



ANNEXE 2

INDICATEURS PRÉVUS PAR DÉCRET

Le décret n° 2011-386 du 11 avril 2011 relatif aux indicateurs de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet est paru le 13 avril 2011 au Journal Officiel. Il fixe la liste des indicateurs, mentionnés à l'article L. 331-23, relatifs au développement de l'offre légale, qu'elle soit ou non commerciale, et à l'observation de l'utilisation, qu'elle soit licite

ou illicite, des œuvres et des objets protégés par un droit d'auteur ou par un droit voisin sur les réseaux de communications électroniques.

Deux études quantitatives en ligne sous la forme de baromètres ont été mises en place pour répondre à ces « indicateurs décret ». Étant donné les contraintes budgétaires, il est nécessaire de repenser entièrement

ces études et de les optimiser, dans le but d'une publication d'un appel d'offres au plus tard à la rentrée 2015 afin de disposer des données nécessaires à la rédaction du rapport annuel 2016.



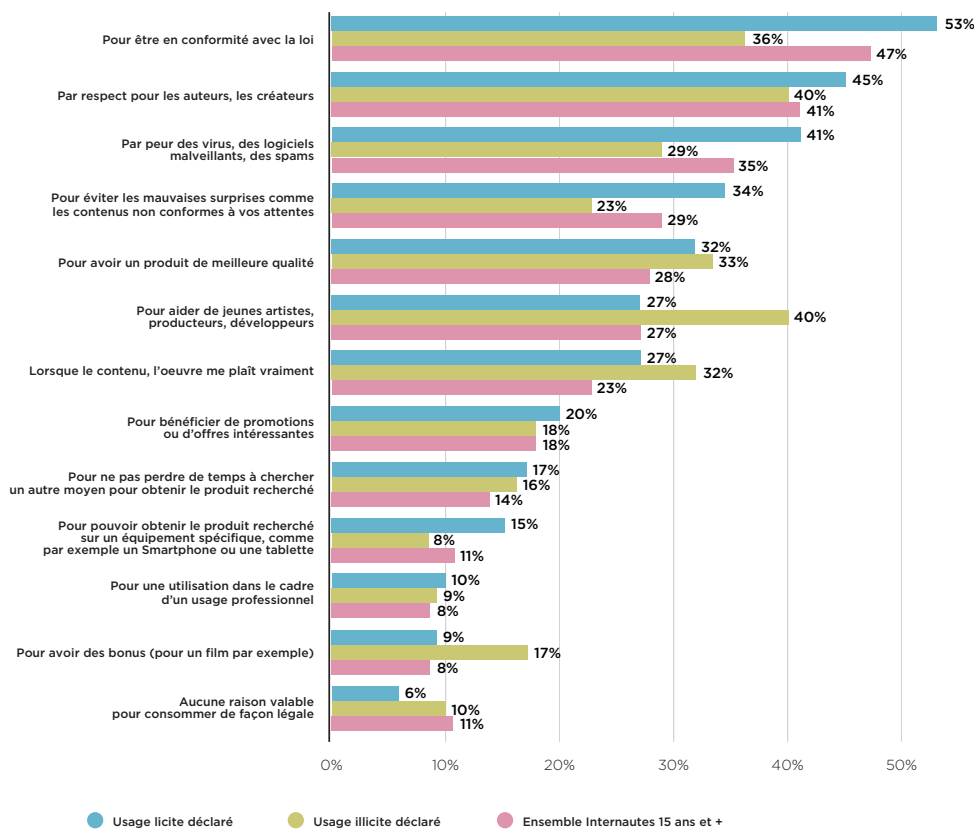
INDICATEURS RELATIFS À LA MISSION D'ENCOURAGEMENT AU DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE LÉGALE, QU'ELLE SOIT COMMERCIALE OU NON (POINT 1 DE L'ANNEXE AU DÉCRET N°2011-386)

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 légale des produits culturels sur Internet. Indiquez celles que vous trouvez personnellement les plus motivantes pour consommer de façon légale.



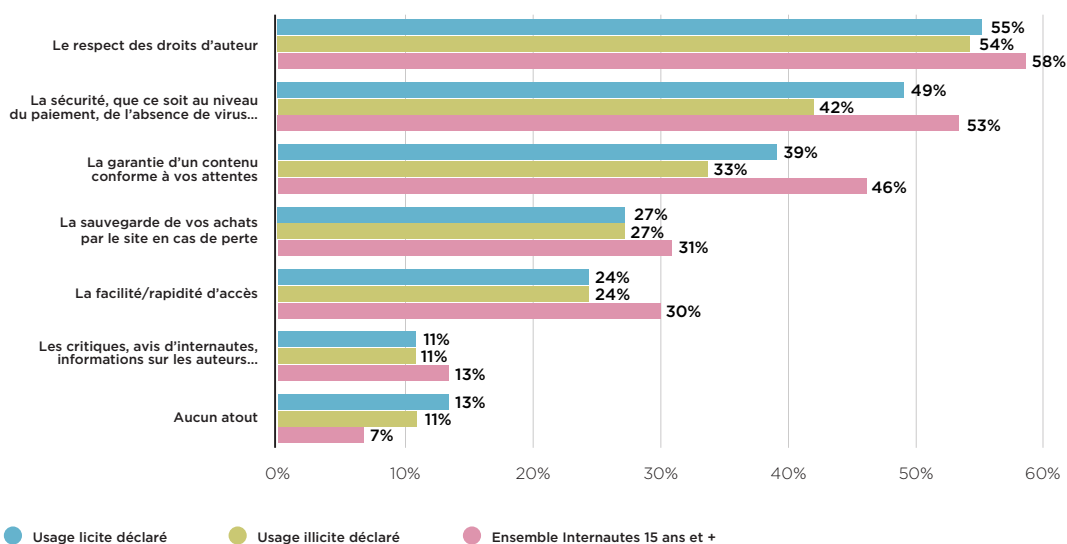
Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet: pratiques et perceptions des internautes français.

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 (53 %). 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 (41 %) ;
- la crainte de mauvaises surprises/ d'un contenu non conforme (34 %) ;
- l'obtention d'un produit de meilleure qualité (32 %).

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



Source: Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet: pratiques et perceptions des internautes français

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

- la sécurité de l'offre (paiement, absence de virus, etc.);

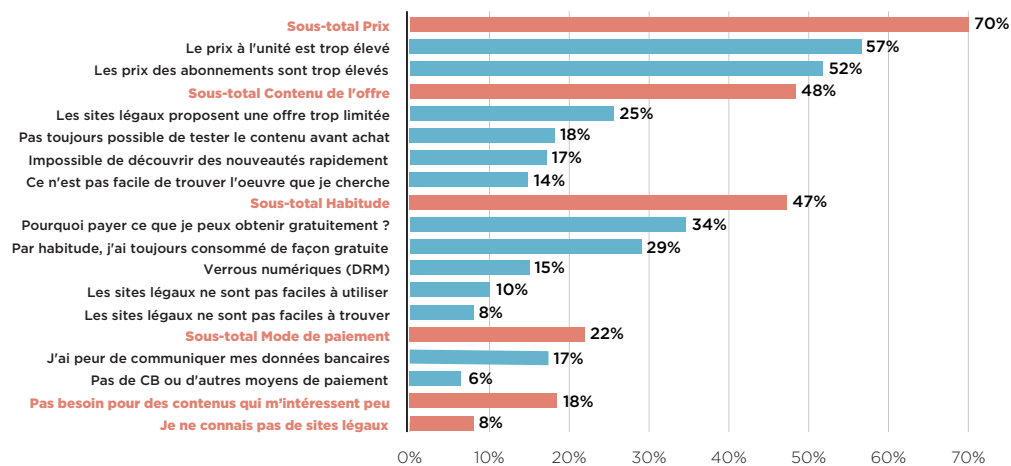
- le respect des droits d'auteur.

Vient ensuite la garantie d'un contenu conforme aux attentes chez 46 % des sondés.

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

Source: Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet: pratiques et perceptions des internautes français

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 (70 %). Le contenu de l'offre arrive ensuite en seconde position (48 %), suivi par le poids des habitudes (48 %).

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 :

- 9 services proposent moins d'1 million d'objets protégés ;
- Aucun service ne propose entre 1 million et 5 millions d'œuvres ;
- Aucun service ne propose entre 5 millions et 10 millions d'œuvres ;
- Aucun service ne propose plus de 10 millions d'œuvres

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

- Diffusion en flux (streaming), gratuit et/ou payant :
 - 5 services proposent leur catalogue en streaming
 - 4 services proposent leur catalogue en téléchargement
- Mise en œuvre de mesures techniques de protection :
 - 9 services proposent leur catalogue avec une mesure tech-

nique de protection (MTP)

- Mode d'accès aux contenus :
 - 4 services proposent leur catalogue en accès gratuit
 - 5 services proposent leur catalogue en accès payant

Parmi les services titulaires du label « offre légale Hadopi » :

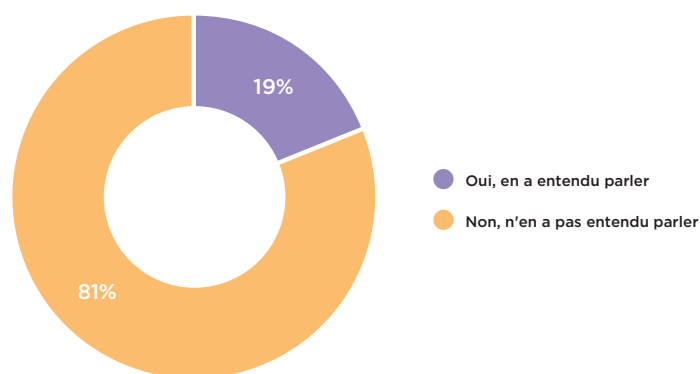
- 4 services sont musicaux
- 1 service est en vidéo à la demande (VOD)
- 3 services sont des plateformes de livre numérique
- 1 service propose des images

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

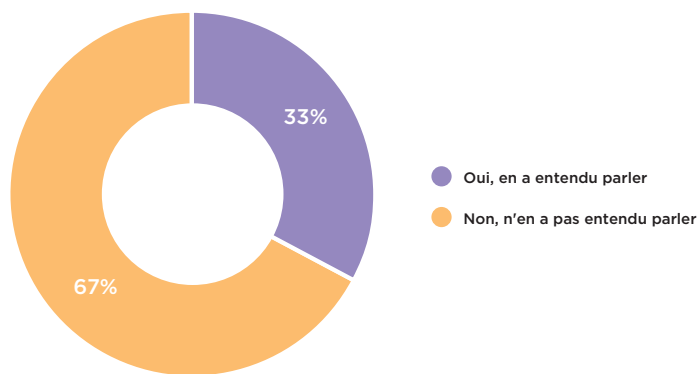
Proportion du public ayant connaissance du label accordé en application de l'article L. 331-23 du Code de la propriété intellectuelle : 19 % des internautes déclarent avoir entendu parler d'un label permettant d'identifier les sites respectueux du droit d'auteur.

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 - Harris Interactive, juin 2014, baromètre de l'offre légale 3^e vague

Avez-vous entendu parler du label Offre Légale Hadopi ?



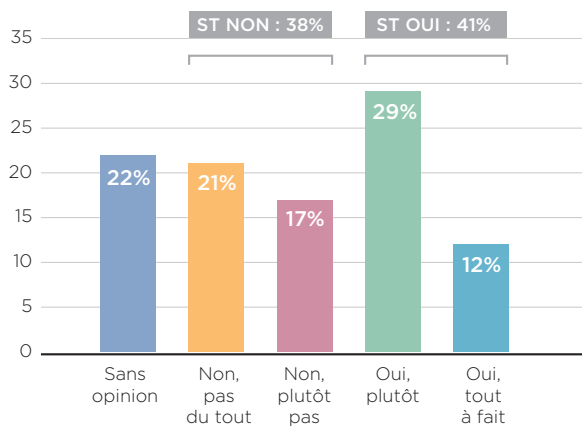
Source: Hadopi - Harris Interactive, juin 2014, baromètre de l'offre légale 3^e vague

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

Une fois présenté, le label apparaît comme utile pour les internautes: 41 % d'entre eux estiment qu'il peut avoir une incidence dans leur choix de consommation de produits et services culturels sur Internet.

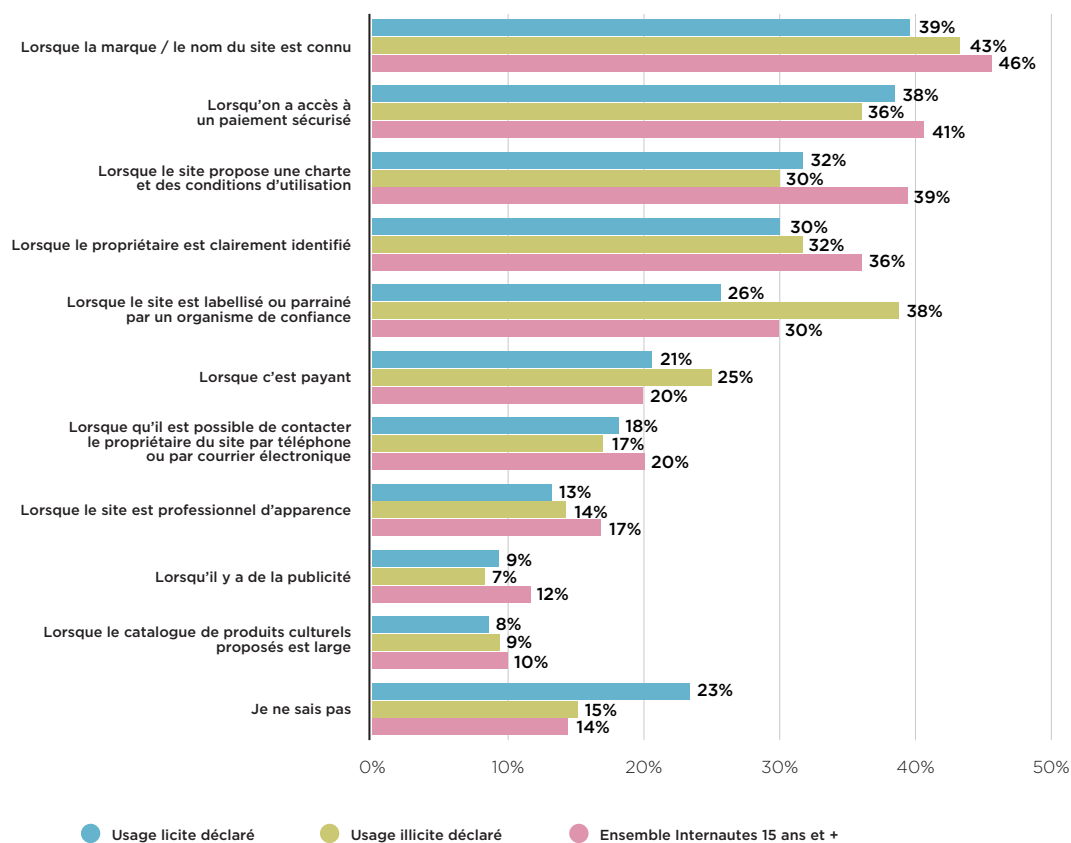
Le graphique suivant permet d'observer que, de façon générale, la présence d'un label sur un site est un indice permettant aux internautes d'identifier le caractère légal d'un site.

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)?



Source: Hadopi - Harris Interactive, juin 2014, baromètre de l'offre légale 3^e vague

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:



Source: Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet: pratiques et perceptions des internautes français

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)

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.

12256 internautes âgés de 15 ans et plus ont été interrogés lors de la phase de recrutement. Au bout des sept jours consécutifs d'enquête, 5985 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 suivants ont consommé...

	EN STREAMING*	EN TÉLÉCHARGEMENT*
Musiques	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 applicable	1 568 jeux

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

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

	EN STREAMING*	EN TÉLÉCHARGEMENT*
Musiques	31,59 morceaux de musique	7,99 morceaux de musique
Films	1,89 films	2,11 films
Séries TV	4,43 épisodes	5,09 épisodes
Livres / BD	2,35 livres / BD	3,02 livres / BD
Jeux vidéo	Non applicable	4,07 jeux

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

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

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.

	MUSIQUES		FILMS		SÉRIES TV		LIVRES / BD		JEU VIDÉO
	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Téléchargement
LICITE	87 %	65 %	50 %	24 %	53 %	23 %	51 %	44 %	59 %
ILLICITE	5 %	19 %	32 %	57 %	36 %	60 %	21 %	23 %	15 %
NSP	8 %	16 %	18 %	19 %	11 %	17 %	28 %	33 %	26 %

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

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.

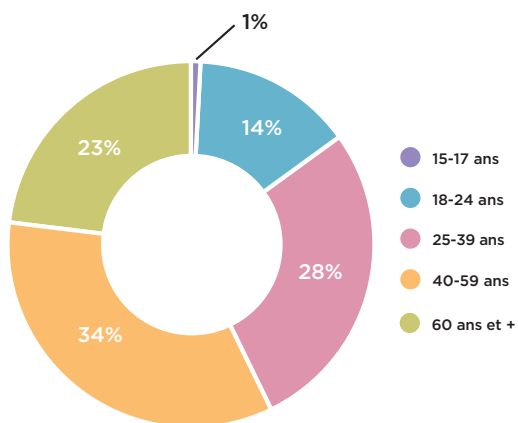
	ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ET +
PANIER MOYEN MENSUEL	19 €
PANIER MOYEN MENSUEL (À PARTIR D'1 EURO DÉPENSÉ)	31 €

En déclaratif, le panier moyen consacré aux produits et services culturels dématérialisés est de 31€ à partir du premier euro dépensé.

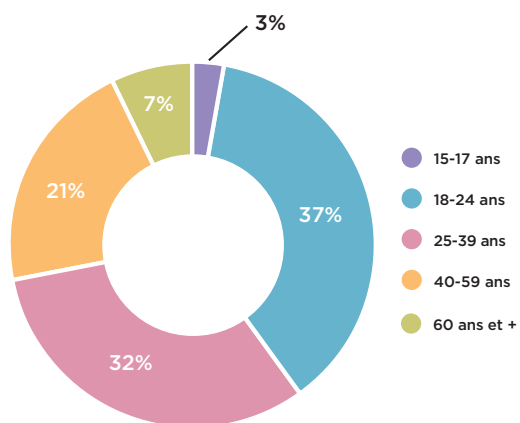
Source : Hadopi, juill. 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet

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

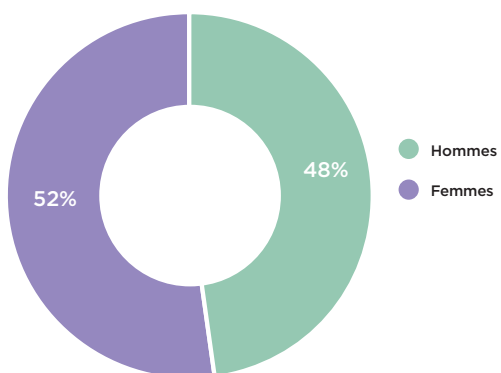
Âge des consommateurs « licites »



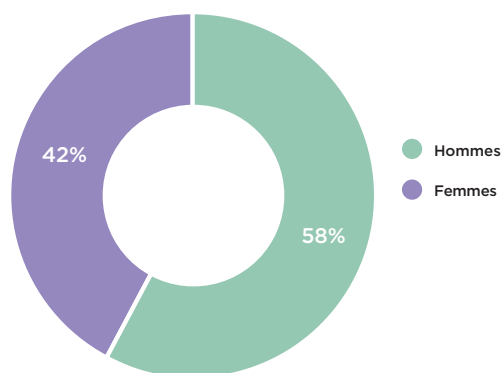
Âge des consommateurs « illicites »



Sexe des consommateurs « licites »

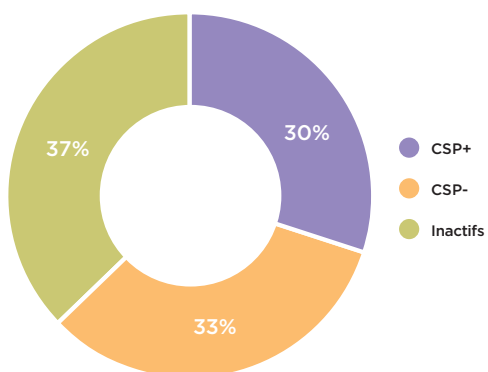


Sexe des consommateurs « illicites »

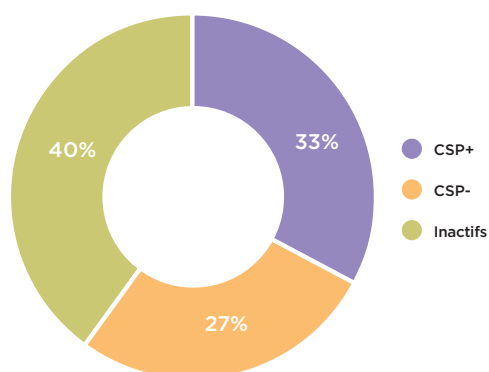


Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français

Profession et catégorie sociale des consommateurs « licites »

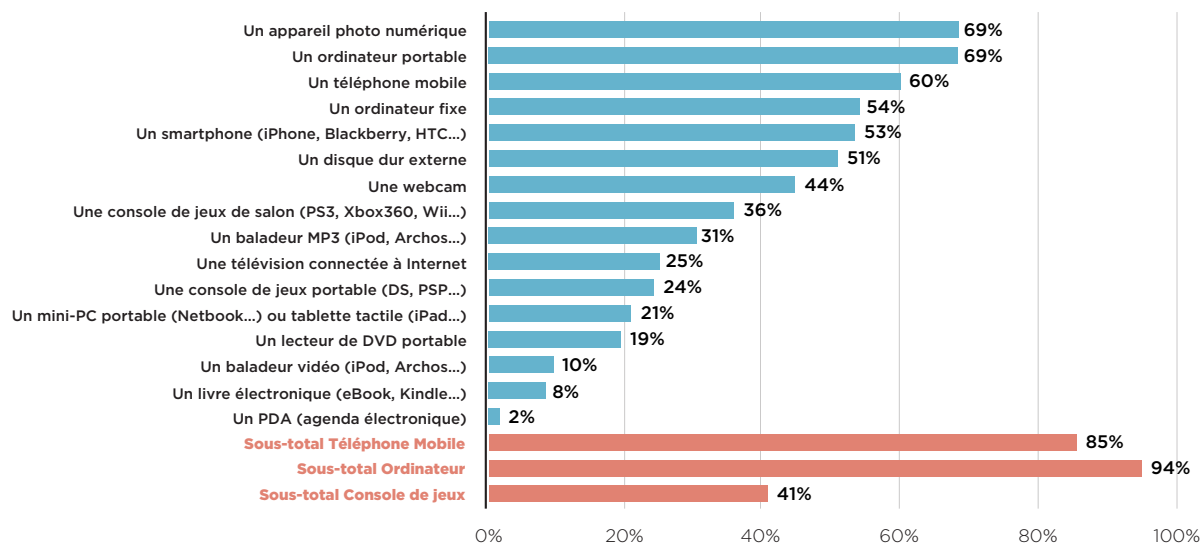


Profession et catégorie sociale des consommateurs « illicites »



Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français

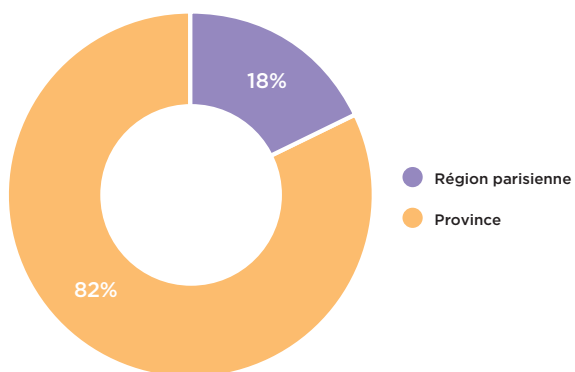
Parmi les équipements suivants, le(s)quel(s) possédez-vous à titre personnel ?



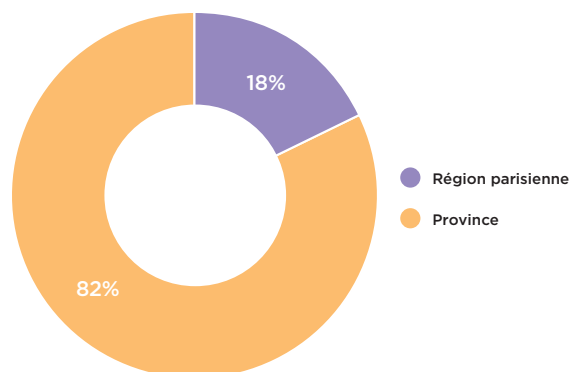
Base : Ensemble internautes 15 ans et +

Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français

Département de résidence des consommateurs « licites »



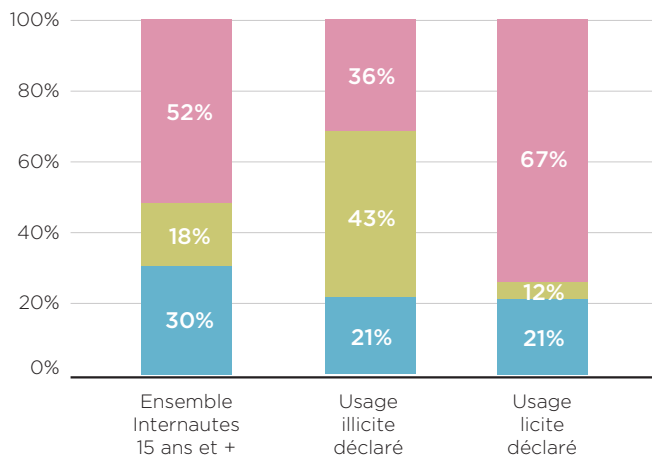
Département de résidence des consommateurs « illicites »



Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français

Capacité estimée à distinguer l'utilisation licite de l'utilisation illicite :

Lorsque vous consommez du contenu culturel sur Internet (musique, vidéos, jeux vidéo, livres, séries TV, photos ou logiciels) si vous payez ces contenus, est-ce que selon vous ils sont :



Les contenus payants sont :

- forcément légaux
- pas forcément légaux
- Je ne sais pas

Source : Hadopi - IFOP, août 2014, baromètre biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français