



Partie 2 > L'activité

50



- Les « pragmatiques », davantage composés de CSP+, ils sont plus équipés que la moyenne en high-tech et ont une connexion Internet plus souvent sécurisée que la moyenne. Ils ont une utilisation d'Internet pour des activités fonctionnelles et des divertissements basiques, et sont davantage consommateurs de logiciels. Ce sont les plus indisposés par le prix des œuvres licites et tendent à considérer qu'il est permis d'accéder à l'offre illicite gratuite dès lors qu'elle est disponible et techniquement accessible.
- Les « passionnés attentifs », composés de personnes un peu plus jeunes que la moyenne, avec davantage d'hommes. Ce sont des utilisateurs plus fréquents d'Internet que la moyenne pour son offre multimédia, et sont des consommateurs massifs de photos et de jeux vidéo. Ils rejettent la consommation illicite par habitude ou par réflexe.
- Les « numérovores », population plus jeune, plus urbaine et masculine que la moyenne. Ce sont de grands consommateurs d'Internet, d'équipement high-tech et de biens culturels dématérialisés (ils consomment presque tous les biens culturels dématérialisés, et à une fréquence plus élevée que la moyenne), sous toutes leurs formes, notamment illicites. La consommation illicite semble être un réflexe pour eux.

- Les « culturels légaux », plus âgés et consommant davantage de manière légale, et principalement des livres en ligne. En effet, s'ils sont peu équipés en matériel high-tech, ils sont plus dotés que la moyenne en livres électroniques.
- Les « non consommateurs ».

Des travaux complémentaires pourront être engagés sur ce poste, notamment pour se pencher sur une analyse approfondie des corrélations entre les consommations licites et illicites ou sur les motivations aux pratiques de partage.

Les premiers résultats présentés ont permis de valider le protocole d'observation (à la fois le choix des sujets d'étude et la mixité des méthodologies) mis en place au sein de la Haute Autorité qui sera maintenu pour la poursuite des travaux en cours. Sans couvrir de façon exhaustive les objectifs du programme, certains travaux déjà engagés apporteront des résultats déterminants dans la connaissance des pratiques :

- les carnets de consommation, qui permettront de connaître la nature et le volume des biens culturels consommés en ligne ;
- les stratégies d'accès, qui mettront en exergue les méthodes employées par les utilisateurs pour y accéder ;
- la modélisation de la diffusion d'une œuvre, qui indiquera le chemin suivi par un contenu mis à disposition de façon illicite, depuis sa primo diffusion jusqu'au réseau d'échange grand public.

➔ SENSIBILISATION

Depuis trois ans, l'Hadopi sensibilise aux usages responsables sur Internet. Les notions de liberté et de responsabilité individuelles de l'internaute guident l'action de l'institution dans l'exercice de ses missions depuis sa création. La responsabilité de l'internaute se traduit par un double choix : éviter les usages illicites sur Internet et se tourner vers les offres légales. C'est notamment le sens du label PUR, promotion des

usages responsables, créé en 2011 et qui permet aux internautes d'identifier les sites qui proposent des contenus légaux. Comme le montre le baromètre de l'économie numérique (6^e édition) publié par l'université Paris-Dauphine⁽⁴²⁾, il y a désormais plus de 42 millions d'internautes en France et près de 23 millions de personnes sont équipées de smartphones.

Ces chiffres illustrent clairement des usages numériques de plus en plus répandus. Néanmoins, les internautes, y compris les plus jeunes, n'ont pas toujours conscience des enjeux, des risques et de la législation existante. C'est pourquoi, dans la mise en œuvre de sa mission d'information et de sensibilisation, l'Hadopi a toujours tenu à orienter son action vers le grand public. Ses actions d'information et de sensibilisation visent à mieux faire connaître les principes généraux du droit de la propriété intellectuelle et les mécanismes de la création. Il s'agit également d'aider les internautes à distinguer les pratiques licites et illicites, de les informer sur les risques encourus en cas de téléchargement illicite et de les sensibiliser à l'existence d'une offre légale. En effet, la mise en œuvre de l'ensemble des missions – qu'il s'agisse de la réponse graduée, de l'offre légale, ou encore de la régulation des MTP – a révélé la nécessité d'y associer une action volontariste en matière de sensibilisation. Quels que soient les interlocuteurs avec lesquels la Haute Autorité a pu échanger, un besoin croissant de sensibilisation et d'information a été décelé.

Dans la continuité des actions de terrain déjà engagées, il est ainsi apparu indispensable de renforcer la pédagogie et la sensibilisation des publics. C'est le sens de l'action engagée d'une part avec les outils destinés au grand public, centres d'appel ou sites Internet, et d'autre part avec la mise en œuvre d'actions destinées en priorité à la communauté éducative et au jeune public.

(42) www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/docs_pdf/Economie_numerique/Barometre_de_l_economie_numerique_6e_edition.pdf.