INDEPENDENT MUSIC COMPANIES ASSOCIATION

Traduction réalisée par :

WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK

Plus d’un milliard d’abonnés…

Un moment propice à l’ambition, l’expérimentation et la collaboration



Plan d’IMPALA pour le marché numérique de la musique 2026

INTRODUCTION

Le marché numérique de la musique est à la croisée des chemins. Nous n'avons jamais été *aussi nombreux* à écouter *autant* de musique : près d'un milliard de personnes sont abonnées à un service de streaming. Il faut saluer cette belle réussite. Le marché numérique présente toutefois un potentiel de croissance encore important. Il pourrait également gagner en équité, en diversité et en transparence. Nous nous concentrons ici sur le streaming, car c'est actuellement la principale source de revenus de la musique enregistrée, mais nos recommandations s'appliquent à l'ensemble du marché numérique.

Nous agissons dans un esprit de collaboration, avec pour objectif commun d'amener le marché numérique de la musique à réaliser son plein potentiel sur les plans culturel, financier et environnemental. Il est temps de travailler ensemble avec une ambition renouvelée.

Les propositions d'IMPALA s'adressent aux plateformes, aux labels et aux distributeurs, petits et grands, indépendants ou affiliés aux majors.

Nous avons défini cinq priorités :

1. Augmenter les revenus et les répartir équitablement, supprimer les transferts de valeur (*value gaps*) ;
2. Renforcer massivement le soutien à la création de nouveautés, aux artistes émergents et à la diversité musicale ;
3. Favoriser la confiance en améliorant la traçabilité des contenus à l'échelle du secteur ;
4. Mettre fin à la fraude et à l'effet de dilution généré par l'IA, adopter des modèles responsables ;
5. Réduire notre impact sur le climat et renforcer l'innovation collective.

CONTEXTE

Le nouveau plan d'IMPALA pour le marché numérique de la musique est le fruit d'un processus de réflexion de deux mois au cours duquel nous avons invité différentes parties prenantes à nous faire part de leurs priorités. Nous nous sommes appuyés sur les contributions d'un échantillon représentatif d'experts parmi nos membres, ainsi que sur des analyses récentes et des avancées déjà observées dans le secteur. Nous remercions toutes les personnes qui y ont contribué.

Nous nous fondons sur des recommandations antérieures, qui restent d'actualité, ainsi que sur des analyses récentes, notamment les études de Dan Fowler portant sur l'évolution de l'économie du streaming vers un système à deux vitesses et sur l'importance de la diversité et de l'indépendance dans le secteur musical (synthèse disponible en français). Nous nous référons également au récent rapport de l'Union européenne sur la découvrabilité en Europe, qui met en évidence les multiples obstacles auxquels se heurte la diversité du répertoire musical européen sur les services numériques.

Nous saluons la prise de conscience collective quant à la nécessité d'une plus grande collaboration et d'une vigilance accrue en matière de fraude et d'IA. Tous les acteurs légitimes ont besoin d'un marché fonctionnel, où la musique authentique prospère et où toute tentative de manipulation est immédiatement écartée. Un certain nombre d'autres enjeux, susceptibles d'entraîner une véritable transformation de l'ensemble du marché, nous semblent tout aussi importants.

Nos propositions visent à favoriser la mise en place des changements systémiques dont le secteur a besoin pour améliorer la situation de tous ses acteurs et construire un avenir durable pour le marché. Nous remettons en question certaines idées reçues sur le fonctionnement du marché numérique de la musique. Comme dans nos publications antérieures, nous ne nous limitons pas au streaming : nous appréhendons le marché numérique dans son ensemble. Certaines recommandations peuvent être mises en œuvre rapidement, d'autres nécessiteront une action de long terme.

Le facteur temps devient un enjeu central : des voix s'élèvent de plus en plus pour réclamer des approches différentes, notamment un renforcement de la réglementation[1]. Ce moment est pour nous

[1] Parmi les propositions formulées par différents acteurs du secteur musical et d'autres secteurs culturels figure la mise en place de régimes similaires à ceux applicables aux services audiovisuels (imposant 30 % de contenu européen, des obligations d'exposition de la création européenne et d'autres mesures visant à garantir la diversité et le pluralisme), de taxes sur le streaming, d'exceptions ou de modèles de rémunération obligatoire pour l'IA, de nouveaux droits à rémunération, etc. La législation européenne relative au marché

l'occasion de revoir et d'améliorer les mécanismes en place, afin d'encourager l'ambition, l'expérimentation et la collaboration, et ainsi de jouer un rôle de premier plan. Nous évaluerons les progrès réalisés dans douze mois et nous demanderons à nos partenaires de l'ensemble de l'écosystème de nous aider dans cette démarche.

Nos membres ont la conviction que les relations entre les artistes et leur public sont au cœur du marché numérique de la musique. Nous estimons que les cinq priorités qui suivent sont essentielles pour assurer une croissance efficace de l'ensemble du marché et renforcer le pluralisme, l'équité, la diversité, la confiance, l'innovation et la durabilité. En annexe, nous exposons ce que la mise en œuvre de nos recommandations impliquerait concrètement pour les plateformes numériques, les labels et les distributeurs.

1. AUGMENTER LES REVENUS ET LES RÉPARTIR ÉQUITABLEMENT, SUPPRIMER LES TRANSFERTS DE VALEUR (*VALUE GAPS*)

Le potentiel de croissance du secteur numérique de la musique est énorme. En juin 2026, l'industrie s'apprêtait à célébrer le cap du milliard d'abonnés dans le monde, un jalon historique. Ce succès témoigne de la créativité sans cesse renouvelée des labels et des artistes, ainsi que du rôle joué par les plateformes de streaming dans l'émergence de nouvelles façons de découvrir et d'apprécier la musique à grande échelle. Beaucoup reste à faire pour répartir les fruits de cette réussite et améliorer la situation des artistes talentueux. Il faut pour cela commencer par **éliminer les transferts de valeur (*value gaps*)**, c'est-à-dire les problèmes structurels de rémunération. Sur le marché actuel, on citera notamment la non-indexation des revenus sur l'inflation, la dilution des royautés par les contenus non musicaux, les seuils de paiement ou encore la rémunération insuffisante versée par les plateformes vidéo et les réseaux sociaux pour l'utilisation de la musique dans les contenus générés par les utilisateurs (UGC). La fraude et l'IA contribuent également à une fuite de valeur hors du système.

Nous savons que ces questions nécessitent une approche prudente et que tout ne peut pas changer du jour au lendemain. Pour commencer, nous suggérons d'**évaluer les pertes occasionnées à l'industrie par chaque transfert de valeur,** de fixer des objectifs et d'établir des priorités en conséquence. Par principe, les services devraient garantir des règles du jeu véritablement équitables, **sans discrimination en matière de rémunération ou d'autres dispositions commerciales, telles que les engagements promotionnels**.

Comme nous l'avons souligné dans nos plans précédents, **la non-indexation des abonnements sur l'inflation n'a pas été sans conséquence**. Sur les marchés à maturité, nous sommes favorables à des hausses de tarifs[2] qui reflètent fidèlement la valeur de la musique. Lorsque des abonnements intègrent des livres audio, des podcasts, des pistes audio fonctionnelles ou d'autres types de contenus, la rémunération versée pour la musique ne doit pas être « diluée ». Il faut davantage de transparence sur la répartition de la valeur. La croissance n'améliorera pas la situation des artistes et des labels si la répartition des augmentations de revenus ne bénéficie pas à la musique. **Si l'offre est groupée (*bundles*), toutes les hausses de prix doivent se retrouver dans les revenus de la musique.**

Nous pensons qu'il est possible **d'aller plus loin dans l'expérimentation avec des offres à forte valeur ajoutée, comme des propositions premium destinées aux « superfans » ou des espaces dédiés aux interactions entre les artistes et leurs fans**. Nous nous réjouissons de voir que certaines plateformes testent ces options et nous observons parallèlement un regain d'intérêt pour la **refonte des offres gratuites**, en particulier sur les marchés matures. Lorsqu'il est bien géré, l'accès libre peut contribuer à attirer des abonnés et jouer un rôle de levier pour encourager l'utilisation de services payants. Sur d'autres marchés, en revanche, il peut concurrencer les abonnements payants, en particulier lorsque le même contenu est disponible avec peu de restrictions. L'impact sur le prix des abonnements, la pénétration du marché et la valeur globale de la musique peut alors être négatif.

numérique s'applique également, tout comme les règles de concurrence. Ces deux éléments sont pertinents sur les marchés concentrés où opèrent un petit nombre d'acteurs majeurs, tels que le marché de la musique et les services de musique numérique. Il est essentiel de veiller à ce que ces marchés restent libres et concurrentiels, et qu'ils favorisent le renouvellement constant et la croissance d'entreprises indépendantes solides, et ce, pour les raisons exposées dans le rapport de Dan Fowler intitulé *Soutenir un écosystème musical indépendant porteur de diversité culturelle* (synthèse disponible en français).

[2] Nous sommes conscients que cela peut s'avérer impossible sur certains marchés quand le nombre d'abonnés est encore en phase de croissance ou quand des circonstances exceptionnelles posent des défis majeurs (par exemple une guerre).

Les plateformes déploient d'importants efforts pour améliorer sans cesse leur service. Cet esprit d'**expérimentation devrait porter tout autant sur les modèles économiques et la répartition des royautés**. Tester d'autres modèles de répartition des revenus constitue une opportunité de différenciation pour les acteurs du streaming. Des propositions, telles que le modèle centré sur le développement des artistes (*Artist Growth*), le modèle *prorata temporis* ou le modèle centré sur la participation des utilisateurs, ont déjà été formulées, mais elles n'ont pas véritablement été testées, même si certaines plateformes travaillent actuellement sur d'autres approches centrées sur l'utilisateur (*user centric* ou UCPS)[3]. Nous souhaiterions également voir l'innovation, l'investissement et la prise de risque récompensés par des mécanismes tels que des **majorations de rémunération en faveur des nouvelles sorties, de la diversité du répertoire, des artistes locaux émergents ou de la musique indépendante**. Le marché arrive à maturité, et de nouveaux acteurs commencent à mettre en place des approches différentes. Dans ce contexte, il est normal que les plateformes aient leurs propres idées pour favoriser la diversité musicale, les artistes locaux et les nouvelles sorties. Nous **encourageons les services à mettre en concurrence leurs offres de manière transparente dans ce domaine et à faire connaître leurs intentions**.

Les seuils de monétisation fondés sur le nombre de lectures ou d'auditeurs constituent un autre transfert de valeur. Ils sont fondamentalement injustes et doivent être supprimés. Toute musique diffusée doit faire l'objet d'une rémunération. S'ils s'avéraient utiles dans la lutte contre la fraude, ces seuils devraient néanmoins être révisés à la baisse, d'autant que de nouveaux outils de détection efficaces voient désormais le jour. Lorsqu'il existe des seuils de monétisation, les artistes authentiques devraient pouvoir y **satisfaire grâce à des mécanismes de vérification**. **L'allocation des royautés retenues devrait être ajustée** en conséquence. Actuellement, les revenus sont redistribués au profit de celles et ceux qui perçoivent déjà les paiements les plus élevés. Il faudrait au contraire donner la priorité aux acteurs les plus susceptibles d'être pénalisés par ces seuils[4]. Quoi qu'il en soit, toute modification importante doit faire l'objet d'un accord librement négocié avec les indépendants. De plus, **les obligations de mise à disposition de l'intégralité des catalogues ne devraient pas s'appliquer à la musique ayant peu de chances d'être rémunérée ou diffusée de manière adéquate**.

Au-delà des services de streaming traditionnels, le secteur a besoin d'une stratégie pour les autres segments du marché numérique sur lesquels la musique est consommée. C'est notamment le cas **des réseaux sociaux, des contenus générés par les utilisateurs et, plus généralement, de l'économie des créateurs et des plateformes vidéo**. Ces segments ne génèrent en effet que des revenus peu substantiels pour les artistes et les labels (*cf*. le rapport récent de CMU à ce sujet). Nous avions déjà souligné l'existence de ce transfert de valeur dans nos recommandations précédentes. Il reste à bien des égards le plus important, car les enjeux vont bien au-delà d'une simple augmentation du prix de l'abonnement ou de la lutte contre les fuites de valeur. Avec l'augmentation de la consommation, ce transfert de valeur continuera de se creuser. **Les solutions de gestion collective des droits (comme Merlin) doivent être respectées** chaque fois que les labels souhaitent y avoir recours. C'était d'ailleurs l'une des recommandations formulées par Dan Fowler pour favoriser le développement d'un secteur indépendant solide. Elles permettent de garantir que la musique soit valorisée à sa juste valeur et que les petits acteurs ne soient pas désavantagés, tout en améliorant l'efficacité tant pour les titulaires de licence que pour les ayants droit.

Tous les acteurs ont un rôle à jouer pour assurer une répartition équitable des revenus. **Les labels et les distributeurs, qu'ils soient affiliés aux majors ou indépendants**, devraient appliquer les principes de la Fair Digital Deals Declaration de WIN : **répartir les avances, les garanties et les ventes de participations avec tous les artistes représentés et tous les labels distribués**. Il en va de même pour les engagements concernant les playlists et autres outils de découverte. Les **conditions contractuelles pour le numérique doivent être justes et modernes**, les taux de rémunération et les déductions obsolètes réexaminés, et les **informations transmises de manière transparente**, expliquant clairement les revenus perçus par les artistes et fournissant des rapports détaillés sur les royautés, à la fois synthétiques et suffisamment précis pour être compris. Rouage essentiel de l'écosystème, **les musiciens de studio méritent d'être rémunérés à leur juste valeur pour leur travail**, notamment, le cas échéant, par le biais de négociations sectorielles nationales là où celles-ci n'existent pas encore.

[3] Par exemple, c'est en partie le cas de SoundCloud, tandis que Lissen et Cantilever l'utilisent comme modèle principal. En parallèle, Deezer (pionnier du modèle *user centric*) procède à des ajustements pour s'en rapprocher.
[4] Ce modèle est d'ailleurs utilisé par certaines sociétés de gestion collective, telles que PPL, pour les revenus non attribuables provenant de l'exécution publique et de la télé/radiodiffusion.

2. RENFORCER MASSIVEMENT LE SOUTIEN À LA CRÉATION DE NOUVEAUTÉS, AUX ARTISTES ÉMERGENTS ET À LA DIVERSITÉ MUSICALE

Un écosystème musical dynamique et durable favorise la diversité musicale[5] sous toutes ses formes. Nous proposons de travailler ensemble pour donner une suite constructive aux conclusions du rapport de la Commission européenne sur la découvrabilité et la diversité du répertoire musical. Il est essentiel d'aider le public à découvrir de nouvelles créations sur un marché qui privilégie principalement les fonds de catalogue. Comme nous le soulignions déjà dans la première édition de notre plan pour le streaming, il y a cinq ans, les services qui considèrent la diversité comme une richesse seront gagnants. Cinq ans plus tard, il s'agit non seulement de renforcer les liens entre les artistes et leur public, mais aussi de répondre aux préoccupations des autorités de régulation. **Cela concerne l'ensemble des plateformes numériques, qu'il s'agisse de services de streaming par abonnement, de contenus générés par les utilisateurs ou de réseaux sociaux**. La solution ? **Soutenir massivement, et de manière quantifiable, les artistes émergents, la diversité musicale et les nouvelles sorties, tant locales qu'internationales**.

C'est pourquoi nous demandons à tous les services numériques, quel que soit leur secteur d'activité, de **mieux valoriser les données locales et l'accompagnement éditorial**, et de revoir le fonctionnement de leurs algorithmes. Nous estimons que l'intervention humaine dans la sélection et la mise en valeur des contenus est essentielle, **dans tous les territoires**, mais en particulier sur les marchés sous-représentés (l'Europe centrale et du Sud-Est en est un exemple, mais d'autres régions du continent sont confrontées au même problème). Nous encourageons les plateformes de streaming musical détenant une part de marché importante à veiller à disposer d'un niveau minimum d'expertise éditoriale locale dans chaque pays où elles opèrent. Pour cela, il est notamment nécessaire de faire appel à des professionnels maîtrisant la langue et connaissant le marché. Les services affichant clairement l'importance qu'ils accordent à la sélection de leurs contenus se démarquent[6]. Cela va bien sûr **de pair avec des outils technologiques et des algorithmes** qui, avec les bonnes indications, peuvent faciliter la découverte de contenus. Ces outils devraient être gérés de manière à résoudre les problèmes identifiés dans le rapport de l'UE sur la découvrabilité.

Miser sur la diversité et la découvrabilité offre aux services **l'occasion de mettre en avant la musique de qualité, et de se démarquer autrement qu'en proposant simplement *toute* la musique**. Promouvoir les artistes émergents, tant locaux qu'internationaux, ainsi que les nouvelles sorties et la diversité d'un répertoire, c'est **mener des actions concrètes et mesurables qui inspirent et créent du lien**[7]. Une approche fondée sur des critères musicaux, l'expertise humaine et des algorithmes adaptés, sans partialité liée aux ayants droit ou à des considérations financières, permettra d'obtenir de meilleurs résultats en matière d'engagement. Des **résultats annuels** et quantifiables devraient être communiqués, à l'aide d'indicateurs tels que la part de playlists éditoriales, de recommandations algorithmiques ou d'utilisation d'outils promotionnels, présentés par pays et par langue, ainsi que d'autres facteurs pertinents tels que le style musical, la représentation des genres et d'autres mesures de diversité.

Renforcer les liens entre les artistes et leurs fans contribue également à favoriser la diversité et peut constituer un atout concurrentiel pour les plateformes. Nous avons déjà évoqué les **offres destinées aux « superfans », que nous voyons comme un investissement bienvenu**, tout comme le sont les **espaces dédiés aux interactions entre les artistes et leur public** et les **initiatives permettant aux fans de mieux satisfaire leur curiosité**[8]. Nos membres évoquent également la nécessité de maintenir les playlists à jour et d'utiliser des outils tels que des représentations graphiques, tout en offrant aux utilisateurs un

[5] La diversité englobe différents facteurs : culture, genre, langue, géographie, diversité et inclusion, etc. Certains acteurs sont confrontés à des obstacles structurels. L'étude de la Commission européenne sur la découvrabilité a révélé que les recommandations en langue locale chutaient à 0 % lorsque l'algorithme était alimenté par des données non locales et que les plus petits marchés partageant une langue avec des marchés plus importants se voyaient systématiquement relégués au second plan. Les déséquilibres géographiques et linguistiques accentuent d'autres disparités liées à la diversité. On a aussi parlé d'un phénomène de « glocalisation », selon lequel le répertoire linguistique local connaît un certain succès ; toutefois, il ne s'agit pas d'une tendance générale, car elle concerne principalement les artistes ayant déjà le plus de succès.

[6] L'éditorialisation humaine est un élément clé pour des services comme Qobuz et Cantilever par exemple, et Apple met également l'accent sur cet aspect.

[7] Cela doit aller au-delà de l'utilisation d'outils payants destinés à améliorer les performances, qui faussent la compétition et, à mesure que leur usage se généralise, perdent leur effet en raison d'un phénomène de nivellement par le bas.

[8] Par exemple, les fonctionnalités *Song Credits*, *About the Song* et *Song DNA* de Spotify fournissent aux utilisateurs davantage d'informations sur la musique et les artistes.

meilleur contrôle sur leurs préférences, les recommandations et les fonctionnalités de recherche[9]. Il est également essentiel de **fournir davantage d'informations aux ayants droit sur les utilisateurs, leur rapport à la musique** et aux fonctionnalités supplémentaires proposées. Nous constatons avec satisfaction que les données fournies par les plateformes ont atteint un niveau de précision remarquable, et nous encourageons tous les services à poursuivre dans cette voie. Nos membres ont souligné à plusieurs reprises qu'ils estimaient qu'il serait possible de mettre à disposition davantage de données sur la manière dont les utilisateurs interagissent, et qu'ils étaient désireux de participer au processus de développement des plateformes.

Les labels et les distributeurs doivent continuer à **investir dans le développement des carrières des artistes, la diversité de leur répertoire et l'engagement de leur public, notamment grâce à de nouvelles fonctionnalités rapprochant les artistes de leurs fans**, tout en veillant à ce que la musique soit accompagnée de métadonnées précises et bénéficie de pratiques optimisant sa découvrabilité.

3. FAVORISER LA CONFIANCE EN AMÉLIORANT LA TRAÇABILITÉ DES CONTENUS À L'ÉCHELLE DU SECTEUR

L'ensemble de l'écosystème a **l'occasion de faire de la traçabilité un atout dont il peut être fier** et un facteur de différenciation, à l'instar de secteurs comme l'alimentation ou le vin. En musique, la notion de « provenance » consiste à identifier différentes catégories de contenus : les artistes signés auprès d'un label (indépendant ou major), les artistes qui s'autoproduisent, la musique d'illustration (ou librairie musicale) ou encore les contenus synthétiques (et les applis d'IA utilisées pour les générer).

Un nouveau cadre de référence permettrait **d'identifier, de promouvoir et de mettre en valeur la musique authentique dans l'océan de contenus actuellement disponible**, d'aider le public à faire des choix et à filtrer, et enfin d'améliorer la découvrabilité et les liens entre les artistes et leur public.

Nous saluons les efforts déjà en cours. Certains exemples présentés récemment constituent un excellent point de départ. Le moment est venu de faire de cette question **une priorité commerciale et technologique**. Il s'agit bien sûr de se mettre d'accord sur ce qui constitue un contenu généré de manière substantielle par l'IA (voir plus bas), mais pas seulement. En améliorant la qualité des métadonnées, la transparence et l'étiquetage, le secteur musical peut aider les consommateurs à faire des choix en toute connaissance de cause. Les consommateurs, les créateurs et les entreprises doivent pouvoir comprendre la nature des contenus auxquels ils ont accès, leur provenance, la manière dont ils ont été créés, ainsi que la façon dont ils sont présentés et monétisés.

La provenance ne se résume pas à l'étiquetage. Un cadre de référence sur la provenance permettrait de créer une base commune favorisant la transparence, la découvrabilité et l'obligation de rendre des comptes dans l'univers numérique de la musique. Une telle initiative ferait office de **label de qualité, permettant aux services d'identifier et de promouvoir la diversité musicale**, de soutenir la musique indépendante, tout en renforçant la transparence générale.

Pour les labels et les distributeurs, c'est l'occasion à saisir pour renforcer la visibilité de la musique indépendante. Cela doit être une priorité. Une fois mis en place, ce cadre de référence devra être largement adopté et reposer sur des données précises. Si elles sont correctement mises en œuvre, **ces normes peuvent constituer le fondement** d'outils de découverte, d'expériences utilisateur, de solutions de licence et de débouchés commerciaux entièrement nouveaux, dans l'ensemble du secteur numérique de la musique.

4. METTRE FIN À LA FRAUDE ET À L'EFFET DE DILUTION GÉNÉRÉ PAR L'IA, ADOPTER DES MODÈLES RESPONSABLES

La confiance dans l'écosystème du streaming dépend également de la coopération entre les plateformes, les distributeurs, les ayants droit et les associations professionnelles en matière de lutte contre la fraude **tout au long de la chaîne de valeur**. Nous devons prendre des **mesures fermes** contre toutes les

[9] La fonctionnalité *Flow* de Deezer offre aux utilisateurs davantage de contrôle sur les algorithmes de recommandation ; Apple facilite la recherche par label et selon d'autres catégories.

pratiques qui détournent les modèles de rémunération et les systèmes de recommandation[10]. Nous saluons les efforts déployés jusqu'à présent et nous nous réjouissons de constater une prise de conscience croissante de la **nécessité d'une collaboration à l'échelle du secteur**. C'est l'approche **la plus efficace pour éviter des solutions qui s'opposent**.

Les labels indépendants sont particulièrement vulnérables en raison de leurs contraintes de ressources (financières, matérielles, humaines, etc.). Par ailleurs, ils estiment que **l'intégrité même du marché numérique de la musique est en jeu**. Il est nécessaire de coordonner la mise en place de mesures plus strictes contre la fraude, et d'**agir au niveau approprié, avant que les ayants droit ne soient lésés**. Il s'agit notamment de lutter contre les contenus générés à l'aide d'outils d'IA non autorisés, les morceaux artificiellement accélérés ou ralentis, ainsi que les titres apparaissant de manière usurpée sur les profils d'artistes. **Prendre des mesures coordonnées et expliquer leur logique** permettra de montrer à quel point les acteurs clés de l'écosystème prennent au sérieux la protection des œuvres musicales que les artistes leur ont confiées. Au-delà du message clair envoyé, **le lien avec le public et, bien sûr, la proposition de valeur s'en trouveront renforcés**. Cela vaut évidemment pour les autres services, pas seulement pour le streaming.

La vérification des artistes[11], **des systèmes rigoureux de KYC** (*Know Your Customer* ou connaissance du client) et de prévention de la fraude, ainsi que des mesures financières dissuasives sont nécessaires. Il peut notamment s'agir de **frais de mise en ligne ciblés** et de **sanctions sévères** contre les récidivistes, **en complément des efforts déployés par les plateformes pour détecter les faux comptes et les écoutes artificielles**. Certaines mesures ont déjà été mises en œuvre, mais elles doivent être renforcées. **Des garde-fous adéquats, une transparence et une communication claires** doivent également être mis en place afin de garantir que les artistes et les labels légitimes disposent de voies de recours appropriées en cas de besoin, par exemple si leur répertoire est utilisé pour dissimuler une fraude ou s'il est mal identifié, comme IMPALA le demandait déjà en 2023. Il nous faut **réviser le premier code de bonnes pratiques** du secteur afin de tenir compte des défis actuels et d'apporter des précisions sur les mesures déjà prises. Des initiatives telles que la Music Fights Fraud Alliance et les informations fournies par les entreprises de systèmes de détection spécialisés sont également très importants.

Les infrastructures de distribution doivent également être renforcées pour empêcher les acteurs malveillants de s'y propager. Nous comptons sur **tous les distributeurs, qu'ils soient affiliés aux majors ou indépendants**, pour déployer des outils de pointe et des pratiques exemplaires afin de vérifier l'identité de tous les clients et l'authenticité de tous les contenus avant leur mise en ligne, dans le but de « nettoyer » les canaux de distribution.

La manipulation du streaming constitue également un **enjeu de compétitivité** : faire face à des attaques constantes mobilise d'importantes ressources, ce qui fait des indépendants une cible plus facile, qui se retrouve touchée de manière disproportionnée par l'ampleur même du problème. Nous invitons nos membres à se reporter aux recommandations d'IMPALA à ce sujet. Pour éviter les barrières structurelles, il est essentiel, comme indiqué précédemment, d'agir au niveau approprié. Tous les ayants droit doivent pouvoir disposer simultanément des nouveaux outils disponibles et bénéficier des garde-fous mentionnés plus haut.

Les outils d'IA peuvent améliorer la détection de la fraude et des manipulations. Nous avions déjà encouragé leur utilisation dans nos précédentes recommandations. Cependant, les contenus générés par l'IA facilitent également la tâche des fraudeurs et constituent un défi structurel. Il convient d'adopter comme **principe le fait d'empêcher la dilution de la musique créée par les humains, de garantir la confiance dans l'ensemble de l'écosystème et de définir des espaces clairement délimités pour les outils d'IA sous licence**. Cette question comporte deux aspects : **harmoniser les définitions et déterminer comment traiter concrètement les contenus générés de manière substantielle par l'IA.**

Comme indiqué plus haut au sujet de la provenance, il est essentiel de disposer d'une **définition harmonisée de ce que constitue un contenu généré de manière substantielle par l'IA**, ainsi que d'une obligation de communiquer les plateformes **utilisées**. Nous saluons les initiatives déjà prises en matière

[10] Par exemple : les fausses écoutes, les faux artistes, les faux abonnés, les faux morceaux, les titres accélérés ou ralentis, la manipulation de l'audience, etc.
[11] Par exemple, le nouveau badge de vérification de Spotify destiné aux artistes authentiques.

d'étiquetage des contenus, notamment par les plateformes de streaming[12], et encourageons une **accélération des progrès vers un cadre commun à l'ensemble du secteur**. Il ne s'agit pas simplement d'un travail d'identification. Nous devons également **déterminer comment traiter concrètement les contenus générés par l'IA**. À l'heure où chaque service adopte une approche différente[13], il conviendrait d'harmoniser ces pratiques. La proposition d'IMPALA comporte deux volets. Premièrement, toute utilisation d'**outils sans licence** rend automatiquement le contenu illicite, avec pour conséquence son **blocage au niveau des systèmes de mise en ligne, de recommandation et de rémunération**. Deuxièmement, tous les contenus générés par l'IA à partir d'**outils sous licence** doivent être **contrôlés, étiquetés de manière appropriée et filtrés**. Il convient de les placer dans des espaces distincts, car il s'agit d'un produit différent de la musique créée par des humains : **ils ne devraient ni figurer ni dans le pot commun des royautés, ni être « poussés » par les mécanismes de recommandation**.

Lorsque les labels et les artistes souhaitent collaborer à la mise au point de modèles d'IA éthiques sous licence et donc respectueux du droit d'auteur et des droits voisins, les labels et les artistes doivent être libres de le faire, y compris lorsque cette fonctionnalité est proposée en complément des services de streaming. Selon nos informations, **les labels indépendants choisissent d'aborder ces questions avec leurs artistes avant de conclure des accords** relatifs à l'utilisation des enregistrements sonores. De plus, toute utilisation de la voix, de l'image, du nom ou de l'apparence physique d'un artiste nécessite généralement son consentement. Nous **encourageons le recours aux outils qui facilitent la gestion pratique de ces aspects**[14]. Nous **saluons les initiatives visant à proposer aux utilisateurs des expériences innovantes fondées sur une IA responsable**, à la condition que les autorisations nécessaires aient été obtenues. Ces modèles sont actuellement entravés par **l'existence de services sans licence qui créent des conditions de concurrence déloyale**.

La défense des intérêts du secteur musical passe par la protection des droits. Toute utilisation est soumise à une autorisation préalable spécifique. Il faut être très clair sur le fait que **ni le silence, ni une exception au droit d'auteur, ni des conditions générales d'utilisation ne valent consentement** à un quelconque entraînement d'un modèle d'IA ou à toute autre utilisation liée à cette technologie. Nous recommandons vivement à tous les ayants droit de suivre les conseils d'IMPALA et de confirmer publiquement, ainsi qu'auprès de tous leurs partenaires commerciaux que leurs droits sont réservés. Nous les invitons également à se référer aux principes de WIN sur l'IA générative (disponibles en français). Nous recommandons aux labels de **vérifier les contrats conclus avec les services numériques et leurs distributeurs** afin de s'assurer que leurs droits sont respectés.[15]

5. RÉDUIRE NOTRE IMPACT SUR LE CLIMAT ET RENFORCER L'INNOVATION COLLECTIVE

Un marché numérique florissant repose sur des pratiques innovantes qui améliorent l'écosystème et favorisent l'émergence de nouveaux modèles économiques. Innover, c'est **tester sans cesse de nouvelles approches, tirer les leçons d'autres secteurs, améliorer les normes et collaborer** pour relever des défis communs.

Les indépendants ont toujours été les premiers à porter le changement, qu'il s'agisse d'équité dans la rémunération des artistes, des principes relatifs à l'IA, de la durabilité, de la diversité ou de l'éthique dans les pratiques commerciales. Leur contribution dans tous ces domaines est décrite dans le rapport de l'ORCA sur la valeur des indépendants et dans le rapport sur l'écosystème de Dan Fowler mentionné plus haut.

Au sein de l'écosystème numérique, tous les acteurs ont un intérêt commun à **optimiser l'utilisation des données, à réduire le nombre de formats, à limiter les doublons dans les catalogues, à lutter contre la surabondance de contenus et à promouvoir des choix plus durables** dans toute la filière afin de réduire la consommation d'énergie, d'eau, etc. **La collaboration est essentielle** pour identifier des

[12] Par exemple, le système de détection et de marquage des contenus générés par l'IA de Deezer, les *AI Transparency Tags* d'Apple, la mention IA dans les crédits des morceaux sur Spotify, ainsi que l'étiquetage par YouTube des contenus créés à l'aide des outils d'IA de Google (les créateurs doivent également signaler les contenus synthétiques, qui seront supprimés s'ils enfreignent les règles de la communauté).
[13] Deezer, par exemple, bloque leur accès aux systèmes de recommandation. Tidal vient d'annoncer qu'aucune royauté ne sera versée.
[14] Par exemple, la politique de Spotify en matière d'usurpation d'identité, ou encore les nouveaux outils de YouTube destinés à aider les créateurs à gérer l'utilisation de leur image.
[15] La mise en place de cadres réglementaires adaptés, respectueux du droit d'auteur et des autres droits, est également essentielle et constitue un autre volet du travail d'IMPALA (voir par exemple notre politique industrielle). Il s'agit ici simplement de bonnes pratiques pour le secteur.

domaines prioritaires, convenir de stratégies de réduction et définir des **normes de contrôle** à l'aide d'indicateurs tels que **les émissions par titre stocké ou par écoute, ou encore l'impact de la fraude et des contenus générés par l'IA.**

Les labels et distributeurs indépendants peuvent se fixer des objectifs et réduire leur propre empreinte carbone grâce aux outils gratuits proposés par IMPALA, notamment des formations, des recommandations et un calculateur carbone[16]. Le Music Climate Pact propose des recommandations spécifiques au secteur numérique concernant les émissions jusqu'au stade de la mise à disposition auprès des services (les plateformes étant responsables dès lors que la musique relève de leur contrôle opérationnel)[17]. Il existe également des mécanismes d'investissement en faveur du climat, tels que Murmur. Il est important de **collaborer avec les artistes, les utilisateurs, les plateformes et les fournisseurs afin de promouvoir des choix durables et de définir ensemble des objectifs et des mesures concrètes.**

L'innovation dans toutes les pratiques commerciales est le fondement du marché numérique. Poursuivre la longue tradition d'innovation du secteur indépendant, en partenariat avec les plateformes, permettra d'améliorer l'écosystème musical tant pour les créateurs que pour les entreprises et le public.

POURQUOI CES PROPOSITIONS SONT-ELLES IMPORTANTES ?

Les labels indépendants sont des preneurs de risques indispensables. Ils apportent leur expertise et leur réseau aux artistes et constituent les principaux investisseurs dans les nouvelles productions musicales, les artistes émergents et la diversité culturelle sous toutes ses formes. Présents dans toutes les régions, tous les genres et auprès de tous les publics, ils représentent une part importante des nouvelles sorties et de cette diversité qui font tout l'intérêt des plateformes. Le secteur indépendant est au cœur de l'industrie musicale. Avec sa passion, ses principes et ses investissements, il contribue à bâtir des carrières d'artistes durables dans un large éventail de styles musicaux, des scènes locales au succès mondial.

Cela confère un poids considérable à nos propositions et souligne la nécessité de mettre en place des changements systémiques favorisant et renforçant véritablement l'indépendance et la diversité. Nous expliquons en annexe ce que ces recommandations impliquent concrètement pour les plateformes de streaming, les labels et les distributeurs.

TRAVAILLER ENSEMBLE ET FAIRE LE POINT DANS 12 MOIS

Nous accordons une grande importance à nos relations de longue date avec les parties prenantes du secteur et **saluons les progrès déjà réalisés pour relever ces défis, notamment en matière de fraude et d'IA.** Ces questions sont importantes, mais il est également **essentiel d'élargir le champ des discussions**. Il n'existe pas de solution unique aux défis qui touchent l'ensemble de l'écosystème ; il faut prendre en compte différents aspects.

Si nous parvenons à concrétiser notre ambition commune, les liens avec les utilisateurs s'en trouveront renforcés et **davantage d'artistes et de labels pourront vivre de leur pratique**.

Le secteur de la musique dans son ensemble ne peut qu'en ressortir plus riche et plus durable. De nouvelles normes seront ainsi établies pour le marché numérique, la réglementation pourra se limiter au strict nécessaire, et **le rôle de pionnier du secteur musical** en matière de confiance et de transparence sera pleinement reconnu.

Nous sommes impatients de nous atteler à la tâche et de travailler en collaboration avec nos partenaires pour **évaluer les progrès réalisés d'ici un an**.

[16] Conforme à la norme de la Greenhouse Gas Protocol Corporation (protocole des gaz à effet de serre), le cadre de référence le plus largement utilisé en matière de contrôle. Couvre les périmètres (*scopes*) 1, 2 et 3. Cet outil est géré par Julie's Bicycle et bénéficie du soutien de Merlin, par l'intermédiaire du Fonds Weidenmüller pour la durabilité, ainsi que de Murmur.

[17] Les normes d'IMPALA délimitent les responsabilités entre les labels, les distributeurs et les plateformes numériques, conformément à l'évaluation du MICC. Le travail du Music Climate Pact contribue à l'échange d'expertise dans différents domaines prioritaires. IMPALA copréside le groupe de travail sur le numérique. Des conseils destinés aux utilisateurs pour réduire leur empreinte écologique lorsqu'ils écoutent de la musique en streaming sont également disponibles, ainsi que des recommandations pour réduire l'impact environnemental des vinyles.

ANNEXE

PLAN D'IMPALA POUR LA MUSIQUE NUMÉRIQUE 2026

Ce que ces recommandations impliquent pour les plateformes de streaming

Augmenter et sanctuariser les revenus : augmenter les prix et repenser l'offre gratuite[18] ; développer les offres destinées aux « superfans » ; éviter toute dilution des revenus due à d'autres types de contenus ; tirer parti de l'économie des créateurs pour élaborer de nouvelles stratégies en matière de royautés.
Instaurer une rémunération plus juste : supprimer les seuils de paiement ; là où ils subsistent, rémunérer les artistes dont l'identité a été vérifiée et redistribuer différemment les sommes retenues ; tester des modèles de revenus alternatifs pour soutenir les artistes émergents et la diversité.
Offrir une certaine souplesse en matière de mise à disposition : permettre aux ayants droit de retirer certains titres sans pénalités lorsqu'ils ne génèrent pas de revenus ou ne bénéficient pas d'une visibilité suffisante ; promouvoir des fonctionnalités distinctes pour stimuler la concurrence.
Renforcer les interactions : faire appel à des programmateurs et à une expertise éditoriale humaine ; développer des espaces dédiés aux interactions entre artistes et fans, ainsi que d'autres fonctionnalités pour stimuler l'intérêt des fans et le partage de données ; renforcer la présence dans les pays sous-représentés.
S'engager en faveur de la diversité : promouvoir les nouvelles sorties, les artistes émergents et la diversité sous toutes ses formes (culturelle, linguistique, géographique, de genre, ou encore en matière d'équité, de diversité et d'inclusion) ; rendre compte chaque année des actions concrètes menées.
Faire de la découvrabilité une réalité : garantir l'authenticité, la traçabilité et la transparence des facteurs qui influencent les préférences et les recommandations ; éliminer toute partialité liée aux ayants droit ou à des considérations financières.
Mettre en place un étiquetage indiquant la provenance : convenir d'un système à l'échelle du secteur permettant de distinguer les artistes signés chez un label (major ou indépendant), les autoproductions, la musique d'illustration, les contenus générés par l'IA (et les outils utilisés), etc.
Lutter contre la fraude : collaborer avec les ayants droit sur les procédures KYC (*Know Your Customer*), la vérification des artistes, les métadonnées, les pénalités et frais de mise en ligne, ainsi que sur les garde-fous garantissant l'équité ; mettre fin aux écoutes artificielles ; réviser le code de bonnes pratiques du secteur.
Protéger la création humaine : mettre fin à la dilution des revenus par les contenus générés par l'IA (pas de royautés ni d'inclusion dans les mécanismes de recommandation) ; collaborer avec les ayants droit pour mettre en place des fonctionnalités d'IA responsables destinées aux utilisateurs (DJ, mix, etc.) ; empêcher la mise en ligne de morceaux générés par l'IA sans licence.
Collaborer en matière de durabilité : examiner de manière collaborative et transparente les moyens de réduire l'impact environnemental ; établir des rapports sur différents indicateurs (empreinte carbone par titre stocké, par écoute, impact de la fraude et des contenus générés par l'IA).

Ce que ces recommandations impliquent pour les labels et les distributeurs

Mettre en place un cadre de référence sur la provenance : l'étiquetage est à la fois une source de découverte et une garantie d'intégrité, qu'il s'agisse de signaler les artistes signés chez un label (major ou indépendant), les artistes autoproduits, la musique d'illustration, ou les contenus générés par l'IA (et les outils utilisés).
« Nettoyer » les canaux de distribution : vérifier tous les contenus musicaux et chaque client ; collaborer avec l'ensemble du secteur pour mettre à jour le code de bonnes pratiques sur la fraude et la manipulation ; contribuer à la mise en place de mesures incitatives assorties de mécanismes de garde-fous permettant d'écarter les acteurs malhonnêtes et de protéger les acteurs honnêtes.
Mettre en œuvre une politique en plusieurs volets en matière d'IA : confirmer publiquement que les droits relatifs à l'entraînement des modèles d'IA sont réservés ; dialoguer avec les artistes ; s'accorder, au sein du secteur, sur la définition et le statut des contenus générés de manière substantielle par l'IA ; adopter des outils responsables.
Promouvoir la diversité et les interactions : continuer à investir dans les nouvelles sorties et la

[18] Nous sommes conscients que cette option n'est pas envisageable dans les pays qui peinent à mettre en place ou à maintenir un marché licite viable, ou qui doivent faire face à d'autres problèmes tels que la guerre : dans ces contextes, les services doivent adopter différentes stratégies, notamment en matière de tarification et d'offres gratuites, pour augmenter leur nombre d'abonnés.

diversité ; utiliser des fonctionnalités qui permettent d'interagir avec les fans ; demander des données aux plateformes ; utiliser la nouvelle boîte à outils EDI d'IMPALA pour évaluer son entreprise en matière d'équité, de diversité et d'inclusion.

Payer des taux de royautés justes : verser des royautés numériques modernes et justes, conformes à la Fair Digital Deals Declaration de WIN ; réexaminer les anciens contrats ; revoir les relations avec les plateformes de réseaux sociaux et l'économie des créateurs de contenu.

Partager les profits issus de ventes de participations et d'autres accords commerciaux : les avances, les garanties et les ventes de participations dans les plateformes doivent être partagées avec les artistes représentés et les labels distribués ; il en va de même pour les accords portant sur les playlists et d'autres engagements.

Garantir la transparence : les revenus des artistes doivent être clairement expliqués dans les contrats, et les rapports détaillés sur les royautés doivent être à la fois synthétiques et suffisamment précis pour être compris.

Soutenir les artistes d'accompagnement : en l'absence d'accords sectoriels locaux régissant la rémunération des artistes d'accompagnement, encourager les négociations sur les conditions et modalités de rémunération.

Promouvoir la durabilité : définir des objectifs et suivre des recommandations pour réduire l'empreinte carbone et les autres impacts environnementaux ; effectuer des mesures à l'aide du calculateur carbone d'IMPALA ; communiquer avec les utilisateurs, les artistes et les fournisseurs ; recourir aux mécanismes d'investissement pour le climat.

Être à la pointe de l'innovation : poursuivre les initiatives visant à améliorer l'écosystème grâce à des pratiques innovantes ; soutenir l'émergence de nouveaux modèles économiques ; montrer en quoi le secteur indépendant fait figure de référence.