



L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #17 - octobre 2019

16 % DES INTERNAUTES UTILISENT RÉGULIÈREMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR ACCÉDER À DES CONTENUS AUDIOVISUELS ET SPORTIFS DE MANIÈRE ILLICITE

Les réseaux sociaux et les plateformes de partage de contenus sont utilisés régulièrement par 16 % des internautes pour accéder à des contenus audiovisuels et sportifs de manière illégale, que ce soit directement sur les plateformes elles-mêmes ou à partir de liens vers des sites illicites accessibles via ces réseaux. YouTube et Facebook et, dans une

moindre mesure, Twitter sont les plateformes sociales les plus concernées par ces pratiques. Les interfaces agréables et faciles d'utilisation de ces plateformes donnent une apparence de licéité à ces contenus, ce qui séduit des internautes particulièrement jeunes et habitués à utiliser ces plateformes comme porte d'entrée unique vers Internet.

MÉTHODOLOGIE

Étude quantitative en ligne réalisée par l'Ifop, du 14 février au 13 mars 2019, auprès d'un échantillon national de 1 506 individus, représentatif (selon la méthode des quotas) des internautes français de 15 ans et plus, associé à un sur-échantillon de 822 consommateurs illicites via les réseaux sociaux. L'étude porte sur la consommation de retransmissions sportives en direct, de films et de séries TV sur les réseaux sociaux Facebook, YouTube, Twitter et Reddit.

1 | LES RÉSEAUX SOCIAUX AU CARREFOUR DE PRATIQUES CULTURELLES LICITES ET ILLICITES

Deux modes d'accès illicites aux contenus

Utilisés par près de neuf internautes sur dix, les réseaux sociaux (YouTube, Facebook, Twitter et Reddit) permettent d'accéder aux œuvres en ligne de manière légale, mais aussi parfois illégale : **16 % des internautes utilisent régulièrement les réseaux sociaux pour accéder de manière illicite à des films, des séries ou des retransmissions sportives en direct** (au moins une fois par mois) et, plus largement, 28 % des internautes le font, y compris occasionnellement (moins d'une fois par mois).

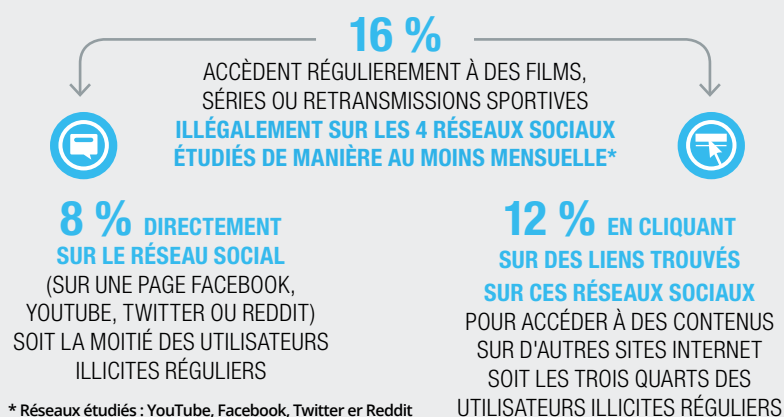
On distingue deux modes d'utilisation complémentaires :

- la consommation régulière de contenus culturels directement sur les pages du réseau social, comme dans le cas d'une vidéo hébergée sur YouTube concerne 8 % des internautes ;

- l'accès indirect à partir de liens circulant sur la plateforme sociale qui renvoient vers des contenus présents sur des sites illicites est utilisé de manière régulière par 12 % des internautes.

À titre de comparaison, au global et quelle que soit la fréquence, le *streaming* illicite concerne la moitié (53 %) des consommateurs illicites, le téléchargement direct 45 % d'entre eux et le pair à pair un quart (26 %),

FIGURE 1 : MODES D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR ACCÉDER AUX CONTENUS DE MANIÈRE ILLICITE, AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
BASE : ENSEMBLE DES INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS.



tous biens culturels confondus (dernière vague du Baromètre de la consommation de biens culturels dématérialisés de l'Hadopi réalisée en avril-mai 2019). **L'usage des réseaux sociaux est récent et reste encore émergent, en particulier si l'on considère uniquement le visionnage régulier de contenus illicites directement sur les plateformes (8 %) ;** les deux tiers des utilisateurs spécifiques de YouTube ou Facebook déclarent y avoir recours depuis moins de deux ans pour accéder à des films et séries (pour 64 % d'entre eux) ou à des retransmissions sportives (67 %).

Un support d'information pour les sites illicites

Les réseaux sociaux peuvent également être utilisés par les sites illicites pour accroître leur notoriété et leur popularité à travers les comptes et les pages dont ils disposent sur ces réseaux. Ils peuvent y diffuser les dernières publications de contenus de leur site, des informations en cas de problème technique ou la nouvelle adresse du site s'il a fait l'objet d'un blocage. Ainsi, **19 % des internautes ont déjà consulté des pages de sites illicites sur différents réseaux sociaux**, en

particulier sur YouTube (13 %) et Facebook (12 %). Au-delà de cet usage informatif et promotionnel par les sites illicites eux-mêmes, les réseaux sociaux sont également utilisés par les internautes pour s'informer sur les pratiques illicites au travers de tutoriels : 35 % des internautes en ont déjà consulté au moins un, principalement sur YouTube et Facebook, pour accéder illégalement à des contenus culturels.

C'est en particulier le cas des plus jeunes internautes âgés de 15 à 24 ans (49 % déclarent l'avoir déjà fait).

FOCUS TECHNIQUE : LES OUTILS DE RECONNAISSANCE DE CONTENUS

Conscients des problèmes liés à la diffusion non autorisée de contenus culturels et sportifs sur leur plateforme, certains réseaux sociaux ont développé des outils permettant de mieux lutter contre les pratiques illicites, à l'instar de YouTube (avec la technologie *Content ID*) et de Facebook (avec son interface *Rights Manager*). Ces dispositifs viennent en complément des procédures déjà prévues permettant aux ayants droit de signaler aux plateformes les contenus manifestement illicites qu'il convient de supprimer.

Les outils de reconnaissance de contenus visent à faciliter la détection et l'identification automatique d'œuvres et de programmes protégés par un droit d'auteur, en vue de les bloquer ou de les monétiser selon les cas. Ils fonctionnent aujourd'hui principalement grâce à des techniques dites de *fingerprinting* qui nécessitent au préalable la réalisation d'empreintes numériques pour chaque contenu à protéger.

Certains contenus, dont les empreintes n'ont pas été générées, peuvent ne pas être identifiés par ces outils et donner lieu à des diffusions illicites sur les réseaux sociaux.

2 | DES USAGES DISTINCTS SELON LES PLATEFORMES SOCIALES

Tous les contenus sont concernés

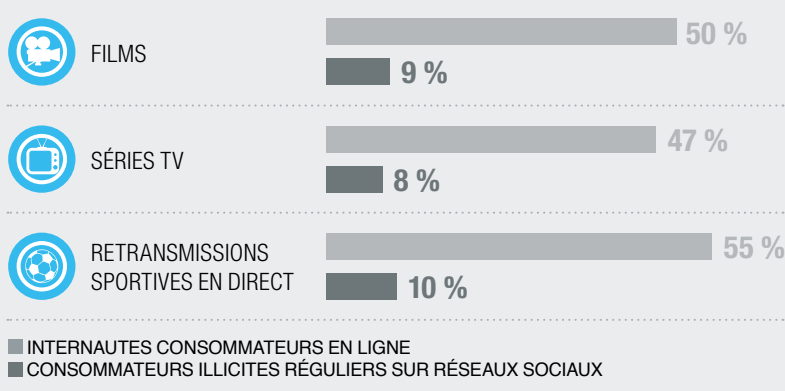
Films, séries et retransmissions sportives sont concernés dans les mêmes proportions par la consommation illicite via les réseaux sociaux : **9 % des internautes le font de manière au moins mensuelle pour les films, 8 % pour les séries TV et 10 % pour le sport**, à rapporter aux taux de pénétration de ces usages en général : 50 % des internautes regardent des films sur Internet, 47 % des séries TV et 55 % des retransmissions sportives en directes.

Le recours aux réseaux sociaux de façon illicite est plus fréquent pour le sport (51 % de recours au moins hebdomadaire) que pour les séries (39 %) ou les films (32 %) qui relèvent d'un usage plus occasionnel.

YouTube davantage utilisé pour la fiction, Facebook et Twitter pour le sport

De manière générale, **le recours à des liens permettant d'accéder à des contenus illicites est privilégié, quelle que soit la plateforme étudiée** : cela concerne 75 % des utilisateurs illicites réguliers de YouTube, mais surtout 86 % des utilisateurs illicites réguliers de

FIGURE 2 : PART DES INTERNAUTES CONSOMMATEURS DE FILMS, SÉRIES ET RETRANSMISSIONS SPORTIVES EN DIRECT SUR INTERNET ET PART DES CONSOMMATEURS ILLICITES RÉGULIERS DE CES BIENS VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX - BASE : ENSEMBLE DES INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS.

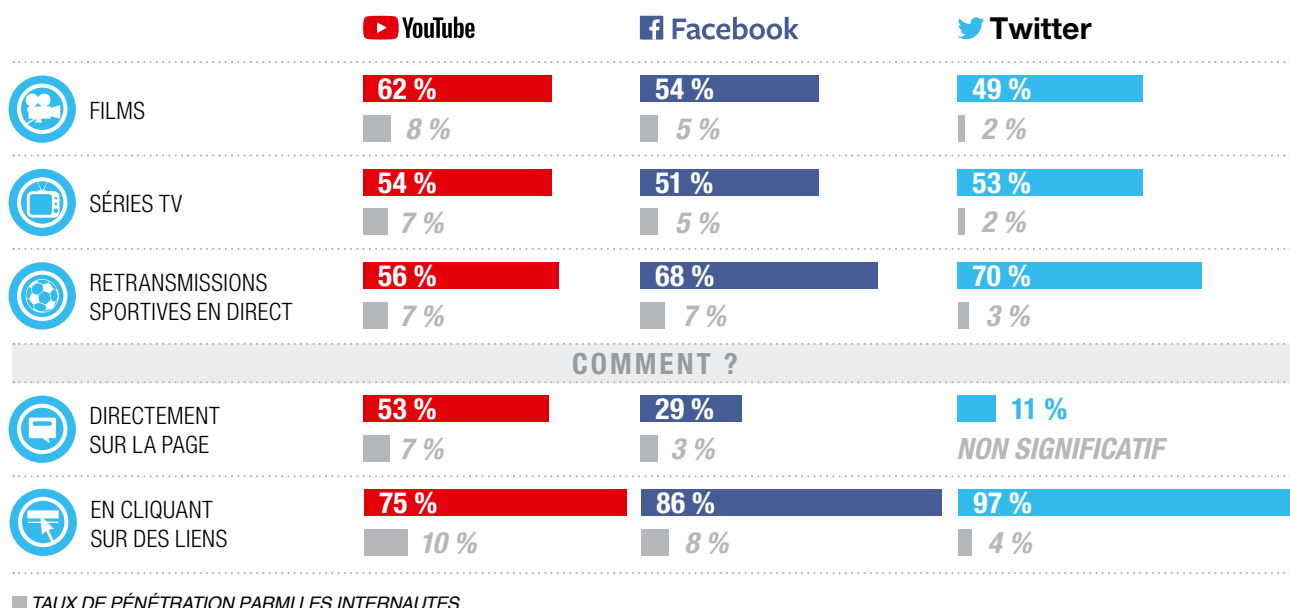


Facebook et 97 % de ceux de Twitter. Rapporté à la population totale des internautes, et compte tenu de l'utilisation plus ou moins importante de chacune des plateformes, **10 % des internautes ont recours à des liens illicites de manière régulière sur YouTube, 8 % sur Facebook et 4 % sur Twitter.**

À l'inverse, à l'exception des utilisateurs illicites réguliers de YouTube qui sont 53 % à y visionner des contenus en directs (soit 7 % des internautes),

les utilisateurs à des fins illicites de Facebook et Twitter sont peu nombreux à y regarder des contenus en direct : respectivement 29 % et 11 %, soit 3 % et 1 % des internautes. Les utilisateurs illicites ont recours à ces deux dernières plateformes plus particulièrement pour accéder à des contenus sportifs, qui sont pour la grande majorité d'entre eux accessibles de manière illicite via des liens et non en direct.

FIGURE 3 : BIENS CONSOMMÉS DE MANIÈRE ILLICITE ET MODES D'ACCÈS PAR RÉSEAU SOCIAL - BASE : CONSOMMATEURS ILLICITES RÉGULIERS DE CHAQUE RÉSEAU SOCIAL.



NOTE DE LECTURE :

53 % des utilisateurs illicites de YouTube consomment des contenus illicites régulièrement sur la plateforme en direct, soit 7 % des internautes. Base insuffisante pour Reddit.

3 | UNE PORTE D'ENTRÉE UNIQUE APPRÉCIÉE PAR UN PROFIL DE JEUNES CONSOMMATEURS ILLICITES

Des consommateurs illicites plus jeunes et urbains

Il existe des différences importantes de profil d'utilisateurs (licites ou illicites) selon le réseau social, en termes d'âge d'abord : Reddit est le réseau social le plus jeune avec un âge moyen de ses utilisateurs de 30 ans, suivi de Twitter (36 ans), YouTube (39 ans) et surtout Facebook (43 ans) concernant des profils plus âgés. De plus, Reddit concerne un public d'internautes au profil très technophile : largement masculin, PCS+ (67 % de catégories socioprofessionnelles supérieures) et urbain, plus encore que Twitter et YouTube, tandis que Facebook s'avère très grand public avec des profils proches de ceux des internautes dans leur ensemble.

Ces différences se retrouvent de manière exacerbée chez les consommateurs illicites via les réseaux sociaux. Le profil de ces consommateurs se rapproche davantage du profil des consommateurs illicites dans leur ensemble, avec des caractéristiques encore plus marquées : plus jeunes (34 ans contre 38 ans d'âge moyen, 32 ans pour les illicites réguliers sur les réseaux sociaux), plus étudiants et plus urbains que les profils illicites n'utilisant pas les réseaux sociaux, mais aussi très consommateurs d'offres

audiovisuelles par abonnement, confirmant la mixité de leurs pratiques, licites et illicites.

Le profil jeune de ces consommateurs illicites explique en partie cette tendance à se tourner naturellement vers les réseaux sociaux, utilisés comme moteurs de recherche vers les contenus (légaux et illégaux) et comme lieu d'échange de liens illicites avec les autres internautes.

Les avantages d'une plateforme sociale : confort d'utilisation et avis des utilisateurs

Les principaux arguments avancés concernant les motivations à la consommation illicite de contenus culturels en ligne sont avant tout le prix des abonnements (cités par 36 % des consommateurs illicites) et l'obligation de devoir les multiplier pour avoir accès à l'ensemble de l'offre (25 %), mais aussi les habitudes de gratuité pour ce type de contenus.

Les avantages perçus de la consommation illicite via les réseaux sociaux plutôt que par d'autres modes d'accès illicites sont caractéristiques de ce type de plateforme : un point d'entrée unique permettant une multiplicité d'usages, l'accès à une interface offrant confort et facilité d'utilisation, mais aussi une dimension sociale

avec la possibilité d'échanger avec d'autres internautes, y compris sur les « bons tuyaux » pour accéder aux contenus diffusés de manière illicite.

« Je passe par YouTube car je peux trouver le contenu que je cherche rapidement. »

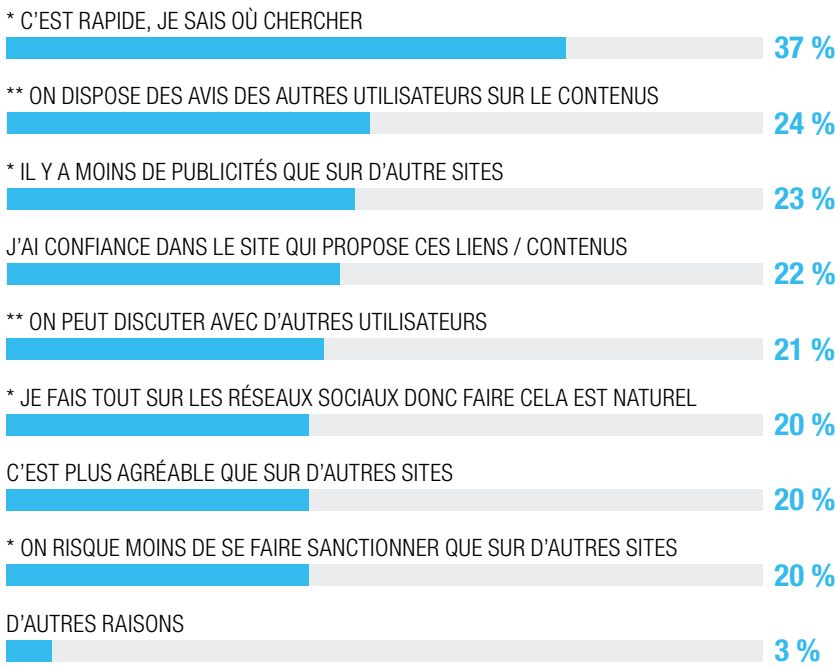
« Pour avoir l'avis sur les meilleurs liens. »

« Les personnes expliquent comment accéder aux sites, c'est plus simple. »

Une apparence de licéité

De surcroît, le fait de passer par l'interface d'un réseau social bien connu, avec une interface conviviale (à l'opposé des interfaces souvent médiocres des sites illicites de streaming ou de téléchargement direct) donne une illusion de licéité et de risques limités en termes de sanction possible, tout en réduisant l'exposition aux logiciels malveillants et aux publicités intempestives, inconvénients habituels des sites illicites.

FIGURE 4: MOTIFS DE CONSOMMATION DES BIENS CULTURELS DE MANIÈRE ILLICITE VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX PLUTÔT QUE VIA D'AUTRES MOYENS ILLICITES
 BASE : CONSOMMATEURS ILLICITES RÉGULIERS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.



** AVIS DES
 UTILISATEURS
40 %



* CONFORT
 D'UTILISATION
72 %



Ainsi, **7 % de ces consommateurs illicites réguliers disent spontanément qu'ils pensaient que la pratique était légale** – une proportion qui passe à 15 % si l'on considère l'ensemble des consommateurs illicites, y compris les illicites occasionnels.

« Je pensais que, si ça venait des réseaux sociaux, c'était légal. »

« C'est moins risqué et plus sécurisé au niveau des virus et autres. »

Au final, **78 % des profils illicites réguliers via les réseaux sociaux disent avoir l'intention de continuer cette pratique, voire, pour 28 % d'entre eux, de l'intensifier à l'avenir.** Ces utilisateurs assidus (au moins une fois par mois) se projettent particulièrement dans le recours à cette pratique. En comparaison, 18 % des utilisateurs illicites au total, incluant les utilisateurs occasionnels, pensent les utiliser de plus en plus pour accéder à des biens culturels dématérialisés, soit 10 points de moins.

ENSEIGNEMENTS CLÉS

- 16 % des internautes utilisent les réseaux sociaux pour accéder à des films, séries ou retransmissions sportives en direct de manière illicite au moins une fois par mois.
- La consommation de contenus illicites sur les réseaux sociaux peut prendre deux formes : l'accès au contenu illicite directement sur l'interface du réseau (pour 8 % des internautes qui ont des pratiques illicites *a minima* mensuelles sur les réseaux sociaux) ou la redirection par des liens vers des contenus illicites hébergés sur d'autres sites (12 %).
- Le sport est davantage consommé à partir de liens sur Facebook, Twitter et Reddit, tandis que les films et séries sont davantage consommés directement sur YouTube.
- Les réseaux sociaux offrent à ces consommateurs illicites un point d'entrée unique sur les contenus, avec une apparence de licéité.

RETROUVEZ LE RAPPORT COMPLET DE L'ÉTUDE SUR LE SITE DE L'HADOPI

www.hadopi.fr

Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #16 : avec 1h13 de consommation quotidienne en moyenne, les contenus culturels occupent les trois quarts du temps passé en ligne des internautes
- L'Essentiel #15 : la consommation illicite de programmes TV en direct concerne déjà un quart des internautes
- L'Essentiel #14 : les 8-14 ans et les pratiques illicites : un enjeu parental

Contactez-nous pour recevoir par courriel les avis de parution
 (10 numéros par an environ) : presse@hadopi.fr

Directeur de la publication :
 Denis Rapone

Contributeurs à ce numéro :
 Marianne Serfaty, Marion Ozanne,
 Didier Wang, Raphaël Berger

Chargé de publication :
 Martin de Beaune

Réalisation : agencezebra.com

ISSN 2646-831X

Hadopi

HAUTE AUTORITÉ POUR LA DIFFUSION DES ŒUVRES ET LA PROTECTION DES DROITS SUR INTERNET

4, rue du Texel - 75014 PARIS - www.hadopi.fr

Contact : presse@hadopi.fr @InsidOpi