

Pierre-Aimé Agnel  
Thierry Grouès  
Imène Kabouya  
Charles Letailleur  
Victoire Perrin

Dossier MAGE

# **Les conséquences du piratage sur l'industrie du cinéma**

## **Partie I : Le piratage des films, un loisir hors-la-loi de plus en plus répandu**

### I-1 Qu'est-ce que le piratage d'un film ?

*I-1-1 Le rippage et la compression en DivX*

*I-1-2 Les différentes techniques de téléchargement*

*I-1-3 La duplication DVD/DVD*

### I-2 Qui pirate et pourquoi ?

*I-2-1 Les catégories de consommateurs*

*I-2-2 L'opinion des associations de consommateurs*

*I-2-3 Les causes réelles du piratage*

### I-3 Quelle législation envers le piratage ?

*I-3-1 Mesures existantes visant à la protection de la Propriété Intellectuelle et du Copyright*

*I-3-2 Problèmes juridiques sous-jacents et harmonisation juridique de la question*

## **Partie II : Des impacts réels sur l'industrie du cinéma**

### II-1 Le monde du cinéma : des opinions divergentes

### II-2 La réalité : des conséquences sur les différentes chaînes de valeur

*II-2-1 La chaîne de valeur du cinéma*

*II-2-2 La chaîne de valeur de la vidéo*

*II-2-3 L'impact du piratage sur les chaînes de valeur*

## **Partie III : Des modèles alternatifs au piratage**

### III-1 Des modèles déjà mis en œuvre

*III-1-1 Etude du modèle de location par Internet*

*III-1-2- La taxe sur la copie privée ou comment récupérer le manque à gagner*

### III-2 Un modèle « idéal » : le financement du téléchargement et de la diffusion des films par la publicité

## ***Introduction***

Le téléchargement illégal de la musique sur Internet est un phénomène bien connu. Cependant, celui des films a bel et bien commencé, provoquant de vives critiques et menaçant l'industrie du cinéma. En effet, avec l'augmentation vertigineuse des débits ADSL, les inquiétudes de l'industrie du cinéma redoublent. Télécharger un film est maintenant un service accessible par tous et se fait rapidement. Un exemple suffit à comprendre: le dessin animé *Gang de requins*, qui a fait son apparition, en version française, sur le réseau "peer-to-peer" eDonkey le 10 octobre 2005 (trois jours avant sa sortie officielle), et a été téléchargé des dizaines de milliers de fois en France.

Cependant, le phénomène de piratage est assez particulier. La définition exacte est peu connue par les consommateurs, et certains se prennent pris au piège de l'illégalité sans le savoir.

L'industrie du cinéma sent une réelle menace, et cherche des responsables. Réseaux Peer to Peer, Fournisseurs d'Accès Internet (FAI)..., tous sont pointés du doigt pour essayer d'arrêter le fléau le plus tôt possible.

Quelles sont les réelles conséquences du piratage et téléchargement illégal sur l'industrie du cinéma, grandissante dans certains pays, fleurissante dans d'autres ? L'origine du problème est souvent difficile à trouver, la problématique souvent inconnue.

Ainsi, l'analyse du piratage lui-même afin de mieux comprendre le phénomène, puis l'étude des impacts réels sur l'industrie nous permettrons d'essayer de trouver des modèles alternatifs au piratage, et d'en dégager des solutions, prometteuses peut être, aux yeux de l'industrie du cinéma.

## ***Partie I : Le piratage des films, un loisir hors-la-loi de plus en plus répandu***

Aux termes de la loi, on parle de délit de piratage informatique lorsqu'une personne ou une organisation effectue sans autorisation la copie, la reproduction, l'utilisation, ou la fabrication de produits logiciels protégés par les lois régissant les droits de la Propriété Intellectuelle (droits d'auteur).

On connaissait le trafic illégal de musique sur le net, rendu populaire grâce à Napster et au format de compression MP3. Mais depuis peu, c'est le piratage de vidéos qui connaît la plus forte croissance auprès des internautes. Aujourd'hui il est très facile de se procurer un grand nombre de films en téléchargement gratuit, grâce à des protocoles peer-to-peer accessibles à tous. Une fois l'internaute en possession du film, il peut à son tour le diffuser sur le net, ou le graver sur CD ou DVD et l'échanger avec d'autres personnes.

Tout ceci est rendu possible grâce à l'immense avancée technologique qui a permis l'augmentation des capacités des lignes (câble, ADSL), l'apparition de lecteurs DivX, de lecteurs DVD, de clés USB à grandes capacité...

### ***I-1 Qu'est-ce que le piratage d'un film ?***

Le piratage d'œuvres cinématographiques se fait selon des étapes bien précises. Tout d'abords, il faut réaliser un « master », soit en faisant un enregistrement pirate dans les salles de

cinéma, soit en se procurant un « DVD » pour en réaliser une copie, après y avoir fait disparaître les éventuels verrous (« rip »). En suite, le film est encodé dans un format spécifique (le format « DivX » par exemple). Une fois le fichier informatique installé sur le disque dur d'un ordinateur, il peut enfin être mis à disposition sur Internet, ou être gravé sur un CD ou un DVD.

Ainsi, le piratage de films peut se faire de façon virtuelle, par simple transfert de fichiers informatiques sur Internet ou de façon matérielles, par échange de CD ou DVD gravés à partir d'une source pirate.

### *I-1-1 Le rippage et la compression en DivX*

- Le rippage ou l'étape fondamentale du piratage

Le rippage consiste en l'extraction d'un fichier numérique (fichiers .avi, .mov, .mpeg...) à partir d'un support physique. C'est le tout premier maillon du processus de piratage, puisque la plupart des films mis en ligne sont à l'origine des DVD ou des vidéos amateurs.

Pour ripper un DVD, il suffit de posséder un lecteur de DVD sur son ordinateur ainsi qu'un programme de rippage (Rippack est le plus utilisé).

- La compression DivX

Une fois le DVD rippé, un fichier de plusieurs Gigaoctets est obtenu. Or la capacité de stockage d'un CD vierge classique ne peut excéder 800 mégaoctets et donc, le fichier rippé ne peut être gravé en l'état. Le codec DivX permet de compresser le fichier rippé, afin qu'ils puisse être supporté par un CD vierge classique et être télécharger plus rapidement.

L'inconvénient du format DivX est une qualité inférieure à celle du rip.

### *I-1-2 Les différentes techniques de téléchargement*

- Les logiciels de Peer-to-Peer

Les logiciels de P2P sont les plus utilisés pour le téléchargement car ils constituent le moyen le plus simple de trouver un film sur Internet. Les plus répandus sont KaZaA, eMule, Shareaza, BitTorrent... La plupart de ces logiciels sont totalement gratuit et d'un maniement très aisé: Tout d'abords, il faut télécharger logiciel sur la page d'accueil ( [www.kazaa.com](http://www.kazaa.com) par exemple), puis l'installer sur l'ordinateur, ce qui se fait automatiquement et ne dure que quelques minutes. Une fois le logiciel installé, l'internaute peut lancer n'importe quelle recherche à partir d'un moteur de recherche.

Le principe du logiciel P2P repose sur l'échange de fichiers informatiques entre pairs d'ordinateurs connectés simultanément à Internet. Au début, le contenu de tous les ordinateurs connectés sur un réseau P2P était centralisé dans un serveur qui redistribuait l'information, chose qui rendait ce réseau particulièrement vulnérable. C'est encore le cas aujourd'hui de KaZaA et d'eMule. Mais de nos jours il existe une version plus évoluée du P2P: Il n'y a plus de serveur central, et tout ordinateur est un serveur potentiel mettant son contenu à la disposition des autres nœuds du réseau, c'est le cas de Bit torrent par exemple.

- Le protocole FTP:

Le protocole de transfert de fichiers (Le protocole FTP) permet également de télécharger des fichiers d'un ordinateur à un autre sans passer par un serveur: Il suffit juste d'établir une connexion avec l'autre ordinateur. Une fois la connexion établie, la vitesse de téléchargement est beaucoup plus importante que dans les réseaux P2P .

L'utilisation du protocole FTP pour le téléchargement est destinée aux internautes confirmés,

capables d'initier des connexions avec d'autres pairs du réseau.

Le téléchargement avec ce protocole se fait via un réseau privé ou les intranets (réseau de l'ENST par exemple)

- Les Forums, ERC ou newsgroups

Ce sont les lieux d'échange d'information par excellence. Ils permettent aux internautes de s'envoyer, au sein du forum, des liens de téléchargement. Cependant, l'utilisateur souhaitant partager un fichier avec un autre utilisateur devra d'abord le scinder en petits morceaux avant de les envoyer. Et ceci constitue l'inconvénient majeur de ce type d'échanges.

Contrairement au P2P, les ERC et Newsgroups ne sont pas ouverts à tous; ce sont des forums privés regroupant uniquement des utilisateurs qui se connaissent. Toutefois ils fonctionnent comme des forums classiques.

### *I-1-3 La duplication DVD/DVD*

Cette opération nécessite un graveur de DVD, un lecteur de DVD, ainsi qu'un logiciel de duplication. La duplication peut être réalisée par copie directe de la même manière que pour un CD audio: Le DVD source est introduit dans le lecteur de DVD, et le DVD vierge dans le graveur; la copie se fait presque automatiquement.

La duplication peut également se faire en différé. Cette méthode n'est utilisée que pour ceux qui ne disposent que d'un graveur de DVD. Il faut d'abord ripper le DVD, puis le graver sur un DVD vierge doté d'une capacité de stockage d'environ 4,5 Go.

Le principal inconvénient de ce mode de duplication est que les supports vierges utilisés sont des DVD « simple couche » alors que les DVD commerciaux sont des DVD « double couche ». Ces derniers ont donc une capacité de stockage deux fois plus élevée que les DVD vierges, ce qui signifie qu'il faut parfois deux disques vierges pour un seul DVD source. Cependant les DVD « double couche » devraient dans peu de temps faire leur entrée sur le marché, facilitant ainsi un peu plus le travail des pirates.

## ***I-2 Qui pirate et pourquoi ?***

### *I-2-1 Les catégories de consommateurs*

On peut séparer les pirates en deux catégories : les téléchargeurs et les receleurs.

Les téléchargeurs sont des technophiles qui pratiquent en grande partie le téléchargement sur Internet. Les moins experts en la matière utilisent plutôt des logiciels comme KaZaA ou E-Mule ou encore Gribit qui est plus évolué. Quant aux autres, les vrais technophiles, on les retrouve plutôt sur les réseaux Intranet. En effet, ces téléchargeurs sont plutôt des jeunes hommes qui ont accès à un réseau haut-débit sur leur lieu de travail ou dans leur école.

La seconde catégorie, les receleurs, est formé d'une population de gens qui profitent de copies de DVD échangées au sein d'un cadre amical ou familial. C'est un usage plutôt occasionnel pratiqué par un public de tous âges.

Au-delà de ces profils, on peut aussi différencier les utilisateurs par leur âge.

Les adolescents considèrent le téléchargement comme un acte naturel, totalement inhérent à Internet. Les mécanismes des réseaux peer-to-peer les intéressent peu : ils cherchent à consommer.

Les adultes qui téléchargent sont pour la majorité des gens pour qui la technologie n'a pas de secret. Ils disposent de matériel souvent plus évolué que les simples internautes et ont suivi toute

l'évolution de l'informatique.

### *I-2-2 L'opinion des associations de consommateurs*

Plusieurs associations défendent avec ferveur les droits des consommateurs et énoncent différentes hypothèses sur les raisons de l'expansion du piratage des films.

L'Association Francophone des utilisateurs du net (AFNET) avancent que les besoins des consommateurs seraient sous-estimés. Elle dénonce une certaine hypocrisie de la part de l'industrie du film qui, face à l'importante demande d'accès à du contenu via Internet, ne propose toujours pas de téléchargement payant légal. D'autre part, selon l'AFNET, certains utilisateurs n'auraient pas conscience du tort qu'ils causent à l'industrie du cinéma tant le téléchargement illégal est répandu. Selon l'association, la culpabilité morale du pirate qui n'agit que pour son usage personnel n'est pas si évidente à établir car :

- il n'est pas critiquable de télécharger certains films que l'on n'aurait justement pas achetés si ils n'avaient pas été en libre service sur Internet.
- il ne faut pas négliger l'aspect promotionnel du téléchargement. Se procurer un film dans le but de le découvrir puis de l'acheter est bénéfique au film.

Pour l'association UFC-Que choisir, il faut prendre en compte l'évolution de la technologie. Le président de l'association prône la légalisation du peer-to-peer et dénonce le mépris des potentialités des nouvelles technologies. Il n'y a aujourd'hui aucune offre compatible avec tous les supports commercialisés. En effet, seule la musique téléchargée sur les sites P2P est compatible techniquement avec tous les matériels d'écoute achetés par les consommateurs. Enfin, l'association s'insurge de l'imprécision de la loi sur la copie privée. Celle-ci autorise une copie privée de DVD mais ne stipule rien sur les systèmes de protection de DVDs, ce qui laisse le champ libre aux majors. Ainsi, le consommateur paie une taxe sur la copie privée à l'achat d'un DVD vierge mais ne peut parfois techniquement pas le copier.

La ligue Odebi dénonce un aspect plus sociologique de la lutte contre le piratage. Elle s'élève contre la charte anti-piratage et son volet pédagogique qui consisterait à organiser des séances de visionnage de film contre le piratage dans les écoles. Selon Odebi, c'est une « diabolisation » du téléchargement sur Internet qui est contraire aux principes pédagogiques.

### *I-2-3 Les causes réelles du piratage*

On peut avancer plusieurs facteurs responsables du basculement du consommateur de l'achat vers le piratage.

Dans un premier temps, la différence de prix entre l'achat d'un film et celui de son visionnage illégal est très grande. L'achat d'un DVD coûte entre 10 et 25 euros. En revanche, celui qui télécharge un film par un logiciel de peer-to-peer ou sur un Intranet paiera 0 euros si il désire le regarder sur son ordinateur et 3,50 euros pour le graver sur DVD. Il est à noter que cette comparaison n'est pas complètement équitable. En effet, pour regarder un film gravé sur DVD, le consommateur doit acheter un lecteur lisant le format DivX donc éventuellement renouveler son équipement. Plus encore, la technologie DivX ne permet pas encore une qualité aussi bonne que celle d'un DVD acheté. Cependant, la différence de prix reste suffisamment conséquente pour convaincre le consommateur de pratiquer le piratage. En ce qui concerne le cinéma, le prix d'une place se situe entre 5 et 10 euros. Là encore, le coût est élevé par rapport à la copie illégale. Pourtant, le cinéma constitue un spectacle que le visionnage d'un film sur ordinateur ne saurait remplacer et c'est l'argument qu'avance les consommateurs pour se dédouaner de leurs actes. Il n'en reste pas moins que la fréquentation des cinémas a baissé en 2005 de 15% en Europe.

Le deuxième facteur indéniable est l'attente. Un DVD sort en moyenne dans le commerce et en location 6 mois après la sortie en salle. Pire encore, le système de location nouvellement mis en place sur Internet ne permet de voir un film qu'entre 6 à 9 mois après la sortie au cinéma. La cause en est la volonté des majors de ne pas court-circuiter les vecteurs de distribution traditionnels tout en donnant l'illusion d'établir un système alternatif au piratage qui n'est en réalité pas satisfaisant pour le consommateur. Avec le téléchargement, on peut obtenir un film dès sa sortie en salle. Et même, pour certains films sortis à l'étranger et pas encore dans son pays, on peut l'obtenir avant cette date, ce qui donne l'impression extrêmement satisfaisante au consommateur d'avoir vu le film en avant-première.

L'avancée de la technologie est la cause originelle du piratage des films sur Internet. Avant l'arrivée du format DivX, on ne pouvait pirater que de la musique. La technologie, et plus particulièrement l'utilisation d'Internet, a aujourd'hui colonisé toutes les couches sociales. Le lecteur DivX que l'on peut brancher sur la télé permet de visionner un film de manière tout aussi agréable que si on l'avait loué ou acheté. Bientôt, on verra apparaître le nouveau format du DivX (6.0) qui permettra de créer un menu avec un choix audio, de chapitres, de bonus tout comme sur un DVD. Et surtout, ce nouveau format apportera une qualité d'image bien meilleure que celle du format actuel, ce qui est un point capital pour le consommateur.

On peut citer quelques facteurs sociologiques au piratage. D'une part, le bouche-à-oreille au sein d'une école ou d'un cadre amical peut pousser à s'initier au piratage. Par exemple, si une personne donne des copies d'un film qu'il a téléchargé à un ami, ce dernier peut facilement être séduit par la facilité de l'acte sans pour autant réaliser le caractère illégal de ses actes tant la consommation est devenue massive. D'autre part, la sensation de puissance que peut évoquer l'image du pirate est très excitante pour une jeune personne.

## ***I-3 Quelle législation envers le piratage ?***

### ***I-3-1 Mesures existantes visant à la protection de la Propriété Intellectuelle et du Copyright***

Le code de la Propriété Intellectuelle sur la propriété littéraire et artistique vise à protéger la paternité des œuvres artistiques.

Le problème de la diffusion sur Internet est le suivant : les biens deviennent non exclusifs et non rivaux, c'est-à-dire qu'ils sont facilement copiables sur différents supports, que les consommateurs peuvent facilement se les échanger et que le fait d'en posséder un n'empêche pas les autres consommateurs de le posséder aussi.

Afin d'assurer la protection du droit d'auteur on a :

- Le Droit américain :

DMCA : Digital Millennium Copyright Act - 1998 : ce texte de loi américain permet la protection juridique des mesures de protection des œuvres.

- Bruxelles suit avec EUCD : European Union Copyright Directive 2001 qui transpose la mesure DMCA à l'Europe.
- La France, quant à elle possède une commission relative aux libertés informatiques : la CNIL (Commission Nationale Informatique et Liberté), chargée d'étudier et de proposer des transpositions et des textes de lois nouveaux pour pallier le vide juridique autour des nouvelles technologies.  
La CNIL propose la nouvelle loi Informatique et Liberté (6 juin 78, 6 août 2004) lui



autorisant un contrôle plus vaste des contenus et autorisant les grands collectifs de défense de l'industrie de la musique et du cinéma à utiliser des messages de prévention dès téléchargement illicite. Elle se réserve le droit de créer des listes noires d'adresses IP.

### *I-3-2 Problèmes juridiques sous-jacents et harmonisation juridique de la question*

La copie privée est une exception à l'usage des œuvres dans le CPI. Elle rend difficile l'application des lois type DMCA ou EUCD. Notamment les collectifs comme EUCD Info luttent pour assurer la régulation de l'EUCD pouvant nuire aux applications Open Source. On comprend aisément qu'une dimension politique se mêle à la dimension juridique de la copie privée. On peut noter aussi les mesures telles que le TPCA Palladium ou les DRM de Microsoft rejetées en France par la Défense nationale pour des raisons stratégiques cette fois : elle ne voulait pas voir appliquer des mesures difficiles à contourner sur tous les ordinateurs en France.

Des exemples notables d'abus du DMCA sont recensés comme les cas Verizon vs RIAA (problème : vouloir révéler l'identité des 'pirates'). Les projets de lois comme les lois relatives au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information : 1 juin 2005 montrent l'obligation qu'à la France à se tenir aux dispositions européennes tout en faisant éclater la difficulté à concilier copie privée et protection des mesures anti-pirates.

Toutes les mesures de sécurité doivent permettre au moins une copie mais tout détournement de ces mesures peut coûter jusqu'à 3 ans de prison et 300 000 € d'amende (peine pour contrefaçon).

Ce projet de loi contenait une clause pour la licence légale rejetée après intervention des rapporteurs. M. Christian Paul à l'origine de ce projet voulait voir cesser la bataille juridique et autoriser la libre circulation des matériaux sur internet. Cependant il lui fut affirmé que si la licence légale pouvait profiter au monde de la musique, elle romprait la chaîne de financement du cinéma.

## ***Partie II : Des impacts réels sur l'industrie du cinéma***

### ***II-1 Le monde du cinéma : des opinions divergentes***

En ce qui concerne l'industrie cinématographique, les impacts sont, on l'a vu, bien réels. Cependant bien que les victimes du phénomène se fassent entendre, certains avis sur le sujet divergent. En effet, si les droits d'auteurs ou d'artistes sont souvent violés, certains acteurs voient leur image agrandie, certains producteurs visant plutôt à transmettre un message préfèrent faire moins de bénéfices mais que leur film se transmette et puisse être vu par un maximum de personnes.

Aussi allons-nous maintenant nous intéresser aux impacts réels vus par les artistes du piratage.

En effet, en premier lieu, à l'heure où l'Etat français voudrait réduire à néant l'échange de fichiers illégaux sur le net, un récent sondage réalisé auprès de 2755 artistes américains issus



majoritairement du domaine de la musique et du cinéma (les domaines qui auront subi le plus de piratage ces derniers temps) démontre que ceux-ci ne seraient pas aussi remontés contre le peer-to-peer que les majors eux-mêmes...

Pour donner quelques exemples de chiffres, ils seraient 35 % à considérer que l'échange de musique ou de films via les réseaux peer-to-peer aurait eu un effet positif sur leur carrière contre 5 % qui affirment un effet négatif. Ou encore plus impressionnant, 21 % considèrent que leurs ventes ont augmenté grâce au peer-to-peer, contre 5 % qui déplorent une baisse. Par contre, 34 % des interrogés disent n'avoir enregistré aucun changement de ce côté... De surcroît, 19 % affirment également que la diffusion de leurs morceaux phares sur Internet aurait facilité leur passage en radio, et 30 % considèrent avoir vu le nombre d'entrées payantes à leur concert augmenter de cette façon.

En résumé, les artistes américains ne seraient pas aussi touchés que l'on veuille bien nous le faire croire, puisqu'ils l'admettent eux-mêmes. Il reste cependant les maisons de disque et les sociétés de productions de film, qui accusent un manque à gagner à chaque fois qu'un cd est piraté et mis sur le net. Ce sont d'ailleurs eux qui s'évertuent à chercher des protections anti-copies pour préserver l'intégrité de leurs ventes, pas les artistes...

De toute manière, la question de la piraterie sur Internet porte surtout sur des fichiers protégés par des copyrights. Ainsi, les acteurs ou artistes sont peu touchés, et certains préfèrent voir une image d'eux-mêmes se développer.

Invité d'un colloque sur le sujet lors du festival de Cannes 2003, le réalisateur de *Kill Bill*, Quentin Tarantino, s'est exprimé sur le piratage. Il a décrit celui-ci comme un danger pour tous les métiers du cinéma. Un rien provocateur, il a aussi confessé un penchant certain pour les images rares, introuvables, voire interdites à la vente. L'assistance a eu l'applaudissement poli, et a évité de faire trop la morale à ce grand enfant surdoué, mais quelque peu turbulent. En effet, a-t-il ajouté : *« Il y a un bon et un mauvais côté à tout cela. Du mauvais côté, il faut reconnaître que le piratage est une menace pour tous les métiers du cinéma. Pour le contrer, nous sommes souvent obligés de sortir les films quasi simultanément dans nombre de pays afin d'éviter le plus possible la diffusion de copies illégales. Mais il existe aussi un bon côté. Prenez l'exemple de la Chine (où nous avons tourné Kill Bill pendant trois mois). Eh bien le gouvernement chinois n'a jamais autorisé la diffusion du film sur son territoire. Et dans le cas de la Chine, je suis content qu'ils piratent le film, car au moins cela permet aux gens de le voir ! J'ai toujours voulu voir ce film : El Topo, d'Alejandro Jodorowski, qui pour des raisons légales n'était pas visible depuis des années. Eh bien un jour, j'ai finalement réussi à mettre la main sur une copie illicite d'une copie d'une copie d'une copie d'une copie d'une version japonaise, dont la vision ressemblait à un aquarium, mais c'était génial ! »* On retrouve ainsi l'avis du consommateur qui peut s'approprier ce qu'il veut par Internet. Les propos de Tarantino sont d'autant plus intéressants qu'on y retrouve les avis des acteurs du monde du cinéma, et ceux des consommateurs rassemblés.

Pour poursuivre sur le sujet, Michael Moore, le réalisateur du film *Fahrenheit 9/11*, qui a pour but de sensibiliser le monde à la politique de l'administration Bush, n'a pas d'objection au fait que son film soit mis en téléchargement sur les logiciels de Peer-to-Peer, comme eMule ou ex KaZaA. Il a également déclaré au *Sunday Herald* être opposé aux lois sur la protection de la propriété intellectuelle. Il trouve que le P2P est un bon moyen de diffusion pour son film qui est avant tout un message qu'il veut faire passer pour que "le monde change" et une contribution afin d'éviter la réélection de Bush en novembre. Sa seule restriction est que les copies pirates ne servent pas à un but lucratif, il voit le téléchargement comme l'emprunt d'un DVD. Il y a quelques temps, alors que Moore cherchait quelqu'un pour diffuser son film et que Disney essayait à tout prix d'en interdire la diffusion, il avait pensé à diffuser son film par le P2P exclusivement.

Il est donc dans une logique totalement différente des grands studios de cinéma qui veulent endiguer à tout prix le piratage qui leur fait perdre selon eux 2.5 milliards d'euros chaque année. Par contre, il n'est pas le seul réalisateur à encourager le piratage des films, Quentin Tarantino, on l'a vu

avait incité les internautes à télécharger ses films (comme Pulp fiction en plus de Kill Bill) en y mettant la condition qu'il ne soit pas disponible à la vente dans le pays de l'utilisateur.

Cependant, peu prônent le piratage, et le peer-to-peer. A l'annonce de la création d'un centre de recherche par six grands studios hollywoodiens, on s'imagine des équipes planchant sur la transition du secteur vers le numérique. Ce ne sera pas tout à fait le cas. Le MovieLabs (Motion Picture Laboratories pour la version longue) annoncé lundi ne s'attachera pas à améliorer la qualité des images ou à développer des nouvelles techniques de diffusion. Signe de la nouvelle obsession hollywoodienne, sa tâche se limitera à la lutte contre le piratage. *«Nous n'allons pas chercher comment faire de nouveaux types de films»*, a expliqué Dan Glickman, président de la Motion Picture Association of America (MPAA), l'association regroupant les grands noms du secteur. Si les studios (Walt Disney, Paramount, Twentieth Century Fox, Sony, Universal et Warner Bros.) ont voulu ce projet, c'est pour autre chose : *«Notre priorité la plus haute est la protection de l'intégrité de nos produits.»* Ainsi, ce ne sont pas les artistes ni les acteurs qui demandent du changement, mais bien les maisons de production de les studios.

En ce qui concerne la stratégie des studios pour se faire entendre, la liste des derniers communiqués sur le site de la MPAA, censée pourtant représenter l'ensemble des intérêts des studios, est révélatrice de cette monomanie : cela va de la *«saisie record d'équipement d'enregistrement (...) dans une usine pirate de disques optiques à Manille»* fin août aux mesures lancées contre les *«voleurs texans de l'Internet»* ou la fermeture par la police de Chicago du *«labo d'un pirate de films»*. L'annonce la plus spectaculaire est sans doute le lancement, à la fin du mois d'août, de 286 nouveaux procès contre des particuliers. Pour la première fois, la MPAA a obtenu des noms d'utilisateurs en se faisant transmettre des relevés de connexion sur des sites fermés au début de l'année. Toute la stratégie des studios, suivant celle engagée un peu plus tôt par les maisons de disques, vise à faire peur : *«Voleurs de films sur l'Internet, soyez avertis : vous n'avez aucun ami dans la communauté des internautes lorsque vous vous engagez dans le vol de copyright»*, a ainsi lancé le responsable anti-piratage de la MPAA en annonçant les nouvelles poursuites.

Ensuite, la question de responsabilité intervient dans le problème. Les opinions négatives sur le sujet sont nombreuses et font bouger les choses. En effet, les fournisseurs de contenu (maisons de disques, éditeurs, producteurs...) ont également leur part de responsabilité : ils ont non seulement sous-estimé la menace, mais également sous-estimé les besoins des utilisateurs. De nos jours, indépendamment de la problématique de coût (gratuité du piratage), il y a une vraie demande des utilisateurs pour pouvoir accéder à du contenu via Internet et les écouter/visualiser à partir du PC. Les toutes premières offres légales (et donc payantes) de téléchargement de musique ne sont apparues que très récemment... Seulement, il est un peu tard pour espérer contrer les systèmes illégaux, utilisés par des millions d'utilisateurs. De plus, il n'y a toujours aucune offre en France permettant de télécharger légalement des films. Et de toutes façons, un utilisateur a toujours plus d'intérêt à utiliser le système gratuit plutôt que celui qui est payant.

L'effet pervers de ce système, c'est qu'il réduit d'autant la rémunération des artistes. Et sans rémunération, les artistes ne pourront que disparaître (à commencer par ceux dont les œuvres sont justement plus artistiques que commerciales). Au final, les consommateurs n'auront réussi qu'à détruire ce qu'ils appréciaient tant : la création artistique. Ce message est peu diffusé par certains acteurs, car peu crédible aux yeux du consommateur.

Enfin, les fournisseurs d'accès Internet jouent aussi un rôle dans le développement du piratage, mais essaient de le cacher : les campagnes de publicité pour les accès haut débit sont souvent basées sur la possibilité de télécharger gratuitement musique et films : bref, c'est une incitation au piratage.

Ainsi, du point de vue d'un consommateur, les avis sur le piratage divergent relativement. En effet, ces derniers ont le choix sur Internet ; il existe par exemple des sites de téléchargement payant, légaux, ainsi que des sites de téléchargements illégaux. En ce qui concerne les opposants au

téléchargement, c'est-à-dire les maisons de production, les artistes ou les acteurs, les avis divergent un peu plus. Cependant ceux qui ont des avis favorables sur le piratage ne feront rien pour l'empêcher ou pour faire en sorte que les mesures anti-piratage ne soient pas mises en œuvre. Les acteurs ou artistes se retrouvent souvent dans cette catégorie, mais ils ne prônent pas le piratage, ils ne critiquent tout simplement pas ce dernier. Au contraire, les avis défavorables sont bien sûr nombreux. Les maisons de disques, les studios, par exemple, défendent les copyrights, les droits d'auteur et essaient de souligner la perte financière due au piratage. Ceux-ci essaient de trouver un changement...

## ***II-2 La réalité : des conséquences sur les différentes chaînes de valeur***

Afin de comprendre et d'évaluer l'impact du piratage sur l'industrie cinématographique, il est nécessaire d'en étudier la chaîne de valeurs. En d'autres termes, il nous faut déterminer l'enchaînement d'activités permettant d'aboutir à un film projeté en salle, ou à un DVD en vente ou en location. Ceci permettra de comprendre l'impact de chaque acteur sur le comportement des coûts. Une fois la chaîne analysée nous pourrons faire un diagnostic de la situation actuelle et réfléchir à une stratégie convergeant vers un optimum économique.

L'industrie cinématographique se caractérise par deux canaux de distribution : les salles de cinéma et les distributeurs vidéos. Dans les deux cas, la chaîne est simple: en amont, se trouvent les créatifs, puis viennent les diffuseurs. Le tout est financé via la signature d'un contrat avec le producteur, c'est le triangle d'or de l'industrie cinématographique.

L'unique différence réside dans le nombre et la nature des intermédiaires présents entre et le consommateur final.

### ***II-2-1 La chaîne de valeur du cinéma***

- **La production**

Le rôle du producteur est de rassembler les éléments nécessaires à la fabrication du film, les moyens de financement ne constituant qu'une partie de ces éléments. Il est courant que, pour produire un film, plusieurs producteurs s'associent ; on parle alors de co-production.

Le Directeur de Production est un technicien chargé de la gestion du film, jusqu'à l'établissement de la première copie projetable.

Plusieurs sources de financement sont possibles pour un film :

#### **LE PRODUCTEUR**

Il peut arriver que le producteur dispose, à lui seul, de capitaux suffisants pour couvrir toutes les charges du film. C'est une situation assez rare

#### **LA COPRODUCTION**

Plusieurs producteurs s'associent financièrement. Les coproducteurs peuvent être du même pays ou de pays différents. La participation de chacun détermine la répartition des pertes ou des bénéfices.

#### **LES BANQUES**

Il existe des banques spécialisées qui consentent des crédits bancaires dont le montant peut atteindre le tiers du budget du film.

#### **LES À-VALOIR DISTRIBUTEURS (OU AVANCES)**

Ils constituent également une part non négligeable du financement. Le distributeur, intermédiaire entre le producteur et l'exploitation, accepte de participer à la production en garantissant un à-valoir sur les futures recettes. Le distributeur se rembourse sur les recettes lors de la sortie du film.

#### **LA PRÉVENTE AUX TÉLÉVISIONS**

Les télévisions font des versements forfaitaires anticipés sur le droit de diffusion du film. Elles peuvent être aussi coproductrices.

#### **LA MISE EN PARTICIPATION**

De plus en plus fréquent, les techniciens, les acteurs, investissent tout ou partie de leur salaire. C'est une forme de coproduction. Ainsi associés aux risques, ils perçoivent en retour une part des recettes.

#### **PAIEMENT DIFFÉRÉ**

Certains fournisseurs (laboratoire, studios, pellicule, location de matériel, assurances) acceptent le paiement différé des sommes qui leur sont dues.

C'est à travers toutes ces ressources que le producteur réunit les sommes nécessaires à la réalisation du film. Mais son rôle ne se cantonne pas à la fourniture des fonds: C'est lui qui établit les devis, le plan de travail. Il gère l'argent de la production. C'est également à lui qu'il revient en dernier ressort (même si cela se fait à l'initiative du réalisateur) de constituer l'équipe la plus performante en fonction du projet et des moyens mis en œuvre

### **Répartition financière par poste**

<b>Nom du poste</b>	<b>Part</b>
Droits artistiques	5,8 %
Réalisateur	1,4%
Techniciens	19,9%
Interprètes	11%
Studios 0,6%	0,6%
Pellicule/Labo 6,4%	6,4%
Décors/Costumes 7,7%	7,7%
Transport/Régie/Défraiements 8,9%	8,9%
Moyens Techniques	7,6%
Assurances	1,4%
Charges Sociales	12,7%
Imprévus/Frais généraux	16,6%

- **La distribution**

La diffusion des films dans les salles est assurée par le distributeur jouant, en quelques sortes, le rôle d'intermédiaire entre le producteur et les exploitants de salles.

Le rôle premier du distributeur consiste à trouver les nouveaux films qui enrichiront son "portefeuille". Cette étape franchie, il doit négocier avec les producteurs les droits d'exploitation de ces films. Cette démarche est facilitée lorsque le distributeur est co-producteur. Ces négociations sont exclusivement régies par la loi de l'offre et de la demande, car un film n'a pas d'autre valeur

que celle que lui reconnaît l'intérêt du consommateur.

Sur chaque billet, et à la caisse de cinéma, un pourcentage va au distributeur. Il partage ces recettes avec le producteur selon la répartition prévue dans le contrat qui les lie. Le distributeur finance tous les frais de sorties de films : doublage, sous-titrage, tirage des copies, promotion, etc.)

- **L'exploitation**

Dernier maillon de cette chaîne, c'est le lieu que fréquente le public. C'est aussi la source des recettes du film car tout part du billet délivré par la caisse. Cette entrée qui va se répartir en cascade en taxes, distributeurs, producteurs, etc.

Le ticket de cinéma est un élément important et vital dans la chaîne économique du cinéma. Il est le moyen de rémunération de tous les acteurs impliqués dans la fabrication et l'exploitation d'un film. Il est émis par le Centre National de la Cinématographie. Il est numéroté, de plusieurs couleurs (en fonction des tarifs et des films). Une partie de ce dernier est détachée et conservée par l'exploitant. C'est le justificatif du nombre d'entrées déclarées sur ses bordereaux en cas de contrôle du CNC. Le prix du billet va se répartir en cascade : en taxes, exploitant, distributeur, producteur.

Le prix moyen d'une place de cinéma est de 5,74 e. La répartition des recettes cinématographiques se fait de la façon suivante:

<b>Taxes = 16,20 %</b> <b>0,93 e</b>
<b>Exploitant = 42,17 %</b> <b>2,42 e</b>
<b>Distributeur = 41, 63 %</b> <b>2,39 e</b>

Dans le cadre d'un accord de distribution traditionnel, le recette facturée par le distributeur est répartie entre la commission de distribution ( généralement entre 20% et 25 %, soit 0,50 e environ par entrée) et la part producteur ( 1,89 e par entrée)

## *II-2-2 La chaîne de valeur de la vidéo*

- **L'édition**

L'activité de l'édition vidéo se rattache essentiellement à la production du support physique et à sa gestion à long terme.

L'éditeur négocie les droits, le plus souvent avec un producteur. Il est responsable des principaux éléments de la mise sur la marché du produit ainsi que le suivi juridique, administratif et comptable de l'exploitation commerciale du titre. Il fixe les prix de vente éditeur et les quantités produites et mises sur le marché.

- **La distribution**

Le distributeur vidéo assure tous les aspects de la mise à disposition des titres édités. C'est lui qui définit les conditions générales de vente et qui négocie le référencement des titres.

- **Les points de vente ou de location:**

Un distributeur vidéo fait appel à de nombreux intermédiaires pour atteindre le consommateur final. Il peut directement traiter avec quelques clients, les grands comptes des grandes surfaces alimentaires, des grandes surfaces spécialisées qui mettent directement le produit à disposition du consommateur. Il vend à des grossistes qui fournissent un grand nombre de point de vente ou de location. Il peut également atteindre des marchés très spécifiques comme les librairies ou la vente par correspondance.

Le prix moyen d'un DVD est de 21,30€. La répartition des recettes générée par la vente d'un DVD se fait de la suivante:

<i>Producteur (ayants droits) : 2,44 e</i>
<i>Éditeur : 7,94 e</i>
<i>Distributeur vidéo: 1,84 e</i>
<i>Circuit de vente : 5,24 e</i>
<i>Taxes: 3,84 e</i>
<i>TVA: 19,6 % + Taxe Vidéo (TSV): 2 %</i>

### *II-2-3 L'impact du piratage sur les chaînes de valeur*

Chaque maillon de la chaîne de production et de distribution cinématographique est en équilibre par rapport à l'autre. Ainsi il court-circuite un des acteurs de la chaîne de valeur et pénalise tous les acteurs en amont.

Si l'on admet que le pirate qui télécharge des films illégalement n'ira pas les regarder au cinéma, ce sont les parties exploitation et distribution du film qui ne seront pas rémunérées. Et ceci est doublement problématique, car non seulement cela nuit directement aux producteurs, mais cela nuit surtout à l'industrie du cinéma en général.

L'industrie cinématographique est souvent comparée à une industrie de prototype ; car sur tous les films qui sont annuellement produits, seulement 5 à 10% d'entre eux réalisent un carton au Box Office. Et ce sont le plus souvent des films de grosses maisons de production. Ces quelques films permettent de gagner suffisamment d'argent pour subventionner d'autres films moins grands public ( par le truchement d'aides à la création et d'avances sur recettes). Aussi, le pirate qui télécharge en priorité des Blockbusters pénalise les films indépendants en s'attaquant directement à



leur source de financement.

Ainsi, si les pirates se mettaient à moins fréquenter les salles de cinéma, il n'y aurait plus assez d'argent pour financer les oeuvres. C'est aussi simple que cela. Cependant il faut être vigilant avant d'avancer une telle chose ; car encore faut-il démontrer qu'il existe une corrélation entre le piratage et la diminution de la fréquentation des salles de cinéma.

La production cinématographique est caractérisée par une certaine chronologie des médias. Cela signifie que l'ordre et les délais de diffusion d'un films sont prédéterminés afin de garantir un certain niveau de recettes aux films diffusés en salle, et ainsi protéger les exploitants de salles de la télévision ou de la vente ou location des cassettes/ DVD.

un film ne peut être mis en location ou vendu en vidéo ou DVD que six mois après la délivrance du visa d'exploitation, donc à peu près six mois après le début de sa diffusion en salle de cinéma. Une fois ce délai franchi, l'exploitation vidéo peut enfin commencer.

Mais grâce aux vidéos amateurs dissimulées dans les salles de projection, il n'est pas rare qu'un film se retrouve sur le réseau avant même sa sortie en DVD. Et ceci peut s'avérer extrêmement dangereux pour l'industrie du DVD: Le pirate peut disposer de la copie d'un film très longtemps avant sa sortie sur les circuits de vente ou de distribution, et n'éprouvera pas nécessairement le besoin de se procurer le « vrai » DVD du film. Par conséquent, les parties distribution vidéo, édition et production ne seront pas rémunérées.

Le principal danger du piratage réside dans la rémunération insuffisante de la production et de la création, ce qui peut s'avérer très néfaste pour l'industrie du cinéma. Aussi un modèle économique qui supporterait le piratage doit absolument assurer une juste rémunération des parties production et création nécessaires à la pérennité du septième art.

## ***Partie III : Des modèles pour remédier au piratage***

### ***III-1 Des modèles déjà mis en œuvre***

#### ***III-1-1 Etude du modèle de location par Internet***

Ce mode de téléchargement n'existe pour l'instant qu'aux Etats-Unis et est le résultat d'un groupement des plus grandes maisons d'édition du cinéma américain dont Warner Bros, Paramount Pictures, Universal Pictures, Sony Pictures Entertainment et Metro-Goldwyn-Mayer. Movieline naissait alors en novembre 2002 et possédait un catalogue d'environ 120 films. L'entrée de Walt Disney en juillet 2003 permit au catalogue de se monter à 400 films.

Nous allons étudier dans ce modèle les impacts sur la chaîne de financement du cinéma ainsi que la stratégie des majors pour faire face au piratage. Les chiffres que nous donnerons sont issus de l'étude menée par Stanford L. Levin, John B. Meisel et Timothy S. Sullivan du Département Economie et Finance du Southern Illinois University, Edwardsville.

Plus un film apparaît tôt sur une des fenêtres de diffusion, et plus il génère de spectateurs. L'accès Internet se généralisant, il est envisageable de placer plus tôt le téléchargement pour qu'il atteigne plus de personnes et donc génère plus de bénéfices.

De plus, il devient plus difficile de copier un contenu s'il apparaît tôt. Il est presque aussi facile de copier un contenu en téléchargement que sur un support DVD et plus difficile que pour le



PPV. Le consommateur moyen ne possède pas forcément la connaissance et le niveau d'expertise nécessaire pour contourner les mesures de protection du PPV alors que les appareils existants détournent simplement les mesures de protection DVD. Les Majors tentent de faire valoir leur mesures de protection auprès des industriels de l'audio-visuel et du multimédia afin qu'ils installent des mesures de protection supplémentaires.

Si la distribution Internet se généralise et que les moyens de copier deviennent plus accessibles, l'impact sur la location pourrait être dramatique. Les entrées en salle semblent (comme pour les concerts) peu affectées par le piratage en général. Cette tendance est à nuancer compte tenu des derniers chiffres sur la fréquentation des salles en Europe.

La seule concurrence qu'offre les DVD sont leur capacité à être visionnés sur un écran de télévision classique, alors que le téléchargement suppose de regarder le film sur l'écran de l'ordinateur. C'est ici que le parallèle s'arrête avec l'industrie de la musique. On peut, en effet télécharger de la musique et l'écouter partout sur des supports variés. La musique téléchargée peut d'ores et déjà être fixés sur des supports variés (baladeurs, CD, ordinateurs, lecteurs des voitures) alors qu'on est moins enclin à regarder un film dans sa voiture ou pendant son jogging.

Néanmoins, l'avancée technologique permettra de plus en plus de pouvoir interconnecter écran de télévision géant avec son ordinateur, de grandes capacités de stockage ou Internet, ce qui signera la fin du DVD si le téléchargement se généralise.

Les majors de l'industrie du cinéma mènent une bataille acharnée avec les FAI (Fournisseurs d'Accès Internet). Le respect de la vie privée, le droit à la copie privée, le manque de protections efficaces jouent en défaveur de ces industriels. De plus le cadre légal dans les divers pays empêche une action au niveau mondial.

Ce point est particulièrement important puisque le piratage par Internet se fait principalement via les réseaux P2P et les fournisseurs de ces logiciels se trouvent décentralisés. Les utilisateurs de ces réseaux se montaient à 11 millions en 2002.

Le dernier point est le facteur culturel qui fait que l'internaute ou le membre d'un réseau local ne considère pas comme du piratage, mais comme du partage simple, la libre distribution des biens informationnels. Le consommateur est donc difficilement enclin à s'interdire le téléchargement ou l'échange sur les réseaux parallèles, connaissant leur gratuité ou leur faible coût ce qui évidemment est peu contrôlable par les majors.

En conclusion on montre que le téléchargement légalisé et la location par internet sont difficiles à mettre en œuvre. Le catalogue de films existant sur MovieLink est restreint (environ 500 films) et encore cher. Les habitudes des consommateurs et la difficulté à protéger les contenus et à rendre le bien informationnel excluable aussi bien par les protections de cryptage que les dispositions légales sont un véritable problème pour l'industrie du cinéma. Aussi, les majors, frileux, ne veulent pas voir leur chaîne de financement et le panorama de leur réseau de distribution changés. Peut-être que le véritable changement sera dans une redistribution de la part des supports fixes en location ou en vente vers les autres réseaux de distribution comme Internet et le PPV. L'évolution de l'entrée en salle est aussi à prendre en compte et peut offrir une alternative intéressante.

### *III-1-2- La taxe sur la copie privée ou comment récupérer le manque à gagner*

Afin de compenser les pertes constatées suite à l'expansion du téléchargement illégal,

l'industrie du cinéma, après avoir à peu près tout essayé en vain pour endiguer cette pratique, ont décidé d'imposer une taxe dite « sur la copie privée ». Cette taxe s'applique à presque tous les supports de contenus incitant au piratage : CD/DVD vierges, graveurs, lecteurs MP3. En juillet 2002, elle s'est même étendue aux supports numériques. Ainsi, les téléviseurs et décodeurs numériques se sont vus taxés tout comme les autres supports.

Les responsables de la mise en place de cette rémunération compensatrice en France forment une commission, présidée par Francis Brun-Buisson, qui regroupe un collège de 24 représentants : 12 sièges pour les ayants droit (auteurs, compositeurs), 6 sièges pour les industriels et 6 sièges pour les consommateurs. Elle est chargée par le gouvernement d'élaborer le montant à reverser aux ayants droit, en compensation du droit à la copie privée, ainsi que le prévoit la loi de 1985. La rémunération est calculée en fonction de la taille du support et de son usage.

Mais alors, quelle est la part de cette taxe dans le prix que paie le consommateur ? Voici les chiffres :

- Support analogique : sonore : 28.51€ / 100 heures - VHS : 42.84€ / 100h
- Support numérique : sonore : 45.73 / 100h - audiovisuel : 125.77 / 100h
- Mémoire amovible audio : 1.05€/100 Mo

Ce qui donne à l'unité sur chaque support :

Minidisc : 0.56€ (74 mn)  
 CD-R/RW audio : 0.56€ (74 mn)  
 CD-R/RW data : 0.32€ (650 Mo)  
 DVD-R/RW: 1.27€ (4.7 Go)  
 Mémoire amovible audio : 0.33€ (32 Mo)  
 K7 audio : 0.28€ (60 mn)  
 VHS : 0.42€ (60mn)  
 Baladeur/eng mp3 : 0.33€ (32 Mo)  
 DD tv/magneto/décodeur (eng numérique vidéo) : 10€/40 Go ; 15€ 40-80 Go  
 DD baladeur/salon (eng numérique sonore) : 8€/5Go ; 20€/20-40 Go

Cette taxe est perçue par deux sociétés civiles rattachées à la Sacem : Sorecop pour les supports audio et Copie France pour les supports audiovisuels. Les modalités de redistribution des fruits de cette taxe par ces deux sociétés sont définies par leurs Statuts.

<b>SORECOP</b> reverse :	50 % au collège des auteurs (SACEM-SDRM, SACD, SCAM) 25 % au collège des artistes-interprètes (ADAMI, SPEDIDAM) 25 % au collège des producteurs (SCPP, SPPF,SCPA).
<b>Copie France</b> reverse :	1/3 au collège des auteurs (SACEM-SDRM, SACD, SCAM) 1/3 au collège des artistes-interprètes (ADAMI, SPEDIDAM) 1/3 au collège des producteurs (PROCIREP/SCPA).

On peut s'interroger sur le gain de l'industrie du film et de la musique. apporté par cette redevance. Selon l'ARP (société civile des auteurs, réalisateurs producteurs), l'ensemble des collectes 2004 de COPIE France de la taxe sur le copie privée en France représente un total de **25.5 millions d'euros**.

On connaît en France le nombre de téléchargements par jour : 1.1 millions. Ce qui donne pour l'année 2004, 401.5 millions de téléchargements. Admettons qu' à la place de chaque téléchargement illégal, le pirate soit aller au cinéma ou ait acheté un DVD. On fixe à 20€ le prix moyen d'un DVD et à 8 € le prix d'une place de cinéma. Alors, le montant du manque à gagner serait de :  $401\,500\,000 \times (20+8) / 2 = 5\,621\,000\,000\text{€}$

La perte pour l'industrie du cinéma serait donc de  $5621000000 - 255000000 = 5\,366\,000\,000\text{€}$

La taxe serait donc tout à fait négligeable et ne compenserait presque pas le manque à gagner.

Cette redevance suscite de multiples polémiques.

En ce qui concerne la copie musicale, le Syndicat national de l'édition phonographique affirme que 20 % des CDR serviraient à la copie privée de musique et 12% à la copie illicite ce qui signifierait que 68 % des CDR vierges maintenant taxés seraient employés pour un usage strictement informatique (back-up de données, copies de sauvegarde, distribution de logiciels libres etc...). On ne voit pas pourquoi ceux qui enregistrent des données personnelles sur un CD devraient reverser une somme d'argent à des artistes...

Un autre problème est le fait que certains pays comme le Danemark ne font payer aucune taxe sur la copie privée. Ainsi les fabricants des supports tels que CD-R et DVD-R ont peur que cette taxe ne fasse complètement chuter leurs ventes. En effet, il est aisé pour les consommateurs d'aller acheter désormais leurs CD vierges sur Internet par l'intermédiaire de pays n'appliquant pas de taxe et où ces CD seraient moins chers. 30 à 40% des DVD vierges seraient achetés à l'étranger pour être utilisés en France.

Un autre argument qu'avance les détracteurs est que le paiement de la redevance pourrait donner bonne conscience aux pirates qui ayant réglé la taxe se sentiraient simplement copieur récidiviste et penserait « pirater légalement ». Par ailleurs, le coût élevé de cette taxe pour chaque support participe de ce sentiment. Selon les industriels, les chiffres présentés par la Sorecop et Copie France ne tiendraient pas compte uniquement du manque à gagner de la copie privée mais aussi du piratage. L'esprit de la loi est donc par là-même transgressé.

La loi concernant la taxe sur la copie privée ne cesse de progresser puisque la redevance devrait en 2006 s'appliquer aux clés USB et aux disques durs externes. Les associations de consommateurs s'offusquent déjà de ce projet qui pour eux consisteraient à taxer des supports majoritairement destinés à sauvegarder de la data personnelle...

### ***III-2 Un modèle « idéal » : le financement du téléchargement et de la diffusion des films par la publicité***

Devant la quasi-impossibilité technique d'interdire le téléchargement de film sur les réseaux P2P et culture de gratuité chère aux internautes, certains acteurs de l'industrie du cinéma semblent chercher un modèle de financement qui permettrait de télécharger gratuitement des films mais légalement cette fois-ci.

Comme nous l'avons vu, la chaîne de valeur du cinéma est assez complexe. Le modèle que nous allons présenter n'influe pas sur la partie financement du film (production, coproduction, banques, à-valoir,...) mais uniquement sur le système de distribution.

L'idée est simple. Elle cherche, comme cela a été fait pour le reste de l'Internet, à récupérer par des revenus publicitaires de quoi financer la production des films distribués par P2P.

A première vue, cette idée paraît vouée à l'échec puisque qu'un tel modèle économique n'a toujours pas fait ses preuves dans tous les autres secteurs qui ont tenté de fournir du contenu traditionnel payant, gratuitement sur Internet en « finançant cette gratuité par la pub ». Nous reviendrons sur ce point mais présentons d'abord ce modèle prometteur.

L'initiative vient d'Altnet, une filiale de Brilliant Digital Entertainment (BDE) qui s'occupe, entre autre, de la publicité et d'autres contenus payants sur KaZaA. Elle concerne principalement le monde musical mais comme elle s'applique à KaZaA, l'industrie du film ne sont pas très loin.

Son idée n'est finalement pas tellement différente de l'actuelle mission de la Sacem puisque Altnet grâce à la publicité se propose de rémunérer les maisons de disques qui se portent en victime du téléchargement sur la toile. Pour cela, Altnet s'appuie sur le système de gestion des droits numériques Microsoft Windows Media DRM ainsi que sur une technologie de « hachage » pour identifier chaque fichier en circulation sur un réseau P2P. Après avoir défendu les brevets déposés sur cette technologie par le biais d'un accord avec Sharman Networks, propriétaire de KaZaA, sans succès auprès de LimeWire, Altnet souhaite intégrer la pub au réseau P2P. Ainsi, 6 labels auraient accepté la proposition d'Altnet : V2, Artemis, Epitaph/Anti, Side One Dummy and Palm, Simmons/Latham, et Koch Media.

Néanmoins, à part KaZaA, on ne connaît pas les noms des clients qui accepteront l'offre d'autant que de nombreux logiciels de poste à poste sont libres et sans publicité.

Mais, actuellement en Australie, les Majors sont en procès contre Sharman Networks (Kazaa) pour violation de copyright et craignent par ce processus une "fuite" de l'argent en cas de condamnation de Kazaa.

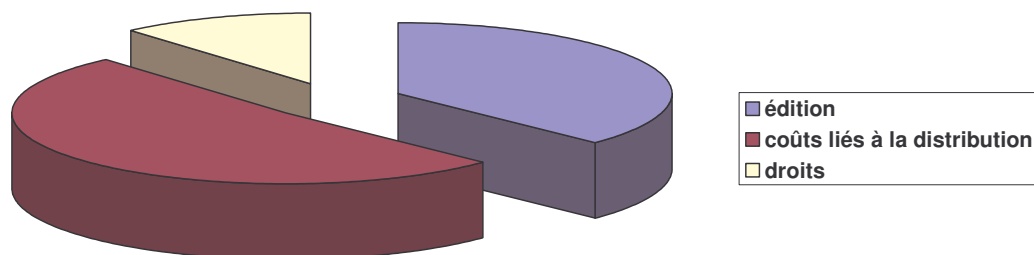
Si Altnet parvient à faire tomber ces murs, pour collecter des fonds grâce à la publicité et les redistribuer sur le compte des labels, la société deviendra agence de pub et société de gestion des droits d'auteurs, une sorte '*Sacem privée*'.

La première objection à ce projet peut-être qu'un modèle équivalent a toujours échoué pour toutes les autres industries de contenus qui sont passées sur internet. Mais plusieurs particularités de l'industrie du cinéma et certaines tendances générale de la publicité peuvent laissé espérer que ce modèle parvienne à être rentable.

Tout d'abord les économies d'échelle dues à la numérisation et à la distribution de film via Internet seraient tellement importantes que les revenus nécessaires pour atteindre la rentabilité ne seraient pas si grands.

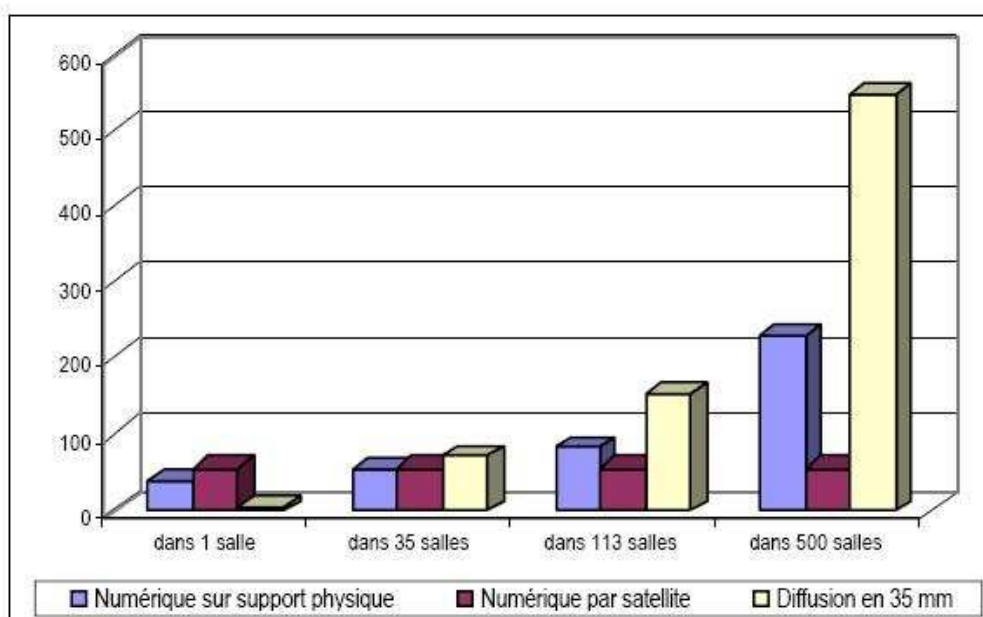
En effet grâce à l'étude précédente on remarque, qu'un DVD distribué sur Internet permet d'économiser (sur un DVD à 21,30€) les 7,94€ correspondant à l'édition et une grosse parties des dépenses liées à la distribution dans des points de ventes traditionnels (les taxes pourraient aussi être revues à la baisse).

## Economies dûes à la distribution d'un film sur Internet



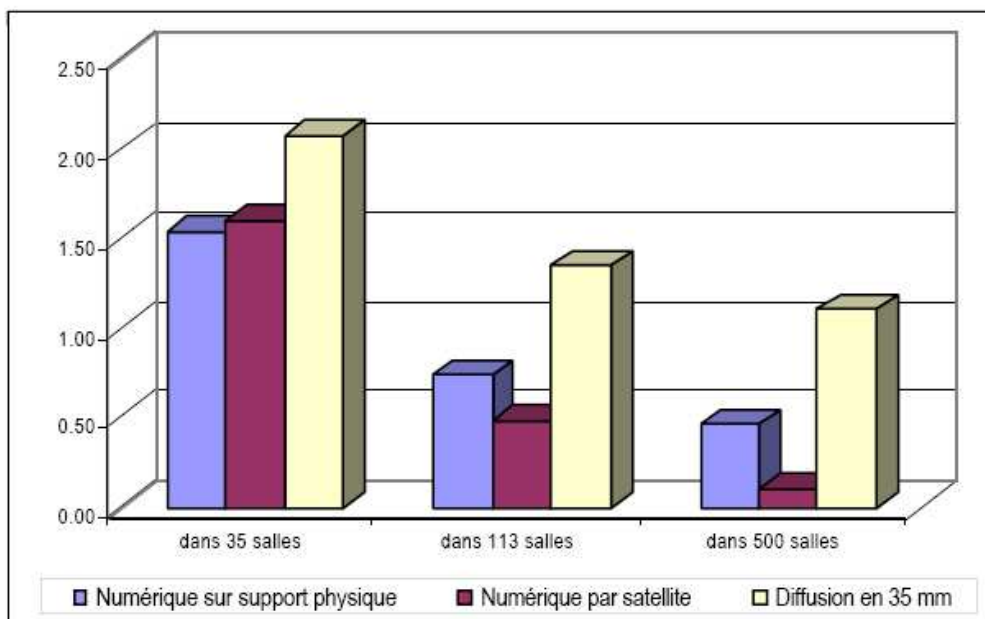
Des économies dans la distribution en salles peuvent aussi être faites. En distribuant par exemple, les films via Internet vers les salles de cinéma et non sur support physique, les économies d'échelle sont vraiment conséquentes.

**Graphique 8. Comparaison des coûts de diffusion d'un film en 35 mm et en numérique selon le plan de sortie (en K€)**



Source : CNC, Etude non publiée (Octobre 2001).

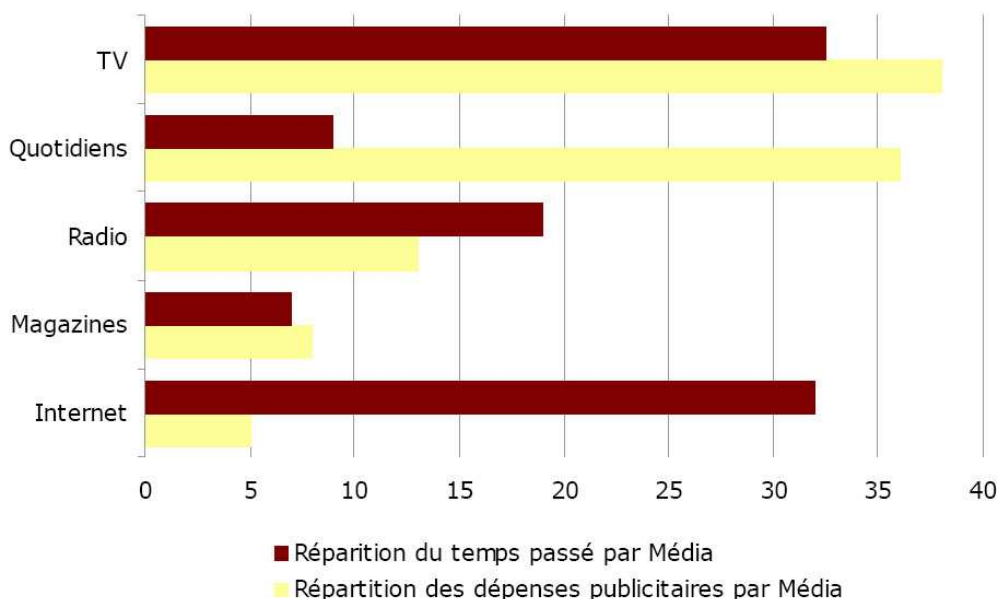
Graphique 9. Coûts unitaires par écran pour la diffusion d'un film en 35 mm et en numérique (en K€)



Source : CNC, Etude non publiée (Octobre 2001).

D'autre part, nous sommes à une période où la plupart des investissements publicitaires sur supports classiques diminuent alors que le segment Internet reste très sous-exploité. En effet, la publicité commerciale et les petites annonces dans la presse ont baissé de 2,2 % en valeur. La publicité extérieure, c'est-à-dire affichage grand format, transport, mobilier urbain et autres, s'inscrit en baisse de 2,7 %. Et surtout les publicités en salles cinéma baissent de 13 %. Seules les recettes publicitaires des grandes chaînes nationales et chaînes thématiques ont progressé de 3 % et la publicité radio a augmenté de 4,3 %. Globalement, les dépenses « grands médias » augmentent légèrement (+ 0,3 %). Le hors média (composé entre autres du marketing direct, de la promotion, de la publicité par l'événement et des relations publiques) accélère sa progression (+ 2,8 %). (3)

Si on compare ces chiffres aux chiffres de la répartition du temps passé par Média, on voit que les secteurs en progression sont ceux sous-exploités. Les perspectives pour la pub internet, même si elles ne sont pas encore visibles, semblent donc très intéressantes.



Etats-Unis, 2003

Source : Forrester Research

## ***Conclusion***

Le piratage des films sous toutes ses formes (ripping et compression en DivX, téléchargement, duplication DVD/DVD) ne cesse de croître.

Même si on peut globalement séparer les pirates en deux catégories (les « téléchargeurs » technophiles et les « receleurs », une population plus large de gens qui profitent du piratage dans un cadre amical ou familial), les raisons de télécharger sont diverses. Elles sont d'abord techniques mais aussi plus profondément liées à une évolution du comportement des consommateurs attachés à la gratuité du monde internet.

Ces changements déstabilisent la chaîne de valeur complexe de l'industrie du cinéma et les nombreux acteurs qui la composent présentent des visions très différentes de la situation.

Les associations de consommateurs défendent avec ferveur les droits des consommateurs en démontrant les bienfaits de ce nouveau moyen de distribution. Elles s'insurgent en particulier contre l'imprécision de la loi qui malgré cela, prévoit de très lourdes peines contre les pirates. Si les consommateurs avancent plusieurs raisons à leur habitude de téléchargement (le prix évidemment mais aussi l'attente, et même des facteurs sociologiques qui banalisent le piratage), ces derniers sont les seuls acteurs à avoir le choix puisqu'il existe des sites de téléchargement payant, légaux, ainsi que des sites de téléchargements illégaux. Les acteurs ou les artistes, en règle général, ne prônent pas le piratage mais ne le critiquent pas non plus. Les maisons de disques, les studios, défendent les copyrights, les droits d'auteur et essaient de souligner la perte financière due au piratage.

Constatant ces conflits d'intérêts, nous avons essayé de présenter plusieurs modèles pour améliorer cette situation extrêmement ambiguë. Mais que ce soit la location sur Internet, la mise en place de taxe sur les supports de copie ou le recours au financement par publicité, ces modèles rencontrent encore de nombreuses difficultés mais ce se sont aussi les seuls porteurs d'espoir qui permettraient de concilier avancée technologique et clarté du marché.



## Sitographie

[www.01net.com](http://www.01net.com)  
[www.bucheron.net/weblogs](http://www.bucheron.net/weblogs)  
[www.generation-nt.com/actualites/10618/croissance-ventes-media-dvd-vierges-2006](http://www.generation-nt.com/actualites/10618/croissance-ventes-media-dvd-vierges-2006)  
[www.celog.fr/cpi](http://www.celog.fr/cpi)  
[www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf](http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf)  
[www.eucd.org/](http://www.eucd.org/)  
[www.cnil.fr/](http://www.cnil.fr/)  
[www.anti-dmca.org/](http://www.anti-dmca.org/)  
[www.framasoft.net/article1528.html](http://www.framasoft.net/article1528.html)  
[www.theage.com.au/articles/2003/07/25/1059084183777.html](http://www.theage.com.au/articles/2003/07/25/1059084183777.html)  
[www.siue.edu/BUSINESS/econfin/papers/](http://www.siue.edu/BUSINESS/econfin/papers/)  
[www.journaldunet.com/itws/](http://www.journaldunet.com/itws/)  
[www.journaldunet.com/0312/031211chronologiemedias.shtml](http://www.journaldunet.com/0312/031211chronologiemedias.shtml)  
[www.zdnet.fr/actualites/internet/](http://www.zdnet.fr/actualites/internet/)  
[www2.unil.ch/gybn/Dossiers/piratage.html](http://www2.unil.ch/gybn/Dossiers/piratage.html)  
[www.cnc.fr/cncinfo/293/eco\\_fil\\_video.pdf](http://www.cnc.fr/cncinfo/293/eco_fil_video.pdf)  
[www.cerna.ensmp.fr/terna\\_numerique/prog/PapiersEHESS/Curien-12-05-04.pdf](http://www.cerna.ensmp.fr/terna_numerique/prog/PapiersEHESS/Curien-12-05-04.pdf)  
[www.silicon.fr/getarticle.asp?ID=8896/](http://www.silicon.fr/getarticle.asp?ID=8896/)

## Bibliographie

Etude CNC « La piraterie de films : motivations et pratiques des internautes »  
Etude CNC « L'offre pirate de films sur Internet »  
Brian Grow, "Dutch Treat" *The Wall Street Journal Online*, Décembre 2002  
Bilan 2003 du marché publicitaire français (IREPFrance Pub)