

**Chantier sur l'adaptation des droits
d'auteur à l'ère numérique. État des
lieux du secteur Arts visuels et
muséologie**

Guy Bellavance et Guillaume Sirois

INRS

Université d'avant-garde

Centre - Urbanisation Culture Société

Chantier sur l'adaptation des droits d'auteur à l'ère numérique. État des lieux du secteur Arts visuels et muséologie

Guy Bellavance et Guillaume Sirois



NOTRE CULTURE, CHEZ NOUS, PARTOUT



**Chaire de recherche du Canada sur les Nouveaux Environnements
Numériques et l'Intermédiation Culturelle (NENIC Lab)**

Institut national de la recherche scientifique
Centre - Urbanisation Culture Société

Octobre 2015

Responsabilité scientifique : Guy Bellavance
guy.bellavance@ucs.inrs.ca
Institut national de la recherche scientifique
Centre Urbanisation Culture Société

Diffusion :
Institut national de la recherche scientifique
Centre Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3

Téléphone : (514) 499-4000
Télécopieur : (514) 499-4065

www.ucs.inrs.ca

Projet financé par le Ministère de la Culture et des Communications du Québec

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXÉCUTIF	5
1. INTRODUCTION.....	7
1.1 Méthodologie	7
2. LES IMAGES ET LE NUMÉRIQUE.....	10
3. DROITS D'EXPOSITION ET DROITS DE REPRODUCTION : LA PROBLÉMATIQUE DES DROITS D'AUTEUR EN ARTS VISUELS.....	16
3.1 La gestion collective des droits en arts visuels.....	19
4. BANQUES D'IMAGES NUMÉRIQUES ET VISIBILITÉ DES ARTISTES QUÉBÉCOIS.....	22
5. CONCLUSION	26
6. BIBLIOGRAPHIE	28
ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE	30

Sommaire exécutif

Le Chantier sur l'adaptation des droits d'auteurs à l'ère numérique est l'une des mesures mises en place dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec qui a été lancé par le gouvernement en septembre 2014. Ce Chantier, mené sous la responsabilité du ministère de la Culture et des Communications (MCC) vise notamment à favoriser la juste rémunération des créateurs, la simplification des mécanismes de gestion, et le développement de l'offre légale des contenus québécois en ligne. Dans ce contexte, le MCC a confié à l'INRS le mandat d'établir l'état de la situation en ces matières au sein de cinq grands secteurs de pratique culturelle : Musique et enregistrement sonore ; Édition et littérature (incluant les bibliothèques) ; Audiovisuel et multimédias ; Arts visuels et muséologie ; Arts de la scène. Le présent rapport concerne plus particulièrement les arts visuels. Des chercheurs de l'Institut national de la recherche scientifique (INRS), appuyés par des chercheurs de l'Université Laval ont mené cet état des lieux qui vise également à mobiliser les milieux professionnels de la culture concernant la recherche de solutions aux problématiques que ne manque pas d'apporter le nouvel environnement numérique. Le rapport présente les principales problématiques que l'environnement numérique soulève ainsi que les positions prises par les différents types d'acteurs interrogés dans le cadre de l'enquête, soit les musées, les revues d'art, les centres d'artistes, les associations d'artistes et les sociétés de gestion. Le rapport est basé principalement sur les réponses obtenues à une enquête par questionnaire auprès d'informateurs clés de ce secteur et sur des entretiens semi-dirigés effectués en parallèle ; au total, seize informateurs uniques ont participé à ces deux volets de l'enquête. Les points saillants de l'enquête se résument ainsi :

- Dans un premier temps, le rapport décrit les principaux changements engendrés par l'environnement numérique dans le domaine des arts visuels au Québec. D'abord, la prolifération d'images, qui circulent désormais grâce aux plateformes numériques, a entraîné des questionnements de nature artistique à travers des pratiques qui interrogent la multiplication, l'appropriation et le statut même de ces images. Ensuite, le rapport examine comment l'environnement numérique bouleverse le marché de la reproduction des images sur plusieurs plans : émergence de grandes agences de ventes d'images (*stock photo agencies*), prolifération d'images « amateurs » de bonne qualité technique, large distribution des images sur différentes plateformes numériques. Cette multiplication des images qui entraîne une baisse générale des prix des images numériques rend aussi plus difficile l'exercice d'un contrôle sur leur circulation et sur le respect de leur intégrité. L'étude relève enfin l'émergence, au plan international et au Canada, de maisons d'enchères et de galeries d'art offrant des œuvres en ligne. Bien que cette tendance soit encore relativement marginale, elle pourrait être annonciatrice de bouleversements futurs en ce qui a trait au marché de l'art.

- Bien que la structure économique et juridique du milieu des arts visuels ne soit pas fondamentalement remise en question, un peu comme dans le domaine des arts de la scène, plusieurs de ces phénomènes compliquent la gestion des droits d'auteur. À la différence des arts de la scène, on note toutefois que les acteurs du milieu des arts visuels sont davantage conscients des problématiques soulevées par l'environnement numérique et conséquemment plus mobilisés par la recherche de solutions à celles-ci. La première difficulté tient à la vitesse de transmission inhérente à l'environnement numérique. Les utilisateurs d'images (musées, centres d'artistes, etc.) veulent être en mesure de publier rapidement sur leurs sites Internet les images des expositions qu'ils présentent. Or, la longue chaîne administrative que ces utilisateurs doivent suivre pour obtenir les autorisations, négocier les tarifs de redevances et obtenir les licences est lente à réagir et fastidieuse à parcourir. Les représentants des artistes insistent quant à eux sur la nécessité de respecter les droits de ceux-ci et de leur offrir une juste rémunération pour de telles utilisations de leur travail. En vue de répondre à ce besoin de fluidité, deux initiatives issues du milieu sont présentement en cours d'élaboration. La première, qui a trait à la négociation de « licences générales » pour les grands utilisateurs, consiste en une série d'autorisations préalables pour des utilisations standards associées à un système de paiements après publication (sur une base annuelle). La seconde initiative concerne quant à elle le développement d'une grille tarifaire automatisée disponible en ligne. Ce dispositif permettrait aux utilisateurs potentiels non seulement de déterminer rapidement le prix à payer pour l'utilisation des reproductions mais aussi d'effectuer le paiement.
- Par ailleurs, le développement de banques d'images en ligne est considéré par plusieurs acteurs importants du milieu des arts visuels comme l'instrument privilégié permettant d'assurer une meilleure visibilité de la production artistique québécoise et de la culture visuelle au Québec. D'une part, tous les grands musées interrogés dans le cadre de cette enquête planchent sur des projets visant à rendre disponible en ligne une grande partie, voire l'ensemble de leurs collections. Ces projets posent d'entrée de jeu la question des redevances à payer pour des images qui ne sont généralement pas libres de droits. Des discussions à cet effet ont donc présentement lieu entre certains musées et une société de gestion collective. Pour le moment, la question du juste prix à payer pour ce type d'utilisation reste ouverte. D'autre part, quatre associations d'artistes ont joint leurs efforts pour créer une vaste banque d'images de la production québécoise contemporaine. Le projet est basé sur le téléversement par les artistes d'images tirées de leurs portfolios. Les associations impliquées souhaitent développer de la sorte un nouveau marché de la reproduction des images qui s'ajouteraient ainsi aux sources de revenus traditionnels des artistes.

1. INTRODUCTION

Le *Chantier sur l'adaptation des droits d'auteurs à l'ère numérique* est l'une des mesures mises en place dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec qui a été lancé par le gouvernement en septembre 2014. Ce Chantier, mené sous la responsabilité du ministère de la Culture et des Communications (MCC) vise notamment à favoriser la juste rémunération des créateurs, la simplification des mécanismes de gestion, et le développement de l'offre légale des contenus québécois en ligne. Dans ce contexte, le MCC a confié à l'INRS le mandat d'établir l'état de la situation en ces matières au sein de cinq grands secteurs de pratique culturelle : Musique et enregistrement sonore ; Édition et littérature (incluant les bibliothèques) ; Audiovisuel et multimédias ; Arts visuels et muséologie ; Arts de la scène. Le présent rapport concerne plus particulièrement le secteur des arts visuels et de la muséologie.

Le bombardement constant d'images caractérise la culture contemporaine. Avec le développement d'Internet, la consommation d'images via les plateformes numériques est devenue le lot quotidien de la plupart d'entre nous. Cette hyperconsommation d'images a des conséquences importantes sur la structure des milieux qui font de la production d'art visuel leur principale activité professionnelle. En particulier, l'avènement des plateformes dites Web 2.0 au milieu des années 2000 a démocratisé les outils de publication en ligne (sites personnels, blogues) et favorisé l'émergence des sites collaboratifs et des réseaux socionumériques¹. De nouveaux espaces de visibilité, animés par de nouvelles catégories d'intermédiaires culturels, se sont développés. L'activité et l'opinion des publics ont également acquis un plus grand poids dans la diffusion et la reconnaissance des productions artistiques. Les artistes visuels québécois et l'ensemble du milieu professionnel qui les appuie doivent dès lors trouver place dans un environnement saturé d'images. Le présent rapport cherche précisément à mieux comprendre l'influence de l'environnement numérique sur ce secteur artistique professionnel au Québec.

1.1 Méthodologie

Ce rapport s'appuie principalement sur une collecte de données en deux temps menés de mai à octobre 2015 et couvrant cinq secteurs culturels identifiés par le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ), dont celui des arts visuels. Dans un premier temps, 140 intervenants clés ont été identifiés et invités à répondre à un questionnaire écrit (annexe 1) transmis par courriel ; au total, 58 d'entre eux ont accepté de participer et ont retourné un questionnaire complété. Ces intervenants sont des personnes œuvrant au sein d'associations d'artistes ou de producteurs, de sociétés de gestion de droits, de sociétés d'État ou encore d'entreprises de

¹ Voir Frank Rebillard (2007). *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris, L'Harmattan ; Dominique Cardon (2009). « Présentation », *Réseaux*, vol. 2, no. 154, p. 9-12.

production ou de diffusion. Dans un second temps, une quinzaine d'entretiens semi-dirigés ont été menés, la plupart avec des personnes ayant répondu au questionnaire écrit, mais aussi avec quelques autres intervenants qui n'avaient pu participer à la première étape.

Dans le cas des arts visuels, 27 questionnaires ont été envoyés à la première étape de l'enquête, dont 14 ont été complétés. Quatre entretiens semi-dirigés ont par la suite été réalisés avec des représentants d'organismes contactés lors de la première étape, dont l'un avec deux informateurs différents du même organisme ; de plus, un cinquième intervenant n'ayant pu répondre au premier questionnaire a été rencontré. Au total, l'échantillon regroupait donc 16 informateurs représentant 15 organismes différents. Ces informateurs représentent principalement cinq grandes catégories d'acteur : du côté des diffuseurs, on compte des représentants de musées (5), de revues d'arts (3) et de centres d'artistes (2) ; du côté des producteurs, on trouve des représentants d'associations d'artistes (2) et de sociétés de gestion (2). À ce groupe affilié plus directement au secteur des arts plastiques, s'ajoute deux informateurs liés plus spécifiquement au secteur de la production artistique numérique.

Tableau 1 : Répondants

Diffuseur	10	Musées	5
		Revue d'art	3
		Centres d'artistes	2
Producteur	6	Associations d'artistes	2
		Sociétés de gestion	2
		Art numérique	2
Total des répondants	16 répondants		

Ces acteurs prennent des positions parfois contrastées, parfois concordantes, sur un ensemble de problématiques soulevées par l'environnement numérique. Le présent rapport fait état de ces problématiques et des positions prises par les différents intervenants sur ces questions. Si ce dernier a passablement bouleversé les manières de faire dans le milieu des arts visuels, les structures économique et juridique de ce milieu demeurent tout compte fait, pour le moment, inchangées. Toutefois, la nouvelle donne numérique exacerbe plusieurs problèmes existants, notamment en matière de droits d'auteur, et de gestion de ces droits. Ce rapport présente ces problématiques ainsi que les positions des différents acteurs par rapport à celles-ci. Le rapport propose d'abord une vue d'ensemble des principaux changements perçus par ces intervenants au sein de leur secteur

d'activité en relation au développement de ce nouvel environnement numérique. Il aborde plus spécifiquement par la suite la question des droits d'auteur et de la gestion collective de ces droits. Enfin, il s'attarde à la question de la visibilité de la culture québécoise dans l'environnement numérique, notamment à travers la question des banques d'images en ligne qui mobilise actuellement de nombreuses énergies au sein de ce secteur.

2. LES IMAGES ET LE NUMÉRIQUE

Le développement des technologies numériques est marqué d'un étonnant paradoxe. D'une part, les nouvelles technologies de production et de distribution sont de plus en plus accessibles et faciles d'utilisation, tant pour les professionnels que pour les usagers ordinaires, et elles permettent de produire une plus grande quantité de contenu de haute qualité technique à moindres coûts. Cette première tendance est la source d'une diversification sans précédent d'œuvres et de produits culturels, à une échelle inédite, massive et mondialisée. D'autre part, le phénomène entraîne une concentration accrue des capacités de production et de distribution entre les mains de quelques grands joueurs transnationaux, et implique une relative uniformisation. La production culturelle évolue de la sorte entre diversification et uniformisation des contenus².

Les arts visuels n'échappent pas à cette évolution paradoxale³. Les intervenants du secteur interrogés dans le cadre de cette enquête sont tous très conscients que la donne numérique constitue un élément majeur avec lequel le milieu professionnel doit désormais composer. L'intégration d'appareil photo aux technologies portables ou mobiles, qui permet à tout un chacun de produire à volonté des images et des vidéos à tout moment de la vie quotidienne, augmente de manière exponentielle le nombre d'images produites, publiées et republiées chaque jour. De plus, les technologies numériques favorisent une « démocratisation » de la pratique photographique : un nombre grandissant de photographes amateurs bien équipés sont en mesure de produire des images pouvant rivaliser avec celles des professionnels. Les plateformes numériques qui permettent de faire circuler⁴ ces images, voire de les mettre en marché⁵, sont ainsi devenues une partie non négligeable du paysage dans lequel évoluent les artistes visuels québécois. En plus des quelques plateformes Web devenues des plaques tournantes de ce flot d'images, quelques très grosses agences professionnelles⁶ ont émergé au cours des dernières années — les plus importantes étant Getty Images et Corbis Images — qui contrôlent une large part de la distribution de contenus à des fins journalistiques ou d'illustration⁷.

² Voir Henry Jenkins (2004). « The Cultural Logic of Media Convergence », *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no. 1, 33-43.

³ Voir Judith B. Prowda (2013). *Visual Arts and the Law. A Handbook for Professionals*. Farnham ; Burlington, Lund Humphries in association with Sotheby's Institute of Art.

⁴ Flickr est sans doute la plateforme numérique actuelle la plus connue à partir de laquelle circule cette production photographique et vidéographique amateur ; images et vidéos circulent néanmoins massivement aussi sur les réseaux sociaux que sont Facebook, Twitter, etc.

⁵ Des plateformes comme Fotolia proposent par exemple à bas prix pour utilisation commerciale, publicitaire ou autre, les images de photographes amateurs.

⁶ Ce qu'on appelle en anglais les « *stock photo agencies* » sont des entreprises qui offrent des images à fins journalistiques et éditoriales. La mise en ligne de ces vastes banques d'image a rendu nettement plus rapide et efficace pour la clientèle à la fois la sélection d'images pertinentes et la transaction de licences pour l'utilisation souhaitée.

⁷ Voir Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox (2007). « Économies des droits d'auteur IV - La photographie », *Culture Études*, vol. 2007-7, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication.

Cette conjoncture se répercute sur le secteur des arts visuels à plusieurs niveaux de la création artistique à la diffusion des œuvres. La conjoncture nourrit ainsi plusieurs démarches esthétiques et formelles, donnant lieu notamment à des pratiques de réappropriation d'images tirées du Web ou d'ailleurs, à des pratiques de multiplication des images dans divers types d'installations, ou encore à des pratiques qui questionnent l'impact de ces nouveaux dispositifs visuels numériques. De nombreux artistes soulignent également les possibilités techniques de cette évolution numérique.

Au-delà de ces dimensions proprement artistiques, l'environnement numérique a aussi des *conséquences structurelles* sur l'organisation du secteur, aux plans professionnel, institutionnel et commercial. Le développement d'Internet a en effet modifié sensiblement les modes d'accès aux produits culturels ainsi que les conditions de visibilité des œuvres et des artistes⁸. De nouvelles catégories d'intermédiaires et de publics sont venues émuler et concurrencer les intermédiaires culturels traditionnels⁹. La surabondance des images disponibles sur le Web, ainsi que la culture de gratuité ou de partage qui entoure les contenus, particulièrement les images, stimulent en premier lieu le marché de la reproduction des images et par extension, quoiqu'à un moindre degré, celui des œuvres d'art elles-mêmes. L'offre accrue d'images numériques à des fins d'illustration ou de publicité a généralement entraîné une tendance à la baisse des prix de ce type de produit. La concurrence des images amateurs, ou dites « libres de droits », ajoute à cette surabondance de l'offre. Si cette chute des prix affecte surtout le marché des images commerciales, elle se répercute aussi sur le marché artistique. Par exemple, la plus récente entente sur les tarifs minimums pour la reproduction des images sur le Web, conclue par les associations d'artistes canadiens avec le Musée des beaux-arts du Canada, a conduit ces associations à accepter un tarif de 10 \$ par image, un montant nettement inférieur à celui de leurs demandes historiques de 20 \$ prévu jusqu'ici à la grille tarifaire officielle. Au moment où plusieurs musées québécois souhaitent justement publier leurs collections en ligne, la négociation d'un juste prix pour ces images en ligne apparaît comme un enjeu d'autant plus crucial pour ces associations¹⁰. Il convient toutefois de noter que cette chute des prix affecte uniquement le marché de la reproduction des œuvres, un marché qui n'a jusqu'ici représenté qu'une source secondaire de revenus pour les artistes visuels. Contrairement aux artistes de la radiotélévision, de l'enregistrement sonore ou du cinéma, les artistes visuels ne tirent pas la majorité de leurs revenus de la reproduction de leurs œuvres. Dans le monde des arts visuels, le numérique n'ébranle donc pas un modèle d'affaires fermement structuré autour de la reproduction, comme c'est le cas en musique enregistrée ou en cinéma. L'économie des arts visuels demeure en

⁸ Voir Bjarky Valtysson (2010). « Access Culture: Web 2.0 and Cultural Participation », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 16, no. 2, p. 200-214

⁹ Voir Alina M. Chircu et Robert J. Kauffman (2000) « Reintermediation Strategies in Business-to-Business Electronic Commerce », *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 4, no. 4, p. 7-42 ; R. Hawkins, R. Mansell et W.E. Steinmueller. (1998) « Toward Digital Intermediation in the European Information society », *Journal of Economic Issues*, vol. 33, no. 2, p. 383-391.

¹⁰ Dans un tel contexte, il pourrait aussi être utile de comparer plus précisément les pratiques en vigueur au Québec, au Canada et à l'étranger.

effet encore fondée pour l'essentiel sur des œuvres uniques ou de série limitée¹¹, et compte principalement sur la vente d'« originaux¹² » dont la valeur marchande est relativement élevée, voire très élevée pour les artistes les plus en vue. Ce type de marché est conditionné de la sorte par les transactions d'un nombre limité de grands collectionneurs privés ou publics (musées, fondations, collections d'entreprise ou grandes fortunes privées), qui les remettent par la suite en circulation à l'usage du grand public ; il implique dès lors une différence de facto entre *acheteurs-collectionneurs* des œuvres, au sens strict, et *publics* qui en font l'expérience sur les lieux d'exposition.

Or, si la vente d'œuvres d'art en ligne demeure pour le moment un phénomène encore relativement marginal au Québec, ce marché de la reproduction semble connaître un essor important sous l'effet des technologies numériques. Les dispositifs numériques apparaissent d'emblée fort utile en matière de promotion des œuvres et de construction de la notoriété des artistes. Les grands collectionneurs préfèrent sans doute encore se rendre dans les galeries pour faire des acquisitions, dans la mesure où il ne s'agit pas d'une simple transaction, mais bien d'un acte social qui doit beaucoup à la rencontre physique avec l'œuvre, et aux échanges avec l'artiste et le galeriste¹³. Ainsi, une bonne partie du marché de la vente en ligne se développe à partir de plateformes relativement étrangères aux mondes de l'art¹⁴, tel eBay et Amazon, et semble constitué essentiellement d'œuvres à bas prix et à fonction purement décorative¹⁵. En l'occurrence, la réputation du vendeur a préséance sur celle de l'œuvre ou de l'artiste¹⁶. Toutefois, certaines plateformes spécialisées dans la vente d'œuvres d'art émergent également à partir du marché de l'art international, et semblent gagner une part non négligeable de ce marché. Plusieurs maisons de ventes aux enchères sont ainsi venues occuper ce créneau. Des opérateurs aussi stratégiques et établis que *Sotheby's* disposent dorénavant d'une telle plateforme, alors même que de nouveaux opérateurs apparaissent. C'est le cas notamment en Europe avec la maison allemande Auctionata, ou même au Canada avec la maison d'enchère *Heffel* qui occupe activement le créneau depuis 1999¹⁷. Des initiatives de ventes en ligne provenant du réseau des

¹¹ Voir Philippe Chantepie, *op. cit.*

¹² Il y a, bien sûr, des exceptions importantes à cette économie de la pièce unique, notamment la photographie et la vidéo, mais aussi l'art web. Or, le marché de l'art a eu tendances à reproduire les mécanismes de l'économie de l'unique sur les pièces reproductibles mécaniquement, par exemple en ajoutant un système de numérotation qui a la double fonction d'authentifier le nombre limité d'exemplaires, mais aussi d'identifier chacun des exemplaires dans cette suite d'œuvres identiques.

¹³ Voir LeGene Quesenberry et Bruce W. Sykes (2008). « Leveraging the Internet to Promote Fine Art : Perspectives of Art Patrons », *Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 38, no. 2, p. 121-140.

¹⁴ Les exemples les plus souvent cités sont eBay et Amazon qui ont maintenant, tous deux, des sections dédiées à la vente d'œuvres d'art.

¹⁵ Voir Jannett Highfill et Kevin O'Brien (2007). « Bidding and prices for online art auctions : sofa art or investment », *Journal of Cultural Economics*, vol. 31, no. 4, p. 279-292.

¹⁶ Voir José J. Canals-Cerda (2012). « The value of a good reputation online : an application to art auctions », *Journal of Cultural Economics*, vol. 36, no. 1, p. 67-85.

¹⁷ On apprend notamment sur le site web de cette Maison que des enchères en ligne d'œuvres d'art moderne et contemporain

galeries d'art contemporain sont aussi à signaler : notamment le réseau *artnet* alimentée par un vivier de 2000 galeries sur cinq continents, qui offre en ligne des services intégrés de recherche, de cotation, d'achat et de vente d'œuvres d'art contemporain. Aucun représentant de galeries d'art québécoises n'ayant pu participer à l'enquête, nous ignorons encore pour le moment si certaines d'entre elles sont actives dans de tels réseaux numériques.

L'environnement numérique intensifie de plus la circulation des images qui voyagent désormais quasi instantanément sans connaître de frontières. Tous les acteurs rencontrés dans le cadre de cette enquête notent à cet égard le besoin de mettre en place des mécanismes qui puissent répondre efficacement et s'ajuster à ces conditions de circulation massive et mondialisée. L'un des principaux avantages des technologies numériques relevés par nos répondants concerne l'ensemble des possibilités de promotion des œuvres, des artistes et des expositions offertes par le nouvel environnement. Les vieilles méthodes de promotion leur paraissent à la fois trop lourdes à gérer, et trop lentes à réagir dans cet univers de l'instantané. Le processus comporte en effet de nombreuses étapes qui apparaissent d'autant plus fastidieuses dans le nouveau contexte : obtention de l'autorisation de l'artiste ou de son représentant avant toute utilisation¹⁸, description détaillée des usages¹⁹, négociation du prix des redevances en fonction des utilisations décrites. Or, les associations d'artistes et les sociétés de gestion insistent sur la nécessité de demeurer prudent face à cette accélération qui menace de se faire au détriment des droits moraux et économiques des artistes. En effet, la vitesse et le caractère mondialisé de la circulation des images numériques affaiblissent les capacités de régulation et de contrôle sur la distribution et l'intégrité des images. Certains répondants rapportent à ce dernier égard des cas isolés de contrefaçons d'œuvre réalisés hors frontières, rendant la lutte à cette pratique fort difficile. Plus important encore, la multiplication des plateformes de partage et les réseaux sociaux favorisent de nombreux usages non autorisés des œuvres et contreviennent aux droits moraux des artistes : ces derniers sont difficilement en mesure de faire protéger l'intégrité de leur œuvre et de voir associer leur nom à ces reproductions de leurs œuvres²⁰.

Dans un tel contexte, la gestion des droits d'auteur dans le domaine des arts visuels semble être devenue un véritable casse-tête. Cet enjeu devenu de plus en plus sensible dans le contexte

canadien souvent québécois y sont réalisées depuis cette date sur une base mensuelle. Voir : https://www.heffel.com/online/Index_E.aspx (site consulté le 27-10-2015).

¹⁸ Cette première opération implique souvent plusieurs intermédiaires, notamment dans le cas des artistes étrangers (sociétés de gestion, représentants des artistes) ou plusieurs individus dans le cas des successions d'artistes décédés.

¹⁹ L'univers numérique complique grandement la description précise des usages qui seront faits de l'œuvre, dans la mesure où la publication d'une image sur un site web peut engendrer un grand nombre d'usages différents et imprévus, compte tenu du renvoi à d'autres sites ou à d'autres réseaux sociaux numériques.

²⁰ L'un des problèmes récurrents relaté par nombre d'intervenants concerne les photos d'œuvres prises lors d'une exposition par des utilisateurs de réseaux sociaux et qui les publient par la suite sur ces sites. Les diffuseurs, qui considèrent que cette pratique contrevient aux droits des artistes, reconnaissent en général que le phénomène est incontrôlable en raison de l'omniprésence des appareils photos intégrés aux technologies mobiles.

numérique soulève la question du rôle des sociétés de gestion collective de droits. Rappelons que le recours à de telles sociétés reste encore peu répandu en arts visuels comparativement à d'autres secteurs : les droits de reproduction représentant des possibilités de gains très limités pour une majorité d'artistes, ces droits s'avéraient jusque-là facilement gérable de manière individuelle. L'arrivée du numérique stimule cependant les possibilités de ce type de gain, créant du mouvement au niveau de structures de gestion collective encore peu développées en arts visuels au Québec. Ainsi, divers projets plus ou moins concurrents sont désormais sur la table à dessin.

I

Droits d'auteur et droits voisins

Les droits d'auteur et les droits voisins constituent des droits de propriété. Les droits d'auteur portent sur les œuvres, alors que les droits voisins portent sur les prestations d'artistes-interprètes, les enregistrements sonores et les signaux de communication. La portée de ces deux types de droits n'est pas tout à fait la même. Les titulaires de droits sur une œuvre ont notamment un droit de reproduction, de communication et d'adaptation, alors que les titulaires de droits voisins ont des droits de reproduction et de communication qui sont plus limités.

Dans le domaine des **arts visuels**, le droit de reproduction et le droit de communication sont directement interpellés. Le droit de reproduction intervient dès qu'une nouvelle copie d'une œuvre est effectuée, que ce soit sur une affiche, sur un disque dur ou sur tout autre support. Le droit de communication comprend notamment le droit d'autoriser la diffusion d'une œuvre sur Internet. La *Loi sur le droit d'auteur* inclut aussi un droit d'exposition, spécifiquement créé pour les arts visuels, mais ne comporte pas un droit de suite, en vertu duquel les auteurs pourraient recevoir une redevance pour les reventes de leurs œuvres.

La *Loi sur le droit d'auteur* prévoit également un droit moral. Ce droit ne se monnaie pas et il est rattaché à la personne de l'auteur. Il possède deux composantes. D'abord, il protège l'intégrité de l'œuvre et permet à un auteur de s'opposer à toute modification de son œuvre. Ensuite, le droit moral permet à l'auteur d'être reconnu comme l'auteur de l'œuvre, c'est-à-dire de voir son nom associé à son œuvre.

Au Canada, la durée du droit d'auteur sur les œuvres couvre les 50 années qui suivent le décès de l'auteur. La notion de durée a une importance considérable pour le droit d'auteur, car lorsque l'œuvre ou le droit voisin atteint son terme il tombe dans le domaine public. Il n'est alors plus possible de négocier de droits d'utilisation. Dans plusieurs pays, la durée sur les droits d'auteur est de 70 ans.

Le droit d'auteur est un droit de propriété qui consiste essentiellement en un droit d'autoriser des utilisations d'une œuvre. Ce droit est distinct de la propriété matérielle d'une œuvre, telle une sculpture ou une peinture. Ainsi, posséder matériellement une œuvre ne signifie pas nécessairement posséder les droits d'auteur sur cette œuvre. Dans le domaine des arts visuels, cette distinction est souvent mal comprise.

II Sociétés de gestion collective

Les droits d'auteur sont accordés à des individus, mais la gestion de ces droits est généralement plus efficace lorsqu'elle est exercée collectivement, et ce, à la fois pour les titulaires de droit que pour les utilisateurs. Les sociétés de gestion collective jouent ainsi un rôle d'intermédiaire dans l'échange culturel. Le fonctionnement d'une société de gestion est assez simple : les titulaires de droit accordent à la société de gestion le droit d'autoriser des utilisations de leurs œuvres et la société de gestion accorde à son tour les droits qu'elle a reçus à des utilisateurs. Les sommes perçues par la société sont ensuite remises aux titulaires. Au Canada, la Commission du droit d'auteur fixe les tarifs qui sont exigés lorsque des demandes sont déposées.

Dans le domaine des **arts visuels**, le passage par la Commission du droit d'auteur n'est pas obligatoire et, dans les faits, il existe peu d'ententes quant aux tarifs qui sont exigés. Dans ce domaine, les licences sont généralement négociées au cas par cas.

La gestion collective rend donc le droit d'auteur fonctionnel, même si elle peut comporter des lacunes : répertoires incomplets, droit d'utilisation limitée... Dans l'univers numérique, elle représente toutefois une solution souvent avancée pour résoudre la question de l'autorisation et de la rémunération.

III Cession et licence

Il existe deux manières de permettre l'utilisation d'une œuvre : la cession et la licence. La cession s'assimile à une vente et, lorsqu'un auteur a cédé son droit sur une œuvre, il n'en est plus titulaire et ce n'est donc plus lui qui accorde les autorisations. La licence est pour sa part l'équivalent d'une location, celle-ci pouvant être exclusive ou non exclusive. La licence non exclusive permet à un auteur d'accorder des utilisations pour des droits précis, ainsi que pour une durée et des territoires déterminés.

Dans le domaine des arts visuels, afin de diffuser une œuvre sur Internet, un diffuseur devra obtenir un droit de reproduction pour la numérisation de l'œuvre ainsi qu'un droit de communication par télécommunication pour la mise en ligne. La licence non exclusive est le mode d'autorisation généralement employé à cette fin.

3. DROITS D'EXPOSITION ET DROITS DE REPRODUCTION : LA PROBLÉMATIQUE DES DROITS D'AUTEUR EN ARTS VISUELS

Au Québec, deux régimes législatifs s'emboîtent pour créer le cadre juridique dans lequel les artistes en arts visuels opèrent et tirent des revenus de leur pratique artistique. D'abord, en vertu de la loi fédérale sur le droit d'auteur, le milieu des arts visuels distingue généralement trois formes de droits d'auteur, soit le droit d'exposition de l'œuvre, le droit de reproduction et le droit de communication (voir encadré I). Ainsi, tout utilisateur d'une œuvre, que ce soit pour sa présentation publique ou sa reproduction, doit obtenir une licence de la part de l'ayant droit ou de sa société de gestion et éventuellement payer les redevances associées à cette licence. Ensuite, le droit québécois fournit un cadre règlementaire qui régit les contrats et les relations de travail dans le milieu des arts. Deux lois dites « du statut de l'artiste » encadrent les pratiques à cet égard : l'une vise les artistes et producteurs de la scène et de l'écran (loi S-32.1), l'autre le domaine des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature (loi S-32.01). Cette seconde loi, contrairement à la première, ne contraint pas les parties à négocier des ententes collectives. Néanmoins, au fil des ans, les associations d'artistes ont développé une série de contrats types²¹ et de tarifs minimums recommandés qui ont permis d'établir des standards reconnus dans le milieu. Le tarif minimum pour les droits d'exposition semble ainsi largement répandu aujourd'hui dans le milieu, puisque les associations d'artistes en font la promotion et que les associations de diffuseurs recommandent généralement à leurs membres de les respecter. Le caractère non contraignant de ces normes ouvre toutefois la porte à des interprétations diverses et à un ensemble de pratiques qui, souvent consensuelles, ne correspondent pas pour autant aux recommandations des associations. Certains considèrent ainsi cette rétribution comme un « cachet d'artiste », interprétation qui englobe un ensemble de tâches et de services à accomplir par l'artiste au moment de l'exposition. Ainsi, les plus petits lieux d'exposition, centres d'artistes ou centres d'exposition, auront tendance à ne pas payer en supplément la mise en ligne d'images publiées à fins promotionnelles ; les artistes acceptent quant à eux souvent de fournir gracieusement de telles images sans exiger la redevance nécessaire pour leur publication sur le site Web de l'établissement. Les ententes entre artistes et diffuseurs ne prévoient pas non plus systématiquement les dates de retrait des images publiées en ligne : celles-ci sont dès lors placées dans les sections d'archives des sites Web avec l'accord des artistes. L'argument étant que la présence sur ces sites assure leur visibilité, plusieurs artistes acceptent ainsi de renoncer à leurs droits, qu'ils cèdent de la sorte non seulement sans contrepartie financière mais aussi pour un temps illimité. Ces images et les textes qui les accompagnent deviennent dès lors des traces documentaires du travail de l'artiste.

²¹ Selon certains répondants, ces contrats demeurent centrés principalement sur la conception traditionnelle de l'œuvre d'art plastique. Ce modèle suppose la reproduction d'un objet physique et il peut apparaître peu adapté aux nouvelles pratiques visuelles numériques, notamment l'ensemble d'un site Web est l'œuvre.

Dans le cas des centres d'artistes et des centres d'exposition, le problème des droits numériques semble se résumer aux ambiguïtés et aux conflits d'interprétation que de telles pratiques peuvent soulever. L'apport d'un financement approprié pour couvrir ces nouveaux frais est d'ailleurs souvent avancé comme principale piste de solution. La problématique prend cependant une toute autre ampleur dans le cas des musées, petits et grands. Possédant des collections, les musées souhaitent généralement les rendre disponibles de manière permanente sur des plateformes Web à l'ensemble de la population. De tels projets impliquent évidemment des coûts importants pour les musées : non seulement des coûts initiaux pour le développement des plateformes et la numérisation des images, mais aussi des coûts récurrents pour défrayer annuellement les licences des images qui ne sont pas encore du domaine public²² et dont le musée ne possède pas nécessairement les droits de reproduction et de communication. En effet, certains musées ont comme pratique d'acquérir les droits d'auteur sur une œuvre au moment où celle-ci entre dans leur collection (que ce soit par don ou par achat) de manière à être libre de présenter l'œuvre dans leurs salles où de l'utiliser dans leurs diverses publications. Ces musées offrent généralement à l'artiste un montant forfaitaire pour obtenir ces droits. Or, une telle pratique lui est potentiellement préjudiciable puisque, comme le faisait remarquer l'informatrice d'un musée, les revenus potentiels qu'une œuvre pourra générer après son entrée dans la collection demeure imprévisible. Certaines œuvres peuvent en effet acquérir une importante notoriété suite à leur entrée dans la collection muséale et peuvent générer des revenus parfois substantiels. C'est le cas par exemple d'une œuvre de l'artiste Catherine Widgery qui a connu une grande popularité à la suite d'une exposition du Musée d'art contemporain organisée dans un édifice public du centre-ville de Montréal en 2001. L'engouement suscité par cette œuvre suite à l'exposition a donné lieu à un film documentaire et à de nombreuses reproductions. Ceci a permis à l'artiste d'obtenir des sommes importantes en redevances. L'artiste aurait été au contraire privé de tels revenus si elle avait vendu ses droits au moment de l'acquisition par le musée. Certains musées ont ainsi adopté comme politique institutionnelle de ne jamais acquérir les droits sur les œuvres de leur collection. Rappelons qu'une très large majorité des acquisitions des musées québécois résultant de dons plutôt que d'achats, l'auteur de ces œuvres n'est pas rémunéré au moment de l'acquisition. Dans bien des cas, les redevances sur les droits d'auteur sont donc la seule forme de revenus que l'artiste peut retirer de la présence de son œuvre dans la collection d'un grand musée national.

La mise en ligne des collections d'art contemporain représente de la sorte un véritable défi pour les musées. Un tel projet signifie en effet s'engager à verser annuellement aux artistes des sommes relativement importantes. À cet égard, les musées se trouvent face à un *dilemme* opposant deux de leurs missions fondamentales : d'une part, un engagement à soutenir les artistes, en leur offrant des conditions justes et équitables ; d'autre part, leur mission de démocratisation de la culture qui les

²² Voir Anthony R. Reese (2009). « Photographs of Public Domain Paintings : How, If at All, Should We Protect Them ? », *Journal of Corporation Law*, vol. 34, no. 4, p. 1033-1058.

pousse à offrir l'accès le plus large possible aux œuvres de leurs collections²³. Plusieurs musées ayant répondu à l'enquête notent d'ailleurs que les technologies numériques offrent des possibilités sans précédent d'enrichir l'expérience de leurs visiteurs envers les œuvres, non seulement sur le Web²⁴, mais aussi directement à l'intérieur des murs du musée²⁵.

Les revues d'art spécialisées sont également d'importants lieux de publication des œuvres en ligne. Or, celles-ci bénéficient d'une exception dans la Loi sur le droit d'auteur, qui prévoit que les images publiées à des fins de critiques peuvent l'être sans compensation financière pour les ayants droit. S'il semble y avoir un consensus assez généralisé dans le milieu des arts visuels sur ce point, les représentants de certaines revues spécialisées rapportent néanmoins une certaine confusion quant aux règles à suivre. Ainsi, certains de nos répondants mentionnent que des photographes ou des musées, surtout étrangers, réclament parfois des sommes importantes pour la reproduction d'images. Dans ces cas, les responsables de revues ne sont pas toujours informés de leurs obligations et de leurs droits.

Les associations d'artistes insistent quant à elles sur une distinction claire entre les droits d'exposition, de communication et de reproduction des œuvres. Elles soulignent également le retard général que les artistes en arts visuels accusent au sein de cette économie numérique en expansion. Des moyens doivent être accordés pour permettre aux artistes de ce secteur de profiter des nouvelles possibilités offertes par ce nouvel environnement. Les associations tendent à y voir l'ouverture d'un nouveau marché, potentiellement lucratif, pour les artistes visuels. Un traitement adéquat des droits de reproduction des images par les différents acteurs du milieu fournirait à ces artistes une nouvelle source de revenu récurrente associée directement à leur production. Les associations plaident de la sorte en faveur d'une redevance versée annuellement aux artistes dont les œuvres sont publiées sur le Web par des musées, des centres d'artiste ou des centres d'exposition.

La question du juste prix à payer pour ces images en ligne en permanence demeure toutefois ouverte et les rares discussions amorcées à ce sujet n'en sont qu'au premier stade.

²³ Voir Enrico Bertacchini et Federico Morando (2013). « The Future of Museum in the Digital Age : New Models for Access to and Use of Digital Collections », *International Journal of Arts Management*, vol. 15,no.2, p. 60-72.

²⁴ Voir Marie Després-Lonnet (2009). « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : Les parcours de la base Joconde », *Culture & Musées*, no. 14, 19-38 ; Lois Foreman-Wernet, Brenda Dervin et Clayton Funk (2014). « Standing in Two Worlds Looking at an Art Exhibition: Sense-Making in the Millennial Generation », *Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 44, no. 2, p. 101-117.

²⁵ Plusieurs musées développent actuellement des projets qui utiliseront les technologies numériques pour enrichir l'expérience du visiteur à l'intérieur même du musée. Les médiaguides sur tablette ou les bornes interactives dans les salles d'exposition permettent ainsi de donner accès à des contenus supplémentaires lors de la visite : éléments d'archives, autres œuvres significatives d'un artiste ou d'un groupe, etc. Dans ces cas, la question du droit d'auteur et du juste prix à payer pour de telles utilisations se pose également.

3.1 La gestion collective des droits en arts visuels

Au Québec, la gestion collective des droits d'auteur en arts visuels est marquée historiquement par l'existence de deux structures concurrentes : d'une part, une société de gestion mise sur pied par une association d'artistes ; d'autre part, une société de gestion spécialisée en musique ayant développé des services spécifiques pour les artistes des arts visuels. La première structure ayant mis fin à ses activités en raison de difficultés financières, les artistes ont été invités à se joindre à la seconde. Suite à cette évolution, l'association d'artistes et la société de gestion entretiennent une certaine méfiance réciproque. Ce conflit latent se trouve aussi alimenté par la différence des juridictions. En effet, la première structure est dédiée à la défense des intérêts professionnels et socio-économiques de l'ensemble des artistes professionnels québécois, incluant ceux qui ne sont pas membres de l'association ; la seconde, étant titulaire de droits d'auteur, défend plutôt les intérêts économiques des seuls artistes avec lesquels un contrat de représentation a été signé. Cette situation est la source de tensions.

Ces deux structures n'en réaffirment pas moins la nécessité de mécanismes forts en matière de gestion des droits d'auteur dans un environnement qu'est venue complexifier l'évolution numérique. La société de gestion considère que sa structure étant spécialisée dans la gestion des droits d'auteur s'avère plus apte à identifier précisément les diverses utilisations des images dans ce nouvel environnement. En effet, dans un tel environnement les hyperliens et les fonctionnalités d'un site Web peuvent modifier en profondeur l'usage pour lequel les œuvres ont été initialement publiées : c'est le cas, par exemple, avec le partage d'images sur les réseaux sociaux. La société de gestion, qui pense avoir développé une expertise fine en matière d'identification des usages, considère de la sorte être la plus apte à faire la médiation entre les artistes, dont ils font respecter les droits moraux, et les utilisateurs, pour lesquels ils obtiennent des autorisations auprès des ayants droit.

Comme il a été dit, la vitesse à laquelle circulent les images numériques constitue une problématique de taille. À cet égard, sociétés de gestion, associations d'artistes et diffuseurs s'accordent à reconnaître l'importance de développer des mécanismes plus prompts à réagir pour autoriser la publication d'images dans le respect des droits. Deux approches plus ou moins complémentaires sont actuellement en développement face à cette demande de fluidité : la licence générale et les banques d'images numériques.

Plusieurs acteurs proposent ainsi l'instauration de licences générales dédiées aux grands utilisateurs, en premier lieu les musées d'État. Cette licence permettrait d'obtenir des autorisations globales pour une série d'utilisations prédéterminées des œuvres de la collection (présentation de l'œuvre dans les salles du musée, publication dans des brochures promotionnelles, publication sur le site Web du musée, etc.) sans avoir à attendre les autorisations, cas par cas. De cette façon, le

musée pourra mener ses projets d'expositions et de publications avec plus d'autonomie et de flexibilité. Un registre des utilisations tenu sur une base annuelle permettrait d'effectuer les paiements de redevances qui leurs sont associés au cours de la période.

Des discussions ponctuelles entre certains musées et la société de gestion ont cours actuellement à ce sujet. Ces discussions menées sur une base volontaire ne concernent que certains musées, et ne semblent pas généralisées à l'ensemble des grands musées québécois. Néanmoins, les parties engagées dans ces discussions sont généralement d'accord sur les grandes lignes du système à mettre en place. Deux questions cruciales demeurent à discuter avant de conclure toute entente de ce type. D'abord, quels sont les types d'utilisations couvertes par cette licence générale ? Si les utilisations plus traditionnelles des œuvres (présentation en salle et publications sur papier) ne posent généralement pas problème, il en va autrement lorsque l'on entre sur le territoire numérique. En effet, chacun des nombreux types d'utilisations possibles par les musées doit faire l'objet d'une négociation. Ensuite, il faudra déterminer le juste prix de chacune de ces utilisations particulières. Ajoutons que des négociations réussies entre les musées et la société de gestion ne couvriraient par entente que la partie des artistes québécois que représente la société de gestion. Comme aucune structure de gestion collective des droits ne fédère actuellement au Québec l'ensemble des artistes visuels, les musées se trouvent sans interlocuteur légitime pour étendre la pratique à l'ensemble, voire à la majorité, des artistes de leurs collections. L'association d'artistes pourrait apparaître, à prime abord, comme l'interlocuteur naturel. Mais cela n'est pas sans soulever un certain nombre de questions d'une partie des intervenants. Est-ce bien le rôle d'une association professionnelle qui défend les intérêts généraux de l'ensemble des artistes que de gérer des droits d'auteur individuels ? L'association, telle que constituée aujourd'hui, a-t-elle la légitimité nécessaire pour négocier une entente contraignante avec les musées, alors même qu'une partie importante de la profession n'est pas membre de l'association ?

En parallèle à cette première approche, la seconde mise de l'avant par les associations d'artistes au Québec et au Canada concerne plutôt le développement d'une grille tarifaire informatisée, par ailleurs adossée à une vaste banque d'images numériques que nous décrirons dans la section suivante. Visant également à répondre à la demande d'une plus grande fluidité des opérations, ce système ne s'adresse pas spécifiquement aux grands utilisateurs mais se veut au contraire ouvert à tous. Ainsi, tout utilisateur potentiel d'images, individu ou organisation, peut connaître précisément par l'entremise d'un formulaire en ligne les coûts afférents à un usage spécifique de l'image, qui peuvent aussi être réglés directement en ligne.

En vue d'implanter ce système, les associations d'artistes se sont engagées à refonder une société de gestion déjà existante opérant jusqu'à maintenant uniquement au Canada anglais. Plusieurs changements ont été apportés à cette organisation afin qu'elle soit en mesure d'opérer au Québec : changements au niveau du statut juridique et de la structure de gouvernance, ou traduction en

français des différents outils de travail. Cette nouvelle société de gestion opérerait non seulement ce système automatisé de gestion des licences et des redevances; mais elle offrirait aussi, éventuellement, des services traditionnels de gestion de droits pour les images ou projets qui ne sont pas encore couverts par le système automatisé²⁶.

²⁶ Le développement de ce système est aussi entrepris en vue de l'introduction possible de droits de suite au Canada dans le domaine des arts visuels. Ces droits de suite accorderaient aux titulaires la possibilité de percevoir une redevance sur le prix de revente d'une œuvre sur les marchés secondaires. Les associations d'artistes réclament à cet égard l'établissement d'un droit de l'ordre de 5 % du prix de revente d'une œuvre. L'introduction de telles dispositions impliquerait un système de gestion collective des sommes perçues sur les ventes dans les marchés secondaires.

4. BANQUES D'IMAGES NUMÉRIQUES ET VISIBILITÉ DES ARTISTES QUÉBÉCOIS

La très vaste majorité des acteurs interrogés dans le cadre de cette enquête reconnaissent d'emblée que les artistes visuels québécois sont peu visibles en ligne, au moment même où de nombreuses expériences de banques d'images se développent à l'échelle internationale. À cet égard, les collections en ligne de quelques grands musées étrangers — offrant des images libres de droit, en libre accès et de haute définition pour reproductions — sont régulièrement mentionnées comme exemples à suivre²⁷. Le développement de grandes banques d'images privées, tel l'incontournable Google Art Project²⁸ ou le colossal ArtStor²⁹, soulève également certaines inquiétudes dans la mesure où de telles entreprises peuvent exiger (comme Google) des droits universels de reproduction. À l'image de la tendance générale observée dans l'univers des médias, ces grands répertoires privés deviennent des références mondiales et leur capacité de concentrer une quantité massive d'images leur assure une position quasi monopolistique. Les projets québécois de banques d'images en ligne sont dès lors forcés de se situer par rapport à ces références internationales. À cet égard, et bien qu'il n'y ait pas là-dessus un clair consensus, plusieurs acteurs québécois rencontrés voient dans la constitution de banques d'images significatives, voire exhaustive de la production québécoise, l'outil permettant d'assurer la plus forte présence québécoise en ligne. De tels projets mobilisent principalement deux types d'acteurs : les grands musées d'État et les associations d'artistes.

Plusieurs grands musées expriment notamment leur désir de rendre disponible, via leur site Internet, une grande partie, sinon l'ensemble de leurs collections. En raison notamment des ressources dégagées dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec, les représentants de tous les grands musées interrogés lors de l'enquête mentionnent développer actuellement des projets visant à augmenter la présence en ligne de leurs collections. Pour l'instant, ces projets paraissent toutefois freiner par l'importance des redevances à payer pour la reproduction d'œuvres qui ne sont

²⁷ Les sites des musées qui ont été le plus souvent cités lors de l'enquête sont ceux du Rijksmuseum (Amsterdam), du Getty Museum (Los Angeles) et de la National Gallery (Washington, DC). Ceci dit, on ne peut préciser si les collections auxquelles font références nos informateurs sont constituées uniquement d'œuvres du domaine public ou si à ces dernières s'ajoutent aussi des œuvres pour lesquelles le diffuseur a libéré les droits, d'une manière ou d'une autre, auprès de l'artiste ou de l'ayant droit. Pour répondre à cette question, une étude spécifique de ces collections muséales en ligne serait nécessaire.

²⁸ Le *Google Art Project* est un immense projet mené par le géant américain en collaboration avec plus de 250 musées d'art et institutions culturelles à travers le monde. En plus, des dizaines de milliers d'œuvres d'art reproduites à très haute résolution que le site rend disponible, le projet offre aussi la possibilité de faire des visites virtuelles de grands musées du monde. On trouve un certain nombre d'images québécoises dans le projet, notamment plusieurs photographies de William Notman (en association avec le Musée McCord), mais également quelques œuvres contemporaines (en association avec la Banque d'œuvres d'art du Conseil des Arts du Canada).

²⁹ *ArtStor* est un organisme à but non lucratif qui se consacre au développement d'une banque d'images numériques à l'usage des institutions d'enseignement, des musées et des bibliothèques. La banque compte aujourd'hui plus de 1,9 millions d'images qui proviennent de plusieurs grands contributeurs (musées, bibliothèques, archives, etc.) à travers le monde.

généralement pas libres de droits.³⁰ À cet égard, la plupart des intervenants se rappellent l'expérience malheureuse du site ARTimage qui, au début des années 2000, a voulu regrouper les œuvres majeures des collections des grands musées québécois. Le fait d'avoir alors sollicité les droits de reproduction des œuvres des artistes à titre gracieux a soulevé de fortes protestations de la part des associations d'artistes. Après que le MCCQ ait, pour un temps, compensé les artistes pour les pertes de revenus encourues, le site dû être fermé définitivement faute d'une solution permanente pour le paiement des redevances. Cet épisode a laissé des traces durables dans le milieu professionnel : d'une part, les musées sont désormais très sensibles à l'importance des droits d'auteur lors de projets de mise en ligne de leurs collections ; d'autre part, les associations d'artistes sont devenues très vigilantes sur cette question et ne tolèrent aucune entorse.

Le milieu muséologique québécois a aussi tenté d'inscrire ses collections au sein des grandes banques d'images internationales. Plusieurs musées canadiens ont ainsi participé au projet AMICO³¹ — American Museum Image Consortium — qui regroupait les reproductions d'œuvres d'un grand nombre de musées nord-américains. Ce projet a opéré de 1997 à 2005. Le projet visait à constituer une vaste banque d'images numériques à partir des collections des musées participants dans le but d'offrir ce répertoire, sous forme d'abonnements, aux grandes institutions d'enseignement du monde. La majorité des partenaires de ce projet a plutôt choisi en 2005 d'être fusionnée à ArtStor, organisation à but non lucratif basée à New York, soutenue par la Mellon Foundation, qui poursuit sensiblement la même mission.³²

Plus récemment, en parallèle aux musées, quatre associations d'artistes œuvrant dans le domaine visuel — arts visuels, illustration, métiers d'art et création scénique — ont joint leurs efforts pour créer une banque d'images commune. Baptisée *Entrepôt numérique d'œuvres d'art contemporaines* (ENOAC), le projet est axé sur la contribution des artistes eux-mêmes qui sont invités à « téléverser » sur la plateforme des reproductions tirés de leurs portfolios ainsi que toutes données pertinentes à leur production (légendes des œuvres, textes, articles, etc.). Les promoteurs associatifs souhaitent que l'ENOAC devienne la référence numérique de la production visuelle québécoise. Parce que les artistes publient eux-mêmes les images de leurs œuvres sur cette plateforme, il n'y a pas, dans un premier temps, de redevances à acquitter pour les droits d'auteur. L'outil est aussi conçu par ses promoteurs comme un outil de vente de reproductions des œuvres

³⁰ Il n'était pas du cadre de notre mandat que d'étudier les modèles mis en place par les musées étrangers en matière de diffusion en ligne des œuvres d'art contemporain. Une telle analyse spécifique permettrait sans doute d'évaluer si des aspects de ces modèles peuvent s'appliquer au contexte québécois.

³¹ Malgré ce que le nom du projet suggère, quelques musées canadiens — Musée d'art contemporain de Montréal, Musée des beaux-arts de Montréal, Musée des beaux-arts du Canada, Art Gallery of Ontario — s'étaient joints à l'initiative.

³² La fin du projet AMICO a signifié la fin de la présence d'images québécoises et canadiennes au sein d'une vaste banque d'images internationale. L'inscription de la production artistique québécoise au sein de grands ensembles internationaux n'en demeure pas moins un enjeu important pour plusieurs intervenants du milieu des arts visuels. Une étude plus poussée sur les moyens mis en place par les musées étrangers pour inscrire une production nationale dans un contexte international, ainsi que sur les facteurs de succès d'une telle entreprise, pourrait contribuer à faire avancer la réflexion sur cette question.

des artistes qui les mettent en ligne, leur permettant d'en tirer les redevances. Les associations cherchent ainsi à développer non seulement une vitrine de la production québécoise, mais aussi un outil de mise en marché des artistes québécois. À cet égard, deux fonctionnalités de la plateforme sont en développement. D'une part, la banque d'images doit être combinée à la grille tarifaire automatisée décrite à la section précédente, et permettrait dès lors d'accorder les licences de reproduction pour les images répertoriées. L'ENOAC concurrencerait de la sorte les diverses structures qui proposent actuellement des images numériques à fins d'illustrations (publication, journalisme, publicité), permettant une percée des images québécoises dans ces domaines. D'autre part, les promoteurs de la plateforme travaillent à mettre sur pied un système d'abonnements qui permettrait d'accéder à l'ensemble du contenu de la banque. Le principal marché visé à cet égard est celui des institutions d'enseignement. Sur ce plan, l'ENOAC reprend donc à son compte l'idée développée à plus grande échelle dans le cadre du projet AMICO décrit plus haut. Les promoteurs du projet envisagent aussi que ce service d'abonnements puisse intéresser des utilisateurs privés, amateurs des différents domaines visuels représentés dans la banque. Aucune étude de marché ne semble toutefois avoir été réalisée pour tester l'intérêt que soulèverait un tel service d'abonnements. Cet intérêt tient sans doute au grand nombre d'œuvres majeures du répertoire québécois que contiendrait une telle plateforme. Le projet pose ainsi un certain nombre de questions incontournables, notamment quant aux critères d'inclusion des images dans la banque. Celle-ci sera-t-elle réservée uniquement aux membres des associations partenaires ? Tous les membres de ces associations sont-ils automatiquement admissibles à la banque d'images ? Un rôle sera-t-il attribué à un commissariat pour la sélection des images, et, le cas échéant, en fonction de quels critères artistiques ? Des normes de reproduction seront-elles préétablies, et qui s'assurera de leur respect ?

Avant de conclure cette section, il faut dire un mot des revues d'art. Ce troisième type d'acteur contribue lui-aussi grandement à la visibilité des arts visuels québécois sur le Web. Bien qu'aucun projet de banques d'images ne soit dans leur cas à l'ordre du jour, il n'en demeure pas moins que ces revues demeurent des joueurs incontournables en ce qui a trait à la présence de la culture québécoise en ligne. La publication en ligne des archives numériques d'un grand nombre d'entre elles constitue en soi un important répertoire d'images et de textes pertinents. Tous les représentants des revues rencontrés dans le cadre de cette enquête affirment par ailleurs qu'une présence forte sur le Web est devenue une condition de survie. En effet, les habitudes de lecture migrent vers le numérique et la concurrence pour cette nouvelle forme de visibilité s'exerce maintenant à l'échelle planétaire. Tous soulignent également la surcharge de travail et l'investissement financier accru exigés par cette transition numérique, un effort que ne semble pas avoir encore compensé des bénéfices conséquents.

Face à ces différents projets de banques d'images présentement en développement au Québec, un certain nombre de questions demeurent en suspens. La première concerne la pertinence de développer un tel instrument sur une base nationale, ou régionale. En effet, ne serait-il pas plus pertinent de chercher à s'insérer dans les grandes banques existantes à l'échelle mondiale ? Quel devrait être aussi l'arrimage entre les différents projets de mise en ligne existants ou en cours de développement, au niveau des musées, des associations, voire des revues ? Tous ces projets doivent-ils nécessairement se lier les uns aux autres ? Y a-t-il des bénéfices significatifs à retirer d'un projet plus englobant, fédérant les efforts de tous les joueurs ? Le cas échéant, quels liens établir entre ces projets ? Il convient aussi de se questionner sur les problématiques « éditoriales » qui surviennent inévitablement au moment de la constitution de tels répertoires : quel sera le processus d'admission des images dans la banque ? Quel type de référencement sera effectué notamment lorsque des œuvres appartiennent à une institution ? Par ailleurs, à qui appartiendra les images contenus dans cette banque ; qui tirera profit de la ventes des droits de reproduction ?

5. CONCLUSION

L'ensemble des préoccupations présentées dans ce rapport démontre que le milieu des arts visuels au Québec est à un moment charnière de son évolution. Le développement des technologies numériques a des effets importants sur la gestion des droits d'auteur dans ce secteur, ainsi que sur les revenus que les artistes peuvent tirer de leurs créations. La prolifération des images et la vitesse avec laquelle celles-ci circulent désormais représentent des défis pour les créateurs d'œuvres visuels. Pour plusieurs acteurs, ce changement représente de nouvelles occasions de revenus et de visibilité. Plusieurs questions demeurent toutefois à discuter. Pour véritablement tirer parti de la situation, la concertation du milieu des arts visuels reste l'élément déterminant.

6. BIBLIOGRAPHIE

- Bechtel, Andrew R. et Korwar, Arati R. (1999). « Copyright and the creative use of visual artworks in the 1990s », *Communication Law and Policy*, vol. 4,no. 4, p. 431-461.
- Berlowe, Peter E., Berlowe-Heinish, Laura J. et Koziol, Peter A. (2007). « Protection of the Moral Rights of the Digital Graphic Artist » *Florida Bar Journal*, vol. 81,no. 9, p. 31-35.
- Bertacchini, Enrico et Morando, Federico (2013). « The Future of Museum in the Digital Age: New Models for Access to and Use of Digital Collections » *International Journal of Arts Management*, vol. 15,no. 2, p. 60-72.
- Canals-Cerda, José J. (2012). « The value of a good reputation online: an application to art auctions » *Journal of Cultural Economics*, vol. 36,no. 1, p. 67-85.
- Cardon, Dominique (2009). « Présentation », *Réseaux*, vol. 2, no 154, p. 9-12.
- Chantepie, Philippe (2011). *Culture & médias 2030: prospective de politiques culturelles*. Paris: Ministère de la culture et de la communication.
- Chircu, Alina M. et Kauffman, Robert J. (2000) « Reintermediation Strategies in Business-to-Business Electronic Commerce », *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 4, no. 4, p. 7-42.
- Desaive, Pierre-Yves (2010). « L'art des nouveaux médias: défi et opportunité pour la muséologie d'art », *Culture & Musées*, no. 16, p. 113-135.
- Després-Lonnet, Marie (2009). « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition: Les parcours de la base Joconde » *Culture & Musées*, vol. 14, p. 19-38.
- Devereaux Lewis, Caitlain (2012). « Copyright Concerns in Visual Resources Collections: Clarifying the issues surrounding the use of images in education » *Journal of Art, Technology & Intellectual Property Law*, vol. 23,no. 1, p. 69-109.
- Foreman-Wernet, Lois, Dervin, Brenda, et Funk, Clayton (2014). « Standing in Two Worlds Looking at an Art Exhibition: Sense-Making in the Millennial Generation » *Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 44,no. 2, p. 101-117.
- Fourmentaux, Jean-Paul (2006). « Internet au musée: les tensions d'une exposition concertée » *Culture & Musées*, no. 8, p. 135-158.
- Hawkins, Richard, Mansell, Robin et Steinmueller, W. Edward (1998) « Toward Digital Intermediation in the European Information society », *Journal of Economic Issues*, vol. 33, no. 2, p. 383-391.
- Highfill, Jannett, & O'Brien, Kevin (2007). « Bidding and prices for online art auctions: sofa art or investment », *Journal of Cultural Economics*, vol. 31,no. 4, p. 279-292.
- Jenkins, Henry (2004). « The Cultural Logic of Media Convergence » *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7,no.1, p. 33-43.
- Moureau, Nathalie, et Sagot-Duvaurox, Dominique (2007). « Économies des droits d'auteur IV - La photographie », *Culture Études*, vol. 2007, no. 7, Paris: Ministère de la culture et de la communication.
- Navarrete, Trilce (2014). « Becoming Digital: A Dutch Heritage Perspective », *Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 44, no. 3, p. 153-168.
- Prowda, Judith B. (2013). *Visual Arts and the Law: A Handbook for Professionals*. Farnham; Burlington: Lund Humphries in association with Sotheby's Institute of Art.
- Quesenberry, LeGene, et Sykes, Bruce W. (2008). « Leveraging the Internet to Promote Fine Art: Perspectives of Art Patrons », *Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 38, no. 2, p. 121-140.

Rebillard, Franck (2007) *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris: L'Harmattan.

Reese, R. Anthony (2009). « Photographs of Public Domain Paintings: How, If at All, Should We Protect Them ? », *Journal of Corporation Law*, vol. 34, no. 4, p. 1033-1058.

Smith Bautista, Susana (2014). *Museums in the Digital Age: Changing Meanings of Place, Community and Culture*. Lanham: AltaMira Press.

Annexe 1 : Questionnaire

Recherche menée par J. Roberge, G. Bellavance, C. Poirier (INRS) et G. Azzaria (Université Laval). Cette recherche est financée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec.

1. MISE EN CONTEXTE : Le développement des technologies numériques a entraîné plusieurs changements dans les modes de production, de distribution et de consommation des produits culturels. Ces changements ont entre autres modifié les équilibres en place dans les différents secteurs culturels québécois.

QUESTIONS :

Au regard de l'expérience acquise dans votre secteur d'activité, quels sont les principaux changements intervenus depuis l'introduction des nouvelles technologies numériques ?

- a. Quels sont les principaux avantages de ces changements ?
- b. Quels sont les principaux inconvénients ?

2. MISE EN CONTEXTE : Plusieurs types de règles et de pratiques, notamment juridiques, encadrent actuellement les revenus et les gains qu'on peut tirer de la production et de la circulation des produits culturels dans l'univers numérique : droit d'auteur, droit à l'image, redevances, contrats, lois sur le statut de l'artiste, réglementation sur les télécommunications, etc.

QUESTIONS :

- a. Les règles juridiques et les pratiques actuelles pertinentes à vos activités dans l'univers numérique sont-elles en mesure de vous permettre de rentabiliser adéquatement vos productions et activités culturelles ? Le cas échéant, quelles sont les principales difficultés rencontrées ?
- b. Des corrections devraient-elles être apportées dans les manières actuelles de générer des revenus ? Le cas échéant, lesquelles ?
- c. À votre connaissance, de nouveaux mécanismes et modèles économiques permettant de générer de la valeur existent-ils dans l'environnement numérique ? Le cas échéant, lesquels semblent les plus intéressants pour vous ?

3. QUESTIONS :

Depuis l'introduction des nouvelles technologies numériques, avez-vous vécu des problèmes particuliers de gestion de droits d'auteur ou d'octroi de licence ? Si oui, lesquels ?

- a. Les mécanismes actuels de gestion des droits et d'octroi de licence vous apparaissent-ils adéquats ?
- b. Le cas échéant, avez-vous des suggestions permettant de corriger certaines lacunes ?

4. MISE EN CONTEXTE : L'accès aux produits culturels via le Web constitue l'un des changements majeurs introduits par les nouvelles technologies numériques. Plusieurs enjeux y sont liés : accès aux produits culturels québécois en comparaison à la production étrangère, monétisation de l'accès, téléchargement illégaux, œuvres en accès libre (*creative commons* par exemple), etc.

QUESTIONS :

- a. Dans votre secteur d'activité, considérez-vous que les œuvres et produits culturels québécois sont actuellement aisément accessibles en ligne en comparaison avec la production internationale ? Le cas échéant, quels sont les principaux obstacles et quelles seraient les mesures favorables au développement d'une offre légale ?
- b. Le développement d'une offre culturelle québécoise en ligne représente-t-il un enjeu pour la majorité des intervenants de votre secteur ? Pouvez-vous préciser les raisons de l'intérêt ou du désintérêt ?

5. QUESTION :

Quelles sont à votre avis les principales expériences positives ou négatives à surveiller au Canada et à l'étranger en matière de production et de diffusion numériques de produits culturels ?

6. QUESTION :

À votre avis, quels encadrements, façons de faire et pratiques doit-on prioritairement encourager pour que les intervenants de votre secteur retirent tous les bénéfices monétaires liés au développement des technologies numériques ?

7. QUESTION :

D'autres enjeux liés au développement des technologies numériques vous apparaissent-ils aussi ou plus importants que ceux évoqués dans ce questionnaire ? Le cas échéant, lesquels ?