payé pour cela par ceux qui attendent cela de vous. Personnellement, je pense que les plateformes devraient payer tout le monde, car elles gagnent énormément d'argent grâce à la publicité parce que vous attirez l'attention sur leur plateforme. Je pense donc que les illustrateurs et les acteurs qui ne sont pas nécessairement là pour gagner de l'argent de manière commerciale avec une marque devraient être rémunérés pour l'attention qu'ils apportent à la plateforme. (Kat)

L'installation d'une culture libre ne conduit pas à la volonté de payer

Eva Moeraert, la créatrice de podcasts qui s'est jointe à nous lors de notre table ronde, a ajouté que le fait de décider soi-même du montant que l'on facture et de savoir si l'on facture de l'argent est une décision qui ne peut être séparée du contexte. Le maintien d'un public d'auditeurs en tant que créateur de podcasts oblige à faire attention à ne pas dissimuler du contenu derrière un pay-wall ou à intégrer de la publicité dans son podcast. Le fait que la gratuité soit la norme rend les choses encore plus difficiles.

Nous avons ce podcast, nous avons 5000 auditeurs chaque semaine et nous essayons de faire du crowdfunding. Je ne l'ai pas mis derrière un paywall parce que je veux garder mon public. Je viens de dire à mon public que si 300 personnes me paient 50 euros par an, je peux faire une quatrième saison. Et il y a maintenant 70 personnes sur 5000 qui font cela. Il semble qu'il y ait aussi un aspect culturel à cela, les gens ne sont pas prêts à payer pour un podcast. Nous sommes habitués à tous ces podcasts gratuits sur Spotify. Alors pourquoi payer pour ça, s'il y a un million d'autres podcasts à écouter ? (Eva)

Difficile de rivaliser avec les amateurs

Lors de nos conversations avec les artistes, d'autres éléments ont également été mis en évidence, qui jouent un rôle dans la position difficile dans laquelle se trouvent les artistes. En effet, outre la complexité de la « relation » avec les plateformes, la plupart des entrepreneurs créatifs doivent rivaliser avec des amateurs. Ces soi-disant amateurs sont des artistes et des créateurs débutants ou amateurs qui demandent des honoraires déraisonnablement bas pour ce qu'ils fournissent. Outre l'absence de volonté de payer de la part des clients, la position de dépendance économique se heurte à des concurrents imbattables (sur le plan des prix).

Mais, si vous êtes plombier, vous n'êtes pas confronté à un grand nombre de personnes qui courent les soirées en disant, « Je fais de la plomberie pour le plaisir, je vais le faire gratuitement et ce sera moins cher que vous ». Et je pense que c'est de là que vient une grande partie des problèmes – les amateurs, les jeunes, les artistes émergents. C'est la raison pour laquelle vous commencez et vous faites cela pour le plaisir, et c'est la façon dont cela ouvre la voie vers la professionnalisation. (Lucy)

Et si l'on augmentait la différence entre amateur et professionnel ? Et si on créait un « label » qui permette de savoir à qui l'on a affaire ? Pour que les clients choisissent plus consciemment de faire faire quelque chose par un professionnel plutôt que par un amateur ? Lucy reprend la parole :

Je ne sais pas. Je pense qu'il s'agit plus d'une provocation que de savoir ce qui pourrait arranger les choses selon moi. Et je pense que pour beaucoup de jeunes... si vous allez dans les écoles et que vous travaillez avec les enfants et que vous leur demandez ce qu'ils veulent faire quand ils seront grands ? Beaucoup d'enfants, outre ceux qui veulent développer des jeux Roblox, veulent devenir YouTubeur. Je pense que la créativité et la liberté d'expression en font partie. Il s'agit en partie d'une idée fautive selon laquelle il s'agit d'un moyen de s'enrichir rapidement. Et ils pensent tous qu'ils deviendront YouTubeur et qu'ils achèteront un manoir ou qu'ils deviendront influenceur. Et je pense qu'il faut plus de transparence sur le fonctionnement réel de l'industrie et sur le fait que tout le monde veut être acteur et pense qu'il va devenir une vedette. Je pense qu'il y a probablement aussi un aspect éducatif. (Lucy)

La négociation collective fait la différence

L'unité des parties prenantes accroît l'impact. Plus les artistes seront nombreux à définir ensemble ce qu'une redevance minimale raisonnable doit être, ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas, plus il y aura de chances d'imposer cela.

Je pense qu'il doit y avoir un accord entre l'industrie et les free-lances. Je pense que la négociation collective est le moyen d'y parvenir. Il serait donc très utile que de nombreuses voix s'élèvent en faveur d'une initiative telle que Crea-tor Union, car nous pourrions alors faire ce que les syndicats d'acteurs ont si bien fait, à savoir obtenir des paiements standard et des minima. Nous pouvons créer des contrats types et nous assurer que ces contrats ne sont pas prédateurs. Nous pouvons veiller à ce qu'il y ait des conditions standard. Je pense qu'en production télévisuelle, au Royaume-Uni, il existe de très bonnes conditions d'engagement standard, de sorte que l'on sait qu'en créant une émission de télévision pour la BBC, par exemple, on conserve les droits de la vendre au niveau international ou que cela est négocié dans les contrats contre rémunération, parce que cela a de la valeur. Je pense que les créateurs, les créateurs numériques, les musiciens numériques, tous ceux qui travaillent en ligne vont bénéficier de l'apport de ces éléments et de la garantie que, en particulier dans le domaine de la publicité et du marketing, il existe un niveau de base acceptable. (Kat)

BESOIN DE FLEXIBILITÉ ET DE CAPACITÉ D'ADAPTATION

L'impénétrabilité des algorithmes qui déterminent la visibilité d'un contenu est une frustration pour beaucoup. Après tout, c'est comme jouer à un jeu dont les règles changent constamment.

Brancher et prier

Si les horaires des transports publics sont modifiés, ils seront annoncés suffisamment à l'avance pour que les usagers puissent s'adapter. Lorsque les plateformes de contenu ajustent leurs algorithmes, elles le font à l'improviste et à bas bruit. Ce qui fonctionnait parfaitement hier n'a pas le même effet aujourd'hui.

*Je pense que les revenus sont largement influencés par la plateforme pour laquelle on crée du contenu. Ainsi, l'un des plus grands créatifs que je gère est un producteur qui a également une chaîne YouTube assez importante. Prenons un exemple : l'algorithme de YouTube évolue constamment sans que nous ayons une idée précise de ce vers quoi il tend. C'est comme un processus d'adaptation à quelque chose dont vous n'avez aucune connaissance, si ce n'est par tâtonnements. Il faut s'y adapter en permanence. **Ce qu'on a trouvé et qui fonctionne aujourd'hui ne fonctionnera peut-être plus le lendemain.** Je pense que c'est aussi dans la nature des personnes créatives de s'adapter rapidement, d'être flexibles et de ne pas trop se prendre la tête. Nous ne sommes donc pas constamment stressés ou en train de nous plaindre, mais il est vrai que ce ne sont pas toujours des conditions très pérennes. (Dries)*

Dépassés par la technologie

Il n'y a pas que les algorithmes qui filtrent le contenu. Il y a également la technologie elle-même. Lucy Askew, du Creation Theatre, en a donné un exemple éloquent lors de la discussion de groupe de Rotterdam :

*Dans les premiers jours de *The Tempest*, les premières semaines de représentation, nous disions au public : claquez des doigts pour imiter le bruit de la pluie, et on s'est donc retrouvé face à un public de 200 personnes qui claquaient des doigts, c'était magnifique ; frottez vos mains l'une contre l'autre pour faire le bruit du vent ; frappez vos mains pour obtenir le son du tonnerre et vous obtiendrez cette magnifique cacophonie. Bien sûr, Zoom est devenu plus intelligent sans crier gare et a mis au point une technologie d'IA étonnante qui donne désormais la priorité à la voix humaine, à tel point que s'il y a un chantier en cours chez vous, la personne qui vous appelle n'en a même pas conscience et n'entend que vous. **Et donc du jour au lendemain, toute cette belle interaction avec le public s'est éteinte. Nous avons donc dû faire semblant.** Nous savons que le spectacle est en cours. Nous avons dû faire un enregistrement un peu furtif des acteurs faisant une voix, tout en demandant au public de le faire, tout en les mettant en lumière et en conservant l'apparence de l'interaction. Mais on ne sait pas – quand on travaille avec les plateformes, chaque fois qu'on appuie sur mettre à jour, qu'on met l'application à jour – ce qui va sortir de l'autre côté. (Lucy)*

MANQUE DE TRANSPARENCE ET INSÉCURITÉ

Quand l'IA vous prend le contrôle

Aujourd'hui, la technologie évolue si vite qu'elle a du mal à suivre. Pour les artistes, il est difficile d'estimer quand et comment, par exemple, l'intelligence artificielle aura un impact sur leur profession. Dans certains secteurs, cependant, cet impact est déjà très clair. Le secteur de l'interprétation vocale en est un exemple.

*La synthèse vocale est une technologie très efficace qui est déjà utilisée commercialement. En fait, il existe des exemples d'artistes-interprètes qui travaillent avec des entreprises pour générer des publicités et enregistrer une séance, et qui entendent ensuite leur voix utilisée dans des contextes complètement différents. Un exemple en est **cet artiste-interprète qui a travaillé sur un contrat impliquant la recherche et le développement de l'algorithme de Microsoft. Elle a ensuite entendu sa voix utilisée pour dire des choses inappropriées sur TikTok dans un contexte complètement différent parce que sa voix avait voyagé.** (Mathilde)*

L'émergence de l'IA en tant que créateur de contenu et interprète (par exemple, dans les voix synthétiques) crée également de nouvelles opportunités pour les travailleurs numériques. Cela peut leur permettre de travailler plus rapidement. Mais que se passera-t-il si ce travail plus rapide devient la norme, augmentant encore la pression sur ces créateurs ? C'est encore Mathilde Pavis qui parle :

*La possibilité de produire des contenus qui vous ressemblent ou qui sonnent comme vous – **que vous soyez compositeur de son ou interprète – sans que vous soyez physiquement en train de jouer ou d'aider, en accélérant les choses, est un grand avantage.** Mais qu'en est-il de la pression exercée pour produire, produire, produire, produire, apportons-nous de l'eau à ce moulin ? L'autre aspect est de savoir si vos abonnés seront d'accord avec ce-la ? Parce que lorsqu'il y a une discussion en ce moment sur les médias de synthèses, générés par l'IA, lorsqu'ils semblent réalistes, faut-il le dire au consommateur du média, l'utilisateur ? (Mathilde)*

CUMUL D'EMPLOIS / MODÈLES DE CARRIÈRE RÉVISÉS

Le fait que les carrières des travailleurs créatifs ne sont pas linéaires a été clairement établi plus haut. Par ailleurs, lors de nos entretiens avec les artistes, ceux-ci ont souligné à plusieurs reprises des éléments liés aux particularités des carrières des travailleurs atypiques. L'un des éléments relevés est la nécessité de maintenir des « trous » dans l'emploi :

*Même en tant qu'artiste, vous n'êtes pas en mesure de travailler 12 mois par an, même si vous gagnez beaucoup d'argent en vous produisant. **Il faut faire des pauses. Il faut développer de nouvelles émissions, de nouvelles musiques pour YouTube, créer de nouvelles émissions, de nouveaux contenus, de nouveaux formats.** Il est donc très important de disposer d'un revenu de base, même pendant les mois où l'on n'est pas totalement à l'extérieur. (Dries)*

Pour faire face à la pression de la création permanente, les nouvelles technologies pourraient s'avérer utiles, selon Mathilde Pavis :

Mais les artistes de la voix off sont actuellement très intéressés par le sujet parce que la technologie fonctionne très bien dans leur travail et que, si les conditions contractuelles et les droits à rémunération sont corrects, leurs conditions de travail s'en trouveront améliorées. Certains s'y attendent au moins, car ils font tout un tas de choses dans un cadre commercial, en particulier des publicités et des choses qu'ils n'apprécient pas vraiment parce que c'est moins créatif, à fort volume, et un algorithme qui pourrait les générer pour qu'ils ne passent pas des heures à faire ce travail et qu'ils aient plus de temps pour le travail créatif et d'autres projets, leur serait vraiment utile. Mais cela ne peut se faire au prix de leur licenciement. (Mathilde)

Le défi consiste à faire correspondre la tarification que l'on applique en tant que créateur de contenu avec ce qui est raisonnable par rapport à la valeur et raisonnable par rapport à la comparaison sur le marché. Les nouveaux venus sur ce marché ne connaissent souvent pas la valeur. Et contrairement aux salaires minimums pour le travail, il n'existe pas d'honoraires standard pour les collaborations commerciales, par exemple. Tous les acteurs de cette chaîne de valeur préfèrent également garder le secret sur le montant qu'ils ont payé ou celui qu'ils ont reçu.

Et je crois à ce sujet : quand je cherche des gens pour créer du contenu pour des marques, je leur demande ce qu'ils facturent. J'ai rencontré des Tiktokers qui ont des milliers, des dizaines de milliers de followers et qui disent 50 £ pour une vidéo, 100 £ pour une vidéo, parce que c'est ce qu'on leur propose. Et c'était pas terrible du tout en 2007. Ce n'était pas terrible pour mettre quelque chose sur mon blog en 2007. Aujourd'hui c'est du vol. Que faire avec cela ? Parce que je ne pouvais pas proposer un créateur qui saperait l'ensemble du collectif de ce que je fais. Il y a donc des marques qui sous-paient vraiment les gens. Et malheureusement, 100 € pour une mission est scandaleusement courant dans la vidéo, même avec des milliers de followers. Et vous savez, les vidéos vont quelque part et touchent des centaines de milliers de personnes. On leur propose des sommes abusives. (Kat)

DES FLUX DE REVENUS MULTIPLES

Témoignages

Nous avons commencé la discussion avec les artistes et les créateurs de contenu en leur posant la question : d'où proviennent vos revenus ? Leurs réponses témoignent bien de la diversité et de la complexité des différentes sources de revenus.

*Je ne suis pas moi-même créateur de contenu, mais j'en gère plusieurs, principalement dans le domaine de la musique. Mon travail consiste donc à faire que leurs affaires aillent bien pendant qu'ils font ce qu'ils aiment le plus. Alors oui, je pense que les flux de revenus de ces personnes sont très dispersés, comme vous l'avez mentionné précédemment, **ce sont de petits bouts qui viennent de beaucoup de flux en même temps. Le défi pour ces personnes est de s'organiser au mieux et de rassembler toutes ces choses.** (Dries)*

*Je suis productrice de podcasts. **Heureusement, je suis également enseignante**, donc mes revenus proviennent la moitié du temps de l'université et mes autres revenus proviennent occasionnellement de financements publics, de crowdfunding, des produits dérivés de mes podcasts, parfois d'organisations, d'ateliers que je donne. Et j'aimerais avoir de la publicité dans mon podcast, mais cela n'a pas fonctionné jusqu'à présent. (Eva)*

*Je travaille comme créatrice, créatrice numérique depuis 2007. **Mes revenus proviennent actuellement du conseil et de l'aide apportée aux marques et aux entreprises dans leur travail avec les créateurs** et de la recherche de grands créateurs pour des campagnes. Auparavant, ils provenaient de la publication de publicité en ligne par moi-même. J'ai également organisé des conférences pour les créatifs et j'ai eu un podcast qui, lui aussi, était sans publicité. (Kat)*

*Nous sommes un peu paresseux dans notre modèle économique et nous avons repris exactement ce que nous ferions dans le monde analogique, à savoir faire payer un ticket. Nous avons donc un spectacle qui a lieu à une heure précise et que l'on ne peut voir qu'à cette heure-là ; on achète son billet et c'est ainsi que l'on en profite. **Nous tirons une petite partie de nos revenus des programmes numériques achetées par des plateformes de diffusion en continu.** HBO+ possède l'une de nos émissions. Nous recevons également des fonds publics, que nous trouvons particulièrement accessibles pour le travail numérique en raison de l'innovation qu'il re-cèle. Nous travaillons de plus en plus avec les universités britanniques. Nous constatons donc que le travail numérique nous permet de produire beaucoup plus de textes de niche. Nous jouons donc beaucoup de pièces de la littérature moderne ancienne qui sont très rarement jouées et qui attirent un public mondial de personnes qui veulent vraiment voir ces pièces mises en scène. Mais cela signifie aussi que l'on est invité à participer à des ateliers, à des conférences, à des lectures et à des représentations spéciales pour les universités. (Lucy)*

La rémunération du contenu créé n'est la principale source de revenus d'aucun des quatre intervenants. Pour Eva, la plus grande « utilisation » de ses créations est celle qui lui rapporte le moins.

*Je serais très stressée si je n'avais pas ce travail, car je travaille toujours pendant un ou deux ans sur un podcast, un podcast documentaire, un podcast de fiction, de très grosses productions avec quatre ou cinq personnes que je veux rémunérer correctement. Il faut donc trouver des budgets et des fonds publics. Et il m'arrive souvent de commencer un projet sans en avoir le budget. En fin de compte, la plupart du temps, je ne suis pas payée parce que je veux payer mes collaborateurs et je veux avoir un public et garder la gratuité pour eux. **C'est donc un peu compliqué. Je dois toujours dire aux gens que nous ne sommes pas payés par Spotify. Les musiciens sont payés par Spotify, un peu, mais pas nous. Vous payez tous Spotify et vous recevez des podcasts gratuitement. Mais je ne touche pas un centime.** (Eva)*

Ne pas pouvoir se permettre d'être gratuits

Au début de la pandémie, de nombreux artistes essayaient tant et plus de rester en contact avec le public. Souhaitant cela, ils n'ont pas pris la peine de demander une redevance. Le Creation Theatre était une exception, non pas parce qu'ils étaient plus intelligents, mais parce que la gratuité n'a jamais été une option :

*C'était un moment fascinant, au début de la pandémie, en tout cas au Royaume-Uni où (pour le théâtre) personne n'avait numérisé ou partagé son contenu et c'était pour nous, qui étions vraiment enthousiasmés par le numérique, un moment potentiellement un peu effrayant où tous les grands du Royaume-Uni mettaient tout en ligne gratuitement. Ainsi, le National Theatre, le RC, **tout le monde s'est mis à publier son contenu gratuitement et nous nous sommes demandés ce que nous pouvions faire. Nous ne pouvons pas nous le permettre. C'est notre seule source de revenus. C'est la seule façon de payer les free-lances, la seule façon de tenir.** Pour l'instant, la seule façon d'offrir une bouée de sauvetage à nos équipes d'indépendants est de monétiser. Alors, on s'est dit d'emblée : « Il y a un prix pour le billet. Nous ne faisons pas cela gratuitement ». Et il y a eu un excellent article, je ne me souviens plus qui l'a écrit, dans lequel quel-qu'un disait que le théâtre doit faire très attention à ne pas suivre la voie des journaux au Royaume-Uni qui mettent tout en ligne gratuitement et qui depuis essaient de faire marche arrière et de trouver un moyen de monétiser ce contenu alors que tout le monde s'est habitué à ce que ce soit disponible gratuitement. (Lucy)*

Se faire payer en cadeaux qui filent sur eBay

La sous-rémunération, tout comme le fait que certains créateurs sont disposés à travailler pour des budgets trop bas, est encore une pratique courante dans le secteur des arts, des médias et du divertissement. Mais certains vont même plus loin et essaient de payer avec des biens plutôt qu'avec de l'argent.

*Et cela reste quelque chose dont notre secteur ne parvient pas à se débarrasser. Le paiement en cadeaux était considéré comme une rémunération tout à fait adéquate, mais ce n'est pas le cas. **Vous ne pouvez pas payer votre hypothèque en cadeaux ; votre maison se remplit de choses qui finiront sur eBay.** Et il y a évidemment un problème de fiscalité si vous acceptez d'être rémunéré en nature. C'est donc là que l'industrie a démarré. Dans le même temps, des gens vendaient des annonces en ligne. Cela existe depuis le début du siècle, mais au cours des cinq à sept dernières années, on a vraiment vu la commercialisation s'installer et le fait de gagner sa vie à plein temps devenir viable pour un grand nombre de personnes en ligne. Et c'est passionnant à voir. Mais nous retrouvons les mêmes pratiques qui consistent à créer des emplois précaires ; on dit aux gens qu'ils doivent baisser leurs prix ou qu'on ira voir ailleurs. (Kat)*

Tenir compte du talent dans la fixation des prix et payer à l'avance

Même si le client est prêt à payer, le problème ne disparaît pas immédiatement. De nombreux free-lances commencent des missions sans rémunération. Parfois, ceux qui ont fait le travail doivent faire des pieds et des mains pour recevoir leur dû.

*Je pense que tous les free-lances devraient être payés à l'avance. L'une des plus grandes pertes de temps, qui se répercute sur le montant qu'on gagne sur un projet, est de courir après les factures pendant des semaines, des mois, voire des années. Je suis toujours en train de suivre une facture au nom de quelqu'un qui travaille pour l'une des très grandes plateformes et qui devait être réglée en 2018. Ce n'est pas une grosse facture, mais nous avons passé beaucoup de temps à en réclamer le paiement. Je pense donc qu'il serait bon de passer au paiement à l'avance et d'insister sur cela ou au minimum 50 % à la signature en tant que norme minimale du secteur. Je pense également qu'il faut inclure le temps consacré, outre la création, à travailler sur le métier, à entretenir le public, à envoyer des courriels qui n'aboutissent à rien pendant des jours. On passe énormément de temps à tout administrer. Il ne s'agit pas de créer une image, une vidéo ou un texte. C'est tout ce qui se passe autour qui amène le public. Je pense donc que tout ça doit être compris dans le prix. Et comme quelqu'un l'a dit sur Twitter l'autre jour, **les prix ne tiennent souvent pas compte du talent. On regarde les chiffres, mais on ne tient pas compte du caractère unique ou de la capacité de cette personne à s'adresser à un public et à développer quelque chose que personne d'autre ne peut faire.** Je pense donc que le talent doit faire partie de la tarification. (Kat)*

CONCLUSIONS

Les thèmes que nous avons extraits de la recherche documentaire ont été largement soutenus par les artistes avec lesquels nous nous sommes entretenus. Il est clair que ces thèmes ne peuvent être considérés isolément, car ils s'influencent mutuellement et se chevauchent. L'effondrement des revenus est le résultat (mais aussi le déclencheur) de nouveaux modèles de carrière. La combinaison de modèles de revenus et d'emplois multiples dont un artiste a besoin pour survivre vient encore affaiblir le pouvoir de négociation. Si une forme de rémunération ne représente qu'un faible pourcentage des revenus, la volonté de se battre pour l'obtenir peut également être réduite.

CE QUE FONT LES SYNDICATS

INTRODUCTION

Dans ce chapitre, nous distillons des citations, des cas et des actions déjà entreprises par les syndicats pour renforcer et représenter les travailleurs (atypiques).

Les citations, cas et actions extraits seront regroupés autour de thèmes sélectionnés. Traditionnellement, les syndicats sont axés sur le pouvoir de négociation, et leurs instruments sont la négociation collective et le plaidoyer au niveau politique. Les différentes tables rondes nous permettent déjà de conclure que les syndicats évoluent vers de nouvelles formes de services pour leurs membres, repensent les critères d'adhésion et réfléchissent à leur rôle. Les thèmes abordés lors des tables rondes étaient les suivants :

- Le pouvoir de négociation collective ;
- Les travailleurs indépendants ;
- Le plaidoyer en faveur d'une gestion équitable des droits ;
- L'information et les outils ;
- Le travail politique (au niveau supranational) ;
- L'innovation et l'expérimentation.

Le cas échéant, les réponses des artistes et des travailleurs numériques lors des entretiens semi-structurés ont été intégrées dans ce rapport, de même que des citations ou des idées qui ont émergé de la discussion avec les artistes et les créateurs de contenu lors des VR-days.

LE POUVOIR DE NÉGOCIATION COLLECTIVE

Et ils ont tendance à regarder la forêt et non les arbres. Et nous devons faire que les voix des artistes individuels soient entendues dans la conception de l'avenir.
(Caspar de Kieffe, Kunstenbond)

Les syndicats ont progressivement compris que l'expansion des formes de travail atypiques peut affaiblir leur capacité à jouer leur rôle politique, sociétal, économique, idéologique et juridique traditionnel, à moins qu'ils ne parviennent à attirer ces types de travailleurs en tant que membres. D'autant plus que ces travailleurs sont confrontés à la précarité, aux mêmes défis que les travailleurs typiques, mais aussi à des défis autres, d'aspect différent. Toutefois, les syndicats sont conscients, comme l'ont montré les tables rondes, que leur position traditionnelle en tant qu'agent de négociation reste d'actualité. Dans les formes de travail atypiques, on observe diverses formes de décalage entre la dépendance économique, d'une part, et le pouvoir de négociation, d'autre part. Lorsque la dépendance est immense, l'influence des travailleurs créatifs sur les décisions au niveau individuel est pratiquement inexistante.

*Il est très difficile pour l'artiste-interprète solo, l'acteur solo ou le détenteur de droits d'auteur de garantir leurs droits à une rémunération juste et proportionnelle parce qu'ils ne sont pas dans une bonne **position de négociation**. L'employeur, le producteur de la plateforme de streaming, est en position de force. Les artistes-interprètes solo ont donc vraiment besoin du collectif. C'est un défi pour nous, en tant que syndi-cat, de suivre le mouvement, car il y a beaucoup de nouveaux intervenants et l'utilisation et la dis-tribution des arts se font à un rythme très rapide et évoluent en permanence. Nous devons donc vraiment travailler pour suivre. Dans certains domaines, nous sommes à la traîne et dans d'autres, nous sommes plus en phase avec notre époque.*
(Scen & Film)

Cette idée a également été débattue lors de la discussion de groupe avec les artistes et les créateurs de contenu travaillant dans un environnement numérique. Certains membres du panel pensent également qu'un syndicat est l'organisation la mieux placée pour défendre leur secteur.

Ainsi, il existe des contrats d'entreprises qui travaillent avec des photographes et qui comprennent parfaitement qu'il faille payer un supplément pour l'obtention d'une licence à des fins commerciales. Elles essaieront d'obtenir cette licence mondiale à perpétuité auprès d'un créateur pour le montant qu'elles ont négocié pour mettre sur un post Instagram. Et malheureusement, c'est une pratique si répandue que nous avons besoin de la négociation collective pour y remédier. (Kat)

Le jeu des chiffres, le collectif des membres et le dialogue avec les grandes entreprises. Pour entamer des conversations avec elles, il faut de la transparence, des réponses et aussi, je crois, peut-être un partage d'informations entre les membres, ce qui est très précieux. (Dries)

Je pense qu'un syndicat peut apporter de la stabilité à mon secteur et mettre fin à la pénurie et aux tactiques d'intimidation des agences et des marques. Détenir tout le pouvoir et les influenceurs seuls dans leur coin. Et je pense que si nous sommes unis, nous pouvons apporter de la sécurité au travail. (Kat)

Malgré l'absence de conventions collectives pour certains de ces types de travailleurs atypiques, notamment faute de cadre juridique, d'autres stratégies émergent pour attirer ces travailleurs atypiques, et des progrès sont possibles en collectivisant leurs défis. Par exemple, en accordant à ses membres l'accès aux prestations de soins de santé et de retraite, comme l'ont fait et le font les OGC, la SAG-AFTRA aux États-Unis a attiré des influenceurs en tant que membres. En fournissant des services juridiques et des contrats types, et en soumettant les membres à des règles non contraignantes, ils créent des conditions de concurrence équitables. Cette question a également été abordée par les artistes et les créateurs de contenu lors des entretiens et de la table ronde.

Si une entreprise me propose une rémunération injuste pour quelque chose et que je dis simplement non, et qu'elle peut passer directement à la personne suivante jusqu'à ce que quelqu'un dise oui, alors nous sommes tous perdants au bout du compte. Je pense donc qu'il est très important d'entretenir ces relations, que ce soit dans le cadre d'un syndicat ou sous quelque forme que ce soit, d'avoir ces normes ou ces relations les uns avec les autres en vertu desquelles nous convenons de ne pas nous vendre les uns les autres. (Dries)

Le pouvoir de négociation et la force du nombre sont également étroitement liés au rôle économique et juridique du syndicat. Le recours à la justice est une stratégie couramment utilisée par les syndicats, mais certains d'entre eux s'aventurent dans de nouvelles stratégies qui s'adressent également aux travailleurs atypiques et économiquement dépendants.

Nous menons donc beaucoup d'enquêtes et de travail de détective pour récupérer les droits des musiciens et veiller à ce que tout se passe bien. Et je pense que nous connaissons tous YouTube et tout le reste, et s'il faut en passer par-là, nos demandes de retraits ont été suivies d'effet dans environ 90% des cas. (Syndicat des musiciens)

*Il ne s'agit donc peut-être pas vraiment d'une question, mais plutôt d'une déclaration ou de quelque chose qui peut ouvrir un peu la discussion. J'aime penser en termes de solutions. Pre-nous l'exemple de YouTube. Nous constatons que des créateurs de contenu ont du mal à prendre des vacances parce que l'algorithme les oblige à fournir du contenu chaque semaine. D'un point de vue syndical traditionnel, nous commencerions à syndiquer tous ces créateurs de contenu, à les rassembler et à **faire des réclamations** auprès de la direction de YouTube. Mais c'est plus facile à dire qu'à faire. Il s'agit d'un défi de taille, et même avec une bonne coopération entre les syndicats du monde entier, c'est peut-être trop demander. Soyons honnêtes : ce sera très difficile. **Une autre solution pourrait être de travailler en vue de davantage de législation.** En tant que syndicat, nous pouvons nous adresser aux législateurs et essayer de les convaincre de mettre en place des cadres juridiques qui obligent la plateforme YouTube à prévoir un tel système.*

Ce rôle des syndicats a également été évoqué par certains artistes lors des entretiens et des discussions de groupe.

LES TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS

Tout au long du processus, des tables rondes, des entretiens et des discussions de groupe, il est apparu clairement que la numérisation et les nouvelles formes de travail incitent certains syndicats à reconsidérer leur position sur la syndicalisation des travailleurs indépendants. Il est très important, s'agissant de ce que les syndicats peuvent faire pour les travailleurs indépendants dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, d'établir une distinction entre le recrutement des travailleurs indépendants, les services fournis à ce groupe et les formes de représentation (négociation collective, entre autres) les concernant.

Rappelons d'ailleurs la stratégie suivie par SAG-AFTRA dans ce cadre. En accordant par exemple à ses membres l'accès aux soins de santé et à un régime de retraite, comme l'ont fait et le font les OGC, la SAG-AFTRA aux États-Unis a attiré des influenceurs parmi ses membres. Des initiatives récentes telles que United Freelancers (CSC) et des initiatives au nom du Kunstenbond témoignent également de cet intérêt.

L'initiative du Kunstenbond a même permis de jouer un rôle actif dans l'élaboration d'une convention collective pour les musiciens indépendants. Cela a conduit à l'affaire FNV Kunsten devant la Cour européenne de justice et a donné lieu à des lignes directrices de la Commission européenne sur l'application du droit européen de la concurrence aux conventions collectives concernant les conditions de travail des indépendants sans salariés.

*Or, cela n'a pas été possible. Nous n'avons pas été en mesure de négocier collectivement pour les travailleurs indépendants. Dans le cadre de ce projet, nous nous employons et nous faisons pression sans ménager nos efforts depuis des années, comme le Kunstenbond aux Pays-Bas, en entamant une action en justice en 2007. Et personne n'a jamais cru que cela arriverait. **Aujourd'hui, nous sommes en mesure de négocier collectivement pour les travailleurs indépendants.** C'est donc une bonne chose que nous disposions maintenant ce nouvel outil et que nous puissions travailler à partir de là. Cela montre aussi que les syndicats sont capables et que nous sommes parfois très bons. Cette fois-ci, cela a pris beaucoup de temps, mais cela reste un changement que beaucoup ne croyaient pas possible et nous avons réussi à l'obtenir. En outre, nous n'étions pas les seuls à travailler sur le sujet, mais cela a fonctionné et nous sommes parfois très doués pour faire valoir nos arguments auprès du monde politique.*

Mais nous devons être informés en amont et c'est ce que nous sommes en train de mettre en place dans un premier temps. Et nous devons nous assurer d'être en mesure de mener à bien ces négociations. (Kunstenbond)

Étant donné l'incertitude dans certains pays, depuis la nature des lignes directrices de la Commission européenne, du cadre juridique des conventions collectives pour les travailleurs indépendants et/ou atypiques dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, les échanges avec les personnes interrogées au cours de cette recherche ont révélé que d'autres stratégies sont suivies au niveau juridique et micro, notamment en mettant l'accent sur la sensibilisation aux cadres juridiques existants et sur leur mise à jour. Par exemple, pour obtenir des subventions, l'Arrêté du Gouvernement flamand portant exécution du Décret sur les Arts a été négocié avec les syndicats et les organisations patronales. Les demandeurs doivent se conformer à la disposition suivante :

Rémunérer correctement tous les collaborateurs, quel que soit leur statut, qui fournissent une prestation dans le cadre du projet et dont le demandeur est le donneur d'ordre ou employeur direct.

Dans ce cadre, une initiative JuistisJuist (correct, c'est correct) a été mise en place et a donné plus de substance à cette disposition légale. Sur la base de la convention collective de travail,

Le secteur artistique professionnel paie correctement dans toute forme de relation contractuelle. Si un entrepreneur travaille avec un contrat de travail, via l'article 1bis ou via un bureau social pour artistes, ce sont les CCT applicables qui déterminent son salaire brut minimum. La rétribution minimale d'un travailleur indépendant est calculée sur la base du coût salarial d'un salarié ordinaire occupant un poste similaire.

PLAIDOYER POUR UNE GESTION ÉQUITABLE DES DROITS (OGC VERSUS PLAIDOYER VERSUS CONVENTIONS COLLECTIVES)

Bien que les syndicats soient de plus en plus conscients de l'incidence de la législation de matière de propriété intellectuelle, ils ont encore du mal à trouver une position commune adaptée à la défense des droits de leurs membres (potentiels).

En ce qui concerne la diffusion en direct et en continu, si cela devient un modèle générateur de revenus d'importance, nous nous attendons à ce que notre rémunération le reflète. Donc, il y a clairement une synergie : Si quelqu'un gagne de l'argent grâce à cela, nous nous attendons à ce qu'une partie de cet argent nous revienne. Je ne pense pas qu'ils fassent la différence entre une diffusion en direct et un enregistrement pour retransmission ultérieure. Bien sûr, la difficulté se présente concernant l'enregistrement et la diffusion à une date ultérieure, pour vous suivre, savoir qui serait streamé. Parce que nous ne sommes pas musiciens, nous ne sommes pas acteurs, nous n'avons pas l'habitude de ces paiements futurs ou récurrents. Nous sommes plus habitués à gérer les choses le jour même. Nous allons donc devoir nous pencher sur cette question et y trouver une réponse. (Bectu)

Au cours des tables rondes, différentes approches ont été mentionnées, réparties essentiellement en quatre catégories : sensibiliser à l'importance des droits de propriété intellectuelle ; élaborer des politiques et défendre les droits de propriété intellectuelle ; négocier collectivement et combler les lacunes dans le travail des OGC ; et collaborer avec ces derniers. Il convient de préciser qu'un grand nombre de ces initiatives s'adressent principalement aux travailleurs atypiques.

La plupart de ces activités sont menées en coordination et en collaboration avec notre OGC, ou au moins l'un des OGC, et nous sommes parfois en concurrence avec eux. Parce que nous aimons intégrer ces éléments, lorsque nous le pouvons, dans les conventions collectives qui incluent la partie travail. (SFA-CGT)

Peut-être commencer par l'approche traditionnelle, qui consiste à essayer de fixer des tarifs ou de conclure des conventions collectives sur le secteur ou sur les utilisations numériques. Et peut-être juste pour résumer ce que nous avons fait ici. À l'été 2019, nous avons introduit un tarif de streaming pour la diffusion en direct. Il s'agit d'un tarif pour la vidéo, l'audio et la diffusion en temps réel sans enregistrement. (Union des musiciens finlandais)

Cette attention portée aux travailleurs typiques s'est également traduite par un grand nombre d'exemples avancés par les différents syndicats participant aux tables rondes, où des conventions collectives ont été négociées, certaines pendant la pandémie de COVID-19.

Depuis la pandémie, nous avons mis en place des tarifs spéciaux pour la diffusion en continu, car nos orchestres et nos ensembles ne peuvent rien faire pour les artistes en direct. Nous avons dû chercher comment les aider parce qu'ils n'avaient pas de public. Nous avons concédé qu'un flux numérique pouvait remplacer l'exécution en public, de sorte que nous ne demandions normalement pas de redevance pour ces droits, et nous avons renoncé à ces droits pendant 24 heures. Si quelqu'un voulait diffuser un concert, un concert en direct sans public pendant, di-sons, trois mois, nous commencerions à percevoir une redevance et cette redevance irait jusqu'à six mois avec une redevance progressive. Mais normalement, il y aurait un flux de 24 heures, absolument gratuit, au lieu d'un public. (Syndicat des musiciens)

Nous avons également conclu des accords à long terme avec des organisations telles que la Royal Shakespeare Company, le National Theatre et un certain nombre de compagnies d'opéra et de ballet au Royaume-Uni. Encore une fois, le principe de ces accords est qu'ils permettent de rémunérer les membres au-delà de la rémunération qu'ils perçoivent déjà pour l'exécution en direct. Ils perçoivent des honoraires hebdomadaires standard pour la pièce de théâtre, l'opéra, le ballet, etc. Ensuite, lorsqu'il est question de passer à la BBC, de le diffuser, de le passer dans les cinémas, **des paiements supplémentaires sont dus pour cela avec une structure de redevance, en fonction de la durée souhaitée.** (Equity)

Certains syndicats présents à la table ronde connaissent déjà bien la flexibilité dans la négociation des tarifs et ont une approche de la différenciation de ces tarifs et du consentement en fonction de la nature commerciale ou non commerciale de l'exploitation, des types d'exploitation, etc.

Lorsque l'utilisation est strictement **non commerciale**, c'est-à-dire lorsqu'un producteur enregistre la performance et la distribue gratuitement aux écoles, nos membres reçoivent alors environ 150 livres sterling pour chaque période de 30 jours d'utilisation non commerciale. Ensuite, lorsqu'on passe à l'usage commercial, lorsque certains commencent à envoyer ça à des écoles, par exemple, nous négocions des redevances distinctes en plus. Il existe une distinction claire entre usages non commercial et commercial. Même dans le cas d'une utilisation non commerciale, lorsque le producteur ne reçoit pas un centime pour la transmission de l'œuvre, nos membres perçoivent tout de même une redevance, ce qui nous semble être un principe important en ce qui concerne les droits du travail, les droits d'exécution, etc. (Equity)

Puis, une fois que certains théâtres se sont prêtés au jeu, nous avons utilisé le même modèle dans de nombreux théâtres, car la plupart des cas étaient très similaires. Pour ce faire, nous avons vendu les droits avec une somme forfaitaire pour une période très courte. Cela ne signifie pas que ces diffusions continueront ou que les droits ont été vendus pour une période au-delà de cette minute ou de cette performance en direct. C'est pourquoi nous allons négocier avec nos homologues des théâtres pour ajouter quelque chose à ce sujet dans la convention collective. Mais pour l'instant, nous ne savons pas encore ce que nous aimerions voir figurer dans la convention. C'est pourquoi nous allons **recueillir plus de données, plus de détails, pour avoir plus d'idées sur la façon d'aborder ça par la suite.** (Näyttelijäliitto Skådespelarförbundet)

D'autres syndicats se heurtent à cette question de la flexibilité des tarifs liée aux formes croissantes d'exploitation d'œuvres ou de prestations protégées par droits d'auteur et/ou droits voisins. Ils reconnaissent que leur modèle traditionnel doit être revu.

Et je pense que nous devons être plus flexibles. Dans le passé, nous n'avons eu que des tarifs fixes. Vous savez, c'est un tarif et il est assez traditionnel. Nous allons maintenant envisager davantage de flexibilité pour différentes utilisations, différents médias, et c'est ce que nous sommes en train d'étudier. Nous n'avons pas fait énormément de travail, **mais nous avons toujours été traditionnellement inflexibles, je pense, le syndicat des musiciens, et j'espère que cela s'atténuera.** (Syndicat des musiciens)

Nous constatons généralement, à quelques exceptions près, mais rarement et équitablement, que le résultat de ces négociations est soit une absence de rémunération pour les droits, soit une ré-munération très faible pour les droits. Il existe, je crois, 37 antennes locales en Suède. Il existe donc autant de solutions et de modèles de rémunération. Bien entendu, tous n'ont pas accepté ce type d'accord, car tous les théâtres ne voulaient pas faire de la distribution numérique. Mais aucun accord local n'est identique à un autre. Il existe un grand nombre de solutions différentes. (Scen & Film)

Plusieurs syndicats reconnaissent également que la collaboration avec les OGC est une stratégie possible et inévitable.

Mais nous reconnaissons également que certains de ces éléments ne peuvent plus être in-clus dans la convention collective. Et il faut une articulation avec un accord spécifique qui couvre les droits où nous essayons d'intégrer l'OGC là où nous le pouvons, même si les employeurs hésitent à dialoguer avec les OGC. Nous sommes les intermédiaires, ou ce sont les tribunaux qui peuvent parfois être les intermédiaires. (SFA-CGT)

Nous avons mis en place un système dans lequel le producteur de la diffusion en continu informait Gramex, notre organisme de gestion collective pour les droits voisins de la musique. Et s'ils n'informent pas Gramex dans les 30 jours, le paiement aux détenteurs de droits d'exécution se fera par l'intermédiaire de Gramex. Cette pratique a été mise en œuvre il y a presque deux ans, voire plus. Et ça marche. Telle est notre stratégie : essayer d'orienter ce type de paiement des droits vers Gramex, qui paie les artistes-interprètes deux fois par an. Il est beaucoup plus facile pour les pro-ducteurs de s'occuper du paiement s'ils n'ont pas à le faire eux-mêmes (Union des musiciens finlandais)

Pendant la pandémie de COVID-19, certains syndicats ont constaté une augmentation des questions de rémunération équitable et de propriété intellectuelle. Ils reconnaissent également qu'il existe des opportunités dans le domaine du conseil et du plaidoyer. Cela soulève des questions sur les connaissances au sein de l'organisation et la structure du syndicat concerné.

Nous recevons beaucoup de questions qui ne sont pas liées à notre activité et qui portent généralement sur le montant à demander pour ces droits et sur la manière de conclure un accord, peut-être pour garantir nos droits ; il est donc très difficile pour nous, syndicat, de donner des conseils à ce sujet qui ne relève pas de notre domaine d'expertise. Nous constatons une augmentation de ce type de questions et nous avons la possibilité d'aider. (Scen & Film)

Je dois également préciser que l'un de nos avantages est que nous disposons de notre propre service de distribution interne qui collecte l'argent dû à nos membres pour les albums de casting, les émissions de télévision, les longs métrages, etc. Les membres connaissent également l'idée que le syndicat obtient l'argent pour eux et dans le cadre des conventions collectives, car c'est le syndicat qui collecte l'argent puis le distribue. Ce que nous avons constaté, c'est que nous avons pu sensibiliser nos membres au fait que les conditions auxquelles ils travaillent sont telles qu'elles sont parce que le syndicat les a négociées pour eux. Il s'agit d'un changement radical depuis que le service de distribution a été entièrement mis en place. Cela a donc permis d'éveiller les consciences. (Equity)

*Nous avons aidé nos membres à négocier les contrats ; nous avons des conventions collectives pour les salles de cinéma mais il n'y a rien sur le streaming ou la vente de ces droits. Cela signifie qu'il faut demander personnellement à chaque fois. **La seule solution est d'avoir un contrat personnel. Mais nous l'avons fait sous forme de conseils.** Il y avait toujours quelqu'un qui commençait, soit quelqu'un du groupe, soit un acteur du groupe qui était impliqué, qui s'occupait des négociations. Et nous donnions des conseils. C'est aussi simple que cela. (Näyttelijäliitto Skådespelarförbundet)*

Certains syndicats sont confrontés à des limitations liées à leur structure ou à des obstacles législatifs.

*Ce que l'on a pu constater pendant la pandémie, c'est qu'il y a beaucoup de nouveaux intervenants sur le marché, et il y a les théâtres qui veulent montrer leurs artistes de scène en numérique parce qu'ils ne peuvent pas avoir de public dans le théâtre, bien sûr. Et pour le théâtre subventionné en Suède, nous avons une convention de négociation distincte, une convention collective. **Dans cette structure, la négociation de la rémunération des droits numériques est en fait déléguée aux sections syndicales locales. Et nous avons constaté plusieurs problèmes au cours de ces négociations.** (Scen & Film)*

*Pour donner un bref aperçu de ces questions, je dirais que l'employeur est en position de force par rapport aux salariés. Il y a des questions très difficiles, telles que **des questions juridiques difficiles, que nos membres des sections locales appréhendent mal.** (Scen & Film)*

Cette transformation de ce qu'un syndicat peut faire pour ses membres, ou du rôle qu'il peut jouer, a également été abordée lors de la discussion de groupe avec des artistes et des créateurs de contenu.

*Du point de vue de la marque, je comprends qu'il soit difficile de le faire, car sur la base de quels critères peut-on contrôler ces normes ? Est-ce que dès que quelqu'un a 10 000 followers, c'est tant et à partir de 50 000, c'est tant ? **Ces critères numériques ne prennent pas toujours en compte le caractère unique du créateur et l'adéquation avec la marque, le public visé. Ils n'indiquent même pas toujours le nombre réel de followers ou l'engagement réel. Mais je reconnais qu'imposer ces normes imposées de part et d'autre est un débat difficile.** (Dries)*

L'INFORMATION ET LES OUTILS

On réinvente beaucoup l'eau chaude et chacun essaie d'établir son propre type de contrat, selon ses propres termes, et d'essayer de les développer. (Lucy, Creation Theatre)

Au cours des tables rondes, certains syndicats ont également évoqué les initiatives prises dans le domaine de l'information. En particulier lors de la pandémie de Covid-19, il est apparu clairement à certains syndicats que leurs membres ne connaissaient pas suffisamment les droits d'auteur et les droits voisins, ainsi que le streaming.

Nous prévoyons de demander des fonds afin d'aider les musiciens à connaître leurs droits en matière de diffusion en continu. (SMF (SE))

Et je pense que la formation des créateurs est à la fois énorme et importante. Le temps est également compté. Lorsqu'il faut consacrer du temps à la création de contenu, veut-on entendre parler de licences exclusives à perpétuité ? Je pense que c'est l'une des raisons qui poussent les artistes-interprètes à dire : est-ce que vous engagez ou pouvez-vous m'envoyer moi un contrat que je puisse lire pour que nous puissions travailler ? Mais là encore, on en revient au pouvoir de négociation individuel (inférieur en l'occurrence). Que peut-on exiger de quelqu'un qui connaît mieux les choses ? (Mathilde)

D'autres syndicats ont également développé l'idée de l'information et de l'acquisition de nouvelles compétences.

*Nous avons commencé à réfléchir à la nécessité de **développer** ou peut-être d'acquérir d'autres compétences à l'avenir, non seulement dans le domaine des appareils techniques ou des performances techniques, mais aussi dans des domaines aussi élémentaires que les perruques et le maquillage, comme quoi la coiffure et le maquillage sur scène sont autre chose que la coiffure et le maquillage pour un film potentiellement en haute définition. (Bectu)*

Bien que de nombreux syndicats et leurs représentants souhaitent assumer ce rôle de partage des connaissances et d'information, bon nombre d'entre eux reconnaissent que bien assumer ce rôle exige de développer ces connaissances au sein de la structure du syndicat lui-même. Sur certains sujets, ces connaissances sont insuffisantes ou inexistantes, ce qui a également des conséquences sur les rôles traditionnels assumés par les syndicats.

*Et je pense que c'est aussi l'une des raisons pour lesquelles nous organisons cette réunion, c'est pour commencer à développer ces connaissances. **Et il est absolument nécessaire de disposer de ces connaissances pour pouvoir changer les lois. C'est un point de départ de connaître, car il est très difficile d'être un interlocuteur à part entière dans le cadre du lobbying ou de la négociation, si vous ne savez pas exactement comment la technique fonctionne ou si vous n'avez pas besoin de savoir exactement, mais vous devez en savoir assez pour ne pas être éjecté de la table.** (Kunstenbond)*

Ces initiatives et ces idées sont également soutenues par les déclarations des créateurs de contenu et des artistes qui ont participé à la discussion de groupe. Pour ces travailleurs atypiques et économiquement dépendants du secteur des arts, des médias et du divertissement, il manque une structure ou une organisation qui rassemble les connaissances, les met à disposition et propose des cours et des formations. Au lieu de s'auto-éduquer et d'avoir l'idée de « réinventer l'eau chaude », il est absolument nécessaire de centraliser ces connaissances.

*Il faut également une information collective car, en tant qu'indépendants, nous ne disposons pas des structures nécessaires pour nous soutenir mutuellement. **Et les nouveaux venus dans le secteur n'ont pas de guichet unique pour obtenir ces informations et se protéger.** (Kat)*

*Je pense qu'aujourd'hui, on ne peut plus dire : « Je suis un artiste, je ne veux être qu'un artiste et je ne veux pas m'occuper de quoi que ce soit d'autre côté business ». N'empêche qu'il faut toujours se concentrer sur la créativité et l'art. **Et je pense que le fait d'avoir des organisations ou des personnes à qui parler et de savoir que les connaissances existent et qu'il n'est pas nécessaire de les construire soi-même, je pense que c'est crucial.** (VI.BE)*

On peut se demander si la collecte et l'organisation de ces connaissances doivent être du ressort des syndicats. L'absence de conventions collectives pour les travailleurs atypiques appelle toutefois d'autres stratégies pour protéger le droit à une rémunération équitable et à des pratiques loyales. Actuellement, la clé de cette sauvegarde semble être l'information et le partage des connaissances. Ou comme l'a dit Dries :

*Je pense que l'éducation dans tous ces domaines et le partage de l'expérience et des connaissances sont extrêmement précieux, car je pense que c'est là **qu'il y a beaucoup de pouvoir. Et en mettant en commun ces connaissances en matière de rémunération équitable... si une entreprise veut mal me payer pour quelque chose et que je dis simplement non et qu'elle peut passer directement à la personne suivante jusqu'à ce que quelqu'un dise oui, alors nous sommes tous perdants au bout du compte.** (Dries)*

Et même s'il s'agit d'un rôle que les syndicats doivent jouer, on peut se demander si ce rôle doit être assumé uniquement par eux ou si de nouvelles collaborations doivent être établies avec, par exemple, les centres d'expertise dans le secteur des arts, des médias et du divertissement et les fédérations et coalitions émergentes d'artistes et de créatifs.

*Je pense vraiment, et cela devient ennuyeux parce que je me répète encore et encore, que pour développer **les connaissances et l'expertise et partager ces connaissances**, il est vraiment important **de travailler ensemble très étroitement** et de s'écouter les uns les autres et **d'être prêt à parler les uns aux autres également.** (VI.BE)*

*Ce que nous faisons actuellement aux Pays-Bas, c'est mettre en place une coalition créative qui s'appuie sur les syndicats et les associations. **Nous sommes aujourd'hui 43 organisations à essayer d'être le porte-voix des créatifs.** Mais d'un autre côté, nous sommes la seule grande organisation au sein de tous ces groupes. Et je suis désolé de dire que nous avons plus de connaissances qu'une association qui travaille avec des bénévoles. C'est plus difficile, bien sûr, et ils veulent toujours être séparés. Nous essayons de trouver un moyen pour qu'ils aient leur propre voix, tout en utilisant notre force et en trouvant un moyen d'obtenir suffisamment de fonds, car sinon nous disparaîtrons de toute façon. Et puis la partie forte est partie. Que le syndicat s'en aille, ce n'est pas à leur avantage. Mais c'est une question difficile, très difficile. (Kunstenbond)*

LE TRAVAIL POLITIQUE (AU NIVEAU SUPRANATIONAL)

Un rôle traditionnel important des syndicats est leur fonction politique au niveau national et supranational. En tant que partenaire social, un syndicat peut peser non seulement sur l'élaboration des conventions collectives, mais aussi sur le processus législatif. Il est à noter que des expériences récentes, par exemple en Belgique, représentent une remise en question de ce rôle. De plus en plus de fédérations de collectifs d'artistes spécifiques sont associées au processus législatif et activement sollicitées par les décideurs politiques pour apporter leur contribution et leurs idées, en lieu et place des syndicats traditionnels.

Néanmoins, les syndicats continuent de jouer un rôle important et d'assumer des responsabilités dans le processus législatif.

La traduction du mot proportionate a fait l'objet de nombreuses discussions et nous en sommes arrivés à la notion de proportionnel plutôt que de proportionné, ce qui signifie en français qu'ils doivent payer un pourcentage de ce qu'ils reçoivent plutôt que quelque chose qui serait une partie de ce qu'ils reçoivent. . (SFA-CGT)

Une autre solution pourrait être de travailler en vue de davantage de législation. En tant que syndicat, nous pouvons nous adresser aux législateurs et essayer de les convaincre de mettre en place des cadres juridiques obligeant YouTube à proposer un tel système.

Nous avons besoin d'incitations et nous essayons d'inclure toutes ces petites incitations dans toutes les lois et toutes les possibilités. Et si un gouvernement subventionne une entreprise aux Pays-Bas ou s'il négocie un accord sectoriel, nous devons veiller à ce qu'il y ait une incitation à parler à ces personnes, à être à la table et à avoir cette table.

Le cadre juridique en vigueur incite les syndicats à négocier des conventions collectives, des lois, etc. Lors des tables rondes, il a été noté que le cadre juridique n'offre pas toujours un poids suffisant et qu'une stratégie plus solide pourrait consister à collecter des données et des statistiques afin de plaider en faveur d'un changement. Influencer la politique peut être un moyen de créer un meilleur cadre pour les artistes, mais il est difficile d'égaliser le pouvoir de lobbying et les stratégies des grands acteurs comme Google et YouTube, qui ont en outre l'avantage de pouvoir présenter de nombreuses données qui donnent du poids à leurs arguments. Dans ce contexte, les syndicats peuvent envisager d'autres stratégies, telles que l'élaboration de contrats types assortis de meilleures conditions, ce qui peut parfois avoir plus d'impact que de continuer à essayer de convaincre les décideurs politiques d'adopter de meilleures lois.

« Ce qui est vraiment intéressant, c'est que nous avons été un peu coiffés sur le poteau par des organisations plus importantes comme Google, les hébergeurs de contenu et les créateurs de contenu qui sont concentrés parce qu'ils pouvaient présenter ce qui semblait être des preuves pour changer la loi de telle ou telle manière, ce qui, pour un décideur politique, semblait plus convaincant que les données que plusieurs syndicats plus petits étaient capables de générer, ou même des universitaires. [...] C'est une faille dans le système d'élaboration des politiques, qui favorise les mieux dotés en ressources, qui peuvent retourner les conclusions d'un rapport et présenter des données quantitatives plus rapidement que les organisations de plus petite taille, qui peuvent savoir ce dont il en retourne, mais dont l'objectif premier n'est pas de faire du lobbying auprès des pouvoirs publics. Nous avons donc décidé de nous concentrer sur les nouvelles conditions contractuelles et les nouvelles conventions collectives et de commencer à mettre cela en œuvre pour Equity, puis de les étendre aux autres syndicats ». (Mathilde)

Le changement susmentionné en Belgique a même débouché sur une législation permettant aux fédérations artistiques d'être reconnues dans le cadre de leur adhésion à la Commission artistes. La question reste de savoir si cette fragmentation du plaidoyer et du rôle politique est un changement positif. De plus, ces fédérations ne disposent pas de réseaux internationaux, ce qui fait obstacle à leur fonction politique d'agent de négociation au niveau supranational. C'est là que les syndicats ont encore une position forte et un réseau qu'ils ont construit au fil du temps.

INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION

Un dernier thème a été affiné au cours des tables rondes. Bien que leur stratégie ne soit pas très répandue, les expériences et les innovations du syndicat finlandais des musiciens méritent d'être citées comme une orientation possible pour d'autres syndicats. La devise de cette expérience/innovation pourrait être la suivante : par et pour le secteur. En investissant dans de telles innovations, le secteur créatif est placé aux commandes et prend la responsabilité et le contrôle des modèles économiques mis en œuvre, au lieu d'initiatives imposées d'en haut, comme l'initiative sur la diffusion en direct de Cultuurconnect en Belgique.

*En 2016, nous avons créé une boîte à outils numérique comprenant un logiciel permettant de gérer une salle de concert ou un restaurant, ainsi qu'une application mobile intégrée pour le public. Le public pouvait consulter les événements, acheter des billets, commander des boissons et de la nourriture sur place et, au fond, effectuer toutes les transactions sur leur téléphone portable. Cette application comprend également une plateforme de diffusion en continu, ce qui signifie que, puisque les sites disposent d'une infrastructure de diffusion en continu ultramoderne, le public qui achète un billet a aussi la possibilité de regarder l'événement assis dans un tram, en route vers l'événement s'il est en retard, de chez soi s'il décide de ne pas se déplacer, ou le regarder après coup. En 2016, nous ne connaissions pas encore le COVID-19, mais toutes les fonctionnalités de l'application sont très utiles pour l'utilisation numérique de ce type de lieu. En fait, nous avons obtenu un financement des fonds structurels de l'UE pour développer davantage le concept de club numérique. Nous sommes en train d'ajouter des fonctionnalités supplémentaires à ces applications. Et c'est l'une des principales caractéristiques de ce que nous faisons aujourd'hui. **Nous essayons de transformer un lieu de spectacle traditionnel en un lieu numérique où l'on peut se connecter et être un client virtuel.** Toutes les transactions sont effectuées numériquement via l'application. (Union des musiciens finlandais)*

Il est également clair que pour ce type d'innovation et d'expérience, les partenariats sont essentiels, ou du moins demandent réflexion. Dans ces partenariats, les obligations contractuelles peuvent également protéger les droits et les intérêts des travailleurs atypiques.

*Et troisièmement, nous avons mené pendant la pandémie un projet visant à augmenter le volume de streaming musical en direct, alors que le marché du streaming se développait rapidement au début de la pandémie. Dans ce projet, nous avons un partenaire, une entreprise qui étendait ses activités sur ce marché. Il y avait encore un troisième partenaire, l'une des principales sociétés de billetterie de Finlande. Notre objectif était de fournir du **travail aux musiciens qui avaient perdu leurs engagements en scène**, la possibilité de travailler en direct. Nous voulions également jouer un rôle de catalyseur pour améliorer la qualité et augmenter l'audience du streaming musical en direct.*

*Mais l'essentiel pour nous dans ce projet était peut-être d'étudier le modèle économique des risques et des profits et la manière dont ils peuvent être partagés dans ce type d'activité. Nous avons mis au point un modèle dans lequel le risque économique est mis en commun entre tous, les artistes, la salle, le producteur de streaming et l'équipe technique. Et c'était assez compliqué car il y avait beaucoup de rôles différents pour les différents intervenants. Parfois, c'est l'artiste qui est à l'origine de la diffusion en continu, parfois la salle, l'agence de spectacles ou une maison de disques. **Notre idée était, bien sûr, d'éviter que le risque ne pèse que sur les seuls artistes-interprètes.** Au final, ce projet a permis de réaliser une cinquantaine de productions pour la diffusion en continu. Nous disposions d'un certain financement pour nous assurer que le spectacle serait payé équitablement en fin de compte et que cette expérience serait couronnée de succès à bien des égards, en fournissant bien sûr de l'emploi aux artistes et en les aidant à faire face à cette situation difficile. Mais elle a échoué sur un point essentiel : la demande d'équipes de streaming fournissant le service technique. La demande a augmenté de façon spectaculaire et ils n'ont finalement pas voulu partager le risque. Au contraire, ils augmentaient les prix en raison de la forte demande pour leurs services. Nous n'avons donc pas pu tester cette partie de la structure. (Union des musiciens finlandais)*

CONCLUSIONS

ENTRE RÊVE ET RÉALITÉ

Dans ce dernier chapitre, nous rassemblons les pièces du puzzle : quels sont les changements et les questions urgentes que nous voyons émerger ? que disent les travailleurs créatifs eux-mêmes à ce sujet et que font déjà les syndicats ?

Ce chapitre aborde également des sujets et des éléments qui ne relèvent pas de la sphère de travail des syndicats, mais qui ont plutôt trait aux nouveaux cadres juridiques et politiques qui pourraient ou devraient être mis en œuvre.

À la fin de ce chapitre, nous osons rêver en proposant quelques idées originales ainsi que des modèles inspirés d'autres secteurs qui peuvent fournir de nouvelles stratégies ou donner naissance à de nouvelles visions.

LA PRÉCARITÉ TELLE QUE NOUS LA CONNAISSONS, AVEC DES NIVEAUX DE COMPLEXITÉ SUPPLÉMENTAIRES

Une première conclusion est que les travailleurs atypiques travaillant (en partie) dans le domaine numérique sont confrontés à la précarité telle que nous la connaissons. Le cumul d'emplois ou d'activités et de flux de revenus liés à ces modèles économiques et la dépendance économique des plateformes et de leur modèle de rémunération, quand il existe, signifient que ces travailleurs sont confrontés à un profil de travail et de revenu précaire similaire à celui des travailleurs atypiques, des free-lances et des autres travailleurs du secteur des arts, des médias et du divertissement.

Ce modèle précaire, comme en témoignent la recherche documentaire, les déclarations des artistes et la figure de la page 18, se caractérise par des niveaux de complexité supplémentaires quand on travaille dans le domaine numérique. Tout d'abord, il s'agit d'une conséquence de la non-qualification en tant que salariés dans la relation avec ces plateformes ou entreprises, en raison de sa nature volontaire. La qualification de non-salarié est délibérée et d'une importance non négligeable. Dans certains États membres, comme la Belgique, ce revenu peut être qualifié de revenu provenant de la mise sous licence ou du transfert de droits d'auteur et/ou de droits voisins, qui n'est pas nécessairement considéré comme relevant du statut social de « travailleur indépendant » et n'est donc pas pris en compte pour les prestations sociales, les pensions, etc. L'absence d'un cadre juridique digne de ce nom en matière de sécurité sociale ajoute en complexité à la précarité de ces travailleurs atypiques.

Cette observation et cette qualification de non-salarié ont d'autres conséquences sur l'applicabilité du droit du travail. Étant donné que le droit du travail n'est pas applicable à ces relations, les artistes, créateurs de contenu et autres travailleurs atypiques interrogés ont abordé les conditions imposées unilatéralement par les plateformes, ce qui les place en position de dépendance économique. En outre, ils déclarent n'avoir aucun cadre de négociation et être en position de faiblesse de par le caractère standardisé de ces conditions. Ils ont souligné le manque de transparence quant au fonctionnement et à l'évolution des algorithmes. Essayer de rester compétitif dans un environnement non transparent et incontrôlable, dans lequel ils n'ont pas de pouvoir de négociation, engendre insécurité, incertitude et stress.

Cela conduit à des stratégies et des méthodes de travail individuelles, comme l'ont mentionné les personnes interrogées, avec un revenu incertain et un faible retour sur le travail fourni pour créer ce contenu. Parmi ces méthodes de travail, on peut citer :

- Pousser du contenu pour conserver l'attention des utilisateurs de la plateforme, quels que soient les gains ;
- Trouver des moyens de se lancer sur différentes plateformes, afin de « gagner » plus de spectateurs et de followers ;
- Pousser du contenu gratuit ou travailler sur des plateformes qui en proposent, afin de solliciter des travaux de commande en fonction de la valeur des spectateurs et des followers.

De nombreuses personnes interrogées ont également évoqué l'impénétrabilité des algorithmes qui déterminent la visibilité du contenu. Jouer à un jeu dont les règles changent constamment est épuisant et incertain. Lorsque les plateformes ou les fournisseurs de logiciels ajustent leurs algorithmes ou lancent de nouveaux logiciels, c'est du jour au lendemain et sans préavis. Il faut donc faire preuve de souplesse et de capacité d'adaptation en temps utile.

L'accessibilité de ces plateformes (générées par les utilisateurs) et l'absence de contrôleur d'accès ajoutent de nouvelles dimensions au jeu de la concurrence. En plus de la relation complexe avec les plateformes, la plupart des artistes interrogés déclarent qu'ils rencontrent la concurrence de non-professionnels, ce qui ajoute à leur précarité. Ces non-professionnels n'ont souvent aucune motivation économique, pratiquent des prix déraisonnablement bas et s'approprient une partie du gâteau. Les artistes et créateurs de podcasts et de contenus professionnels tentent alors de se démarquer en créant des contenus de meilleure qualité. Il en résulte une augmentation des coûts de production et du temps de travail, pas nécessairement suivie d'une augmentation des revenus. Dans ce contexte, l'idée de créer un label pour distinguer les professionnels des non-professionnels a été évoquée par certains artistes. Ce label devrait, dans l'hypothèse d'une meilleure position de négociation, déboucher sur un modèle de rémunération différencié.

Les problèmes cités se retrouvent également dans les modèles d'emplois multiples et de carrières révisées que ces plateformes en ligne créent. Pour tenter de suivre cette évolution rapide, il est nécessaire de faire des pauses dans l'environnement en ligne afin de travailler à la création de nouveaux formats, au développement de nouveaux magasins, à la conception de nouveaux contenus, etc. Ces interruptions doivent alors être comblées financièrement sans qu'il soit possible de bénéficier d'un revenu de remplacement tel que des allocations de chômage. Le problème de la tarification est étroitement lié à ce changement. Qu'est-ce qui est raisonnable et qu'est-ce qui re-présente une valeur ajoutée par rapport à l'activité des autres/concurrents? L'absence d'honoraires standard et de salaire minimum est un problème majeur fréquemment mentionné par les artistes interrogés, et contribue à la course au moins-disant.

La dernière complexité qui s'ajoute à la précarité telle que nous la connaissons résulte du nombre de plateformes avec lesquelles nos interlocuteurs sont contraints de travailler et des multiples sources de revenus associées. La plupart des artistes interrogés et des artistes participant à la discussion de groupe ne tirent pas leur principal revenu du contenu qu'ils créent pour ces plateformes, bien qu'ils y consacrent beaucoup de temps. Une conclusion simple pourrait être de ne pas produire de contenu, gratuit ou non, pour ces plateformes ; mais ce faisant, leur modèle économique s'effondrerait. Cette présence et ce contenu en ligne leur procurent les commandes, les accords publicitaires, les partenariats, etc. nécessaires pour assurer un revenu régulier.

LE RÔLE DES SYNDICATS PAR RAPPORT AUX QUESTIONS URGENTES DANS LES SECTEURS

L'absence de conventions collectives, de règles du jeu équitables, de lignes directrices en matière de rémunération ou de pouvoir de négociation à laquelle sont confrontés ces travailleurs atypiques pourrait avoir des conséquences plus dangereuses pour les syndicats et leurs membres actuels. En n'étant pas en mesure d'attirer ces travailleurs atypiques et en ne s'aventurant pas dans des stratégies visant à répondre à leurs besoins, ces travailleurs atypiques deviennent eux-mêmes des concurrents des cadres juridiques construits dans le cadre du dialogue social ainsi que des membres actuels des syndicats. De plus, en n'envisageant pas de telles stratégies, les syndicats risquent de voir leur rôle au niveau politique se détériorer, ce dont les premiers signes ont été observés en Belgique lors des débats sur un nouveau statut des artistes. Les discussions de groupe et les entretiens montrent toutefois que les syndicats peuvent encore jouer un rôle important pour empêcher que cette éventualité funeste ne se concrétise.

Tout au long du processus, des tables rondes, des entretiens et des discussions de groupe, il est apparu clairement que la numérisation et les nouvelles formes de travail incitent certains syndicats à reconsidérer leur position sur la syndicalisation des travailleurs indépendants et atypiques. Il est très important, s'agissant de ce que les syndicats peuvent faire pour les travailleurs indépendants et atypiques dans le secteur des arts, des médias et du divertissement, de faire une distinction entre le recrutement de travailleurs atypiques, les services éventuels fournis à ce groupe et les formes de représentation (négociation collective, entre autres) pour les travailleurs atypiques. Le syndicat de qui ? Le savoir de qui ?

Le syndicat de qui ?

À la base, un syndicat est une organisation associative. La numérisation et l'augmentation du travail atypique dans le secteur des arts, des médias et du divertissement ont soulevé deux grandes questions.

Tout d'abord, la question à laquelle il faut répondre est de savoir si le syndicat, en tant qu'organisation associative, souhaite attirer, rassembler et représenter des personnes actives dans un certain secteur, quel que soit leur statut juridique. Ou bien l'adhésion n'est-elle ouverte qu'aux personnes ayant un statut juridique spécifique ? Si les syndicats veulent s'adresser à tous les travailleurs précaires, travaillant dans une relation de subordination ou de dépendance économique, la réponse à cette question est toute trouvée.

Il est clair qu'attirer ces travailleurs atypiques, quel que soit leur statut juridique, nécessitera non seulement de nouvelles stratégies, mais créera également de nouvelles demandes et de nouveaux besoins. Au cours des entretiens et des discussions de groupe, cette question a également été abordée par les travailleurs atypiques, dont la plupart travaillent sous le statut légal d'indépendant. Tout en reconnaissant le rôle traditionnel des syndicats en matière de négociation collective, ils réclament une approche et des services différents. En général, ils veulent le collectif et la négociation.

La deuxième question est donc de savoir si l'accent doit porter sur la négociation collective et l'élaboration de conventions collectives. À titre de comparaison, les stratégies visant à attirer les clients et les membres déployées par les acteurs publics et privés du secteur des arts, des médias et du divertissement – tels que les agences d'intérim et les conseillers en rémunération – se caractérisent non seulement par l'explication de leur activité principale, mais aussi par l'organisation de séances d'information, d'ateliers, d'événements de réseau, de foires, de groupes de discussion, etc. Elles permettent de rassembler des connaissances, de créer un environnement propice au partage des connaissances autour de l'acquisition des compétences nécessaires à la création d'une pratique artistique durable. Ce faisant, ils créent une stratégie où ils enseignent aux individus, mais appliquent également une stratégie d'apprentissage à partir d'eux. Certains syndicats mettent déjà en œuvre ces stratégies en envisageant ou en proposant des ateliers de perfectionnement, des conseils sur les questions de propriété intellectuelle et les contrats, ainsi qu'une formation initiale. Tous ces sujets s'adressent aux travailleurs typiques et atypiques du secteur des arts, des médias et du divertissement.

Un fil rouge est apparu tout au long des entretiens et de la discussion en panel : la nécessité pour les travailleurs atypiques de créer des conditions équitables en imposant une rémunération juste par le biais de la négociation collective. Les participants ont exprimé l'espoir que des conventions collectives contraignantes soient conclues et que ce rôle soit attribué aux syndicats. Les entretiens et la discussion de groupe ont montré que ces conventions collectives ou la négociation collective ne doivent pas seulement porter sur une rémunération équitable et sur les paramètres de ce qui est équitable, mais aussi sur la demande d'une approche différente. La transparence, les articles sur les revenus à long terme, les dispositions relatives au bien-être, etc. doivent également être abordés.

Le savoir de qui ?

Comme indiqué précédemment, cette recherche a débuté à une époque où la pandémie de COVID-19 était encore fraîche dans les esprits. C'était aussi l'époque où les NFT faisaient l'objet d'une grande attention et étaient considérées par certains comme l'avenir. C'était l'époque où de nombreuses entreprises investissaient massivement dans le métavers, convaincues de son potentiel. À peine un an plus tard, tout cela semble appartenir à un passé lointain. Aujourd'hui, l'intelligence artificielle est un sujet d'actualité et les possibilités offertes par cette technologie évoluent à un rythme difficile à suivre. Composer la musique d'un court métrage à l'aide d'une invite textuelle, où l'on peut demander une intro de deux minutes à la Ennio Morricone avant de passer rapidement à un crescendo passionnant rappelant Indiana Jones et enfin à une ballade romantique au piano, semblait relever de la science-fiction il y a encore quelques mois, mais c'est aujourd'hui presque une évidence. L'impact sur de nombreuses professions créatives est immense et le niveau de préparation (artistes, travailleurs atypiques et syndicats) est inversement proportionnel.

La complexité des mécanismes qui influencent collectivement la capacité des travailleurs culturels à travailler dans des conditions décentes et à recevoir une rémunération équitable ne cesse de croître. Il est difficile de cerner précisément l'influence des algorithmes, la multiplicité des chaînes de valeur et les combinaisons uniques de modèles de revenus. C'est pourquoi le partage des connaissances, du savoir-faire et de l'expérience est un défi essentiel, non seulement pour les syndicats, mais aussi pour tous les intervenants la lutte pour des conditions de travail décentes pour les travailleurs atypiques, à savoir les fédérations, les OGC, les centres de soutien, les intermédiaires, etc. En partageant publiquement les analyses, les recherches et les bonnes pratiques, et en prenant part à des collaborations transversales et intersectorielles, les syndicats peuvent essayer de donner le bon exemple.

LA NÉCESSITÉ DE NOUVELLES DÉFINITIONS (JURIDIQUES)

La numérisation et la croissance du travail sur plateforme remettent en question les définitions servant à décrire les travailleurs du monde numérique. Indépendants, travailleurs atypiques, travailleurs économiquement dépendants ne sont que quelques-uns des termes utilisés pour désigner les différences entre ces types de travailleurs, qui souhaitent une nouvelle législation et de nouveaux cadres pour aborder ce qui les lie en fin de compte : un statut juridique précaire et un modèle de revenu imprévisible. Ces changements sont étroitement liés à l'émergence de nouveaux concepts tels que la flexicurité et à la difficulté qu'il y a à satisfaire à la fois les travailleurs et les entreprises.

On peut se demander si ces nouvelles définitions permettent de repenser une protection adéquate par la sécurité sociale et le droit du travail. La vraie question est de savoir si le fait d'être contraint par un algorithme à produire plus de contenu n'est pas le problème plutôt que de savoir si l'on est un travailleur économiquement dépendant ou non : s'agit-il de travail ? Et cette plateforme est-elle un employeur puisque l'on ajoute de la valeur à son modèle économique et à sa marque ? Dans l'optique actuelle du droit du travail, la réponse serait négative ; faut-il en conclure que le concept traditionnel et historique du travail doit être révisé ? Et c'est encore plus vrai en ce qui concerne l'accès à la sécurité sociale. Les revenus tirés des droits d'auteur et des droits voisins ne sont-ils pas toujours le fruit du travail, et donc soumis aux cotisations sociales et à l'accès aux prestations sociales ? Dans certains États membres, ce n'est pas le cas. La mise en œuvre d'avantages, de crédits et de régimes fiscaux est parfois considérée comme un moyen approprié de répondre aux besoins des travailleurs et des personnes précaires, mais sans tenir compte de l'impact que cela aura sur leur accès aux systèmes de protection sociale contributifs, ainsi que sur la sauvegarde et la viabilité de ces systèmes de protection sociale.

La question est de savoir si le contexte sociétal actuel exige encore la stricte dichotomie entre salariés et indépendants, et la différence qui en découle dans la législation applicable en matière de sécurité sociale. L'article 15 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne n'accorde-t-il pas à chacun le droit de travailler, indépendamment de son statut juridique en matière de sécurité sociale et de droit du travail ? Et que dire de l'utilisation par l'OIT du droit au travail décent. Et si les États membres nationaux échouent à cet égard ? Cette dichotomie stricte conduit à des solutions telles que la présomption réfutable d'emploi ou la présomption d'activité indépendante, ce qui constitue en soi la reconnaissance de la possible désuétude de cette dichotomie.

En outre, la numérisation, l'importance croissante du succès et les modèles de rémunération fondés sur les droits d'auteur, les parts des recettes publicitaires, etc. élargissent la définition de ce qui est considéré comme une rémunération et, concernant cette dernière, de ce qui est considéré comme équitable. Le nombre de vues et de followers, la valeur ajoutée de la marque, la longueur du contenu et d'autres paramètres constituent-ils une base de rémunération équitable ? Et si oui, quel rôle les syndicats sont-ils prêts à jouer dans ces débats apparemment éphémères ?

RECOMMANDATIONS

FORCES, OPPORTUNITÉS, ASPIRATIONS ET RÉSULTATS

Dans le rapport « The Future of Work in the Media, Arts & Entertainment Sector - Meeting the Challenge of Atypical Working », en particulier dans le chapitre « The Challenge of Reimagining Services to Meet the Needs of Atypical Workers », plusieurs aspects et exemples ont déjà été mentionnés sur la manière dont les syndicats cherchent à répondre aux besoins spécifiques des travailleurs atypiques par des moyens non conventionnels. Nous présentons ci-dessous quelques suggestions supplémentaires d'actions et de mesures possibles.

La présente recherche est une étude exploratoire qui a donné lieu à des conversations avec plusieurs participants. Ceux-ci offrent la perspective qui est la leur (perspective dès lors limitée) sur une réalité complexe. En plus de cette étude qualitative, il serait utile de mener une enquête plus approfondie auprès des travailleurs atypiques afin de mieux comprendre leurs besoins les plus pressants. On pourrait ainsi s'enquérir des formes de soutien qui seraient les plus utiles. Existe-t-il un besoin accru d'une meilleure orientation et d'un meilleur soutien en matière d'information, de formation et de développement des compétences ? Ou bien croit-on davantage au développement d'accords standard, de modèles de licence ou à un syndicat qui représente les artistes dans la négociation des droits (de licence) ? Les attentes à l'égard des syndicats sont susceptibles de varier d'un pays à l'autre et d'un secteur à l'autre. Le rôle que jouent les syndicats aujourd'hui diffère considérablement d'un pays et d'un secteur à l'autre.

Toutefois, cette diversité de rôles constitue également un avantage. Ils peuvent apprendre beaucoup les uns des autres et trouver de l'inspiration. Réunir des syndicats de différents secteurs semble n'avoir que des avantages.

Il est évident que les travailleurs atypiques requièrent des approches atypiques de la part des syndicats concernant les thèmes syndicaux typiques, tels que le maintien ou l'amélioration des conditions d'emploi, y compris de meilleurs salaires et avantages, de meilleures conditions de travail, des normes de sécurité renforcées, la mise en place de procédures de plainte, l'élaboration de réglementations régissant le statut salarié (règles de promotion, conditions de licenciement justifiées), et la protection et l'augmentation du pouvoir de négociation des travailleurs. Cela signifie également que la structure organisationnelle des syndicats peut devoir être examinée (adhésion, conditions, financement, compétences, etc.).

L'élaboration d'une analyse SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations & Results) est un exercice stratégique susceptible de fournir des informations précieuses. Cette analyse est une variante de l'analyse SWOT. Alors que l'analyse SWOT porte également sur les éléments négatifs (faiblesses et menaces), l'analyse SOAR ne s'intéresse qu'au positif. Quelles opportunités et quelles forces voyons-nous, et quels sont les aspirations et les résultats que nous pouvons collectivement mettre en avant ? Un récit commun et ambitieux peut ainsi être conçu, générant une énergie positive à la fois en interne (entre les syndicats) et en externe (envers les membres et clients actuels et futurs). En ces temps difficiles et parfois dystopiques, l'énergie positive et l'ambition sont plus que jamais nécessaires.

RECHERCHER DES GAINS RAPIDES ET RAISONNABLES

Les conversations bilatérales, les discussions de groupe et les tables rondes montrent que l'une des principales propositions à prendre en considération par les syndicats est l'élaboration de stratégies visant à amener les travailleurs atypiques à adhérer, en collaborant plus étroitement entre eux, avec les travailleurs atypiques et avec d'autres partenaires. Avant d'être en mesure de rédiger des conventions collectives, de mener des actions de plaidoyer et d'élaborer de nouvelles stratégies pour améliorer leur situation précaire, il faut d'abord surmonter un obstacle de taille pour attirer ces travailleurs atypiques. Au cours des différentes phases de la recherche, nous avons dégagé les principales questions qu'il s'agira de traiter et qui peuvent faire partie de ces stratégies :

- Plus de collecte et de partage des connaissances ;
- Mise en place de partenariats ;
- Intégration de la propriété intellectuelle dans la mission.

Les tables rondes ont mis en évidence l'existence de différentes méthodologies parmi les différents syndicats : fournir des outils, créer des modèles innovants et centrés sur l'artiste, négocier collectivement, etc. Le partage de ces initiatives et des connaissances recueillies sur une base régulière, ainsi que la collaboration dans ce domaine, semblent essentiels pour rapprocher les différentes méthodologies utilisées et déployées.

De plus, certains syndicats précisent qu'ils ne disposent pas de connaissances certaines pour répondre adéquatement aux questions des travailleurs atypiques du secteur des arts, des médias et du divertissement. La révision de la structure organisationnelle des syndicats et l'établissement de partenariats semblent essentiels à l'acquisition de ces connaissances. La collaboration avec les fédérations sectorielles, comme dans l'exemple du *Kunstenbond* (NL), et avec d'autres groupes de défense et OGC peut être un élément important des stratégies. Ces alliances et partenariats peuvent ensuite être intégrés stratégiquement au plaidoyer, à la politique et à la négociation collective.

Les entretiens, les discussions de groupe et les tables rondes montrent aussi clairement l'importance de la connaissance et de la défense de la propriété intellectuelle. Alors que certaines législations nationales autorisent les syndicats à intégrer cette question dans les conventions collectives de travail, les connaissances en matière de propriété intellectuelle font encore défaut, de même que les stratégies allant au-delà des conventions collectives de travail, qui seront nécessaires pour offrir un soutien significatif aux travailleurs indépendants ou à d'autres travailleurs atypiques. La présente recherche exploratoire nous apprend en outre qu'il existe un fort besoin d'approfondir les connaissances sur ce sujet et de reconnaître que le pouvoir de négociation offert par les syndicats peut jouer en leur faveur. Les syndicats pourraient donc jouer un rôle plus proactif dans la collecte et la diffusion de connaissances sur la propriété intellectuelle auprès de leurs membres et des travailleurs atypiques, en les sensibilisant à son importance dans le cadre d'une pratique et d'un modèle de revenus durables, en collaboration ou non avec d'autres acteurs.

L'HEURE DES SOLUTIONS ORIGINALES ?

Dans la postface de la présente recherche, nous souhaitons rêver un peu plus loin ou traiter de questions spécifiques qui ont été soulevées. Des idées originales ont émergé tout au long des différentes phases de la recherche. Les idées originales peuvent nourrir des activités de plaidoyer et d'élaboration de politiques visant à améliorer la situation des travailleurs atypiques et à remédier à la précarité de leurs revenus et de leur profil professionnel, mais cela nécessite davantage de re-recherches et de débats.

Des droits de la personnalité aux droits d'auteur (IA et voix-off)

Bien qu'en grande partie antérieure à la reproduction numérique, la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins s'est néanmoins révélée être un cadre solide, y compris en ce qui concerne les nouvelles technologies et les nouvelles formes de (ré)utilisation des œuvres et des prestations protégées par ce cadre. Cependant, les profonds changements actuellement induits par l'IA nécessiteront une réévaluation urgente de l'adéquation de ce cadre. Au cours des tables rondes et des groupes de discussion, l'urgence face à l'impact de l'intelligence artificielle sur les artistes de la voix off a été ressentie. L'IA permet de réemployer les données d'un enregistrement original, comme la voix d'un acteur, et de les incorporer à un contexte différent, comme s'il s'agissait de l'enregistrement d'une interprétation de cet acteur ou de cette actrice spécifique. En étant capable de cela, de tels logiciels placent les artistes de la voix off dans une position précaire. Non seulement parce qu'il s'agit de leur gagne-pain, mais aussi parce que cette technologie permet à d'autres de réutiliser leur voix et de la placer dans un contexte différent, éventuellement préjudiciable.

Il est clair que cette question concerne les droits de la personnalité de l'artiste de la voix off et que le cadre juridique relatif aux droits d'auteur et aux droits voisins est jugé insuffisant. Une première recommandation concerne un cadre juridique plus élaboré, notamment concernant les droits moraux et économiques dans la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins, afin d'améliorer la position des artistes de la voix off et des autres artistes confrontés à cette nouvelle dynamique.

Or, nous constatons dans la pratique qu'un tel cadre juridique n'est pas suffisant en soi.⁷ En plus de ce cadre juridique, ou en l'absence d'un tel cadre, un agent tel qu'une OGC est jugé nécessaire pour protéger la position de ces artistes, leur rémunération, et pour fixer le contexte dans lequel la réutilisation de ces données est autorisée.

Le logiciel d'IA peut lui-même fournir une solution. Les logiciels peuvent fournir un seuil de preuve du consentement préalable du détenteur original des droits de la personnalité.

⁷ Menell, Peter S., et Ben Depoorter., « Using Fee shifting to promote fair use and fair licensing », *California Law Review* 102, 53 - 85, 2014.

De partie prenante à participant

Au cours des conversations bilatérales et de la discussion de groupe, un sujet a été abordé à plusieurs reprises : la relation de dépendance économique avec les plateformes et les entreprises de médias sociaux, ainsi que leurs algorithmes et leurs modèles économiques opaques. Alors que les artistes, les créateurs de contenu, les musiciens, les compositeurs, les influenceurs, etc. fournissent du contenu à ces acteurs du secteur des arts, des médias et du divertissement, et fournissent des données à ces organisations, cette relation est déséquilibrée et unilatérale en faveur de ces plateformes et entreprises. En contrepartie, les créateurs de ces contenus n'ont aucune sécurité quant aux rouages des modèles basés sur la monétisation et le succès appliqués par ces plateformes, alors qu'ils attirent des spectateurs et des partenaires publicitaires, et donc des revenus, pour ces entités. Cela rejaillit considérablement sur les conditions de travail, le bien-être et le modèle économique des praticiens des arts, des médias et du divertissement. Ils sont considérés comme des parties prenantes et n'ont pourtant ni prise directe ni droit de regard sur les modèles économiques et de gouvernance déployés par ces plateformes, contrairement aux actionnaires de ces entreprises.

En lien étroit avec la transition ou l'imposition de règles visant à considérer ces plateformes comme des entreprises, des recherches peuvent être menées sur des modèles de gouvernance alternatifs qui feraient de ces parties prenantes des participants de plein droit. Dans le cadre de cette recherche, la question est après tout de savoir si la notion d'équité se borne à la rémunération, ou s'il s'agit également d'étudier de nouveaux modèles qui accordent aux artistes une part équitable de pouvoir ou d'influence pour prendre des décisions déterminantes au niveau de l'entreprise, ayant un effet sur le modèle de revenu précaire et capricieux des travailleurs atypiques.

Le sujet n'est pas nouveau, du moins pas dans le secteur du football. Dans la Bundesliga allemande et la ligue suédoise de football, il existe une législation appelée « règle des 51 % », qui est une règle importante et essentielle à laquelle les clubs doivent se conformer pour obtenir une licence leur permettant de jouer dans leur ligue respective. Cette règle stipule que 51% des droits de vote doivent être détenus par le club lui-même. Cette règle permet aux supporters et aux fans d'être impliqués dans le processus de décision et donne la priorité aux souhaits des supporters plutôt qu'au profit.

Cette législation nous apprend également qu'un cadre d'autorisation pour opérer dans une certaine zone géographique peut également fournir un cadre pour imposer des règles supplémentaires en matière de pratiques loyales, de rémunération équitable, etc.

APPENDICES

ACTUALITÉ

Au début de cette étude (2022), nous nous sommes penchés sur de nombreux événements d'actualité dans le vaste domaine des arts, des médias et du divertissement. Nous avons classé ces anecdotes, faits d'actualité, articles de blog, etc. en différents thèmes. Ces sources sont énumérées ci-dessous.

A. Remarques générales

1. [L'économie de l'attention et les relations individuelles avec les fans](#)
2. [Nous devrions craindre ce modèle](#)
3. [Danseurs et NFT/DAO/métavers](#)
4. [L'« économie des créateurs » et le streaming musical](#)
5. [Une plateforme est-elle ou non centrée sur l'artiste/créateur ?](#)
6. [Pourquoi les NFT sont amusants](#)
7. [Qu'est-ce qu'un NFT?](#)
8. [La financiarisation de la musique conduira-t-elle à un droit d'auteur perpétuel ?](#)
9. [Les NFT en tant que financeurs communautaires](#)
10. [Nouveaux modèles de droits collectifs dans le monde des DJ](#)

B. Organisations autonomes décentralisées

1. [Exemple d'une DAO réalisant des projets dans le monde réel](#)
2. [Une communauté de recherche organisée comme une DAO.](#)
3. [Que sont les DAO ?](#)
4. [Artistes autonomes - DAO](#)
5. [Sone DAO](#)
6. [Ce que les DAO et les coopératives peuvent apprendre les unes des autres](#)
7. [Relations artistes-fans](#)

C. Musique en NFT/blockchain

1. [Qu'est-ce que la musique en NFT ?](#)
2. [L'état actuel de la musique en NFT](#)
3. [Qu'est-ce que la musique en NFT d'un point de vue contractuel ?](#)
4. [Comment cela fonctionne](#)
5. [Exemple de concert/représentation en tant que NFT](#)
6. [Autres exemples de musique en NFT](#)
7. [La cocréation dans la musique en NFT](#)
8. [Exemple de bibliothèque CC0 où l'on peut miner automatiquement](#)
9. [Exemple de deadmau5](#)
10. [Réglementations de la NFT](#)
11. [Music NFT Contract Builder](#)
12. [Le NFT donne accès à...](#)
13. [Les fonds d'investissement Amplify Live permettent aux musiciens de percevoir un revenu APRÈS le concert](#)

D. Streaming

1. [À propos du modèle de revenus de Tidal](#)
2. [Et comment cela n'aboutira pas à un revenu d'artiste](#)
3. [Modèles de rémunération équitable centrés sur l'utilisateur](#)
4. [Apparemment, il existe un jeu qui enseigne la finance décentralisée par le biais de « mécanismes agricoles » et qui dispose désormais de son propre diffuseur de musique](#)
5. [Les revenus du streaming doivent-ils être traités comme des redevances de licence ou comme des ventes ?](#)
6. [Spotify pour les artistes](#)

E. Podcasts

1. [Modèles de revenus et accès aux données/informations](#)

F. Streaming audiovisuel

1. [À propos de TikTok et des « droits numériques du travail »](#)
2. [Comment YouTube traite-t-il les réclamations automatiques en matière de droits d'auteur ?](#)
3. [Comment gagner de l'argent sur TikTok ?](#)
4. [Synchronisation sur TikTok](#)

G. Métavers

1. [Qu'est-ce que la « propriété » dans le métavers ?](#)
2. [À quoi ressemblera la propriété dans le métavers ?](#)
3. [Concerts dans Roblox](#)
4. [Chronique de concerts dans le métavers](#)

H. NFT-Gaming

1. [NFT-gaming = mini-capitalisme](#)

I. Divers

1. [Coachella vend des billets à vie en NFT](#)
2. [Warner mine des « souvenirs partagés »](#)

J. Santé mentale

1. [Burnout numérique](#)