

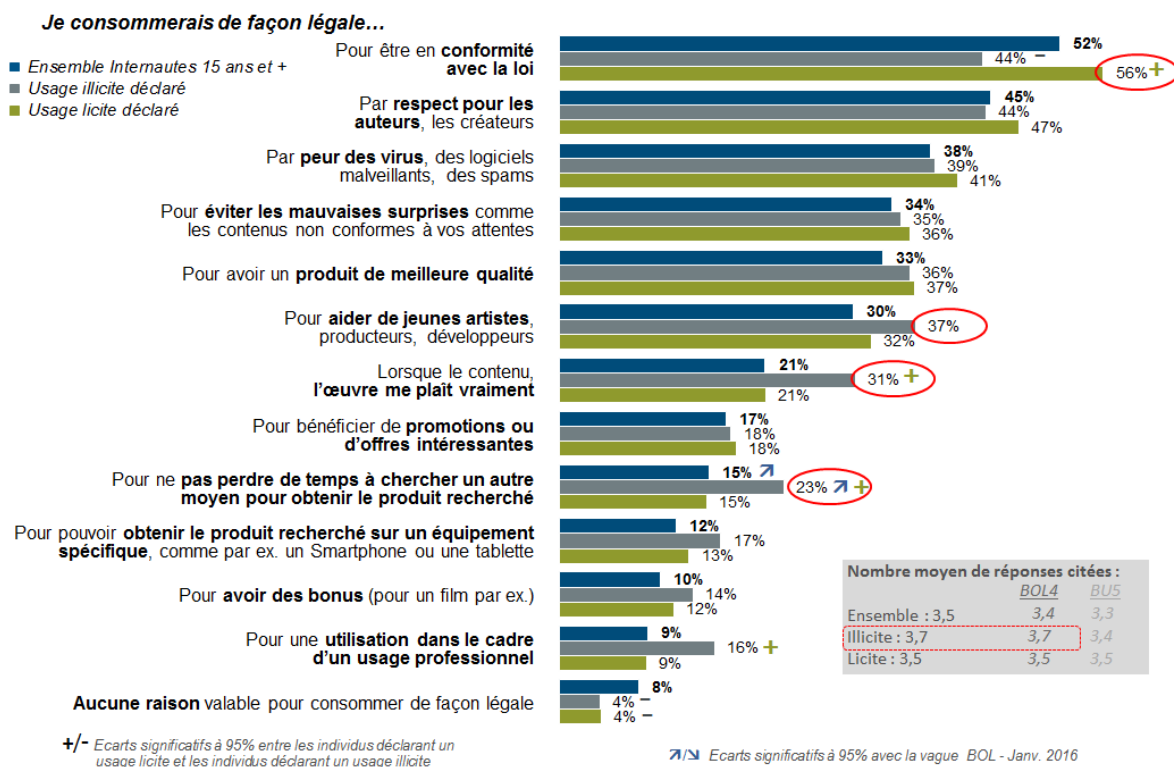
Exercice 2016-2017

Indicateurs prévus par décret

1.1.1 Indicateurs relatifs à la mission d'encouragement au développement de l'offre légale, qu'elle soit commerciale ou non (point 1 de l'annexe au décret n°2011-386)

1.1.1.1 Facteurs favorisant le développement de la consommation respectueuse du code de la propriété intellectuelle : motifs invoqués par les internautes pour se tourner vers les offres respectueuses du code de la propriété intellectuelle (point 1.1 de l'annexe au décret n°2011-386)

Voici plusieurs raisons qui peuvent inciter à consommer de façon LEGALE des produits culturels sur Internet. Indiquez celles que vous trouvez personnellement les plus motivantes pour consommer de façon légale. Vous pouvez cocher une seule raison ou plusieurs.



Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

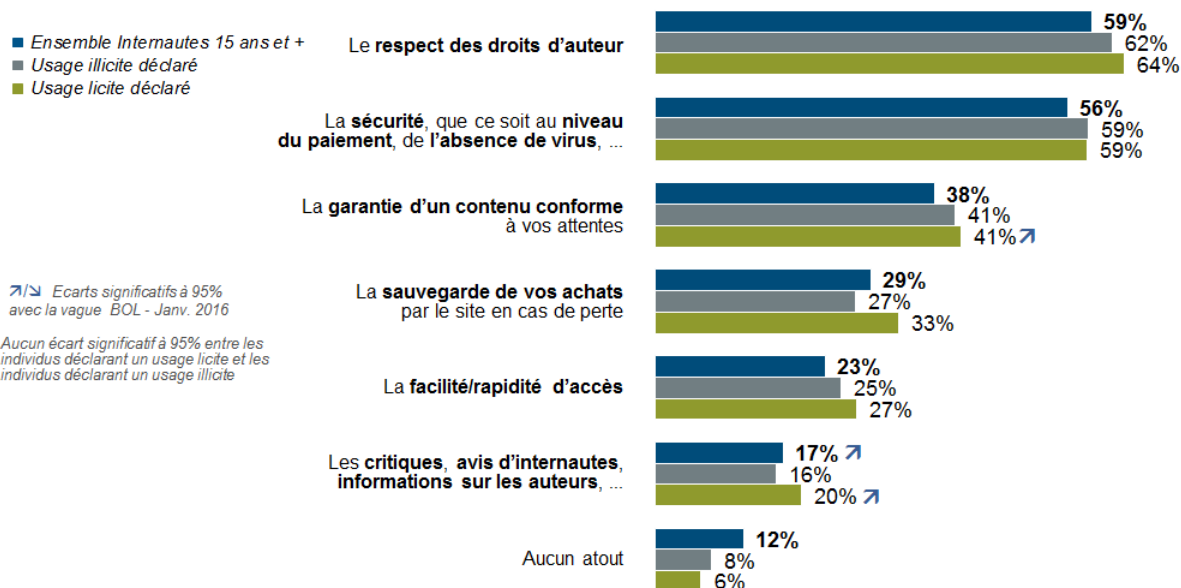
Hadopi

Parmi les facteurs favorisant le développement de la consommation de biens culturels respectueuse du Code de la Propriété Intellectuelle, le souci d'être en conformité avec la loi arrive en tête des motifs évoqués par les internautes pour se tourner vers les offres respectueuses du droit d'auteur (52%). Le respect des auteurs et créateurs est aussi un motif essentiel puisqu'il arrive en deuxième position avec 45%. Viennent ensuite des critères liés au contenu des œuvres en lui-même, avec :

- la peur des virus, logiciels malveillants et spams (38%) ;
- la crainte de mauvaises surprises / d'un contenu non conforme (34%) ;
- l'obtention d'un produit de meilleure qualité (33%).

Parmi les différentes qualités suivantes, quels sont selon vous le ou les atouts de l'offre légale par rapport à l'offre illégale ?

Les atouts de l'offre légale par rapport à l'offre illégale sont :



Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

Pour plus d'un internaute sur deux interrogés, les principaux atouts de l'offre licite par rapport à l'offre illicite sont :

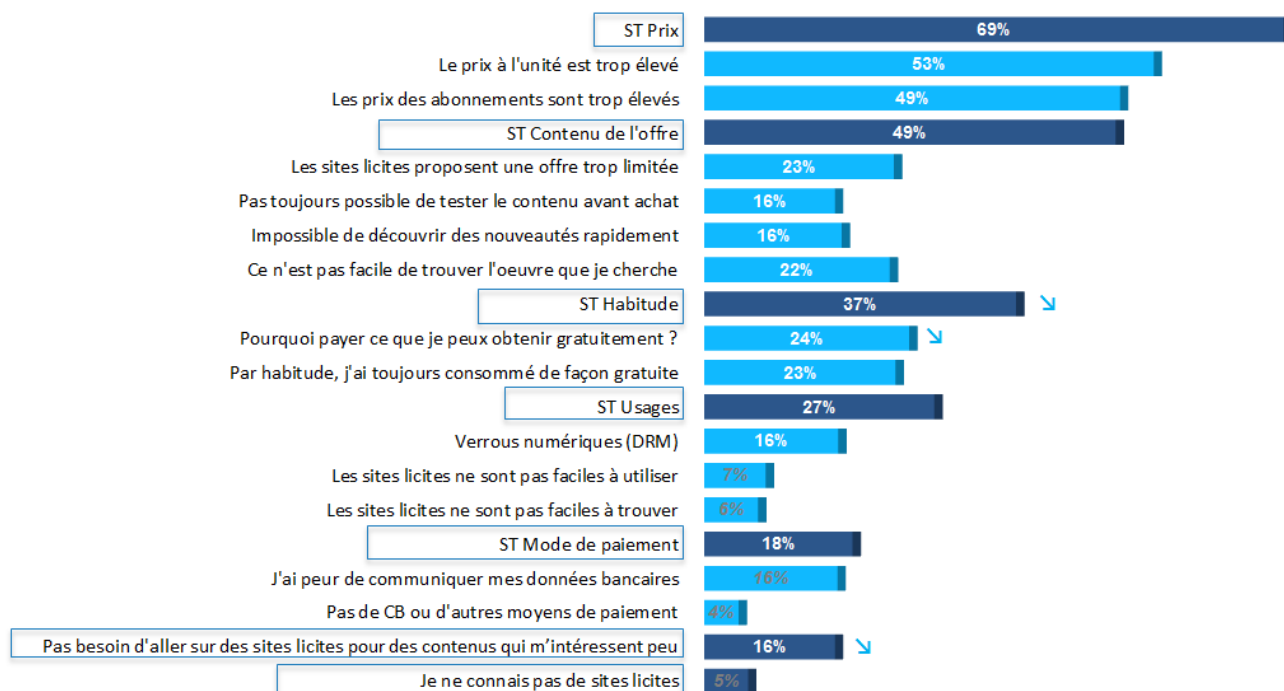
- le respect des droits d'auteurs (59%) ;
- la sécurité de l'offre (paiement, absence de virus, etc.) avec 56%.

Vient ensuite la garantie d'un contenu conforme aux attentes chez 38% des sondés.

Hadopi

1.1.1.2 Facteurs faisant obstacle au développement de la consommation respectueuse du code de la propriété intellectuelle : motifs invoqués par les internautes pour se détourner des offres respectueuses du code de la propriété intellectuelle (point 1.2 de l'annexe au décret n°2011-386)

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas aujourd'hui de la musique, des vidéos, des jeux vidéo, des livres, des séries TV, des photos ou des logiciels de façon licite ?



* Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite

Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite

Source : Hadopi - Médiamétrie, terrain en avril/mai 2017, Baromètre biens culturels et usages d'internet : pratiques et perceptions des internautes français (BU7)

Parmi les motifs invoqués par les internautes pour se détourner des offres respectueuses du Code de la propriété intellectuelle, le prix reste le principal argument avancé (69%). Le contenu de l'offre arrive ensuite en seconde position (49%), suivi par le poids des habitudes (37%, en baisse de 9 points par rapport à la vague précédente).

1.1.1.3 Indicateurs relatifs au développement de l'offre légale labellisée (point 1.3 de l'annexe au décret n°2011-386) : nombre de services de communication au public en ligne labellisés en application de l'article L131-23 du CPI

Nombre de services de communication au public en ligne labellisés en application de l'article L. 331-23 du Code de la propriété intellectuelle et ventilation des services selon :

Nombre d'œuvres et objets protégés proposés :

- 1 service proposant moins de 1 000 000 d'œuvres protégées ;
- Aucun service proposant entre 1 000 000 et 5 000 000 d'œuvres protégées ;

Hadopi

- Aucun service proposant entre 5 000 000 et 10 000 000 d'œuvres protégées ;
- Aucun service proposant plus de 10 000 000 d'œuvres protégées.

Condition d'accès à la lecture et de reproduction des œuvres et objets protégés proposés

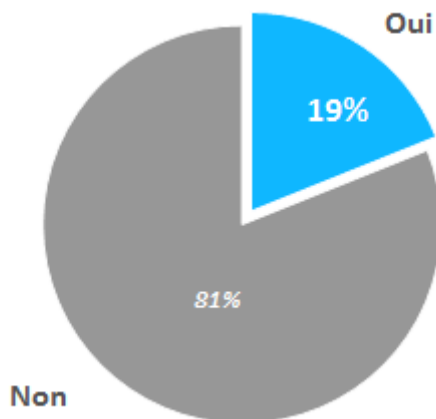
- Diffusion en flux (streaming), gratuit et/ou payant ;
- Mise en œuvre de mesures techniques de protection ;
- Autres.

1.1.1.4 Indicateurs relatifs à la perception du label accordé en application de l'article L. 331-23 du code de la propriété intellectuelle (point 1.4 de l'annexe au décret n°2011-386).

Indicateurs relatifs au développement de l'offre légale labellisée

Proportion du public ayant connaissance du label accordé en application de l'article L. 331-23 du Code de la propriété intellectuelle : 19% des internautes déclarent avoir entendu parler d'un label permettant d'identifier les sites respectueux du droit d'auteur.

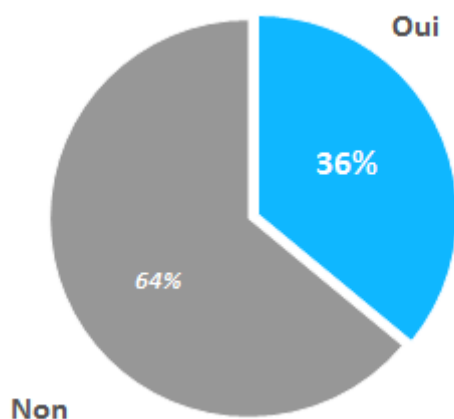
Avez-vous entendu parler d'un label permettant d'identifier des sites et plateformes internet proposant des offres légales, respectueuses du droit d'auteur (musique, jeux vidéo, livres, films, séries TV, photos ou logiciels) ?



Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

Avez-vous entendu parler du label Offre Légale Hadopi ?

Hadopi



Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

Incidence de ce label dans les critères de choix d'une offre par le public

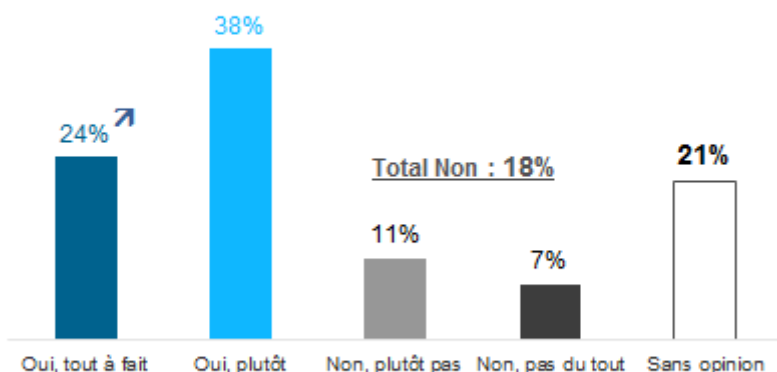
Une fois présenté, le label apparaît comme utile pour la majorité des internautes : 61% d'entre eux estiment qu'il peut avoir une incidence dans leur choix de consommation de produits et services culturels sur Internet.

Le graphique suivant permet d'observer que, de façon générale, la présence d'un label sur un site est un indice permettant aux internautes d'identifier le caractère légal d'un site.

Diriez-vous que le label Offre Légale Hadopi peut avoir une incidence dans votre choix de consommation sur Internet de produits culturels (musique, vidéos, jeux vidéo, livres, séries TV, photos ou logiciels) ?

Hadopi

Total Oui : 61%

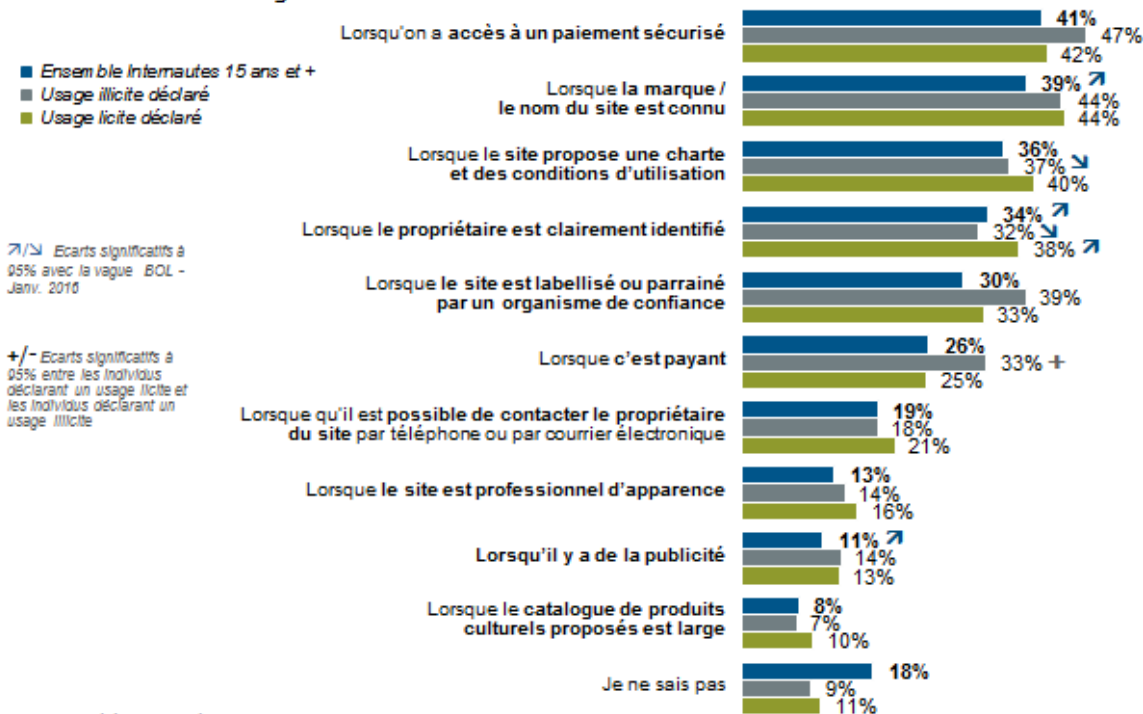


↗/↘ Ecart significatif à 95% avec la vague BOL - Janv. 2016

Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

Parmi les éléments listés ci-dessous, lesquels vous permettent d'identifier le caractère légal des sites proposant des produits ou services culturels ?

C'est légal...



↗/↘ Ecart significatif à 95% avec la vague BOL - Janv. 2016

+/- Ecart significatif à 95% entre les individus déclarant un usage illicite et les individus déclarant un usage licite

- Parmi les éléments listés ci-dessous, lesquels vous permettent d'identifier le caractère légal des sites proposant des produits ou services culturels ?

Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).



1.1.2 Indicateurs relatifs à la mission d'observation de l'utilisation, qu'elle soit licite ou illicite, des œuvres et des objets protégés par un droit d'auteur ou un droit voisin sur les réseaux de communications électroniques (point 2 de l'annexe au décret n°2011-386)

1.1.2.1 Volume de l'utilisation des œuvres et objets protégés, qu'elle soit licite ou illicite, sur les réseaux de communication au public en ligne et ventilation selon les catégories d'œuvres et d'objets protégés et les modes d'utilisation (point 2.1 de l'annexe du décret n°2011-386)

L'Hadopi a mené en 2014 une étude basée sur la méthode des carnets de consommation. Lors de cette étude il a été demandé aux participants de renseigner des questionnaires en ligne de façon quotidienne, durant sept jours consécutifs et d'y relever sa consommation journalière de musique, films jeux vidéo et livres/BD dématérialisés.

12 256 internautes âgés de 15 ans et plus ont été interrogés lors de la phase de recrutement. Au bout des sept jours consécutifs d'enquête, 5 985 personnes avaient correctement rempli l'ensemble des carnets de consommation. Elles sont représentatives des consommateurs de biens culturels. Cette étude a ainsi permis d'obtenir les volumes consommés suivants.

Au cours de la semaine de test, les consommateurs de chacun des biens culturels suivant ont consommé...

	En streaming*	En téléchargement*
Musique	129 102 morceaux de musique	9 270 morceaux de musique
Films	3 310 films	1 951 films
Séries TV	11 231 épisodes	4 747 épisodes
Livres / BD	1 221 livres/BD	1 277 livres / BD
Jeux vidéo	Non posé	1 568 jeux

* Il s'agit ici aussi bien de plateformes diffusant des contenus illicites ou licites

	En streaming*	En téléchargement*
Musique	31,59 morceaux de musique	7,99 morceaux de musique
Films	1,89 film	2,11 films
Séries TV	4,43 épisodes	5,09 épisodes
Livres / BD	2,35 livres / BD	3,02 livres / BD
Jeux vidéo	Non posé	4,07 jeux

* Il s'agit ici aussi bien de plateformes diffusant des contenus illicites ou licites

En ce qui concerne la consommation sur des plateformes offrant des contenus licites versus celles offrant des contenus illicites, l'étude permet de recueillir les taux suivants.

Musique	Films	Séries TV
---------	-------	-----------

Hadopi

	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement
Licite	87%	65%	50%	24%	53%	23%
Illicite	5%	19%	32%	57%	36%	60%
NSP	8%	16%	18%	19%	11%	17%

	Livres / BD		Jeu vidéo
	Streaming	Téléchargement	Téléchargement
Licite	51%	44%	59%
Illicite	21%	23%	15%
NSP	28%	33%	26%

Source : Hadopi – Opinion Way, juin 2015, Etude du volume de consommation des biens et services culturels dématérialisés – Etude « Carnets de consommation » - Hadopi

1.1.2.2 Consommation payante d'œuvres et objets protégés, qu'elle soit licite ou illicite : évaluation du panier moyen déclaré de la consommation payante d'œuvres et objets protégés.

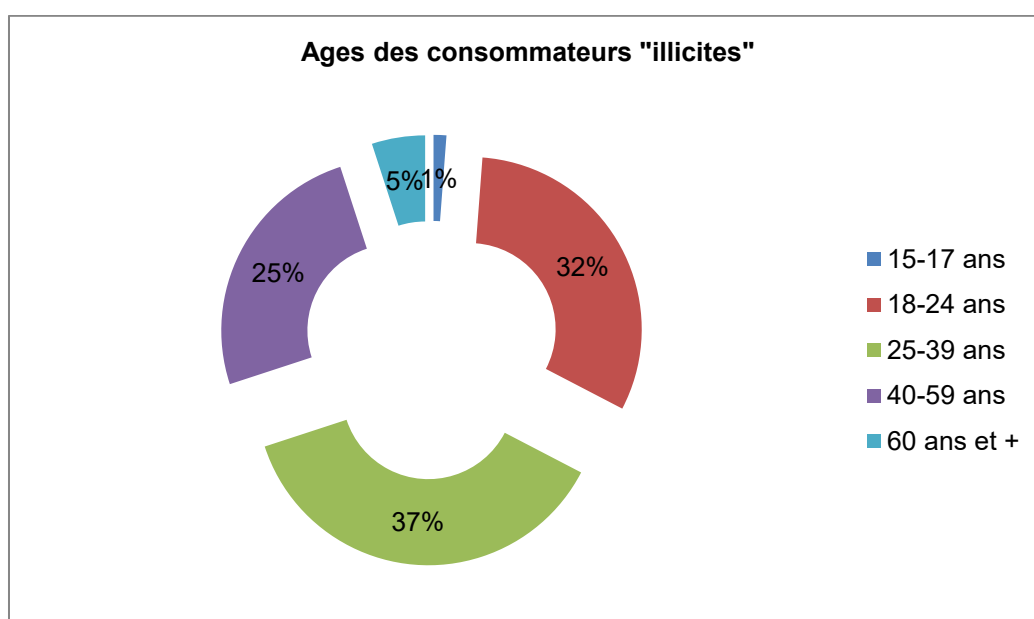
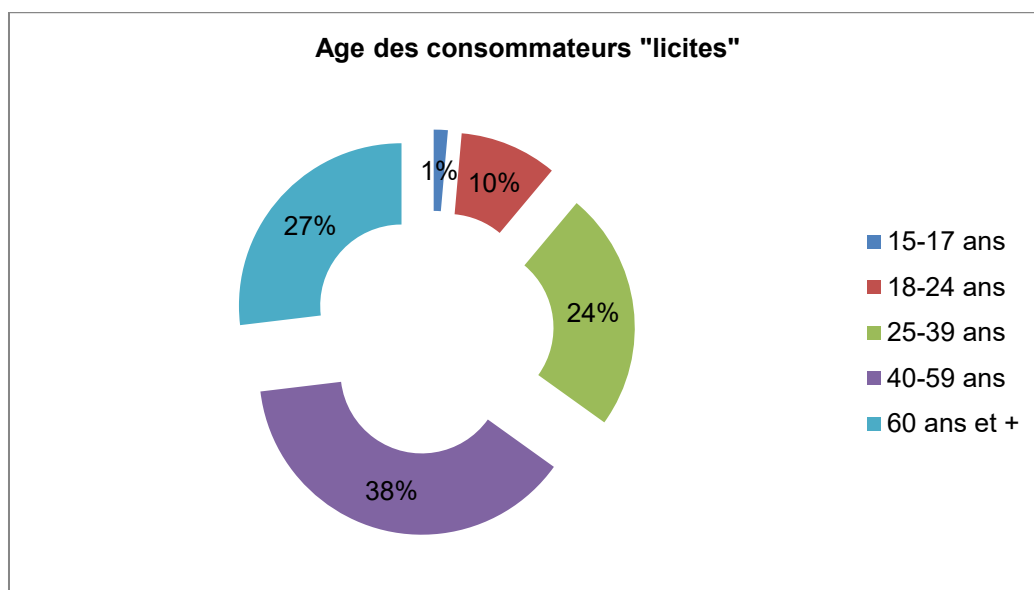
En déclaratif, le panier moyen consacré aux produits et services culturels dématérialisés est de **27€** à partir du premier euro dépensé.

	Ensemble Internautes 15 et +
Panier Moyen Mensuel	14 €
Panier Moyen Mensuel (à partir d'1 euro dépensé)	27 €

Source : Hadopi - Médiamétrie, terrain en avril/mai 2017, Baromètre biens culturels et usages d'internet : pratiques et perceptions des internautes français (BU7)

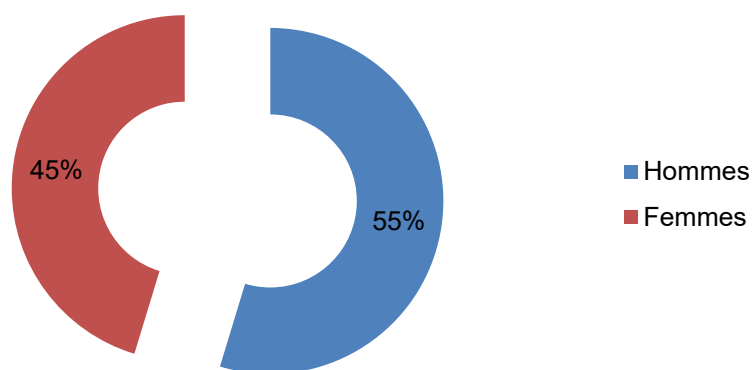
Hadopi

1.1.2.3 Profil des internautes qui utilisent de manière licite/illicite des œuvres et des objets protégés et ventilation selon leur âge, sexe, profession, équipement, lieu de résidence, antériorité de la pratique et capacité à distinguer l'utilisation licite de l'utilisation

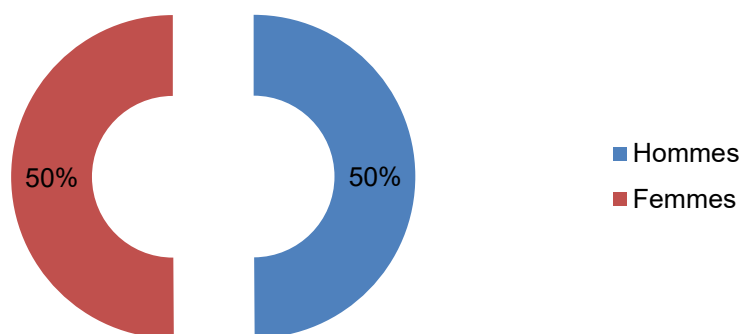


Hadopi

Sexe des consommateurs "licites"

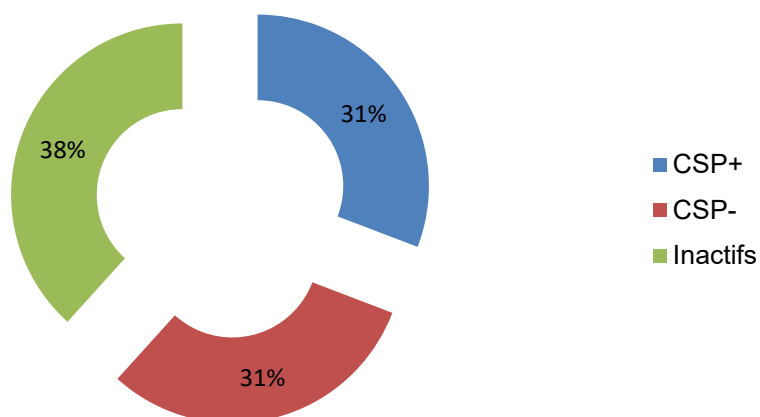


Sexe des consommateurs "illicites"

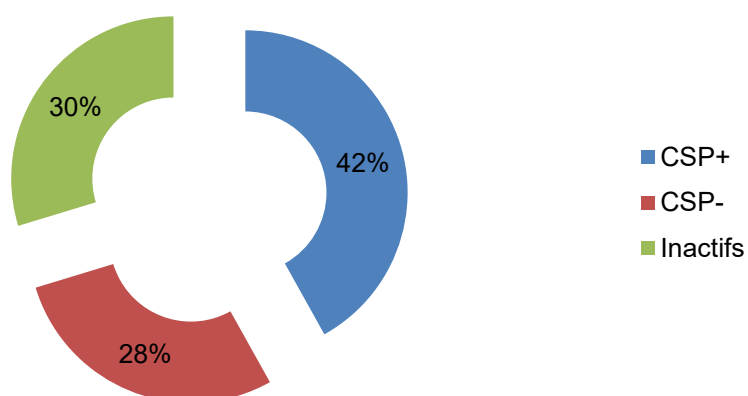


Hadopi

Profession et catégorie sociale des consommateurs "licites"

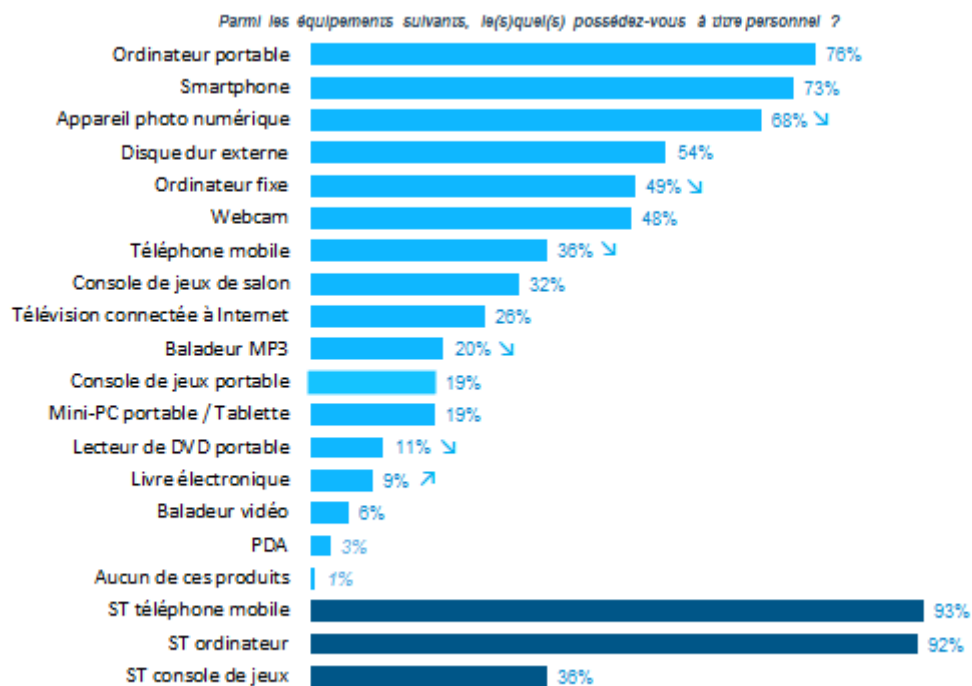


Profession et catégorie sociale des consommateurs "illicites"



Source : Hadopi - Médiamétrie, terrain en avril/mai 2017, Baromètre biens culturels et usages d'internet : pratiques et perceptions des internautes français (BU7)

Hadopi

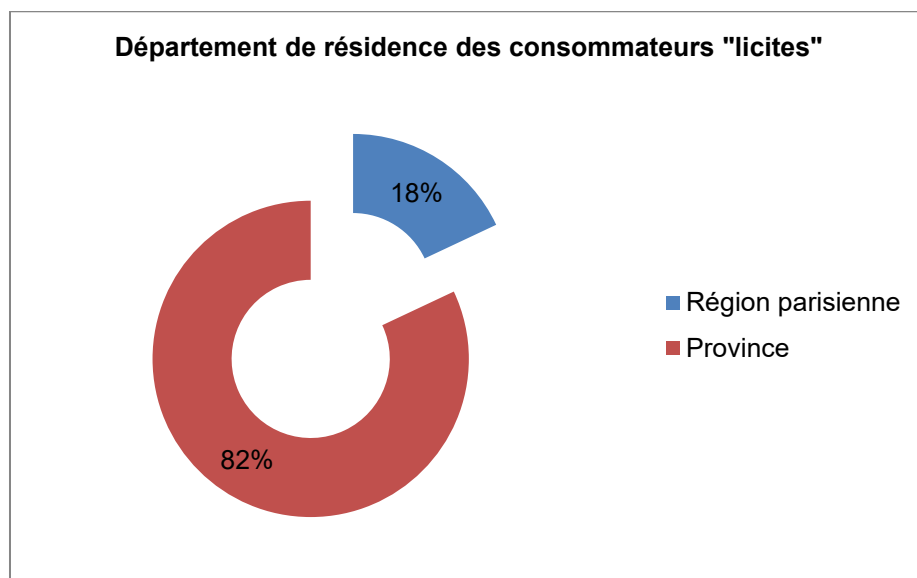


↗ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

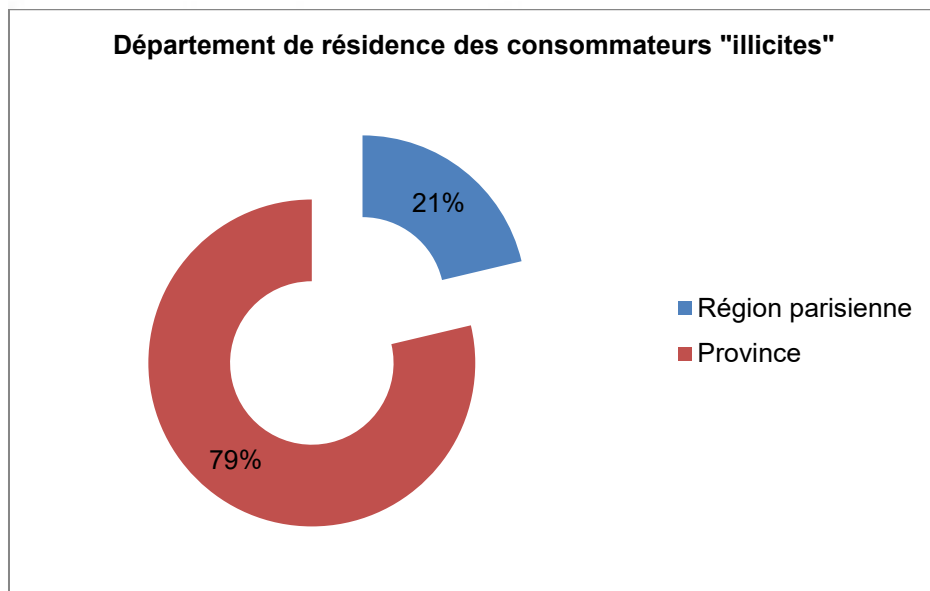
* Base : Individus ayant consommé au moins un type de bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

Base : Ensemble Internautes 15 ans et +

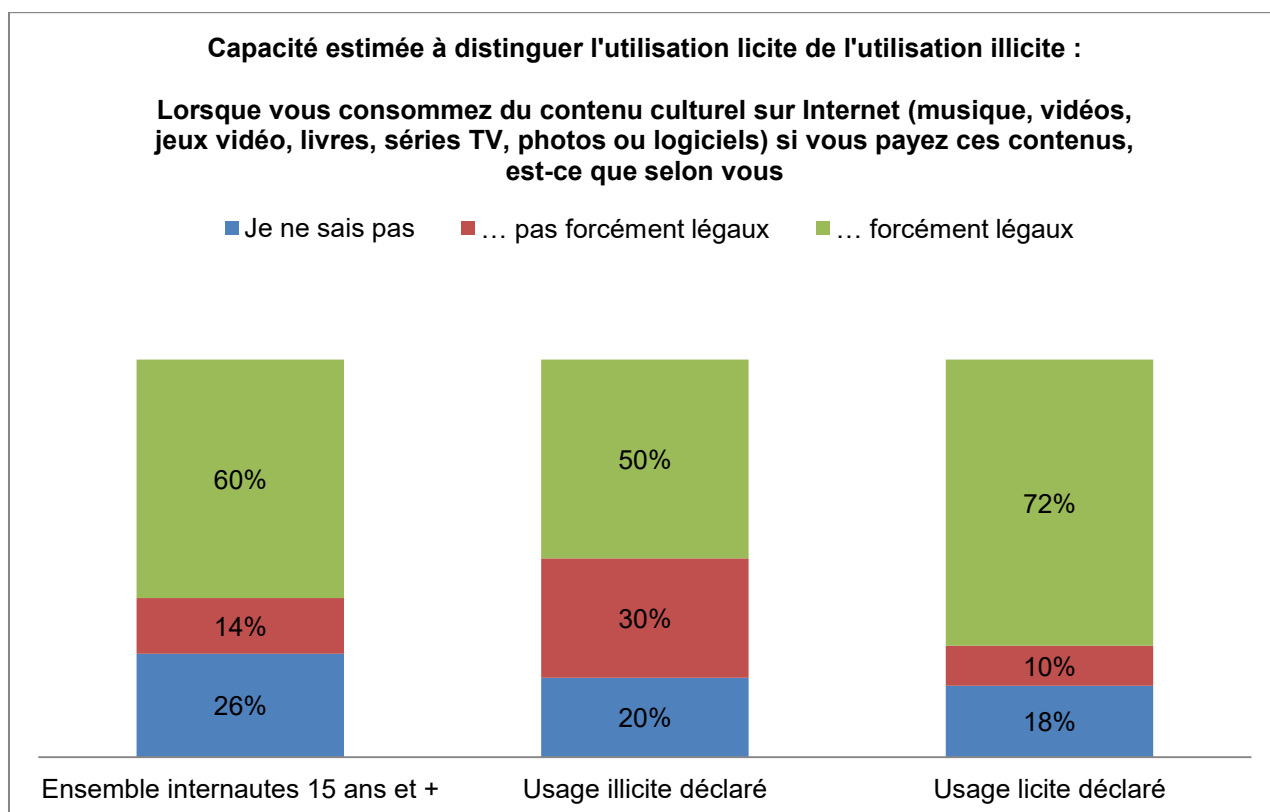
Source : Hadopi - Médiamétrie, avril/mai 2017, Baromètre biens culturels et usages d'internet : pratiques et perceptions des internautes français (BU7)



Hadopi



Source : Hadopi - Médiamétrie, avril/mai 2017, Baromètre biens culturels et usages d'internet : pratiques et perceptions des internautes français (BU7)



Source : Hadopi - IFOP, terrain en janvier 2017, Baromètre offre légale, cinquième vague (BOL5).

Hadopi