



# L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #24 - Décembre 2020

## LE MANQUE À GAGNER DÛ À LA CONSOMMATION ILLICITE EN LIGNE DE CONTENUS AUDIOVISUELS ET DE RETRANSMISSIONS D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS ESTIMÉ À PLUS D'UN MILLIARD D'EUROS EN 2019

Les différentes actions de lutte contre les pratiques illicites, associant réponse graduée à l'encontre des pratiques de pair à pair et blocages de sites obtenus judiciairement à la demande des ayants droit, ont permis de faire diminuer les pratiques illicites, aidées en cela par une progression de l'offre légale ces dernières années.

Cependant, avec encore plus de onze millions d'internautes accédant de manière illicite à des biens culturels dématérialisés, le piratage fait subir un impact économique lourd

aux industries culturelles en détournant vers des circuits illégaux des moyens financiers qui étaient destinés à soutenir la création, celle-ci étant d'autant plus fragilisée qu'elle subit la crise sanitaire actuelle et ses conséquences.

Dans le cadre de sa mission d'observation des usages licites et illicites, l'Hadopi a souhaité évaluer l'impact de la consommation illicite de contenus audiovisuels et sportifs pour l'économie française et les finances publiques.

### MÉTHODOLOGIE

Étude socioéconomique menée par le cabinet de conseil PMP pour l'Hadopi en deux phases :

- analyse des secteurs de l'audiovisuel et du sport, via un travail de veille des données existantes et d'entretiens auprès de professionnels et d'experts ;
- estimation du manque à gagner reposant sur les données d'une étude quantitative en ligne réalisée par Médiamétrie du 13 au 30 janvier 2020, auprès de 2 509 internautes âgés de 15 ans et plus, ayant pratiqué le téléchargement ou le *streaming* illégal ou ayant consommé des contenus récupérés illégalement, au moins une fois au cours des 12 derniers mois.

## Le poids financier de l'écosystème audiovisuel français : 9,5 milliards d'euros en 2019

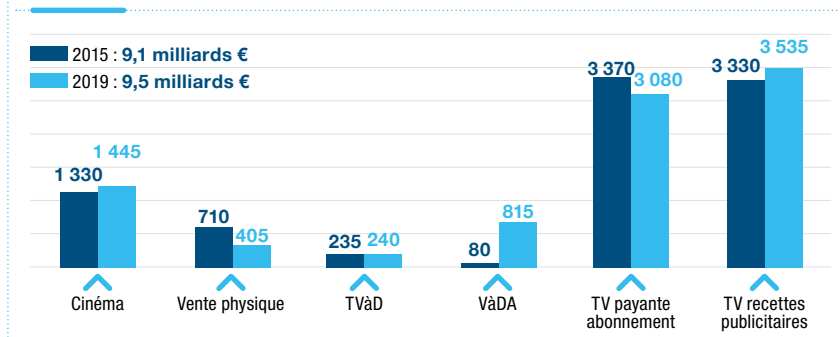
L'écosystème audiovisuel dans son ensemble repose sur six modes d'exploitation :

- la distribution en salle ;
- la distribution physique (DVD, Blu-ray, etc.) ;
- la distribution numérique en vidéo à la demande transactionnelle (TVàD) ;
- la distribution sur des plateformes de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) ;
- la distribution sur des chaînes de télévisions payantes par abonnement ;
- la distribution de contenus monétisée par la publicité sur la télévision linéaire (gratuite et payante) et sur les plateformes numériques (modèle dit AVoD pour *advertising video on demand*).

Avec un chiffre d'affaires de 9,5 milliards d'euros en 2019 contre 9,1 milliards en 2015, ce marché, avec une faible croissance au global, révèle des situations hétérogènes selon les différents modes d'exploitation.

Désormais, et depuis 2015, la croissance du marché est tirée par la progression

FIGURE 1: ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'AUDIOVISUEL EN FRANCE ENTRE 2015 ET 2019 (M€)



de l'offre numérique : les recettes de la vidéo à la demande par abonnement ont été multipliées par dix entre 2015 et 2019. La télévision de rattrapage affiche également une forte hausse de +50 % sur la même période, tandis que, parmi ces nouveaux modes de consommation, seule la TVàD ne progresse pas ou peu (+2 % par rapport à 2015, mais -6 % entre 2018 et 2019).

À l'inverse, le marché physique a enregistré une baisse de 42 % de son chiffre d'affaires entre 2015 et 2019, tout comme la télévision payante par abonnement qui baisse de 9 %.

Enfin, le cinéma connaît une relative stabilité, avec une très bonne année 2019 caractérisée par un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros (+9 % par rapport

à 2015) mais avec une fréquentation stable sur le moyen terme (entre 200 et 213 millions de spectateurs), posant ainsi la question de sa croissance à long terme, au-delà de l'impact de la crise sanitaire actuelle.

La valeur du marché de l'audiovisuel se répartit entre les différents acteurs de la chaîne, parmi lesquels on peut distinguer en premier lieu les éditeurs TV (télévision payante et gratuite), qui en

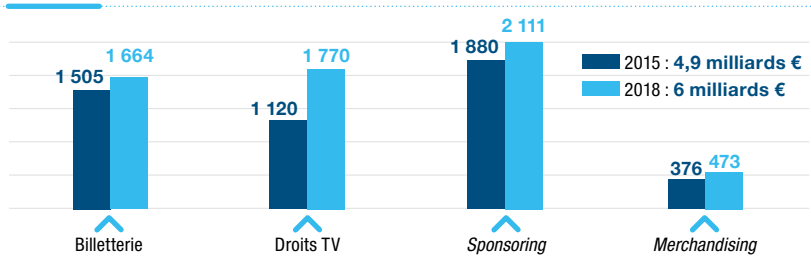
perçoivent 31 %, suivis des producteurs (25 %), l'État en récupérant 15 % via la TVA.

## Le poids financier de l'écosystème sportif : un chiffre d'affaires de 6 milliards d'euros

L'écosystème du sport s'inscrit dans une logique différente des autres contenus audiovisuels ; il repose sur trois grands piliers économiques, auxquels s'ajoutent les revenus issus des produits dérivés (*merchandising*) :

- les contrats de *sponsoring* constituent la première source de revenus avec 2,1 milliards d'euros. L'audience illicite n'étant pas prise en compte dans le calcul de l'efficacité publicitaire, la consommation illicite peut affecter cette source de revenus ;
- la vente des droits télévisés, d'un montant de 1,8 milliard d'euros en 2018, est le plus directement en lien avec la diffusion audiovisuelle. Le montant de la vente de ces droits est lié au nombre de diffusions, à la structure concurrentielle du marché, aux audiences et à l'intérêt des téléspectateurs pour la compétition ;

FIGURE 2 : ESTIMATION DE LA RÉPARTITION DES RECETTES DU SECTEUR DU SPORT ENTRE 2015 ET 2018 (M€)



- la billetterie représente 1,6 milliard d'euros. Elle est peu impactée par la consommation illicite, en raison d'une faible substitution de l'assistance physique à une rencontre sportive par le visionnage sur écran, qu'il soit légal ou illicite.

Le produit de la vente des droits de retransmission des compétitions sportives

profite en grande majorité aux clubs professionnels, à hauteur de 85 %. L'État prélève une TVA de 5 % sur la cession des droits sportifs. Le montant est ensuite réparti entre les ligues (2 %) et le sport amateur (7 %), qui profite notamment de cette redistribution suite à la mise en place de la taxe « Buffet ».

### FOCUS : Quel impact de la crise sanitaire sur l'écosystème de l'audiovisuel ?

La crise sanitaire liée à la Covid-19 aura sans doute des impacts profonds sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'audiovisuel, du fait de la transformation tant de l'offre que de la demande.

Le ministère de la Culture, dans une étude sur les effets de la crise publiée en juillet 2020\*, indique que la pandémie aurait déjà fait perdre 20 %

de son chiffre d'affaires au secteur de l'audiovisuel. L'ensemble de la filière devrait être affecté, en premier lieu la distribution et la projection de films, dont les pertes sont estimées à 46 % du chiffre d'affaires entre mars et mai 2020. La production, la postproduction et la distribution sont également impactées, avec des pertes sur cette même période évaluées entre 18 et 22 %.

Compte tenu des mesures de couvre-feu et de confinement prises à l'automne 2020, la perte d'activité pour le secteur devrait vraisemblablement encore progresser. À moyen terme, la crise actuelle risque de mettre en péril tout un pan de cet écosystème, plus particulièrement les acteurs de la distribution physique (salle et vidéo) qui sont les plus lourdement affectés.

\*DEPS, « L'impact de la crise du Covid-19 sur les secteurs culturels », juillet 2020

## Estimation du report potentiel de la consommation illicite vers l'offre légale

FIGURE 3 : DÉTERMINATION DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE PAR MODE D'EXPLOITATION



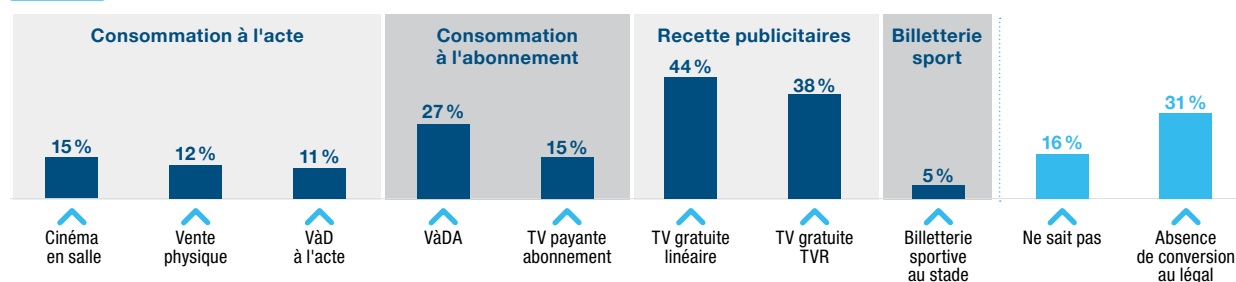
L'impact économique des usages illicites repose sur une estimation du manque à gagner par mode d'exploitation, à partir du volume de contenus illicites consommés par les internautes et du report potentiel de ceux-ci vers l'offre légale (taux de substitution), mesurée via une enquête quantitative réalisée à cet effet. L'estimation des prix moyens pratiqués sur le marché (billet de cinéma, abonnement mensuel de V&DA, DVD, etc.) permet de finaliser le modèle.

En 2019, on dénombrait encore 22 % des internautes ayant des usages audiovisuels illicites, soit 11,8 millions d'internautes. Le film est le contenu le plus consommé par les internautes ayant des usages audiovisuels illicites (80 %), devant les séries (73 %), qui comptent souvent parmi les contenus les plus consommés de manière illicite en volume, et les contenus sportifs (50 %).

Le taux de substitution de la consommation illicite vers l'offre légale, mesuré via l'étude quantitative, permet d'estimer la probabilité, pour un internaute, de se reporter vers une offre légale dans le cas où il se trouve dans l'impossibilité de se procurer le contenu recherché de manière illicite.

La télévision gratuite est privilégiée par les internautes en termes de report vers l'offre légale (44 % en linéaire et 38 % en rattrapage). En lien avec la multiplication des services, la V&DA affiche également un taux de substitution élevé de 27 %. Le report de la consommation illicite vers la consommation légale reste néanmoins limité : près de la moitié des internautes interrogés (47 %) déclare ne pas savoir s'ils auraient consommé le contenu de manière légale s'il avait été disponible (16 %) ou ne l'auraient tout simplement pas consommé (31 %).

**FIGURE 4 : TAUX DE REPORT DE LA CONSOMMATION ILLICITE DE CONTENUS AUDIOVISUELS ET SPORTIFS VERS L'OFFRE LÉGALE SELON LE TYPE D'EXPLOITATION (EN %) (BASE : INTERNAUTES CONSOMMATEURS DE CONTENUS AUDIOVISUELS OU SPORTIFS)**



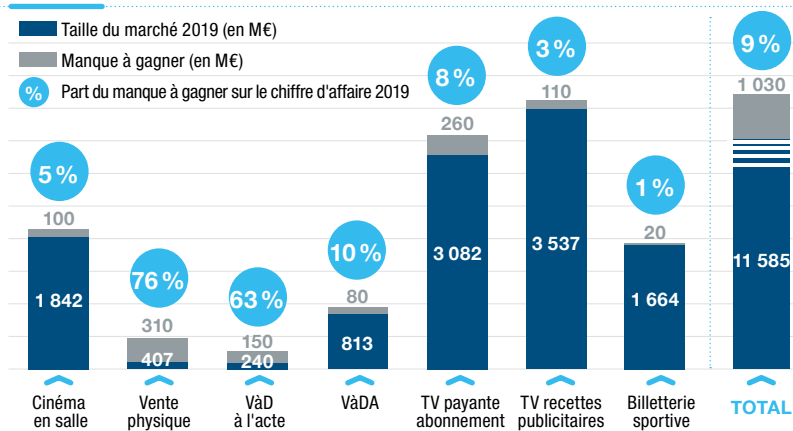
## Un manque à gagner estimé à plus d'un milliard d'euros

En 2019, le manque à gagner économique issu de la consommation illícite de contenus est évalué à 1,03 milliard d'euros pour l'ensemble des acteurs.

**Si le manque à gagner pour le cinéma en salle reste modéré**, l'expérience en salle de cinéma étant souvent dissociée du visionnage des films à domicile, la consommation de contenus audiovisuels à l'acte est fortement touchée par la consommation illícite, avec un manque à gagner pour les marchés de la vente physique de DVD et de la VàD évalué respectivement à 76 % et 63 % du chiffre d'affaires 2019.

La consommation à l'acte étant proposée à un prix jugé trop élevé par les internautes, les consommateurs de contenus illícites tendent à se tourner plutôt vers la VàDA ou vers les sites illícites lorsque le contenu n'est pas disponible sur les principaux services. À l'opposé, les modes de consommation gratuit et par abonnement, qui affichent de meilleurs taux de report, sont nettement moins impactés, avec des manques à gagner n'excédant pas les 10 %.

**FIGURE 5 : ÉVALUATION DU MANQUE À GAGNER ÉCONOMIQUE LIÉ À LA CONSOMMATION ILLICITE SUR LES TYPES D'EXPLOITATION DE L'OFFRE LÉGALE**



La consommation illícite de retransmissions sportives en ligne joue non seulement un rôle considérable dans le manque à gagner des diffuseurs de la télévision payante, mais **affecte également la billetterie sportive**. Ce phénomène, très limité par les contraintes

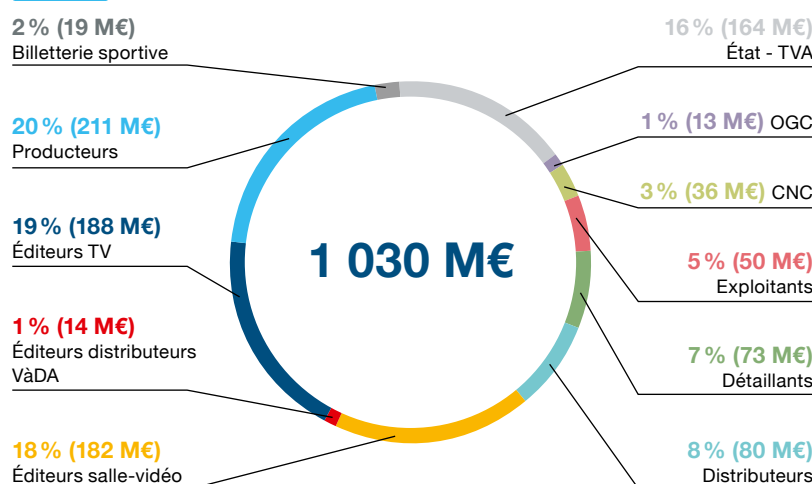
géographiques des rencontres, la capacité des stades et le prix des billets, reste néanmoins faible et représente un manque à gagner évalué à seulement 1 % du marché de la billetterie, soit 20 millions d'euros.

## Un manque à gagner de 211 millions d'euros pour la production et de 370 millions d'euros pour les acteurs de l'édition

La production, présente sur l'ensemble des types d'exploitation, est logiquement l'une des activités les plus touchées, avec un manque à gagner évalué à 20 % du total, soit 211 millions d'euros. L'ensemble de l'édition audiovisuelle et cinématographique subit un manque à gagner total de 370 millions d'euros :

- l'édition télévisée est affectée à hauteur de 188 millions d'euros par an, principalement en raison de l'impact significatif sur les recettes d'abonnements à la télévision payante ;
- l'édition cinématographique, qu'il s'agisse de la distribution en salle ou de la vidéo (physique et VàD) subit quant à elle un manque à gagner évalué à 182 millions d'euros (18 % du total), du fait notamment de la part encore importante que représente la vente physique, qui continue d'être très affectée par la consommation illícite.

**FIGURE 6 : ÉVALUATION DE LA RÉPARTITION DU MANQUE À GAGNER ÉCONOMIQUE ISSU DE LA CONSOMMATION ILLICITE PAR TYPE D'ACTEUR (%)**



# I Une perte potentielle de 332 millions d'euros pour les finances publiques

La consommation illicite de contenus n'affecte pas seulement les acteurs de l'écosystème. Outre **les recettes directes de l'État perdues du fait de moindres prélèvements de TVA (évalués à 164 millions d'euros), le manque à gagner issu du piratage représente une perte potentielle de résultats opérationnels pour les acteurs de l'écosystème et donc un impact indirect sur l'impôt prélevé auprès de ces acteurs.** De même, en affectant la filière audiovisuelle dans son ensemble, la consommation illicite représente un manque à gagner financier pour ses acteurs et, consécutivement, génère

une perte d'emplois pour le secteur. Cette perte d'emplois comporte également des conséquences économiques et fiscales pour l'État via le défaut de prélèvements de cotisations sociales et patronales ainsi que de l'impôt sur les revenus.

Calculée selon le secteur d'activité à partir des taux sectoriels de l'INSEE (masse salariale / CA, excédent brut d'exploitation / CA, salaire moyen) et une hypothèse de linéarité, **la consommation illicite de contenus audiovisuels et sportifs en ligne représenterait une perte de 2 650 emplois pour la filière.** 59 % de ces emplois sont logiquement

attribués à l'activité de production dont la masse salariale représente une part significative de la structure de coûts des sociétés de production. Viennent ensuite les emplois dans l'édition télévisuelle (360 emplois) et dans l'exploitation de salles de cinéma (210 emplois).

À partir de cette hypothèse, **la perte pour l'État est évaluée à 168 millions d'euros, issue du défaut des différents prélèvements** en cotisations sociales, patronales et en impôt sur les sociétés et sur le revenu. **Au total, le manque à gagner pour les finances publiques est évalué à 332 millions d'euros par an.**

**FIGURE 7 :** ÉVALUATION DE LA PERTE D'EMPLOIS MAXIMALE ET DU MANQUE À GAGNER POUR LES FINANCES PUBLIQUES EN LIEN AVEC LA CONSOMMATION ILLICITE DE CONTENUS AUDIOVISUELS ET SPORTIFS (M€)

	Exploitants	Détaillants	Distributeurs	Éditeurs salle-vidéo	Éditeurs distributeurs V&DA	Éditeurs TV	Producteurs	Acteurs sportifs
<b>Potentiel maximum de création d'emplois</b> (total de 2 650 emplois)	210	220	90	170	30	360	1 500	70
<b>Manque à gagner pour les finances publiques</b> (hors TVA)								<b>168 M€</b>
<b>Manque à gagner pour les finances publiques en TVA</b>								<b>164 M€</b>
<b>Manque à gagner pour les finances publiques TOTAL</b>								<b>332 M€</b>

## > Enseignements clés

- Le marché de l'audiovisuel et celui des retransmissions sportives représentent respectivement 9,5 et 6 milliards d'euros.
- Bien qu'en baisse tendancielle grâce au développement de l'offre légale et à la lutte contre les usages illicites, ces derniers concernent encore 22 % des internautes.
- Estimé au moyen d'un taux de report de l'offre illicite vers l'offre légale, le manque à gagner pour l'ensemble des acteurs concernés est évalué à 1,03 milliard d'euros.
- Les pertes associées pour les finances publiques sont estimées à 332 millions d'euros.

Retrouvez les rapports complets des études sur le site de l'Hadopi [www.hadopi.fr](http://www.hadopi.fr)

### Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #23 :  
Baromètre de l'offre légale 2019 : 87 % des consommateurs satisfaits par les services d'offre légale
- L'Essentiel #22 :  
Le rôle central des plateformes de *streaming* musical dans l'accès et la découverte de la musique

Nous contacter: [presse@hadopi.fr](mailto:presse@hadopi.fr)



Directeur de la publication :  
Denis Rapone

Contributeurs à ce numéro :  
Olivier Muzerelle, Marion Ozanne, à partir du rapport rédigé par les équipes de PMP Conseil

Publications Hadopi :  
Mission communication

Réalisation :  
AGENCE ZEBRA.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](http://www.hadopi.fr)  
Contact : [presse@hadopi.fr](mailto:presse@hadopi.fr) @InsidOpi