



Sensibiliser au respect du droit d'auteur sur Internet

Depuis trois ans, la mise en œuvre des missions de l'Hadopi – qu'il s'agisse de la protection des droits, de la promotion de l'offre légale, ou encore de la régulation des MTP – a révélé la nécessité d'y associer une action volontariste en matière d'information et de sensibilisation.

Dans la continuité de ses initiatives passées, la Haute Autorité a poursuivi la pédagogie et la sensibilisation des publics pour mieux faire connaître le droit d'auteur, la création artistique et les usages responsables sur Internet. D'une part, elle a enrichi l'information apportée aux internautes, notamment par de nouvelles améliorations des sites Internet hadopi.fr et pur.fr. D'autre part, elle a pris part activement aux échanges avec les acteurs français et internationaux, notamment à travers ses contributions aux travaux de la mission « Acte II de l'exception culturelle ».

Enfin, l'Hadopi a renforcé les actions d'information destinées à la communauté éducative et au jeune public en animant avec les académies volontaires des ateliers de sensibilisation. En 2012-2013, la Haute Autorité a sensibilisé plus de 800 enseignants, documentalistes, chefs d'établissement et référents TICE, répartis dans plus de 530 établissements où étudient environ 230 000 élèves. Elle a également mené des actions d'information du jeune public auprès d'environ 600 collégiens, 1 300 lycéens et 2 500 étudiants.

En collaboration avec les conseillers TICE des rectorats volontaires, elle planifie de nouveaux ateliers dans différentes académies à partir de la rentrée 2013-2014.

Des travaux ont été engagés pour prolonger et développer les résultats obtenus sur plusieurs sites de téléchargement. Ils permettront de qualifier la présence de contenus culturels sur ces différents supports. En parallèle, une large étude (près de 5 000 sondés) a été conduite pour établir des carnets de consommations.

L'observation de la dynamique des flux s'intéresse à la circulation des contenus sur Internet et vise à apporter des éléments de compréhension sur les flux de diffusion d'une œuvre, depuis sa mise à disposition jusqu'aux consommateurs finaux. Mené dans ce cadre, le projet Linkstorm évalue la visibilité de l'offre licite de biens culturels dématérialisés par rapport à l'offre illicite dans les moteurs de recherche. Il permet notamment d'étudier le positionnement des offres de films dématérialisés dans les principaux moteurs de recherche utilisés en France.

Les premiers résultats ont notamment permis d'étudier l'importance du positionnement et du choix des mots clés et d'en tirer des enseignements utiles au positionnement des offres légales. Des travaux complémentaires qui se concentrent sur les contenus musicaux ont été engagés pour les compléter.

Par ailleurs une étude sur les stratégies d'accès a été lancée pour identifier la façon

dont les utilisateurs accèdent aux contenus culturels en ligne, notamment de façon illicite. Enfin, un projet a été engagé pour modéliser la diffusion illicite des œuvres sur Internet, de leur primo diffusion à leur présence sur les réseaux illicites grand public. La typologie des utilisateurs vise à comprendre au mieux les internautes consommateurs à l'issue de la chaîne de diffusion. Dans ce cadre, la Haute Autorité a mené une étude spécifique sur la population née avec Internet, les « Digital Natives », afin notamment de mieux comprendre ses usages et attitudes à l'égard des biens culturels dématérialisés et son rapport au droit d'auteur.

Cette étude a notamment permis de faire apparaître :

- la primauté du critère de la gratuité de l'accès aux œuvres sur tout autre critère de choix au sein de l'offre ;
- des différences de perceptions selon la tranche d'âge ;
- une gradation dans la « gravité » perçue des pratiques illicites.

Enfin, la Haute Autorité co-encadre avec Télécoms ParisTech une thèse « MEDEI - Mesure et étude des dynamiques des flux et échanges sur Internet », qui se concentre plus particulièrement sur les échanges et flux des biens culturels sur Internet.