



14ème législature

Question N° : 8315	De M. Hervé Féron (Socialiste, républicain et citoyen - Meurthe-et-Moselle)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture et communication		Ministère attributaire > Culture et communication
Rubrique >arts et spectacles	Tête d'analyse >musique	Analyse > téléchargement légal. financement.
Question publiée au JO le : 30/10/2012 Réponse publiée au JO le : 29/01/2013 page : 1066		

Texte de la question

M. Hervé Féron attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'avenir de la carte musique. Le ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric Mitterrand, avait créé la « carte musique », dont le but était d'encourager le recours au téléchargement légal. Celle-ci consiste à subventionner 50 % des téléchargements de musique effectués par les jeunes de 12 à 25 ans, dans la limite d'un plafond global de 50 euros par personne et par an, soit 25 euros à la charge de l'État. Ces jeunes représentaient une population de 11,3 millions d'individus. La carte musique avait été instituée par un décret du 25 octobre 2010, qui fixait à deux ans la durée de l'opération. L'enveloppe de l'aide attribuée pour l'opération, sur le budget 2011, était de 25 millions d'euros. Or le dispositif présentait plusieurs défaillances, telles que l'impossibilité de contrôler effectivement et systématiquement l'âge des bénéficiaires, la possibilité pour une même personne d'obtenir plusieurs cartes en utilisant différentes adresses électroniques, ou le risque que certaines plateformes de téléchargement créent des clients fictifs pour maximiser leur subvention. De surcroît, la carte musique n'avait pas d'effet sur le dynamisme de la création française, dans la mesure où elle bénéficie à toutes les œuvres, françaises comme étrangères. Des incertitudes demeuraient sur l'efficacité de la carte musique. En effet, la Cour des comptes en mai 2012, présentait ses recommandations à la suite de l'exercice budgétaire 2011 : la recommandation n° 3 conseillait de « préciser dans les documents de performance l'emploi des crédits alloués à la carte musique et les éléments permettant de démontrer l'efficacité de cette dépense ». Ainsi, le programme s'arrêtera le 25 octobre 2012, montrant les limites de l'efficacité de la Hadopi, surtout en ce qui concerne le point précis de l'offre légale. La carte musique jeune faisait plus office de cadeaux aux majors du disque que de réelle promotion de l'offre. Le réel problème de l'offre de musique en ligne française, c'est qu'elle n'est pas capable de proposer à l'utilisateur un service de qualité équivalente en payant que ce que le partage permet gratuitement.

Texte de la réponse

Le dispositif « Carte musique » a été mis en place par le précédent Gouvernement sur le fondement d'une proposition formulée dans le rapport « Création et Internet » remis le 6 janvier 2010 par Messieurs Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti, avec l'objectif de sensibiliser les jeunes de 12 à 25 ans aux nouveaux usages et modes de consommation légaux de la musique en ligne et au respect du travail des artistes et des auteurs. La Carte musique devait contribuer à dynamiser le marché de la musique en ligne en faisant connaître la variété des offres de musique en ligne, soit seize plates-formes de musique qui ont été ou sont partenaires de l'opération (Allomusic (a rejoint l'opération en février 2012) - Amazon - Cd1d - Deezer - Disquaire on line (arrêt du site en janvier 2012) - E-compile - Fnac.com - Itunes - Music Me - Musicoverly (a rejoint l'opération Carte musique le 18/05/2011) - Myclubbingstore - Mysurround.com - Orange (ne fait plus partie des partenaires depuis Octobre

2011) - Qobuz - Starzik - Virgin Mega), et en subventionnant pour moitié les achats ou abonnements de musique en ligne, dans la limite de 50 € par jeune internaute et par an. La Carte musique a été lancée le 28 octobre 2010 pour une durée de deux ans dans une version exclusivement numérique (site Internet). Après une première refonte graphique effectuée au printemps 2011 et une simplification du parcours client (« La carte musique en trois clics »), une seconde version, comportant un site Internet (www.lacartemusique.fr) plus attractif et un site pour smartphones, a été lancée le 24 octobre 2011. La Carte musique était également disponible en version physique dans les réseaux Fnac, Carrefour, Casino, Monoprix et Game depuis le 25 novembre 2011 sous deux formes : une carte à 10 € et une carte à 25 €. Elle était ainsi présente dans 2 098 points de vente (Carrefour : 1 061, Casino : 524, Monoprix : 231, Game : 198, Fnac : 85) et donnait accès à 12 services de musique en ligne différents : Allomusic, Cd1d, Deezer, E-compil, Fnac.com, Music Me, Musicoverly, Myclubbingstore, Mysurround.com, Qobuz, Starzik, et Virgin Mega-Itunes et Amazon n'ayant pas souhaité participer à cette version physique. Conformément au décret instituant l'opération et à l'autorisation qui avait été donnée par la Commission européenne au titre des aides d'État, le dispositif « Carte musique » s'est arrêté définitivement et le site [lacartemusique.fr](http://www.lacartemusique.fr) n'est plus disponible depuis le 25 octobre 2012 ; à cette date toutes les cartes physiques qui n'avaient pas été activées et les sommes correspondantes ont été reversées au budget de l'État. Ont été délivrées au total, entre le 28 octobre 2010 et le 15 octobre 2012, 70 736 cartes pour 90 866 codes générés sur les 16 services de musique en ligne partenaires. L'opération « Carte musique » n'a incontestablement pas rencontré le succès escompté, les chiffres de vente étant très loin des ambitions initiales (1 million de cartes) : cela témoigne notamment de la difficulté à faire évoluer les habitudes de consommation gratuite de la musique solidement ancrées au fil des ans dans la population, en particulier parmi les plus jeunes. Cet enseignement pourra être pris en considération dans le cadre de la concertation qui a été engagée sur la mission « Acte II de l'exception culturelle » confiée à Monsieur Pierre Lescure, et qui doit remettre ses conclusions et ses préconisations au printemps prochain. Le développement de l'offre légale suppose, entre autres actions, de donner les moyens à une pluralité d'acteurs, notamment nationaux, d'exister, pour permettre au secteur de la musique de trouver de nouveaux modèles économiques rentables reposant sur une offre suffisamment large, de qualité, diversifiée et accessible économiquement. Pour répondre à l'urgence que vivent certains acteurs de la musique en ligne, des mesures ont d'ores et déjà été mises en place, tant au bénéfice de petites entreprises de production phonographique que de plates-formes de musique en ligne. La ministre de la culture et de la communication a par ailleurs souhaité lancer au sein du ministère une « mission musique » visant à élaborer des propositions de structuration de l'écosystème de la musique tant à court terme qu'à moyen terme, dans la perspective du rendu des travaux de la mission « Colin-Collin » sur la fiscalité du numérique et de la mission Lescure « Acte II de l'exception culturelle ». Les préconisations à venir de ces différentes missions permettront de préciser les conditions de développement d'une offre légale riche et diversifiée, l'objectif de maintien d'une diversité culturelle et économique étant essentiel.