

# Rapport Hadopi

Impact économique de la  
copie illégale des biens  
numérisés en France

*Quand le chaos économique  
s'immisce dans la révolution  
technologique*



**equancy & co**

47, rue de Chaillot  
75116 Paris  
Tél. +33 (0)1 77 37 05 27  
Fax +33 (0)1 47 20 37 46

**TERA** Consultants  
32, rue des Jeûneurs  
75002 PARIS  
Tél. + 33 (0) 1 55 04 87 10  
Fax. +33 (0) 1 53 40 85 15

S.A.S. au capital de 200 000 €  
RCS Paris B 394 948 731

Novembre 2008

## TABLE DES MATIERES

<b>1 Synthèse de l'étude .....</b>	<b>4</b>
▪ La musique enregistrée .....	4
▪ Le cinéma.....	5
▪ La télévision .....	5
▪ Le livre.....	5
 <b>2 Introduction : une perturbation des anciens ... et des futurs business models .....</b>	 <b>6</b>
 <b>3 L'industrie musicale.....</b>	 <b>8</b>
3.1 Problématique de la copie illégale dans l'industrie musicale.....	8
3.2 Décomposition de la chaîne de valeur .....	9
3.2.1 Les artistes.....	10
3.2.2 Les producteurs .....	10
3.2.3 Les éditeurs .....	11
3.2.4 Les distributeurs en gros .....	12
3.2.5 Les détaillants .....	13
3.3 Estimation d'impact économique de la copie illégale .....	16
3.3.1 La copie physique .....	16
3.3.2 La copie illégale par téléchargement .....	18
3.3.3 Estimation de la perte de recettes .....	20
3.3.4 Estimation de la perte d'emplois directs .....	22
 <b>4 L'industrie du cinéma.....</b>	 <b>23</b>
4.1 Problématique de la copie illégale dans l'industrie cinématographique	23
4.2 Décomposition de la chaîne de valeur .....	25
4.2.1 Les producteurs .....	25
4.2.2 Les distributeurs.....	26
4.2.3 Les exploitants .....	27
4.2.4 Les éditeurs vidéo .....	28
4.3 Estimation de l'impact économique de la copie illégale .....	31
4.3.1 Préambule.....	31
4.3.2 Estimation de la perte de recettes .....	33
4.3.3 Estimation de la perte d'emplois directs .....	37

<b>5</b>	<b>L'industrie de la télévision.....</b>	<b>39</b>
5.1	Problématique de la copie illégale dans la télévision .....	39
5.2	Décomposition de la chaîne de valeur .....	40
5.2.1	Les producteurs .....	41
5.2.2	Les distributeurs.....	42
5.2.3	Les éditeurs .....	42
5.2.4	Les diffuseurs.....	44
5.3	Estimation de l'impact économique de la copie illégale .....	44
5.3.1	Périmètre des pertes induites par la copie illégale .....	44
5.3.2	Estimation des pertes induites par la copie illégale .....	46
5.3.3	Estimation de la perte d'emplois directs .....	49
<b>6</b>	<b>L'industrie du livre .....</b>	<b>51</b>
6.1	Problématique de la copie illégale dans l'industrie du livre .....	51
6.1.1	La lente émergence d'un marché du livre numérique .....	52
6.1.2	Quid la copie illégale? .....	53
6.2	Décomposition de la chaîne de valeur du livre.....	55
6.2.1	Les auteurs .....	55
6.2.2	Les éditeurs .....	55
6.2.3	Les diffuseurs /distributeurs.....	57
6.2.4	Les détaillants .....	58
6.2.5	Bibliothèques .....	59
6.3	Projection de l'impact économique potentiel de la copie illégale.....	60
6.3.1	Projection de la perte de recettes.....	60
6.3.2	Projection de la perte d'emplois directs .....	64
<b>7</b>	<b>Conclusion : des effets directs aux effets induits en termes d'emplois de la copie illégale .....</b>	<b>66</b>
<b>*</b>	<b>Table des illustrations .....</b>	<b>69</b>
<b>**</b>	<b>Bibliographie.....</b>	<b>71</b>

## 1 Synthèse de l'étude

La copie illégale via l'Internet d'œuvres numérisées est un phénomène massif. Cette pratique a un impact économique car elle induit inévitablement une moindre activité, voire une contraction de l'activité des secteurs qui la subisse. Cela induit une perte de chiffre d'affaires et une perte d'emplois. Cet impact purement économique de la copie illégale en France a été peu étudié. La présente étude comble ce manque.

Quatre domaines ont été étudiés : la musique, le cinéma, la télévision, le livre. Il ressort que la copie illégale a un impact direct négatif de l'ordre de 1,2 milliard d'euros au cours de la seule dernière année (2007) sur l'activité des quatre domaines d'activité couverts, cela a induit une destruction nette de 5000 emplois directs. Pour prendre la pleine mesure économique du phénomène, il convient d'évaluer les effets indirects (impacts sur les fournisseurs) et induits (diffusion des revenus). Les enquêtes et études économétriques disponibles indiquent qu'un emploi direct dans les activités étudiées soutient en moyenne la création d'un autre emploi dans le reste de l'économie.

Il s'avère ainsi que « **l'empreinte** » économique en France de la copie illégale peut être estimée à une perte de 10 000 emplois. Et ce montant d'emplois détruits pourrait n'être qu'un « palier » intermédiaire. A mesure de la progression (souhaitable) de la pénétration d'Internet dans les foyers, la base des internautes s'adonnant à la copie illégale se trouvera élargie.

L'enjeu est clair : **pour éviter que 10 000 autres emplois soient à nouveau détruits d'ici à 2012, au moment de l'avènement de la « France numérique », il est indispensable de laisser davantage d'espace économique à de nouveaux modèles innovants en garantissant une rémunération des droits de propriété intellectuelle.**

Par domaine d'activité les impacts mis en évidence sont les suivants :

- **La musique enregistrée**

La musique est très affectée par la copie illégale car le faible poids (en kilo octets) des fichiers échangés a permis très tôt leur circulation via Internet. L'industrie française a été violemment impactée avec une baisse des ventes de près de 40% au cours des dernières années. L'évaluation proposée repose à la

fois sur la copie illégale physique (duplication de CD et DVD musicaux) et celle, désormais plus massive, de l'échange de fichiers (Peer to Peer, ou P2P).

L'estimation de pertes de recettes atteint 369 millions d'euros pour la seule année 2007 impliquant une perte de 1 600 emplois directs.

#### ▪ **Le cinéma**

Les études disponibles estiment qu'un film diffusé en France est disponible en moyenne 40 jours après sa première projection en salle et que le nombre de films téléchargés est déjà aussi important que le nombre de spectateurs présents dans les salles. Cette pratique massive de la copie illégale impacte négativement tout le cycle d'exploitation commercial des films, de l'exploitation en salle jusqu'à la diffusion sur les chaînes de télévision en clair.

L'estimation de pertes de recettes atteint 605 millions d'euros pour la seule année 2007 impliquant une perte de 2 400 emplois directs.

#### ▪ **La télévision**

La télévision se trouve impactée à la fois via ses liens avec le cinéma (en tant que producteurs et parce que les films se trouvent dévalorisés portés sur le petit écran ou diffusés en DVD), mais également via la copie illégale massive de séries TV ou des émissions à fort succès.

L'estimation des pertes de recettes atteint pour ce secteur 234 millions d'euros pour la seule année 2007, soit 950 emplois directs perdus.

#### ▪ **Le livre**

L'industrie du livre est pour l'heure modérément impactée en raison de la faible diffusion de « readers » (matériels et logiciels de lecture ergonomique), de sorte que le livre sur support papier conserve un évident avantage par rapport à une lecture sur écran d'ordinateurs. Cependant, l'émergence d'une copie illégale dans la littérature scientifique ou scolaire, ou bien encore dans les revues, incite à formuler un scénario, prospectif cette fois, sur les dangers de la copie illégale.

La projection des pertes de recettes atteint 147 millions d'euros pour une année, soit également l'équivalent de 750 emplois directs à temps plein perdus.

## 2 Introduction : une perturbation des anciens ... et des futurs business models

L'accès aux œuvres numérisées sans respect des droits de propriété est un phénomène de grande ampleur, banalisé même, à mesure de la diffusion de l'Internet à haut débit et du développement des échanges peer-to-peer (P2P).

Ce non respect des droits de propriété intellectuelle s'immisce dans la « révolution » technologique en cours. L'analyse économique montre que ces comportements de « passager clandestin » (i.e. consommer un bien culturel numérisé sans contribuer à la couverture des coûts requis pour le produire) menacent d'éteindre l'offre future, dès lors que les droits de propriétés afférents ne sont plus respectés.

Dès maintenant, ces comportements menacent la transition entre business models actuels et futurs:

- Les business models traditionnels (CD, DVD, cinéma en salle, ...) subissent une perte de valeur ou un manque à gagner...
- ...tandis que les nouveaux (musique en ligne, VoD, ...) peinent à décoller en raison des incertitudes que fait peser la copie illégale sur les fruits des investissements consentis.

Ainsi, le processus naturel de « destruction-créatrice », par lequel Schumpeter<sup>1</sup> qualifiait les périodes de grande de mue lors de révolutions technologiques, est entravé : des activités sont détruites ou s'érodent, sans que d'autres s'y substituent. En s'immisçant dans la révolution technologique, la copie illégale crée ainsi du chaos économique, retardant l'émergence de la phase de croissance qui devrait succéder à la fin des modèles basés sur les technologies anciennes. C'est plutôt une forme de « destruction-destructrice » qui est aujourd'hui à l'œuvre.

Ce ne sont donc pas seulement les éventuelles « rentes » des actuels leaders dans les industries concernées qui sont menacées, mais également les rentes d'innovation des startups dont l'espace économique se trouve extraordinairement réduit par le piratage : tant il est vrai que tenter de proposer une valeur ajoutée forte, dans un univers où les biens culturels numérisés sont disponibles gratuitement et immédiatement, est peine perdue.

---

<sup>1</sup> In Capitalism, Socialism, and Democracy, Harper, 1942.

Il reste certes une issue : contrer la copie illégale par des nouveaux services eux aussi gratuits et financés par la publicité, gratuité contre gratuité, en quelque sorte. Mais il est à craindre qu'il s'agisse d'une simple échappatoire car, sans accroissement du marché de la publicité, ces recettes procèderont de transferts qui déstabiliseront d'autres secteurs souvent déjà fragilisés (radio, presse écrite,...).

C'est l'arrière-plan dans lequel s'inscrit la présente étude qui propose une estimation de l'impact de la copie illégale sur différentes filières économiques en France, filières produisant et diffusant des biens culturels, à savoir :

- La musique (chap.3)
- Le cinéma (chap.4)
- La télévision (chap.5)
- Le livre (chap.6)

Pour quantifier cet impact, nous procéderons :

- En décomposant chaque secteur en « chaîne de valeur » (c'est-à-dire en désagrégeant l'activité de la conception jusqu'à la distribution).
- En basant nos hypothèses sur des sources identifiées et en évitant les arbitrages maximalistes.
- En « allouant » les pertes le long de la chaîne de valeur.

Il s'agira, dans chaque cas, de proposer à la fois une quantification de l'impact en termes de recettes perdues, mais également d'en traduire les conséquences au niveau de l'emploi direct dans les filières concernées, ainsi que d'emploi indirect et induit (chap.7), afin de couvrir ainsi l'ensemble des conséquences de la copie illégale de ces biens culturels. Il s'agira également de dessiner la menace qui pèse sur ces différents secteurs dans les années à venir, à mesure de l'accroissement (souhaitable) de la pénétration d'Internet dans les ménages et de l'augmentation concomitante des débits qui leur sont proposés.

Inverser la croissance jusqu'alors exponentielle de la copie illégale (notamment par des moyens plus inventifs qu'une gestion des DRM réduisant l'interopérabilité) est un impératif pour éviter qu'en 2012, au terme du plan de développement de l'économie numérique, la France soit devenue une économie de « tuyaux », sans dynamique dans la production de contenus originaux.

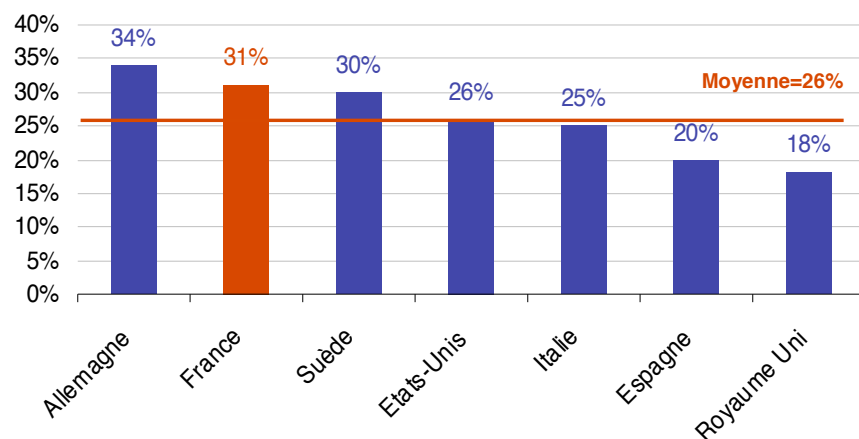
### 3 L'industrie musicale

#### 3.1 Problématique de la copie illégale dans l'industrie musicale

La copie de fichiers musicaux peut être classée en trois catégories. La copie physique consiste, tout d'abord, à graver de la musique sur des CD vierges et à la diffuser sans autorisation. La commercialisation à bas prix de graveurs a induit une explosion de la copie illicite de CD réalisée par des particuliers. Des réseaux de distribution se sont ainsi développés approvisionnant notamment de petits détaillants, mais aussi les écoles, les universités et les.

Le téléchargement via Internet constitue un procédé d'échanges de fichiers directement entre des postes individuels d'utilisateurs connectés à Internet, lesquels mettent à disposition leurs bibliothèques multimédias et, réciproquement, téléchargent des fichiers rendus disponibles par d'autres utilisateurs. Les logiciels P2P constituent le premier outil de circulation, représentant entre 60% et 80% des flux échangés. La France connaît une forte pénétration de ces logiciels, en 2<sup>ème</sup> position après l'Allemagne selon le SNEP.

**Figure 1 : Taux de pénétration du Peer to Peer<sup>2</sup>**



Source : SNEP

<sup>2</sup> En % des internautes.

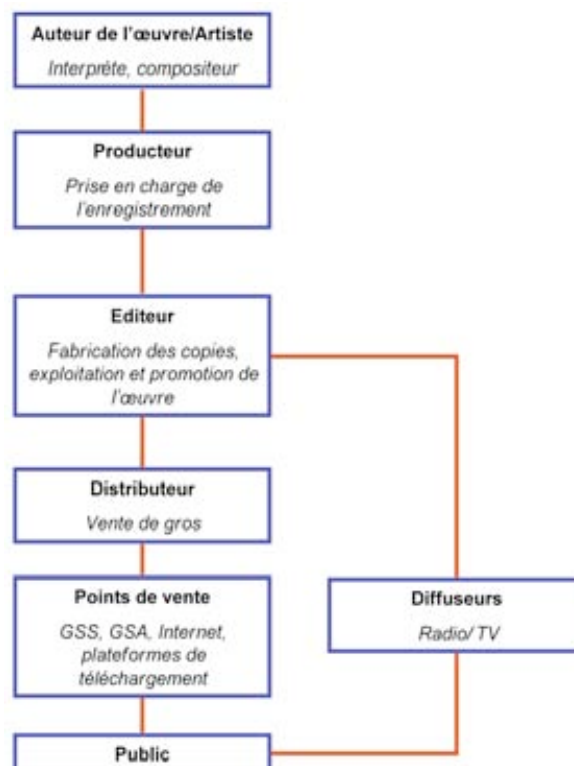


Mais, au-delà de la diffusion des pratiques, les Français se distinguent en consacrant 512 mn par mois à l'échange de fichiers, contre 301 en Allemagne, 264 aux USA et 227 min au Royaume-Uni<sup>3</sup> (alors même que le débit en France n'est pas inférieur).

De nouvelles filières émergent même comme les logiciels d'Instant Messaging (Windows Live Messenger, Yahoo Messenger et autre AOL AIM) qui permettent de constituer avec un contact un espace de partage des fichiers. Selon l'institut PEW, 31% des adolescents américains ont déjà utilisé l'IM pour envoyer de la musique ou de la vidéo. Certains blogs contribuent aussi au phénomène en proposant des liens vers des services de stockage en ligne comme Rapidshare ou Mega upload qui gagnent en popularité.

### 3.2 Décomposition de la chaîne de valeur

Figure 2 : Chaîne de valeur du disque



<sup>3</sup> Source : Nielsen/Netratings

### 3.2.1 Les artistes

Le périmètre des artistes à prendre en compte est difficile à établir précisément. Par exemple, parmi les 25 000 musiciens recensés par le Ministère de la Culture<sup>4</sup>, il est difficile de déterminer quel est la proportion d'artistes associés à une création in fine distribuée sur disque (et quel est le poids des revenus afférents dans l'ensemble de leur revenus). Il est clair en revanche que cette population est touchée par « une fragilisation des situations individuelles moyennes, mesurées en termes de volume annuel de travail et de rémunération : entre 1987 et 2003, un intermittent connaît une diminution de son volume annuel moyen de travail de 33 % et pour son volume annuel moyen de rémunération de 26 %. Ce mouvement touche plus fortement les artistes (respectivement – 49% et – 32 %) que les techniciens (– 27% et – 22%) »<sup>5</sup>.

Leur rémunération repose sur des :

- Royalties : il s'agit de la part des ventes qui revient à l'artiste versée par le label conformément à un contrat signé préalablement. L'artiste reçoit en général une avance pour couvrir les coûts de production. Le reste des royalties perçues sert à rembourser cette avance et à rémunérer l'artiste.
- Versements au titre des droits voisins, versés par une société de collecte : en France, la SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) gère les droits des auteurs et des compositeurs tandis que la Spedidam (Société de Perception et de Distribution des Droits des Artistes-Interprètes de la Musique et de la Danse) et de l'Adami gèrent les droits des interprètes. Ces sociétés de collecte reversent une portion des sommes perçues auprès des diffuseurs (radio, télévision, discothèques, etc.) aux ayants droit.

### 3.2.2 Les producteurs

Le marché français du disque comporte quatre acteurs prédominants : Universal Music France, Sony BMG Music Entertainment France, Warner Music France et EMI Music France qui représentent environ 80% du marché en valeur. Le reste des activités est conduit par des firmes qui opèrent souvent en partenariat avec ces grands acteurs.

---

<sup>4</sup> Cléron E., Patureau F. (2007), «Tendance de l'emploi dans le spectacle », Ministère de la Culture.

<sup>5</sup> Idem p.2.

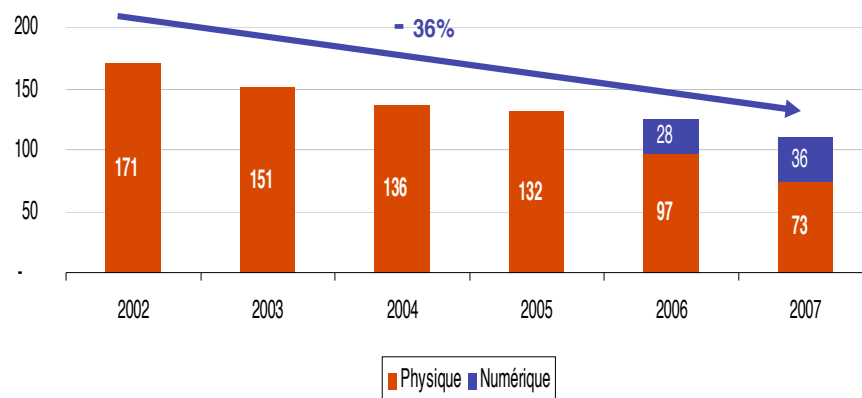
Le producteur gère l'enregistrement de l'œuvre musicale (l'enregistrement du master<sup>6</sup>). Les coûts de l'enregistrement varient d'un artiste à l'autre. Une œuvre de qualité minimale coûte 10 000 euros environ, tandis qu'un album de vedette internationale peut coûter plus de 500 000 euros<sup>7</sup>.

### 3.2.3 Les éditeurs

Les éditeurs récupèrent le master et le produisent en exemplaires physiques ou sous forme numérique. Les éditeurs signent un contrat de licence avec les producteurs pour reproduire et exploiter l'œuvre musicale. La numérisation des œuvres réduit sensiblement les coûts : les bandes numériques sont moins coûteuses que les bandes analogiques et l'enregistrement numérique permet de ramasser le processus.

Les éditeurs touchent la part la plus importante du prix unitaire du disque : 50% sur un disque physique et 60% sur téléchargement de musique leur reviennent. Les ventes en volume et les chiffres d'affaires des éditeurs sont en chute libre depuis quelques années. Ainsi, les volumes de ventes des éditeurs ont baissé de 36% entre 2002 et 2007 et leur chiffre d'affaires a perdu 45,3% en valeur sur la même période.

**Figure 3 : Volumes de ventes de la musique des maisons de disque (marché de gros) entre 2002 et 2007 (en M d'unités)**

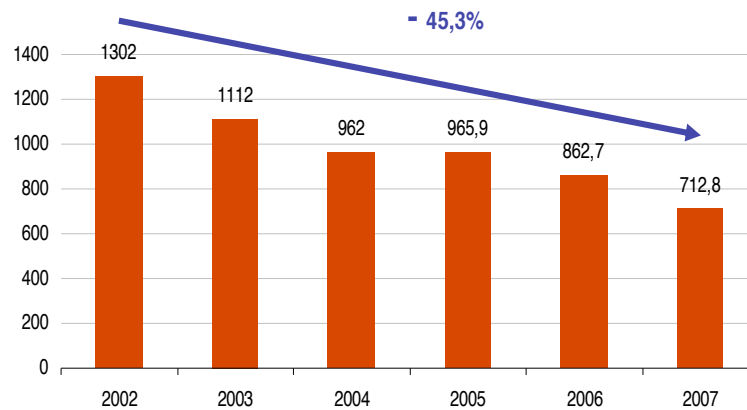


Source : SNEP

<sup>6</sup> Il s'agit de la première copie d'une œuvre musicale, captée lors d'un concert ou enregistrée en studio.

<sup>7</sup> Marc Bourreau et Michel Gensollen, « L'impact d'Internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée », ENST, 2006

**Figure 4 : Chiffre d'affaires des éditeurs (marché de gros) entre 2002 et 2007 (en M d'€)**

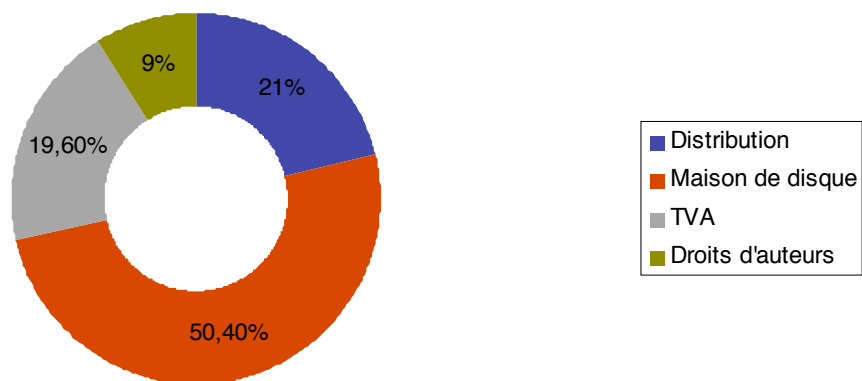


Source : SNEP

### 3.2.4 Les distributeurs en gros

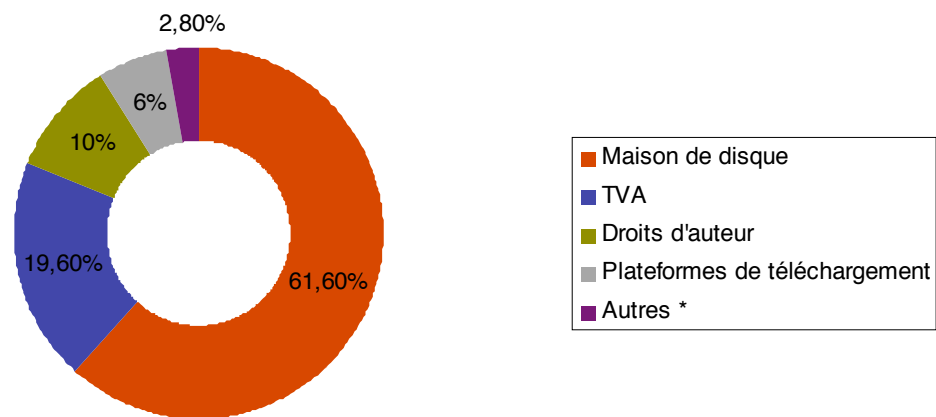
La distribution consiste à acheminer les disques des usines de pressage jusqu'aux vendeurs finals. Le tarif de distribution représente 18% à 21% du prix de gros du disque. Pour les œuvres numériques, ce tarif est quasi nul. La distribution de supports numériques réduit drastiquement les coûts et permet une réactivité aux fluctuations du marché.

**Figure 5 : Répartition du prix d'un disque physique**



Source : Observatoire de la Musique

**Figure 6 : Répartition du prix d'un téléchargement**



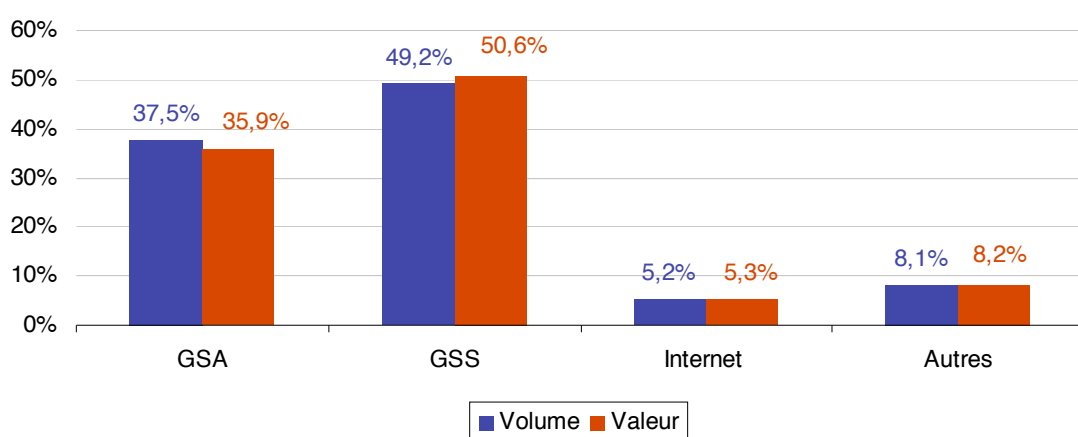
\*Frais télécoms et bancaires

Source : Observatoire de la Musique

### 3.2.5 Les détaillants

La vente de disque au consommateur final s'effectue à travers trois circuits de distribution en France : les grandes surfaces alimentaires (GSA), les grandes surfaces spécialisées (GSS) et les circuits alternatifs (Internet, vente à distance, etc.)

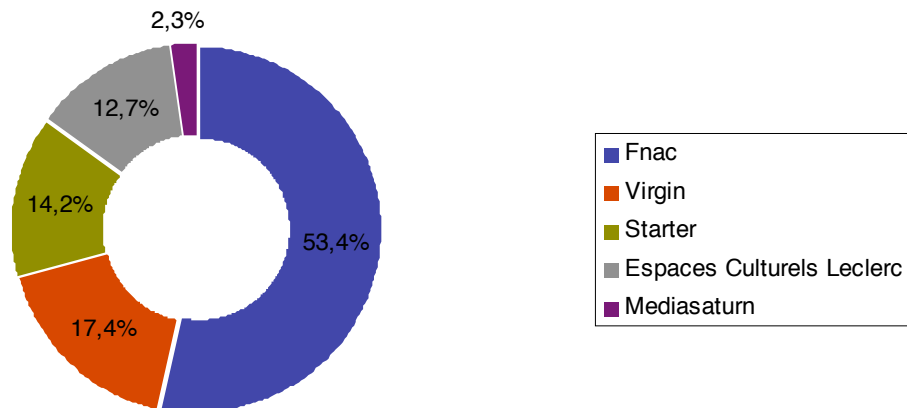
**Figure 7 : Répartition du chiffre d'affaires de la vente de musique au détail par canal de distribution en 2008**



Source : L'Observatoire de la Musique

**Les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS)** dominent la distribution finale avec 50% de part de marché. Le leader en est la Fnac avec 587 M d'euros en 2007. Les espaces dédiés au disque ont cependant tendance à céder place aux livres et à l'informatique, en raison du déclin du marché de la musique.

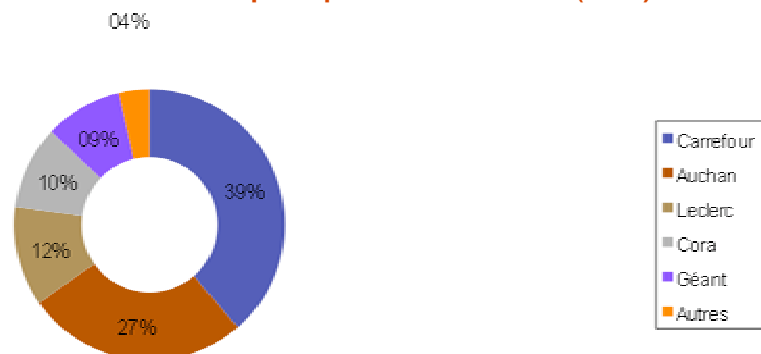
**Figure 8 : Parts de marché des principales GSS audio (2006)**



Source : SNEP

**Les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)** constituent le deuxième acteur de distribution de disques en valeur avec 35,9% de part de marché, derrière les GSS. Les GSA utilisent leur pouvoir de négociation auprès des grossistes et leur attrait d'un grand nombre de clients pour augmenter leurs ventes, autour cependant d'un nombre de références plus réduit que les GSS.

**Figure 9 : Parts de marché des principaux GSA en audio (2006)**



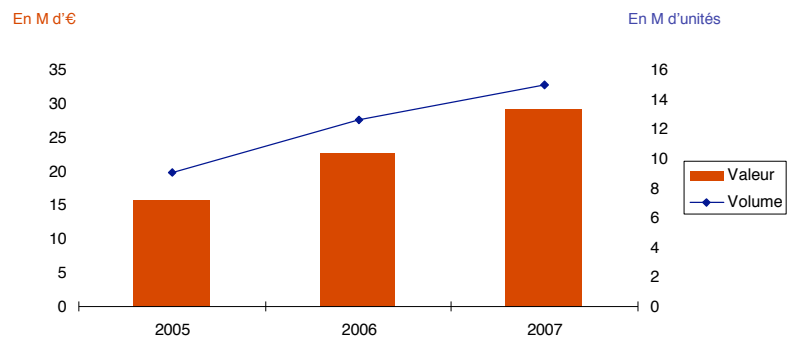
Source : SNEP

**Vente à distance** : Internet et les autres circuits de vente à distance ont capté 13,5% du marché en valeur en 2008. Les pure players tels que Amazon et Pixmania assurent une grande partie de l'activité. D'autres acteurs traditionnels comme la Fnac ont développé un réseau de distribution en ligne. Des

enseignes de groupes de médias (Club Dial, France Loisirs) proposent des catalogues de disques en ligne.

**Les sites de téléchargement.** Le chiffre d'affaires issu de téléchargements légaux a cru de 86% entre 2005 et 2007 en valeur et de 65% en volume.

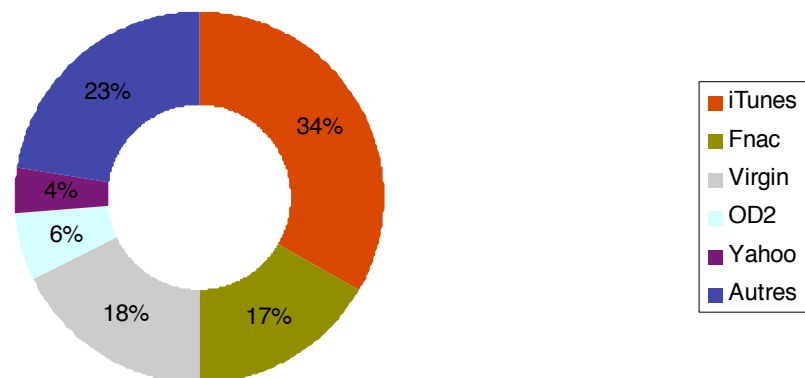
**Figure 10 : Evolution des téléchargements légaux de musique en volume et valeur**



Source : SNEP

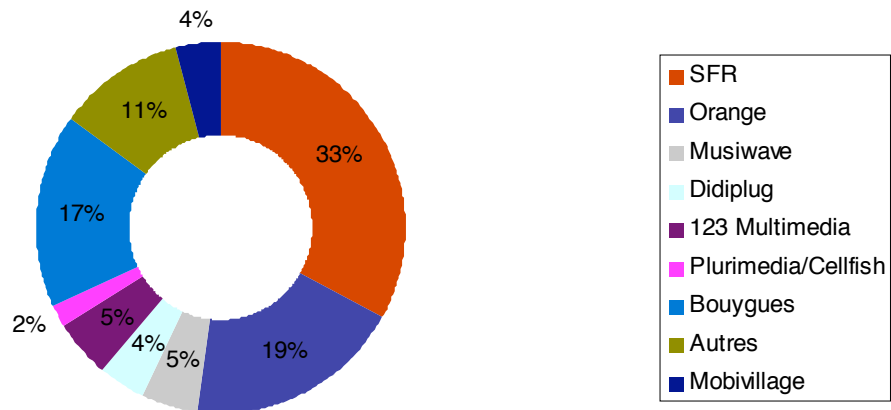
Les plateformes numériques et les opérateurs mobiles sont les principaux acteurs de la vente de musique numérique : iTunes est leader sur le marché du téléchargement de musique sur plateforme numérique, avec 34% de parts de marché en valeur. SFR est leader sur le marché du téléchargement sur mobile, capturant 33% du marché en valeur.

**Figure 11 : Parts de marchés des principales plateformes de téléchargement**



Source : SNEP

**Figure 12 : Parts de marchés de téléchargement de musiques des opérateurs mobiles**



Source : SNEP

### **3.3 Estimation d'impact économique de la copie illégale**

#### **3.3.1 La copie physique**

La copie physique fait référence aux CD ou DVD dupliqués de façon artisanale ou industrielle.

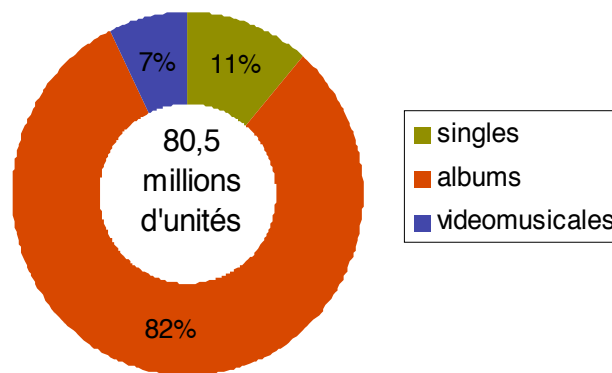
Le calcul de la perte financière liée à ce type de copie illégale s'appuie en premier lieu sur le rapport de l'IFPI 2006 qui en estime le taux en France à 5%, i.e. 5% des ventes totales de CD ou DVD musicaux concernent des enregistrements illégaux. Nous savons, par ailleurs, que la SNEP déclare 80,5 millions d'unités vendues<sup>8</sup> en magasin pour 2007.

---

<sup>8</sup> Ventes au détail : une unité faisant référence à un single, un album CD ou encore un DVD musical.



**Figure 13 : Ventes physiques de musique au détail en 2007**



Source : SNEP

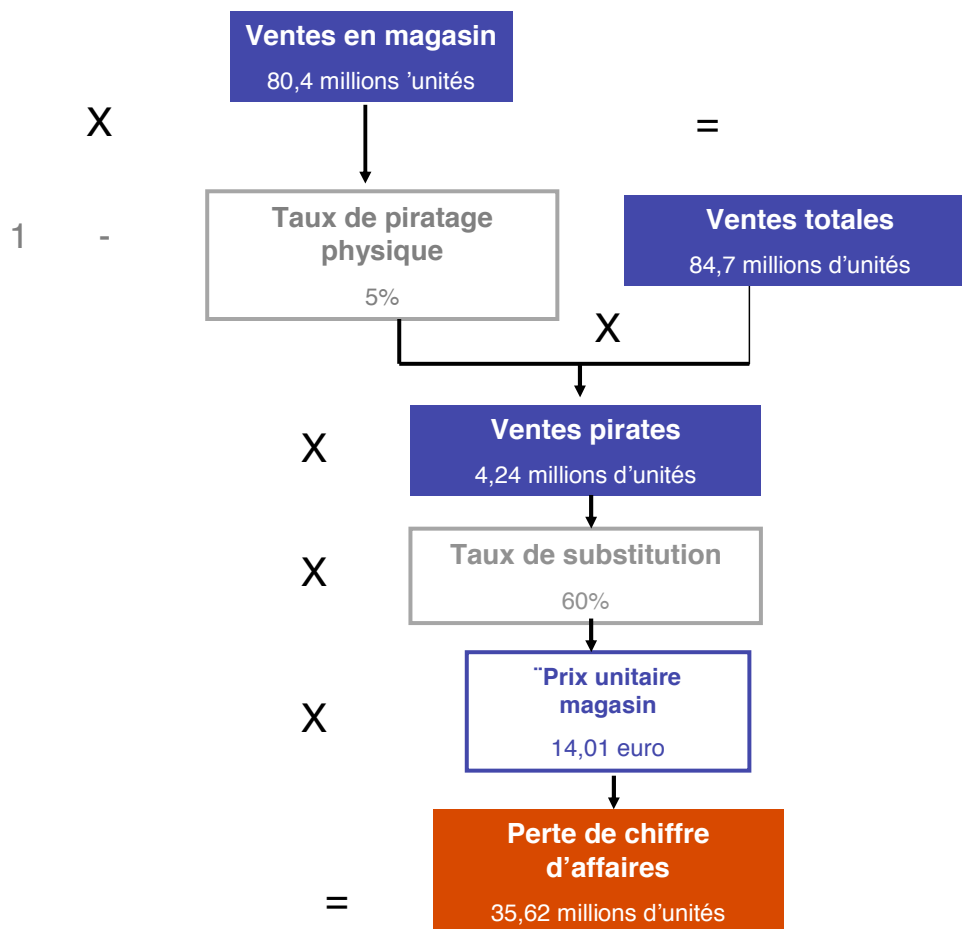
Afin de chiffrer la perte financière liée à la copie illégale il faut également tenir compte du taux de substitution vente / copie illégale. Les études à ce sujet ne sont pas nombreuses. Toutefois on peut citer le sondage paru dans le BPI Market Information<sup>9</sup> selon lequel, au Royaume Uni, 45% des acheteurs de CD contrefaits achèteraient « à coup sûr » des CD de manière légale si les CD contrefaits n'étaient pas disponibles, quand 69% de ces mêmes acheteurs achèteraient « à coup sûr » ou « probablement » de tels titres.

Dans notre estimation, nous proposons de retenir une valeur de 60% de substitution.

Enfin la valeur de ces ventes non réalisées peut être estimée à partir du prix unitaire d'une unité vendue en magasin, sur la base des ventes de musique enregistrée et du chiffre d'affaires 2007.

---

<sup>9</sup> N° 274, 25 Août 2006, page 4

**Figure 14 : Estimation des pertes financières liées à la duplication physique de la musique pour l'année 2007**

Source : Analyse TERA Consultants

La perte de CA liée à la duplication illégale physique est ainsi estimée à 36 M€.

### 3.3.2 La copie illégale par téléchargement

La duplication physique, du fait de l'espace économique « réduit » laissé aux revendeurs ainsi que des risques encourus, semble s'effacer progressivement face au téléchargement illégal. Le développement des réseaux P2P, l'accroissement de l'accès haut débit en France, le téléchargement illimité proposé par les FAI sont autant de facteurs propices à cette pratique.

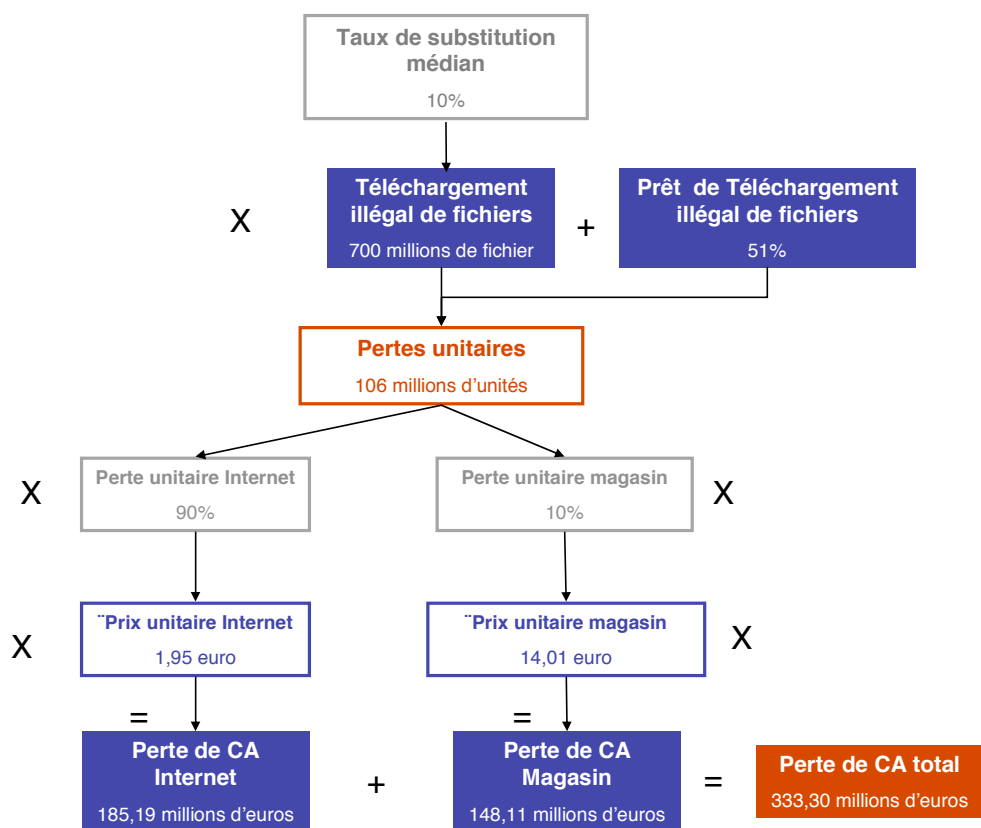
En 2007, 700 millions de titres ont ainsi été téléchargés illégalement par les internautes français via des réseaux de P2P<sup>10</sup>. A ce nombre on peut encore rajouter le prêt de ces fichiers au sein de l'entourage des téléchargeurs. Dans le cas du téléchargement de films, le CNC estime ainsi que 51% des

<sup>10</sup> L'actualité de la Production Musicale 2008 - SNEP

téléchargeurs déclarent prêter les films téléchargés à leur entourage<sup>11</sup>. On a choisi d'appliquer ce même pourcentage au nombre de morceaux musicaux téléchargés gratuitement.

Par la suite, il convient également de chiffrer le nombre de ventes perdues suite au téléchargement illégal de fichiers. Les études sont relativement nombreuses sur ce point mais parfois contradictoires. On peut néanmoins citer comme borne supérieure le chiffre avancé par Peitz et Waelbroeck (2004) qui considèrent que le P2P est au maximum responsable du quart de la baisse des ventes de disques. Dans cette étude, le chiffre conservateur de 10% sera retenu.

**Figure 15 : Estimation des pertes financières liées au téléchargement de la musique en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

<sup>11</sup> Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004.

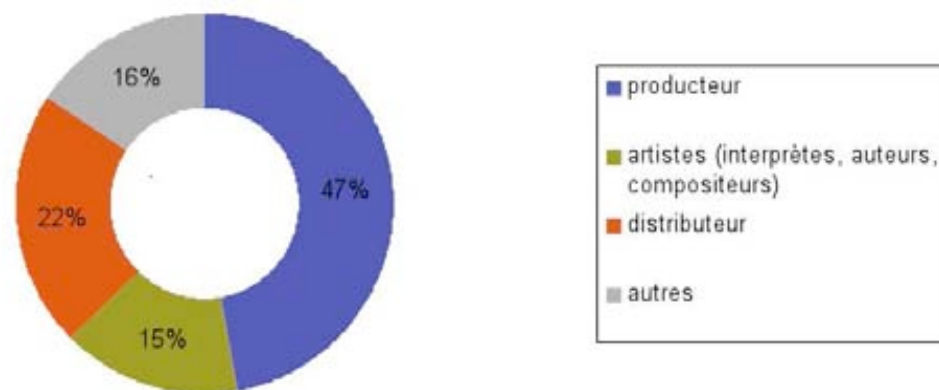
En l'absence de duplication illégale, des ventes auraient pu être effectuées :

- Sur Internet : on fait l'hypothèse que cela concerne 90% des ventes avortées (ce chiffre est également utilisé dans le rapport de l'IPI)<sup>12</sup>.
- Ou en magasin : 10% des ventes avortées.

### 3.3.3 Estimation de la perte de recettes

Pour estimer la ventilation des pertes financières liées à la copie illégale le long de la chaîne de valeur, on utilise les données fournies par le SNEP qui indiquent la répartition des revenus de la musique des principaux acteurs de la chaîne de valeur. La part des producteurs est la plus importante avec 47% des ventes en magasin et 57% en téléchargement légal.

**Figure 16 : Répartition du prix d'un CD vendu en magasin (à modifier)**

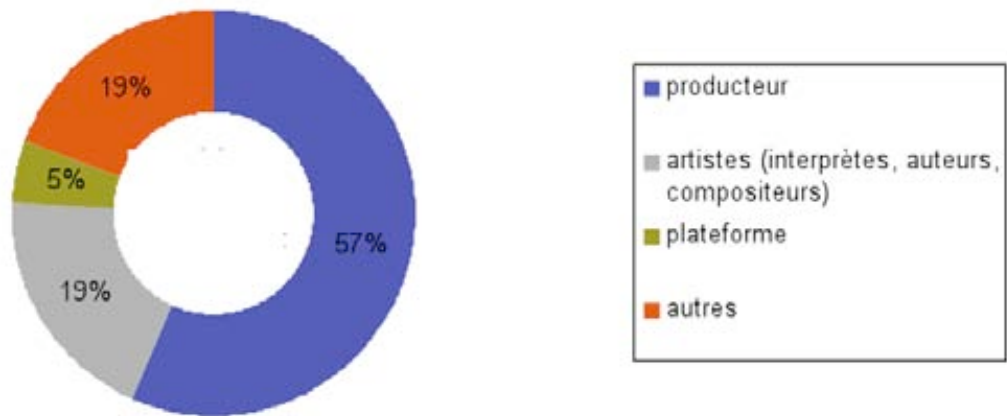


Source : SNEP, analyse TERA Consultants

---

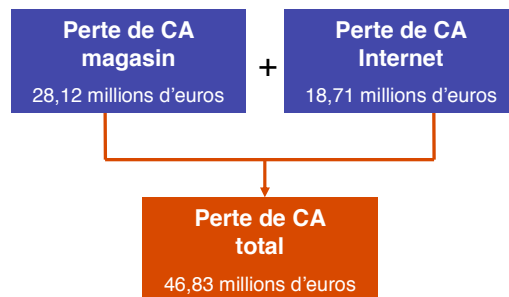
<sup>12</sup> True Cost of Sound Recording Piracy to U.S. Economy, Août 2007, IPI.

**Figure 17 : Répartition du prix d'un titre en téléchargement**



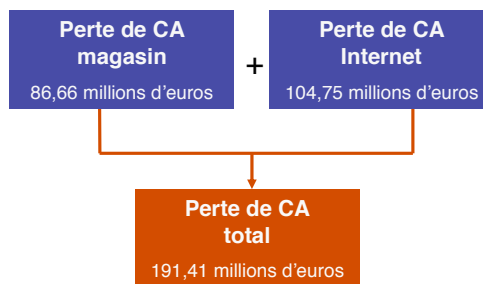
Source : SNEP, analyse TERA Consultants

**Figure 18 : Estimation des pertes financières pour les auteurs/interprètes en 2007**



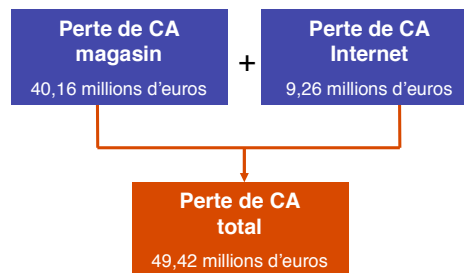
Source : Analyse TERA Consultants

**Figure 19 : Estimation des pertes financières pour les producteurs en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

**Figure 20 : Estimation des pertes financières pour les distributeurs en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

### 3.3.4 Estimation de la perte d'emplois directs<sup>13</sup>

Il est possible de traduire en perte d'emplois directs, notre estimation de perte de recette de 369 millions d'euros pour l'année 2007 :

- Ces emplois directs sont ceux incorporés dans la chaîne de valeur, jusqu'au niveau de la distribution (en GSS et GSA).
- Si l'on considère qu'une personne employée dans la chaîne de valeur de la musique associée à un chiffre d'affaires de 225.000 euros<sup>14</sup>,
- le manque à gagner en termes de recettes équivaut à **1 640 emplois directs à temps plein perdus pour l'année 2007**.

---

<sup>13</sup> Voir en conclusion du rapport une estimation globale de l'impact en termes d'emplois, directs, indirects et induits.

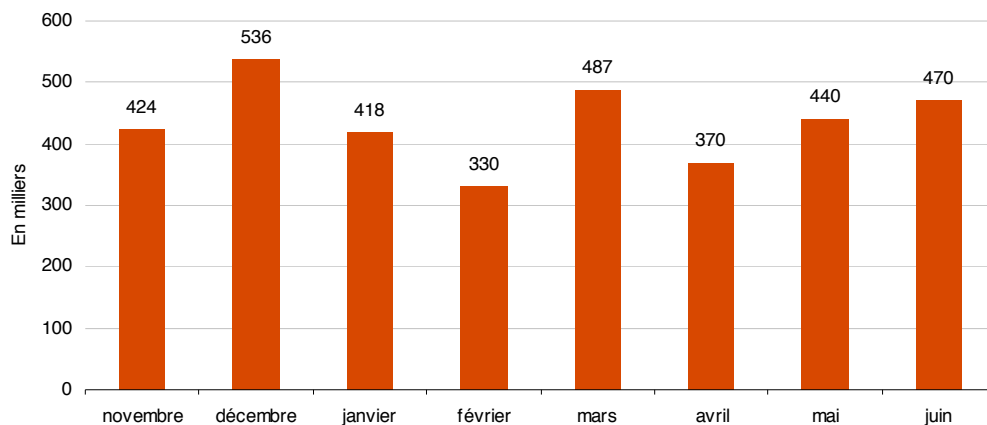
<sup>14</sup> Ce chiffre est une moyenne pondérée le long de la chaîne de valeur en fonction des données INSEE.

## 4 L'industrie du cinéma

### 4.1 Problématique de la copie illégale dans l'industrie cinématographique

Selon l'association ALPA, le nombre de téléchargements en réseaux P2P en France s'élevait à près de 14 Millions<sup>15</sup> en juin 2008, soit plus que le nombre d'entrées en salles sur cette même période. Près de 450 000 films<sup>16</sup> sont ainsi téléchargés en moyenne chaque jour depuis le début de l'année.

**Figure 21 : Evolution du nombre de téléchargement quotidiens de films en 2008**



Source : Alpa, données 1er semestre 2008

Pour prendre la mesure du phénomène, il faut noter qu'un film était disponible en 2007, en version française, 41 jours<sup>17</sup> en moyenne après sa sortie en salle. Cette disponibilité précoce impacte l'ensemble des acteurs qui entrent dans la « chronologie des médias ».

La sortie en salles représente ainsi le point de départ du lancement d'un film, qui sort en vidéo DVD et cassettes à la fois en location et en vente dans les six mois qui suivent. Suivie par la sortie en VoD (Video on Demande) qui est une forme de location ou d'achat, se basant sur le haut débit. Les clients téléchargent le film de chez eux pour le visualiser sous 24h ou 48h pour une location. Pour un achat il est stocké définitivement sur leur disque dur. 9 mois

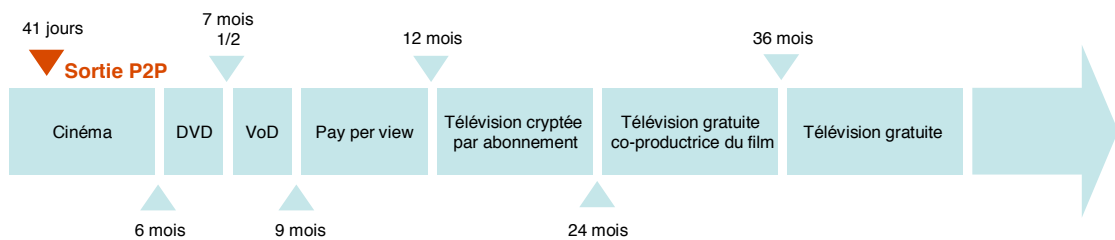
<sup>15</sup> Source : Statistiques Alpa, 1<sup>er</sup> semestre 2008

<sup>16</sup> Source : Statistiques Alpa, 1<sup>er</sup> semestre 2008

<sup>17</sup> Source : CNC, L'offre « pirate » de film sur Internet, octobre 2007

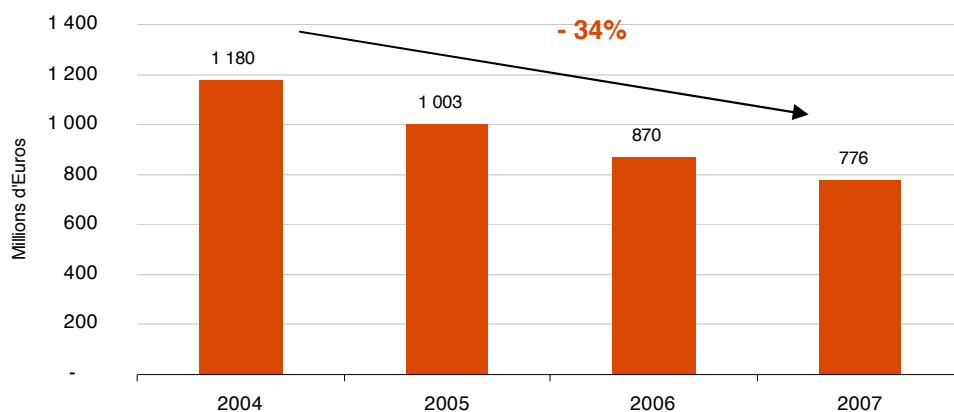
après la sortie en salles, le Pay per View permet aux téléspectateurs de payer à la séance le film : cette offre est essentiellement complémentaire à un bouquet de chaînes satellitaires comme Kiosque (CanalSat). Enfin, la diffusion sur les chaînes payantes intervient un an après la sortie au cinéma contre deux ans pour les chaînes gratuites qui sont généralement coproductrices du film.

**Figure 22 : Chronologie des médias pour une œuvre cinématographique**



Les éditeurs vidéo ont ainsi vu leurs chiffres d'affaires pour le film s'effondrer pour la quatrième année consécutive, s'établissant en 2007 à 775 Millions d'Euros<sup>18</sup>, perdant en quatre ans plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires.

**Figure 23 : Evolution du chiffre d'affaires des éditeurs vidéo sur le film en 2007**



Source : CNC

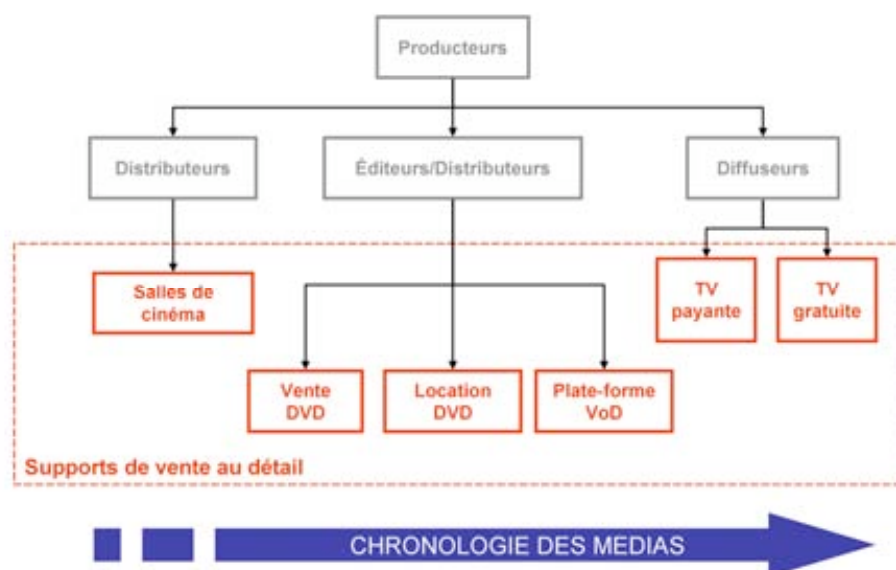
<sup>18</sup> Source : Données Xerfi 2008



## 4.2 Décomposition de la chaîne de valeur

Les groupes intégrés (Pathé, UGC, Gaumont) et les filiales françaises de groupes américains (Warner Bros, 20<sup>th</sup> Century Fox) sont les principaux opérateurs de l'industrie cinématographique en France. Nombre d'entre eux ont également une activité dans l'édition et la distribution vidéo. D'autres entreprises, de taille plus modeste, occupent une place non négligeable sur les différents segments de la filière, par exemple Kinépolis dans l'exploitation de salles de cinéma ou EuropaCorp et StudioCanal dans la production et la distribution de films. Les leaders du secteur de l'édition et de la distribution sont pour la plupart des filiales de groupes de médias et de divertissement ou de groupes audiovisuels qui ont une activité dans la production de films de cinéma ou de fictions (TF1 vidéo, Buena Vista Home Entertainment France, 20<sup>th</sup> Century Fox Entertainment France, Warner Bros Entertainment France).

Figure 24 : Chaîne de valeur d'une œuvre cinématographique



### 4.2.1 Les producteurs

Le producteur a pour mission de réunir les moyens humains, financiers et techniques afin de mener à bien la fabrication des films. Le producteur, ou la société de production, est juridiquement propriétaire du négatif et des droits d'exploitation du film. Les auteurs du projet cinématographique, de même que

les acteurs peuvent par ailleurs établir des conventions avec le producteur pour se réserver un droit sur l'exploitation du film.

Le producteur se rémunère, via la gestion des droits d'exploitation de ses films, à chaque étape d'un cycle d'exploitation qui respecte les dispositifs de chronologie des médias. L'essentiel de la rémunération du producteur est néanmoins lié à la projection des films dans les salles de cinéma. La fréquentation d'un film en salle est par ailleurs un bon indicateur des flux de rémunération espérés ex post. Internet a aussi fait son irruption dans la traditionnelle chronologie des médias et donne lieu à de nouvelles relations entre les exploitants de sites de vidéo à la demande (VoD) et les producteurs.

#### **4.2.2 Les distributeurs**

Le distributeur joue le rôle d'intermédiaire entre le producteur et les exploitants de salles de cinéma. Pour des raisons réglementaires et stratégiques, ils participent au financement via une avance financière au producteur. Son objectif consiste à assurer le meilleur retour sur investissement possible en intervenant sur la programmation et la promotion :

- La programmation correspond à la stratégie de diffusion d'un film : le distributeur détermine la date de sortie en fonction du type de film ainsi que le nombre de copies du film en circulation dans son réseau d'exploitation.
- La promotion correspond à la valorisation commerciale d'une œuvre. Elle passe par la mise en place de campagnes promotionnelles dont les risques sont supportés par les distributeurs.

Il existe deux façons pour un distributeur d'acheter des droits de diffusion à une société de production :

- Le mandat, qui permet au distributeur de diffuser un film sur un territoire donné et pour une période définie ;
- Le contrat de cession, qui correspond à un achat global des droits d'exploitation pour une période définie.

La rémunération des distributeurs de films correspond généralement à un pourcentage des recettes réalisées aux guichet des salles de cinéma. Le taux de commission est fixé contractuellement avec le ou les détenteur(s) des droits de diffusion du film : entre 10 et 30%<sup>19</sup>.

---

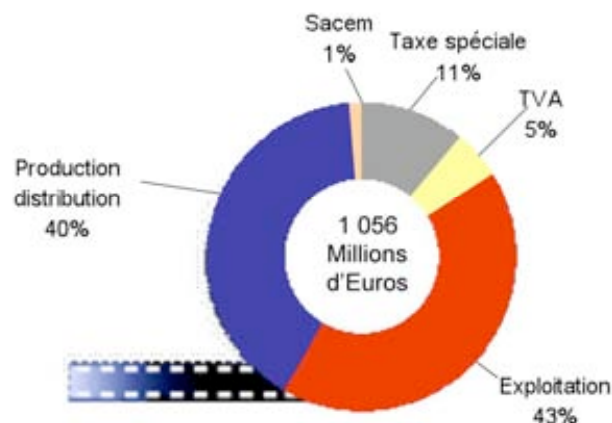
<sup>19</sup> Source : Données Xerfi 2008

### 4.2.3 Les exploitants

Les exploitants commercialisent la version cinéma du film dans des infrastructures dont ils sont propriétaires. Ce sont des acteurs locaux qui offrent au distributeur la desserte d'une zone de chalandise. Ils ont en général la première exclusivité du film qu'ils louent au distributeur selon des modalités variant d'un territoire à l'autre. Le regroupement des salles en réseaux renforce le pouvoir de négociation de l'exploitant face au distributeur.

Les recettes au guichet représentent l'essentiel des revenus des exploitants de salles de cinéma. En 2007, sur un ticket moyen à 5,95 Euros<sup>20</sup>, près de 43% sont revenus à l'exploitant.

**Figure 25 : Répartition des revenus liés à l'exploitation des salles de cinéma en 2007**



Source : CNC, 2008

Les diffuseurs sont les chaînes de télévision gratuites et payantes exploitant par télédiffusion sur un territoire donné les versions vidéo des films. Les diffuseurs procèdent aujourd'hui à des préachats auprès des producteurs afin de s'assurer des droits de diffusion en exclusivité des films. En 2007 le montant total reversé aux producteurs s'est élevé à près de 320 Millions d'euros.

<sup>20</sup> Source : CNC, bilan 2008

**Figure 26 : Montant des dépenses de préachats en 2007 en France**

	Montant des films préachetés (Millions d'euros)	Montant versé pour la co- production (Millions d'euros)	Nombre de films préachetés
<b>TF1</b>	32,45	8,65	20
<b>France 2</b>	19,02	12,09	27
<b>France 3</b>	13,10	10,40	25
<b>M6</b>	17,67	5,01	15
<b>Arte</b>	2,74	3,81	22
<b>Canal Plus</b>	160,28		140
<b>Ciné Cinéma</b>	13,75		81
<b>TPS Cinéma</b>	20,46		45
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>39,97</b>	<b>375</b>

Source : CNC, 2008

Dans le cas des chaînes de télévision payantes, les diffuseurs se rémunèrent sur l'abonnement annuel. Les chaînes gratuites se rémunèrent, elles, sur les recettes publicitaires liées à la diffusion du film.

#### 4.2.4 Les éditeurs vidéo

Les éditeurs sont en charge de la sélection, d'acquisition, d'édition, de la fabrication et de la promotion d'une œuvre vidéo. Les éditeurs prennent en charge la vente en gros des versions VHS, DVD et, le cas échéant, de la bande originale du film. Ces versions sont vendues au client final via des enseignes locales spécialisées.

Notons que la télévision est un acteur incontournable de la filière de l'édition et de la distribution vidéo puisque les trois filiales Studiocanal, TF1 Vidéo et M6 interactions des 3 grands groupes audiovisuels français comptent pour près de 33% dans le chiffre d'affaires total des éditeurs<sup>21</sup>.

La vente de films en DVD représente en France 776 Millions<sup>22</sup> tandis que la location de films en DVD ne s'élève plus qu'à 16 Millions d'euros<sup>23</sup>. La VoD,

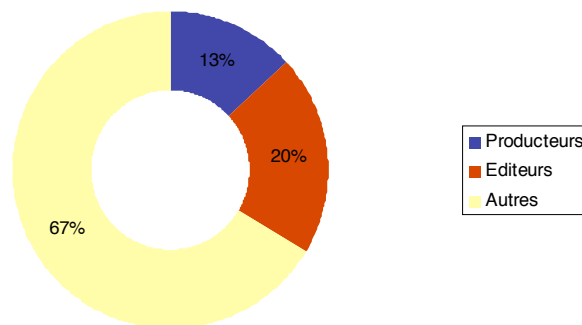
<sup>21</sup> Source : Données entreprises et INSEE.

<sup>22</sup> Source : Données Xerfi 2008

mode de distribution émergent, a atteint un chiffre d'affaires, en 2007, de plus de 19 Millions d'euros<sup>24</sup>. L'essentiel des revenus des éditeurs provient des marges brutes récupérées au travers des différents supports de vente au détail :

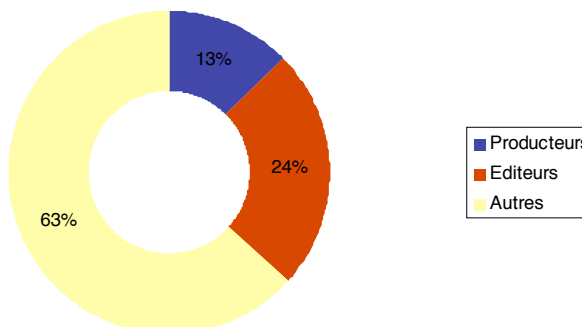
- 20% des revenus de la vente de DVD.
- 24% des revenus de la location de DVD.
- 15% de revenus de la location sur des plateformes VoD.

**Figure 27 : Répartition des revenus de la vente au détail de films en DVD en 2007**



Source : Le marché de la Vidéo, CNC, mars 2008.

**Figure 28 : Répartition des revenus de la location de films en DVD en 2007**

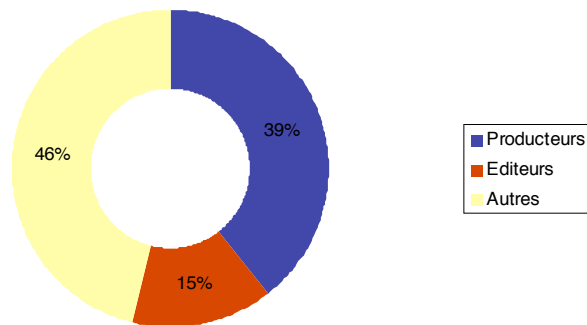


Source : Le marché de la vidéo, CNC, mars 2008.

<sup>23</sup> Pour déterminer le montant des revenus de la location de films, il a été retenu de prendre la même répartition des revenus qu'à la vente, soit 54% de 29,9 Millions d'euros, données Xerfi 2008

<sup>24</sup> Le montant des revenus de la VoD pour le film est égal à 67% des revenus totaux de la VoD, donnée GfK, NPA-Conseil

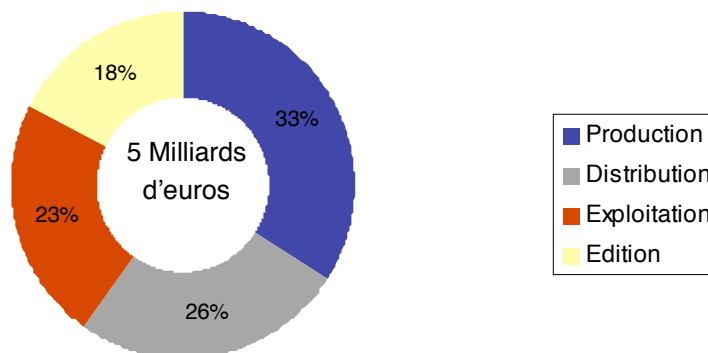
**Figure 29 : Répartition des revenus de la location de films en VoD en 2007**



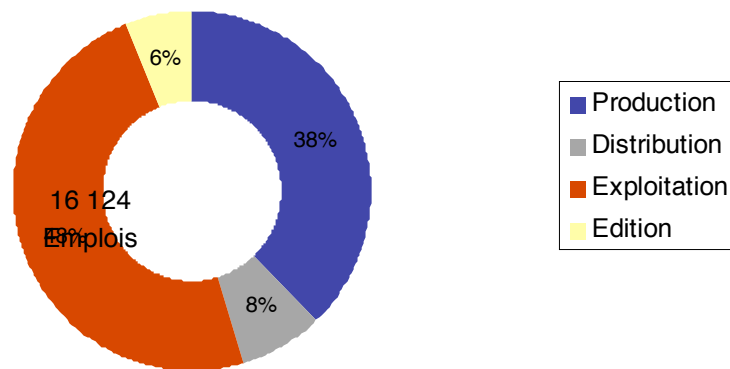
Source : Le marché de la vidéo, CNC, mars 2008.

L'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur dépendant exclusivement du film représentait en France, fin 2006, plus de 5 Milliards d'euros pour plus de 16 000 emplois répartis dans la production, la distribution, l'exploitation et l'édition.

**Figure 30 : Répartition des revenus de l'industrie du film en 2006**



Source : INSEE, Enquête EAE, CNC, résultats 2006

**Figure 31 : Répartition des emplois de l'industrie du film en 2006**

Source : INSEE, Enquête EAE, CNC, résultats 2006

### 4.3 Estimation de l'impact économique de la copie illégale

#### 4.3.1 Préambule

L'estimation de la perte liée à la copie illégale des films de cinéma développée ci-dessous s'appuie sur le comportement d'un téléchargeur de films sur les réseaux P2P. La perte de valeur liée au téléchargement du film est donc induite non seulement par l'acte de téléchargement en lui-même, mais également par l'usage fait du film téléchargé, i.e. le prêt de fichiers téléchargés au sein de l'entourage du téléchargeur (51% des téléchargeurs déclarent prêter les films téléchargés à leur entourage<sup>25</sup>), ainsi que les pertes induites par le visionnage des films téléchargés par l'entourage du téléchargeur (seuls 38% des téléchargeurs regardent les films téléchargés seuls<sup>26</sup>).

Enfin on considère que le téléchargeur est enclin à substituer le téléchargement à l'ensemble des supports de diffusion du film. C'est-à-dire que la copie illégale d'un film est susceptible de constituer un acte manqué à la fois au paiement d'une séance de cinéma, au paiement/location d'un DVD ou d'une VoD<sup>27</sup> et au visionnage d'un programme télévisé.

<sup>25</sup> Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

<sup>26</sup> Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

<sup>27</sup> On considère que ces 3 formats de visionnage sont substituables du fait de leur format (numérique tout comme le film téléchargé et visionné sur un écran PC ou TV), parce qu'il corresponde à un acte volontaire de visionnage (contrairement au film diffusé à la télévision) et enfin parce que leur disponibilité dans la chronologie des médias est sensiblement la même (un film en VoD est disponible généralement 7 mois et demi après sa sortie en salle, contre 6 mois pour le DVD ; de plus des accords sont actuellement en cours pour aligner la sortie de la VoD sur celle du DVD).

On note en effet d'après l'étude réalisée par le CNC en 2004 sur le profil des téléchargeurs<sup>28</sup>, que ces derniers :

- **Vont plus au cinéma** que les « non téléchargeurs ».

**Figure 32 : Habitudes de fréquentation des salles de cinéma**

%	Population cinéma	Internaute	Téléchargeurs	Non téléchargeurs
Assidus	3,1	4,6	8,3	3,7
Réguliers	19,4	25,8	31,8	24,4
Habitués	22,5	30,4	40,0	28,1
Occasionnels	33,2	57,1	51,9	58,4
Non spectateurs	44,3	12,5	8,1	13,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Médiamétrie / Enquête « 75 000 » Cinéma pour la population cinéma.

Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

- **Sont plus consommateurs de DVD** que les « non téléchargeurs »

**Figure 33 : Habitudes d'achat de DVD**

%	Population DVD	Internaute	Téléchargeurs	Non téléchargeurs
Assidus	1,5	2,1	1,7	2,3
Réguliers	28,7	24,5	28,0	23,7
Habitués	30,2	26,6	29,7	26,0
Occasionnels	37,5	59,0	55,6	59,7
Non acheteurs	32,3	14,4	14,7	14,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>

Source : Médiamétrie / GFK pour la population DVD.

Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

**Figure 34 : Habitudes de location de DVD**

%	Population DVD	Internaute	Téléchargeurs	Non Téléchargeurs
Assidus	12,4	8,5	11,1	7,9
Réguliers	20,9	17,9	21,8	17,0
Habitués	33,4	26,4	32,9	24,9
Occasionnels	11,7	30,3	33,4	29,6
Non loueurs	54,9	43,3	33,7	45,5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Médiamétrie / GFK pour la population DVD.

Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

- **Regardent plus régulièrement la télévision** que les « non téléchargeurs »

<sup>28</sup> Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004



**Figure 35 : Habitudes de consommation télévisuelle**

%	Internaute	Téléchargeurs	Non téléchargeurs
Tous les jours	71,8	65,8	73,2
Presque tous les jours	18,5	23,6	17,2
1 à 2 fois par semaine	5,2	7,8	4,6
Moins souvent	1,5	0,7	1,8
Jamais	3,0	2,1	3,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>

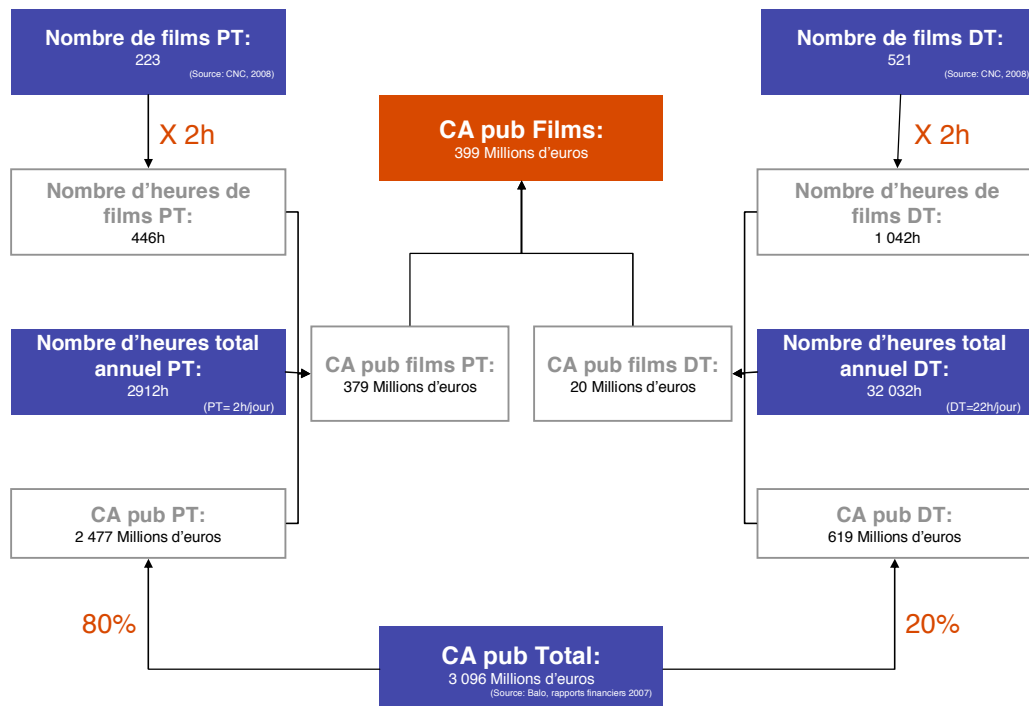
Source : CNC, Le téléchargement de films sur Internet, Analyse quantitative, Mai 2004

### 4.3.2 Estimation de la perte de recettes

#### 4.3.2.1 Périmètre des pertes induites par la duplication des films

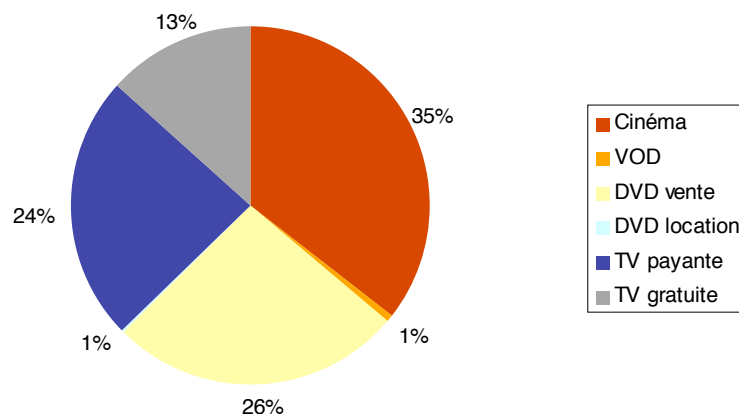
Il a été retenu, pour le calcul des pertes induites par la copie illégale, de se focaliser sur l'ensemble des revenus du film au détail, dans la mesure où les téléchargements illégaux touchent massivement les actes d'achat et de location des différents supports de distribution :

- Les entrées en salles, dont les revenus se sont élevés à 1 095 Millions d'euros en 2007.
- La vente/location de DVD, dont les revenus se sont élevés à 776 Millions d'euros pour la vente et 16 Millions d'euros pour la location en 2007.
- La VoD, dont les revenus se sont élevés en 2007 à 17 Millions d'euros.
- La télévision, dont les revenus correspondent :
  - Aux recettes publicitaires engrangées pendant la diffusion des films par les chaînes gratuites (TF1, France2, France3, M6) en Day Time (DT) et en Prime Time (PT). Soit près de 400 Millions d'euros.

**Figure 36 : Calcul des revenus du film pour la télévision gratuite en 2007**

- A la part des abonnements consacrée à la diffusion de films pour les chaînes payantes (Canal +). La grille des programmes de Canal + étant constitué à 44,4% de films et le montant des abonnements s'élevant à 1 581 Millions d'euros en 2007, la part des abonnements consacrée à la diffusion de films se chiffre à 702 Millions d'euros.

Les revenus d'un film au détail s'établissent donc à près de 3 Milliards d'euros dont la source principale, 35%, provient de l'exploitation en salles.

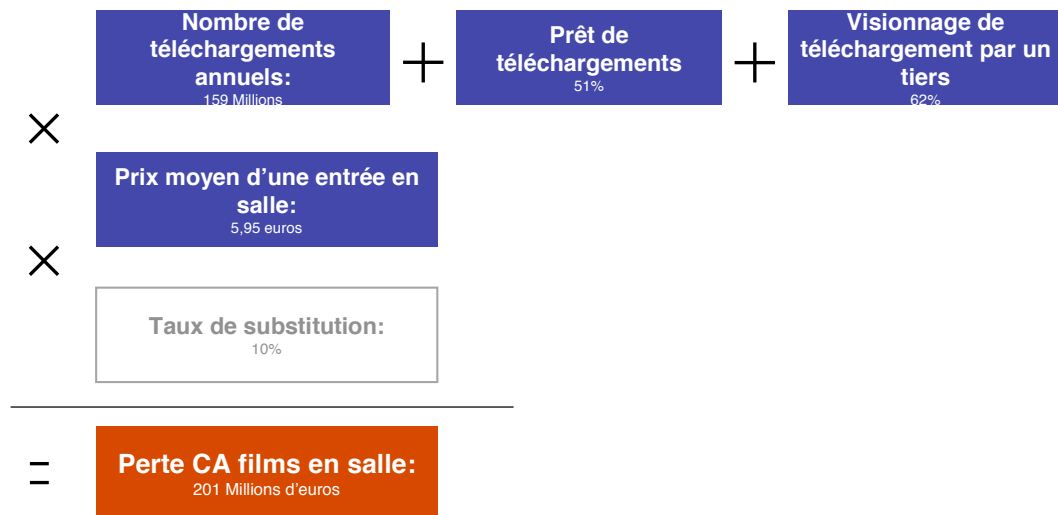
**Figure 37 : Répartition des revenus du film en 2007**

Source : CNC, Analyse TERA Consultants

#### 4.3.2.2 Pertes induites sur l'exploitation en salles des films

De même que pour l'estimation réalisée pour la musique, on considère que 10% des téléchargements gratuits se substituent à un acte payant. Sachant qu'on observe près de 13,2 Millions<sup>29</sup> de téléchargements par mois en moyenne, soit 159 Millions de téléchargements par an, la perte de revenus pour les exploitants en salles se chiffre à 264 Millions d'euros.

**Figure 38 : Calcul des pertes de revenus du film en salle en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

#### 4.3.2.3 Pertes induites sur la distribution en VoD et DVD

D'après la chronologie des médias explicitée précédemment, on note que la distribution sous le format VoD intervient presque en même temps que la vente des DVD, 6 mois après la sortie en salles. Les pertes, sur cette période, seront donc distribuées selon ces deux canaux de distribution.

La VoD ayant été retenue comme support de distribution au détail se substituant à la location de DVD, la chute du chiffre d'affaires de la location DVD ne peut donc être considérée comme un impact de la copie illégale.

Le taux de substitution retenu est le même que celui du CD musique, 10%.

Enfin, le support de distribution le plus proche par rapport au téléchargement illégal sur le plan comportemental est la VoD. Il a donc été retenu de répartir 50% des téléchargements vers la VoD et 50% vers la vente de DVD, bien que

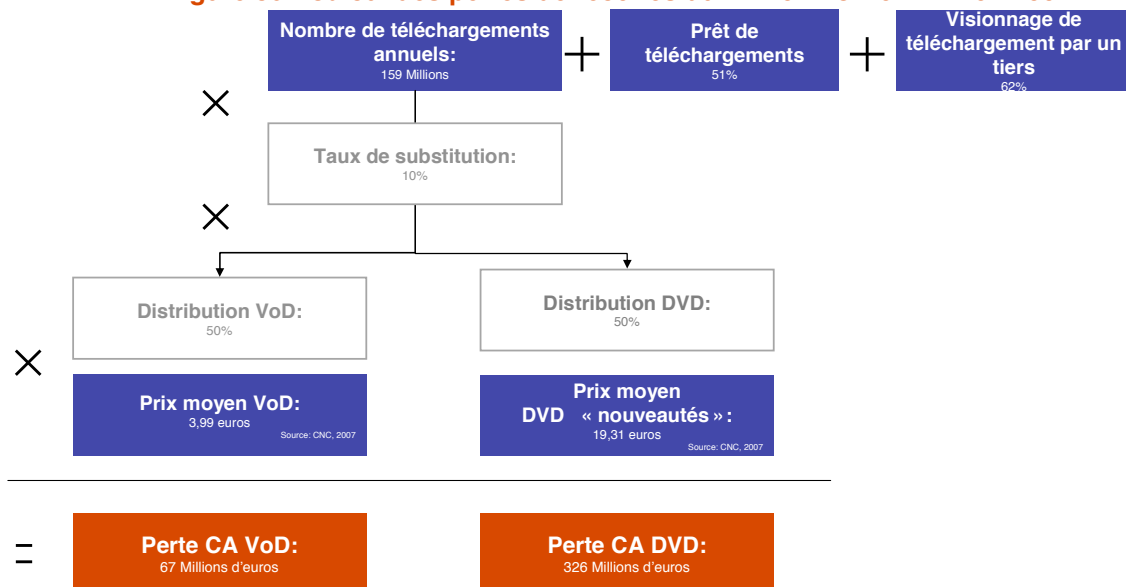
<sup>29</sup> Source : Statistiques Alpa, 1<sup>er</sup> semestre 2008

les ventes de DVD soient encore largement majoritaire par rapport au chiffre d'affaires réalisé par la VoD.

Les pertes induites par la copie illégale s'élèvent ainsi pour 2007 à :

- 67 Millions d'euros pour la distribution en VOD. Cette estimation paraît d'autant plus plausible que ce secteur est en plein développement, NPA-Conseil évalue d'ores et déjà le marché de la VoD en 2011 à 340 Millions d'euros. De son côté le cabinet Ineum Consulting prévoit un chiffre d'affaires VoD en France en 2010 entre 320 et 800 Millions d'euros.
- 326 Millions d'euros pour la vente de DVD.

**Figure 39 : Calcul des pertes de recettes du film en VoD et DVD en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

#### 4.3.2.4 Pertes induites sur la diffusion télévisuelle

La diffusion télévisuelle intervient en dernier lieu dans la chronologie des médias, un an après la sortie en salles pour les chaînes payantes et deux ans pour les chaînes gratuites.

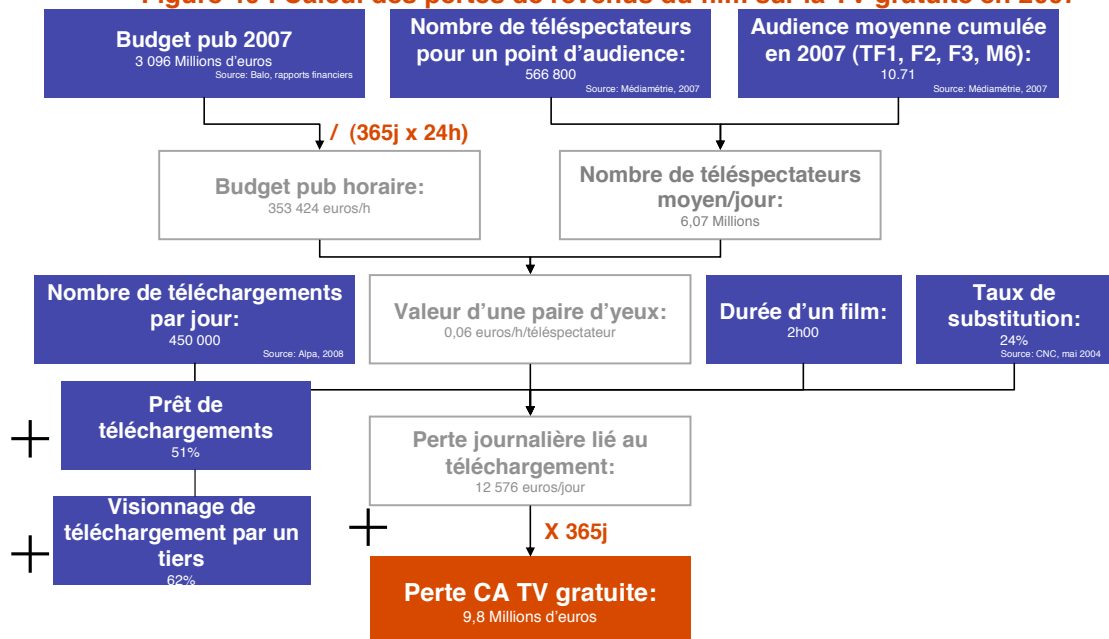
Il apparaît délicat d'estimer une perte pour les chaînes payantes dans la mesure où aucun effet violent sur leurs audiences n'est observable. Il a donc été retenu que l'effet de la copie illégale sur le chiffre d'affaires de ces chaînes était minime.

L'érosion de l'audience lors de la diffusion de films est en revanche bien réelle pour les chaînes gratuites. Ces dernières souffrent de la copie illégale dans la mesure où les téléchargeurs sont également des spectateurs télévisuels. Les

heures passées à regarder un film téléchargé sont autant d'heures perdues pour la télévision et donc autant de paires d'yeux non monétisables par ces chaînes.

Après estimation de la paire d'yeux à 0,06 euros par jour et considérant un taux de substitution de 24%<sup>30</sup> la perte liée au téléchargement des 450 000 films par jour s'élève donc à plus de 12 500 euros par jour, soit près de 4,6 Millions d'euros en 2007, pour l'ensemble des chaînes gratuites considérées, TF1, F2, F3 et M6.

**Figure 40 : Calcul des pertes de revenus du film sur la TV gratuite en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

#### 4.3.3 Estimation de la perte d'emplois directs<sup>31</sup>

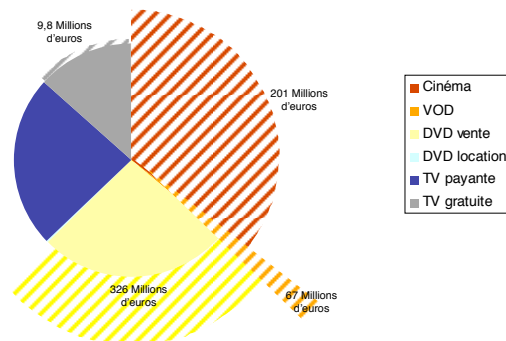
Notre évaluation de l'impact s'élève à 605 millions d'euros pour l'année 2007 :

- soit 201 millions de revenus perdus pour la diffusion en salle (33% de la perte totale)
- 67 millions d'euros pour la Vidéo à la Demande (soit 11% de la perte totale)
- 326 millions d'euros pour le DVD (soit 54% de la perte totale)
- et 10 millions pour la perte de publicité lors de la diffusion en clair (soit 2% de la perte totale)

<sup>30</sup> Source, CNC, le téléchargement de films sur Internet, mai 2004

<sup>31</sup> Voir en conclusion du rapport une estimation globale de l'impact en termes d'emplois, directs, indirects et induits.

**Figure 41 : Répartition du manque à gagner des revenus au détail du film en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

Il est possible de traduire en perte d'emplois directs, notre estimation de perte de recette de 605 millions d'euros pour l'année 2007 :

- Ces emplois directs sont ceux incorporés dans la chaîne de valeur, jusqu'au niveau de la distribution.
- Si l'on considère qu'une personne employée dans la chaîne de valeur de la musique associée à un chiffre d'affaires de 250.000 euros,
- le manque à gagner en termes de recettes équivaut à **2419 emplois directs à temps plein perdus pour l'année 2007**.
- A noter que, sur ce volume, 559 emplois entrent dans le périmètre de la télévision (perte subie sur les DVD et la VoD diffusés par les groupes de télévision français et perte d'audience subie lors de la diffusion en chaîne du film téléchargé). Ces emplois perdus seront intégrés à l'analyse centrée sur la télévision qui sera l'objet du chapitre suivant.

## 5 L'industrie de la télévision

Nous proposons ici de focaliser l'analyse sur la télévision, dont la sensibilité à la copie illégale a été partiellement prise en compte dans le cadre de la chaîne de valeur du cinéma. Il importe toutefois de compléter ici cette analyse, dans la mesure où la télévision est également impactée par d'autres pratiques, dont celle du téléchargement illégal de séries.

### 5.1 Problématique de la copie illégale dans la télévision

La visualisation sur Internet d'un programme dont la télévision détient les droits peut générer des pertes de chiffres d'affaires à quatre niveaux :

- L'activité Antenne TV : la copie illégale génère une perte d'audience engendrant moins de recettes publicitaires.
- L'activité de vente/location de copie physiques: la copie illégale induit moins de quantités de DVD vendues et louées.
- L'activité de vente/location à la demande en ligne : la copie illégale induit une moindre croissance de la VoD
- L'activité Web (portail et autres sites) : le piratage de programmes de télévision rediffusés sur le portail web des chaînes engendre une moindre audience sur ces portails et donc moins de recettes associées.

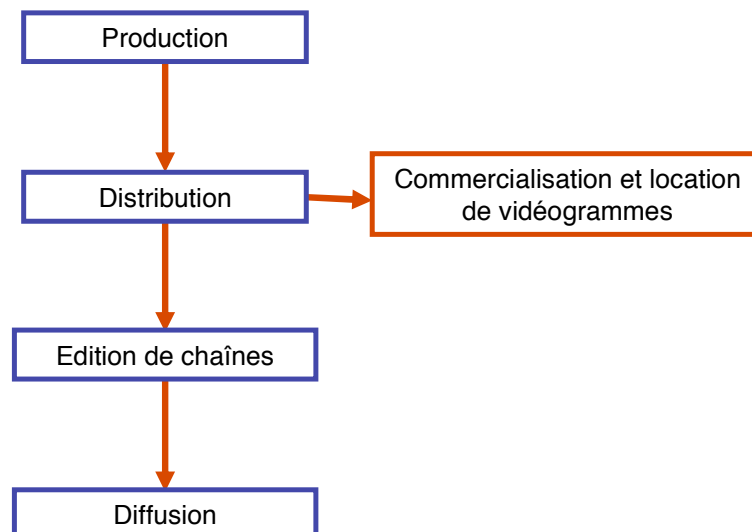
Si le visionnage illégal des programmes de flux n'a qu'une incidence sur l'activité web des chaînes, à travers l'exploitation potentielle de ce type de programmes en mode rattrapage (catch-up TV), la copie illégale de programmes de stocks (films et séries essentiellement) a une incidence sur l'ensemble de la chronologie des médias. En effet le piratage de ces programmes intervient généralement avant l'exploitation des droits par la société audiovisuelle. Que ce soit sur Canal+, TF1 ou M6, les séries étrangères, essentiellement américaines, sont proposées bien après la diffusion dans le pays d'origine. C'est ainsi que la France est souvent en retard d'une ou plusieurs saisons par rapport aux Etats-Unis mais également par rapport au Canada. Ceci n'est pas anodin, car les tarifs d'achat de droits de diffusion dépendent en partie de ce décalage. C'est également un moyen pour les chaînes de télévision de minimiser les risques en prenant les séries à succès qui font de l'audience dans le pays d'origine. Ce décalage constitue une fenêtre

justifiée au plan économique, mais concourt au téléchargement illégal, car ces séries sont souvent disponibles en version française sur les réseaux P2P en avance de plusieurs mois par rapport à la diffusion télé, ou à leur exploitation en DVD ou en VoD.

Alors que le téléchargement illégal des séries semble diminuer aux USA, sous la pression des sites de streaming légaux, le copie illégale semble au contraire s'intensifier en Europe. Selon les observations du site spécialisé TorrentFreak, le premier épisode de la quatrième saison de Prison Break a rapidement dépassé le million de téléchargements, principalement depuis l'Europe, seuls 4 % des téléchargements émanant d'internautes américains. De même, pour la première fois de son histoire, Mininova (site de liens BitTorrent) a enregistré en septembre 2008 plus de 10 millions de téléchargements en une seule journée, soit une moyenne de 117,6 téléchargements de torrents par seconde. Un record attribué, selon TorrentFreak, à la sortie des premiers épisodes des nouvelles saisons de beaucoup de séries TV, qui ont repris à la rentrée aux Etats-Unis et qui sont très vite diffusées sur les sites de liens BitTorrent. Le site précise que 50% des téléchargements concernent les séries et que ce pourcentage est moindre aux USA, en raison de l'existence de plates-formes de téléchargement légal<sup>32</sup>.

## 5.2 Décomposition de la chaîne de valeur

Figure 42 : Chaîne de valeur de la télévision



<sup>32</sup> <http://torrentfreak.com/mininova-breaks-download-records-080923/>



### 5.2.1 Les producteurs

Le producteur est responsable de réunir et de mettre en œuvre les moyens financiers et techniques pour la production d'une œuvre audiovisuelle. Il est à la fois maître d'ouvrages (responsable financier) et maître d'œuvres (responsable technique). Il est aussi responsable juridiquement des droits d'exploitation de l'œuvre (dans le cadre des conventions qui le lient aux auteurs).

Les œuvres audiovisuelles sont classées selon deux catégories :

- Les programmes de stock : ils correspondent aux œuvres audiovisuels, c'est-à-dire aux fictions, documentaires, films d'animation, magazines élaborés et aux rediffusions de spectacle. Ils peuvent être exploités plusieurs fois et par plusieurs diffuseurs.
- Les programmes de flux : il s'agit essentiellement de jeux, d'émissions de variétés ou de programmes diffusés en direct (retransmission sportive ou d'évènements). Les programmes de flux ne sont diffusés qu'une seule fois.

Les trois principaux producteurs audiovisuels en France sont :

- Endemol France: 160 Millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2006. Le producteur est spécialisé dans les programmes de flux : ses émissions de télé réalité (Star Academy, Fear Factor, etc.) représentent 50% de son chiffre d'affaires. Endemol assure la diffusion de ses programmes en prime time à travers un contrat avec TF1.
- Groupe Carrère : 141 Millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2006. Le groupe produit des programmes de stock (séries à succès : Le Maigret, Commissaire Moulin) et des émissions de flux (C'est pas sorcier, Esprits Libres). La production représente 73% du chiffre d'affaires. Le groupe assure aussi des activités de distribution et de marketing.
- Telfrance : producteur historique en France (74 Millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005). Telfrance produit des émissions de flux (les Maternelles) et de stock (Plus belle la vie, PJ) et assure des activités d'édition musicale et de gestion de plateaux.

En 2006, la production de films et de programmes pour la télévision ont généré un chiffre d'affaires de 2 251 Millions d'euros et a assuré 10 619 emplois<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Source : Insee, EAE 2006

La rémunération des producteurs s'effectue à travers :

- L'attribution de contrats de distribution.
- Les rémunérations versées sur l'exploitation du catalogue de production<sup>34</sup>.

### 5.2.2 Les distributeurs

Les distributeurs assurent l'intermédiation entre les producteurs et les éditeurs (les chaînes de télévisions). Le distributeur achète les programmes de stock auprès des producteurs et les revend ensuite aux sociétés d'édition en lots (par saison pour les séries).

Les programmes audiovisuels distribués peuvent faire l'objet d'une exploitation sur la chaîne, ainsi qu'au travers de la vente et la location de vidéogrammes. Les grandes chaînes françaises possèdent d'ailleurs généralement leur propre pôle de distribution et d'édition de vidéos (TF1 vidéo, StudioCanal, M6 Interactions).

En France la vente et la location de DVD ont représenté respectivement des chiffres d'affaires de 1 440 Millions d'euros<sup>35</sup> et 29,9 Millions d'euros<sup>36</sup> dont 665 Millions d'euros<sup>37</sup> et 13,8 Millions d'euros<sup>38</sup> pour les séries.

De même, la VoD représente un vecteur de croissance pour la télévision. Il existe en 2007 près d'une trentaine de services, provenant aussi bien des Fournisseurs d'Accès à Internet, de groupes audiovisuels (TF1, Canal plus, M6, Arte, et France Télévisions disposent d'une offre de VoD) ou d'opérateurs indépendants. En France la vente et la location de VoD a représenté un CA de près de 29 Millions d'euros<sup>39</sup>, dont 9,6 Millions d'euros<sup>40</sup> pour les séries.

### 5.2.3 Les éditeurs

Les éditeurs sont les chaînes de télévision. L'éditeur réalise la grille des programmes à diffuser. Parmi elles :

---

<sup>34</sup> Source : Xerfi, Télévision (production, édition, distribution), 2007

<sup>35</sup> Source : CNC, GfK

<sup>36</sup> Source : Données Xerfi, 2008

<sup>37</sup> Source : Données Xerfi, 2008

<sup>38</sup> Pour déterminer le montant des revenus de la location de séries il a été retenu de prendre la même répartition des revenus qu'à la vente, soit 46% de 29,9 Millions d'euros = 13,8 Millions d'euros, analyse TERA Consultants

<sup>39</sup> Source : Données Xerfi, 2008

<sup>40</sup> Le montant des revenus de la VoD pour les films étant de 67%, il a été retenu que les séries représentaient 33% des revenus totaux de la VoD soit 9,6 Millions d'euros, analyse TERA consultants

- Les chaînes hertziennes historiques (TF1, les chaînes de France Télévisions France 2, France 3, et France 5, M6, Arte, et Canal+) génèrent 82,5% de l'audience en 2007<sup>41</sup>. Les sources de revenus de ces chaînes généralistes diffèrent selon leurs catégories :
  - Les chaînes gratuites : les chaînes privées TF1 et M6 sont rémunérées essentiellement par la publicité. Les chaînes publiques (France 2, France 3, France 5, et Arte) étant rémunérées à la fois par des revenus publicitaires et des revenus issus de la redevance audiovisuelle. En 2007, les redevances audiovisuelles ont représenté 64% des revenus de France Télévisions<sup>42</sup>. Les recettes publicitaires de ces chaînes se sont élevées pour 2007 à 3 134 Millions d'euros<sup>43</sup> soit plus de 87% du montant total des recettes publicitaires, chaînes TNT et thématiques comprises.
  - Les chaînes payantes : Canal+ se rémunère essentiellement à travers des abonnements qui ont représenté 71% de ses revenus de 2007<sup>44</sup>. Le montant des abonnements à Canal Plus s'est élevé pour 2007 à 1 581 Millions d'euros.
- Les autres chaînes gratuites de la TNT génèrent une audience moyenne de 5,9% en 2007<sup>45</sup>. Elles ont généré un chiffre d'affaires de 120 Millions d'euros en 2007 ce qui représente 3,3% du montant total.
- Les chaînes thématiques sont diffusées essentiellement par ADSL, câble et satellite. Ces chaînes sont spécialisées par thème : cinéma, jeux, cuisine, etc. La plupart de ces chaînes sont payantes et sont rémunérées essentiellement par les abonnements. Les principaux acteurs de l'édition thématique sont Lagardère (à travers sa filiale médias Lagardère Active) et AB Groupe. Ces chaînes ont généré une audience moyenne de 11,6% en 2007<sup>46</sup>. Elles ont généré un chiffre d'affaires de 217 Millions d'euros en 2007 ce qui représente 6% du montant total des recettes publicitaires.

En 2005, l'activité d'édition de chaînes généralistes et de chaînes thématiques et locales a assuré 16 541 emplois.

---

<sup>41</sup> Source : Médiamétrie

<sup>42</sup> Source : Rapports annuels de TF1, M6, et France Télévisions

<sup>43</sup> Source : Balo, rapports financiers

<sup>44</sup> Source ; Rapport annuel Canal+

<sup>45</sup> Source : Médiamétrie. Les chaînes comprises dans cet agrégat sont : France 5 après 19h, Arte avant 19h, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP - Assemblée Nationale / Public Sénat, France 4, BFM TV, i>TELE, Europe 2 TV et Gulli.

<sup>46</sup> Source : Médiamétrie. Cet agrégat comprend les chaînes thématiques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées.

#### 5.2.4 Les diffuseurs

Les diffuseurs gèrent les réseaux de distribution des programmes : ils assurent le transport des programmes de la régie jusqu'au téléspectateur.

La diffusion des programmes est assurée à travers cinq canaux :

- La télévision hertzienne.
- La télévision par câble.
- La télévision par satellite.
- La télévision par ADSL.
- La télévision sur mobile.

### 5.3 Estimation de l'impact économique de la copie illégale

De la même façon que pour l'évaluation des pertes sur l'industrie du film, on considère que les téléchargements des séries TV sont potentiellement prêtés (dans 51% des cas) ou font l'objet d'un visionnage multiple (dans 62% des cas).

On considère, enfin, que la copie illégale d'un épisode d'une série TV est un acte manqué pour chacune des étapes de la chronologie des médias, c'est-à-dire à la fois pour le diffuseur TV et pour l'éditeur DVD et VoD.

Comme le souligne le magazine Numerama de septembre 2008, plus de 50%<sup>47</sup> des téléchargements se portent vers les séries TV. D'après l'ALPA, sur le premier semestre 2008, 450 000 films ont été téléchargés en moyenne par jour. Il a donc été retenu l'hypothèse de 450 000 épisodes de séries TV téléchargés par jour en France.

#### 5.3.1 Périmètre des pertes induites par la copie illégale

De la même manière que pour le film, il a été retenu, pour l'estimation des pertes, de se focaliser sur l'ensemble des revenus des séries TV au détail selon les différents supports de distribution :

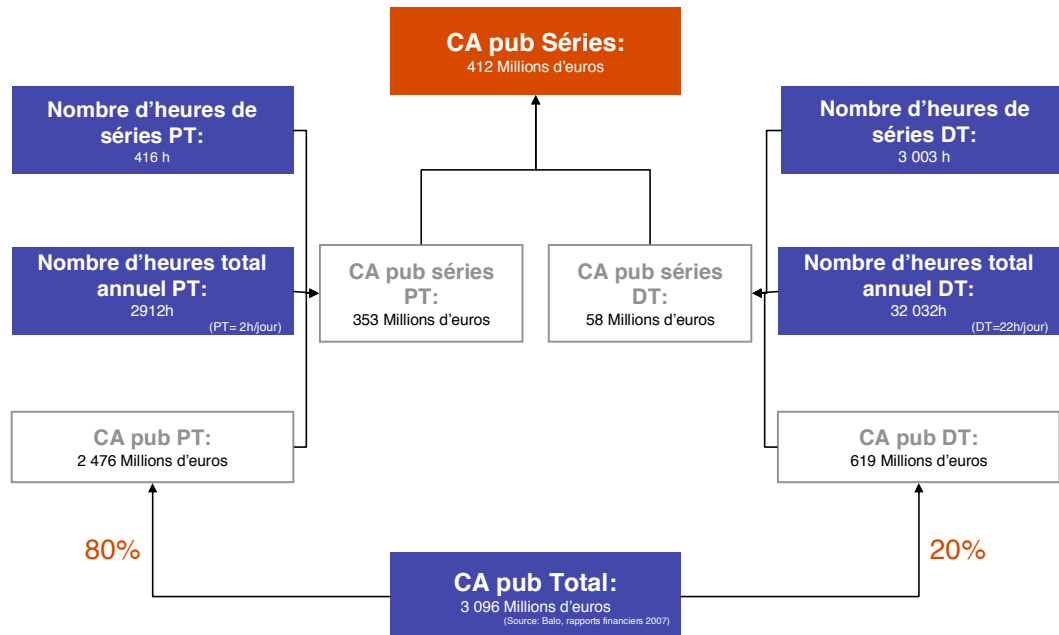
- La télévision, dont les revenus correspondent :
  - aux recettes publicitaires, relatives à la diffusion de séries TV pour les chaînes gratuites considérées (TF1, France2,

---

<sup>47</sup> <http://www.numerama.com/magazine/10704-BitTorrent-Minino-va-plus-populaire-que-jamais.html>

France3 et M6). Soit pour l'année 2007 près de 412 Millions d'euros.

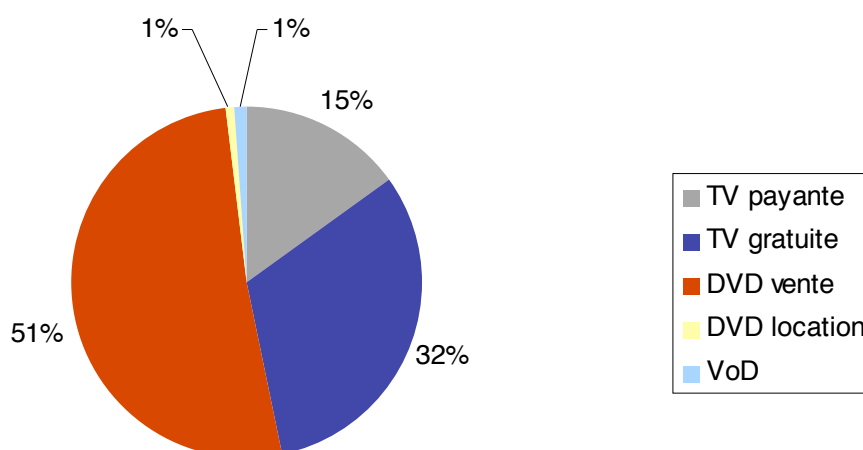
**Figure 43 : Calcul des revenus des séries pour la télévision gratuite en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

- A la part d'abonnement consacrée à la diffusion de séries TV pour les chaînes payantes (Canal+). La grille des programmes étant constituée à 12,2% de fictions et le montant des abonnements s'élevant à 1 581 Millions d'euros en 2007, la part des abonnements consacrée à la diffusion de séries TV s'élève à 193 Millions d'euros.
- La vente et location de DVD, dont les revenus se sont élevés en 2007 à 665 Millions d'euros et 13,8 Millions d'euros respectivement.
- La VoD, dont les revenus se sont élevés pour 2007 à près de 13 Millions d'euros.

Les revenus au détail des séries TV s'établissent, donc, à près de 1,3 Milliards d'euros pour 2007, la vente de coffrets DVD étant la ressource principale d'une série TV, avec près de 51% des revenus au détail.

**Figure 44 : Répartition des revenus au détail des séries en 2007**

Source : Analyse TERA Consultants

### 5.3.2 Estimation des pertes induites par la copie illégale

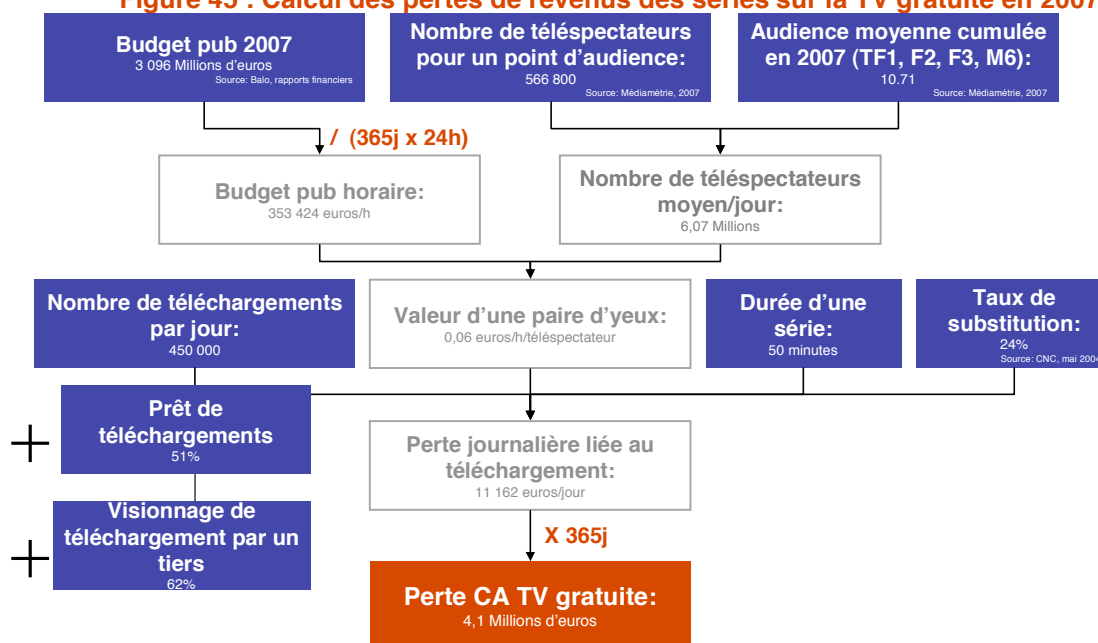
#### 5.3.2.1 Pertes induites sur la diffusion à la télévision

A l'inverse du film, la diffusion sur TV payante ou gratuite intervient en premier lieu dans la chronologie des médias. Aucun effet significatif n'ayant été noté en termes d'abonnements pour les chaînes payantes, il a été considéré que l'impact de la copie illégale sur ces chaînes était mineur et difficilement quantifiable.

L'érosion de l'audience pour les chaînes gratuites représente, en revanche, un réel défi pour les chaînes étrangères détentrices des droits de diffusion d'une série. Les heures passées à regarder un épisode de série TV téléchargé sont autant d'heures perdues pour la télévision et donc autant de « paires d'yeux » non monétisables par ces chaînes.

Après estimation de la « paire d'yeux » à près de 0,06 euros par jour et considérant un taux de substitution de 24%<sup>48</sup> la perte liée au téléchargement des 450 000 épisodes de séries TV par jour s'élève donc à plus de 11 162 euros par jour, soit près de 4 Millions d'euros en 2007, pour l'ensemble des chaînes gratuites considérées, TF1, F2, F3 et M6.

<sup>48</sup> Source, CNC, le téléchargement de films sur Internet, mai 2004

**Figure 45 : Calcul des pertes de revenus des séries sur la TV gratuite en 2007**

Source : Analyse TERA Consultants

### 5.3.2.2 Pertes induites sur la distribution en VoD et DVD

D'après la chronologie des médias explicitée précédemment, on note que la distribution sous le format VoD intervient en même temps que la vente/location des DVD. Ces canaux de distribution sont donc en concurrence : les pertes induites par la copie illégale seront donc réparties selon ces canaux de distribution dans la mesure où ils sont en concurrence.

De la même façon que pour le film, la VoD a été retenue comme support de distribution au détail se substituant à la location de DVD. La chute du chiffre d'affaires de la location DVD ne peut donc être considérée comme un impact de la copie illégale.

Le taux de substitution retenu est le même que celui du CD musique, 10%.

Enfin, le marché de la VoD n'étant encore que naissant, bien qu'en forte croissance, par rapport à la vente de DVD, il a été retenu de répartir 50% des téléchargements vers la vente de DVD et 50% vers la VoD.

Les prix au détail d'un épisode d'une série TV sont estimés à 1,99 euros pour la VoD et à 3 euros pour le DVD, après une étude de marché sur le Top 10 des séries les plus téléchargées en France.

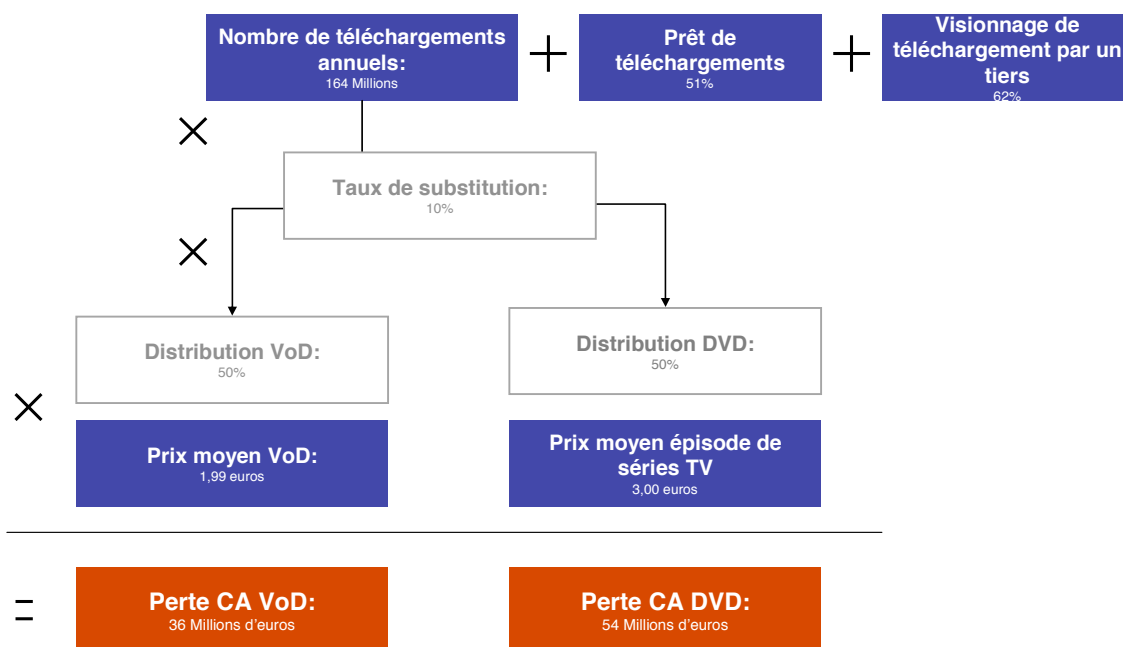
**Figure 46 : Montant des dépenses de préachats en 2007 en France**

Top 10	Saison	Nombre d'épisodes	Prix coffret DVD	Prix d'1 épisode
<i>Heroes</i>	2	11	29,99	2,73
<i>Lost</i>	4	14	49,99	3,57
<i>Prison break</i>	3	13	39,99	3,08
<i>Desperate housewives</i>	4	10	39,99	4,00
<i>Dexter</i>	1	12	39,99	3,33
<i>Smallville</i>	6	22	65,71	2,99
<i>Dr. House</i>	3	24	65,71	2,74
<i>Grey's anatomy</i>	4	16	49,99	3,12
<i>24h Chrono</i>	6	24	49,99	2,08
<i>Scrubs</i>	6	22	52,59	2,39
Prix épisode moyen			48,39	3,00

Source : Données Fnac

Les pertes induites par la copie illégale s'élèvent ainsi pour 2007 à :

- 36 Millions d'euros pour la distribution en VoD. Cette estimation paraît d'autant plus plausible que ce secteur est en plein développement comme le souligne NPA-Conseil qui évalue le marché de la VoD en 2010 à 340 Millions d'euros.
- 54 Millions d'euros pour la vente de DVD, soit une augmentation de près de 8% du chiffre d'affaires actuel.

**Figure 47 : Calcul des pertes de revenus des séries en VoD et DVD en 2007**

Source : Analyse TERA Consultants



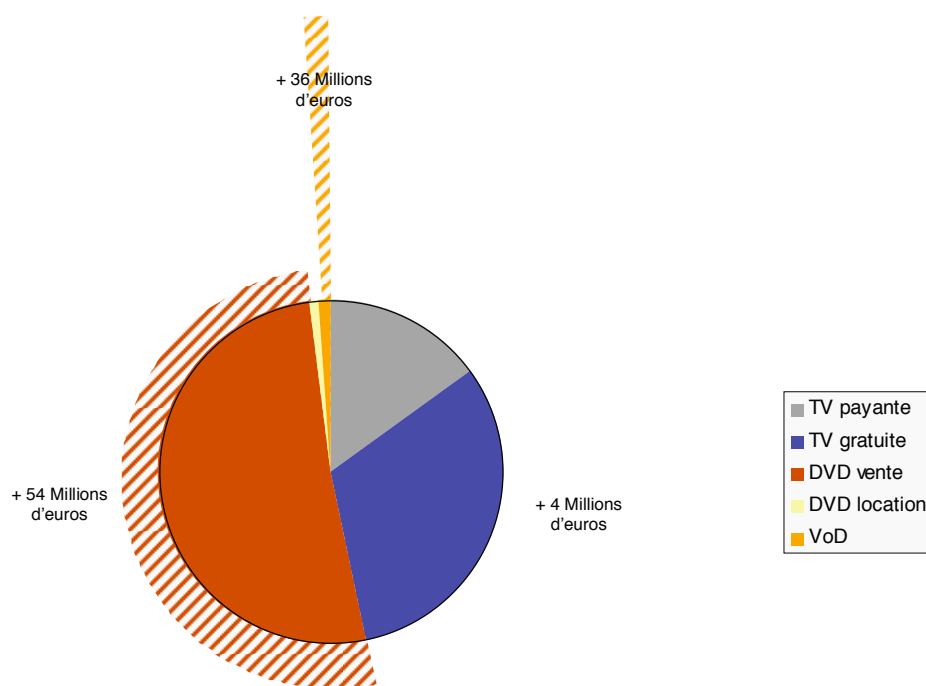
### 5.3.3 Estimation de la perte d'emplois directs<sup>49</sup>

La télévision se trouve impactée à la fois via ses liens avec le cinéma comme analysé dans le précédent chapitre (en tant que producteurs et parce que les films se trouvent dévalorisés portés sur le petit écran ou diffusés en DVD), mais également via la copie massive de séries TV.

Notre évaluation de l'impact sur la série s'élève à 94 millions d'euros pour l'année 2007 :

- Soit 54 millions de revenus perdus au titre de la vente de DVD (soit 57% de la perte totale).
- 36 millions d'euros pour la Vidéo à la Demande (38% de la perte totale).
- 4 millions d'euros pour la perte de publicité lors de la diffusion en claire (soit 4% de la perte totale).

**Figure 48 : Répartition du manque à gagner des revenus au détail des séries en 2007**



Source : Analyse TERA Consultants

Par ailleurs il convient également d'intégrer à cette perte celle subie lors de la copie illégale des films de cinéma et calculée au chapitre précédent, puisque

<sup>49</sup> Voir en conclusion du rapport une estimation globale de l'impact en termes d'emplois, directs, indirects et induits.

les chaînes de télévision sont éditrices et distributrices de films en DVD et VoD, mais également diffuseurs de films de cinéma sur leur antenne. Rappelons ainsi sur le piratage du film de cinéma, le secteur audiovisuel affiche une perte supplémentaire de 140 millions d'euros :

- dont 110 millions d'euros pour la Vidéo à la Demande
- 22 millions d'euros pour la Vidéo à la Demande
- 10 millions d'euros pour la perte de publicité lors de la diffusion en clair.

Il est possible de traduire en perte d'emplois directs, notre estimation de perte de recette globale de 234 millions d'euros pour l'année 2007 :

- Ces emplois directs sont ceux incorporés dans la chaîne de valeur, jusqu'au niveau de la distribution.
- Si l'on considère qu'une personne employée dans la chaîne de valeur de la musique associée à un chiffre d'affaires de 250.000 euros,
- le manque à gagner en termes de recettes équivaut à **934 emplois directs à temps plein perdus pour l'année 2007,**
- **dont 559 issus de la copie illégale de films de cinéma selon le calcul opéré au chapitre précédent.**

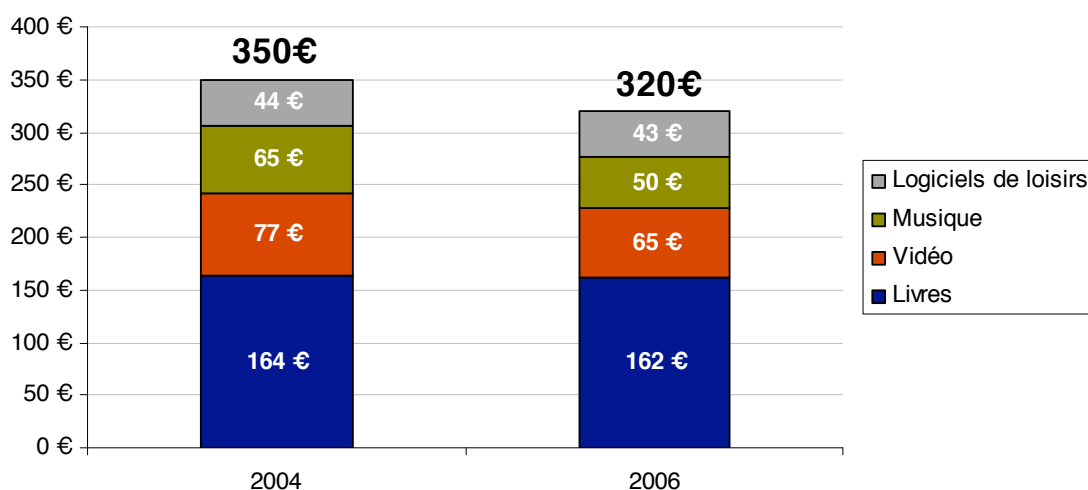
## 6 L'industrie du livre

Dans ce chapitre, une analyse centrée sur le livre est proposée. Même si, pour l'heure, ce domaine de la création n'est pas aussi sensiblement impacté (si ce n'est dans la littérature scientifique et technique), il est important de le prendre en compte, même de façon prospective, dans le calcul de « l'empreinte économique » de la copie illégale. En effet, au moment d'adapter la législation pour assurer le respect des droits de propriété dans l'économie numérique, il est fondamental de mesurer la menace, même potentielle, sur un secteur tel que celui du livre.

### 6.1 Problématique de la copie illégale dans l'industrie du livre

Alors qu'on assiste en France à l'effondrement, en volume et en valeur, de la consommation de disques et de DVD, le livre semble encore épargné par la crise majeure subie par l'édition musicale et vidéo. Ainsi entre 2004 et 2006, la dépense en biens culturels annuelle par foyer est en baisse de 8%, dont -15% pour le DVD, -23% pour les CD et seulement -1% pour le livre<sup>50</sup>.

Figure 49 : Dépenses annuelles par foyer



Source : GFK, extrait de « l'actualité de la production musicale 2007 », SNEP

Si un Français sur quatre n'a lu aucun livre en 2005, un sur deux en a néanmoins acheté au moins un la même année. A défaut d'être lu, l'objet livre

<sup>50</sup> Source : GFK, extrait de « l'actualité de la production musicale 2007 », SNEP

continue donc d'être acheté, constituant par ailleurs le premier poste de dépenses d'objet culturel des Français, loin devant la vidéo ou la musique. Après deux années (2005 et 2006) de baisse des ventes en valeur – qui traduit un désintérêt pour les produits culturels qui touche toutes les catégories – 2007 fut un meilleur cru<sup>51</sup>.

Le rapport Patino, remis au ministre de la Culture en mars 2008, souligne l'entrée tardive du livre dans l'ère numérique. Ainsi la révolution numérique touche le secteur du livre de façon moins brutale qu'elle ne l'a fait pour la musique et le cinéma. Si les flux de musique électronique ont connu un tel essor ces dernières années, c'est avant tout grâce au support privilégié que représente le lecteur mp3 pour la consommation de ce type de musique, en terme de confort d'écoute, de stockage ou encore de mobilité. Or le marché du « reader », c'est-à-dire l'équivalent du lecteur mp3 pour le livre, est encore balbutiant<sup>52</sup>, ce qui constitue un frein évident au développement à la littérature électronique.

Mais, l'actuel constat est un trompe-l'œil car de nombreux facteurs de décollage du livre numérique sont identifiables :

- Les pratiques évoluent, plus particulièrement parmi les générations les plus jeunes, qui ont l'habitude de la lecture sur écran.
- Les supports et les réseaux se développent également : technologies nomades (wi-fi, blue-tooth...), développement de terminaux multi-applications (laptops, smartphones, ...), amélioration de l'autonomie des batteries, etc.
- Enfin, les bibliothèques consacrent une part de plus en plus importante de leur budget à l'achat de contenus numériques, notamment pour les bibliothèques universitaires<sup>53</sup>.

### **6.1.1 La lente émergence d'un marché du livre numérique**

L'offre gratuite d'œuvres du domaine public est ancienne : le serveur Gallica, lancé en 1997 par la Bibliothèque nationale de France, comptait fin 2006 quelque 90 000 titres numérisés (mais en mode image et non texte). L'intérêt s'est trouvé amplifié avec le lancement de projets de grandes bibliothèques numériques, comme « Google Print » en 2004 ou le Windows Live Book Search de Microsoft. La Commission européenne a lancé en 2006 un projet de

---

<sup>51</sup> Selon le panel Ipsos (ventes en magasin, France métropolitaine)

<sup>52</sup> Cf. 6.1.1 La lente émergence d'un marché du livre numérique.

<sup>53</sup> Sous-direction des bibliothèques et de l'information scientifique.

bibliothèque numérique européenne qui doit offrir l'accès à six millions d'ouvrages du patrimoine européen.

On observe cependant que l'offre de contenus grand public s'étend aujourd'hui même si elle reste limitée (en dehors du segment spécifique de l'édition scientifique), technique. Par exemple, Amazon a manifesté son intérêt en rachetant, Mobipocket, société française rachetée par Amazon en 2005 et qui propose 60 000 titres lisibles sur terminaux mobiles.

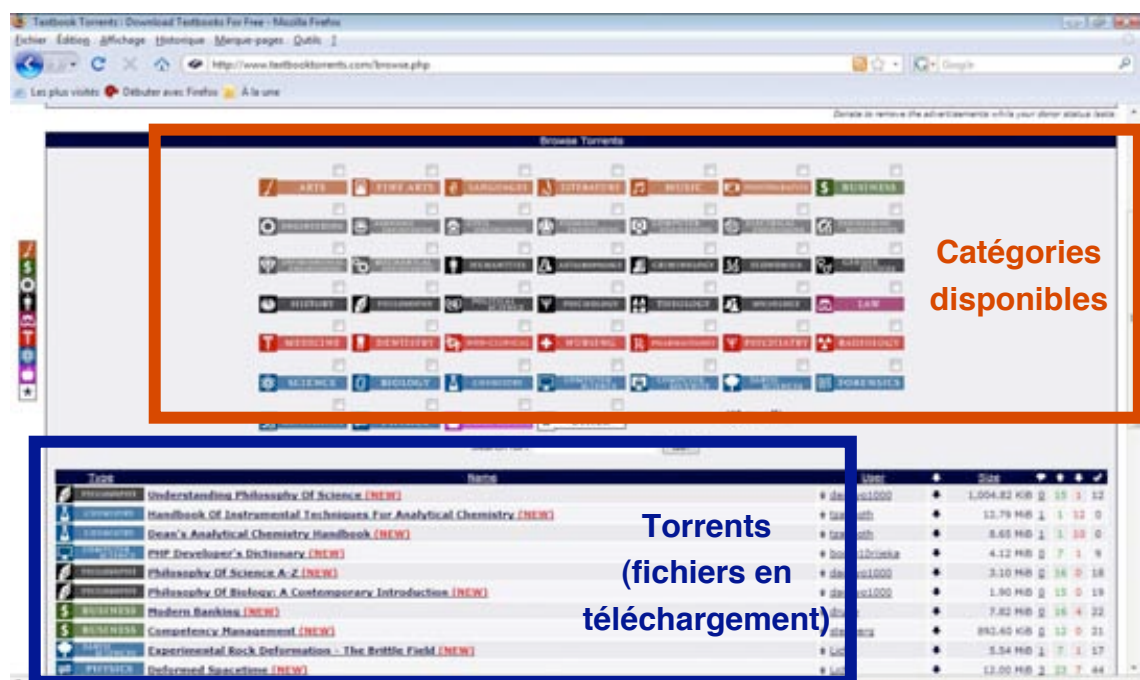
Il n'existe pas de support de lecture numérique qui détrône le livre papier pour l'heure. Les différents readers disponibles disposent pourtant d'atouts indéniables, autres que le gain en termes de poids et de volume: accès à des contenus associés comme un dictionnaire, compléments multimédias ...

### 6.1.2 Quid la copie illégale?

Contrairement aux syndicats du disque et de l'édition vidéo qui publient régulièrement un état des lieux plus que préoccupant sur l'usage du téléchargement illégal en France, celui du livre ne semble pas encore déplorer de dommages liés à la copie illégale du livre.

Pourtant le phénomène de piratage de l'édition littéraire existe bel et bien. Sur un site, Textbook Torrents, plus de 5.000 manuels sont en libre téléchargement, au format PDF par une simple inscription gratuite.

Figure 50 : Le site textbooktorrents.com



Source : [www.textbooktorrents.com](http://www.textbooktorrents.com)

L'Association of American Publishers a recensé des milliers de cas de copie illégale, tant que Harvard Business Publishing a constitué une équipe pour la détection des livres numérisés non autorisés qui apparaissent sur le réseau.

On peut encore citer l'exemple du site mygazines.com qui permet de consulter gratuitement en ligne des versions électroniques de magazines, pour la plupart anglo-saxons. Il s'agit ici de magazines scannés qui peuvent être visualisés à l'aide d'un logiciel de lecture intégré au site.

La copie illégale dans l'édition littéraire concerne pour l'instant en majorité les livres scolaires, qui représentent tout de même un poids de 9% dans le chiffre d'affaires des éditeurs français 2006<sup>54</sup>. Du fait de la faible pénétration des readers sur le marché, ces fichiers se lisent principalement sur l'écran d'un ordinateur. Si le piratage numérique du livre offre l'avantage indéniable de la gratuité, le confort de lecture en revanche est encore loin d'égaler celui du livre papier. En revanche, une fois adopté l'usage du livre numérique, on peut craindre un phénomène de pillage massif des catégories les plus populaires, tels que le roman (18% du chiffre d'affaires éditeur, + 47% de progression de chiffre d'affaires entre 1990 et 2005), la jeunesse (12% du chiffre d'affaires éditeur, + 90% de progression de chiffre d'affaires entre 1990 et 2005) ou encore la bande dessinée (6% du chiffre d'affaires éditeur mais + 375% de progression de chiffre d'affaires entre 1990 et 2005)<sup>55</sup>. Le téléchargement sera par ailleurs d'autant plus facilité qu'il s'agit de fichiers généralement peu volumineux et donc rapidement téléchargeables contrairement à des fichiers vidéos.


**Figure 51 : Poids en Ko des livres numériques et vitesse de téléchargement**

Le tableau suivant fournit quelques exemples de poids de fichiers et de temps de téléchargement moyens :

TYPE DE LIVRES	EXEMPLES DE POIDS (*)	TEMPS DE TÉLÉCHARGEMENT APPROXIMATIF (MODEM 56 KBITS/S)	TEMPS DE TÉLÉCHARGEMENT APPROXIMATIF CONNEXION HAUT DÉBIT (CÂBLE, ADSL)
Nouvelle de 50 pages	150 Ko	37 secondes	3 à 6 secondes
Roman de 300 pages	1 Mo	4 minutes	20 à 40 secondes
Guide pratique de 200 pages avec tableaux	1,5 Mo	6 minutes	30 à 60 secondes
Livre illustré avec photos	10 Mo	41 minutes	3 à 6 minutes

(\*) Ces exemples de poids sont donnés à titre illustratif, les écarts par rapport à ce repère pouvant être d'autant plus importants qu'il s'agit de livres comportant des tableaux ou des illustrations.

Sur chaque fiche-livre, le poids du fichier dans chaque format de lecture est indiqué.

Les livres pour lesquels nous recommandons d'utiliser une connexion haut débit sont signalés sur le site par le picto : 

**A noter :** Le nombre de pages d'un livre numérique peut être sensiblement plus élevé que celui du livre papier correspondant dans la mesure où il a été remis en page avec des caractères plus gros pour en faciliter la lecture à l'écran.

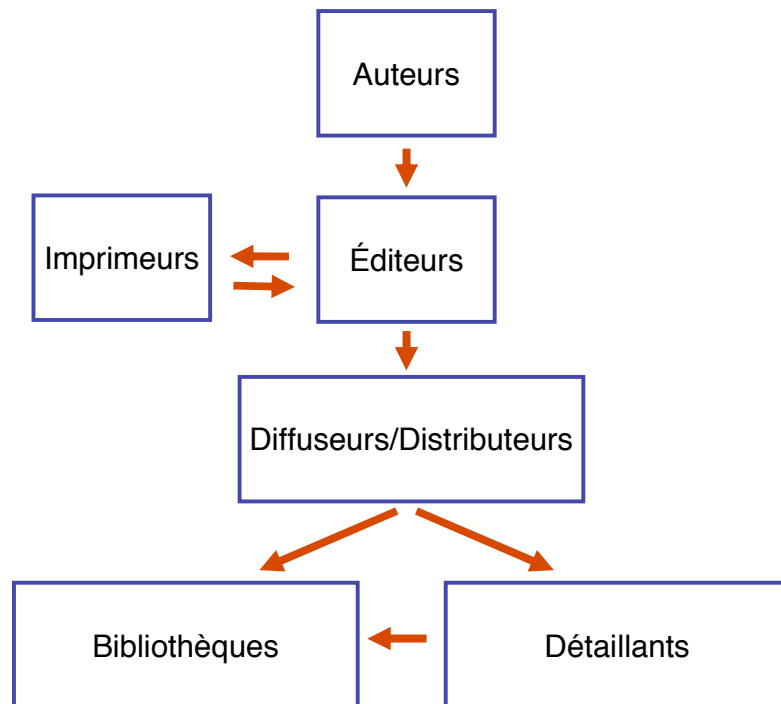
Source : [www.numilog.com](http://www.numilog.com)

<sup>54</sup> SNE, enquête de branche, échantillon ajusté 2006 (313 éditeurs)

<sup>55</sup> Source : SNE, enquête de branche, échantillon ajusté 2006 (313 éditeurs) et rapport Livre 2010

## 6.2 Décomposition de la chaîne de valeur du livre

Figure 52 : Chaîne de valeur du livre



### 6.2.1 Les auteurs

Les auteurs produisent le contenu du livre. Ils soumettent leurs œuvres aux éditeurs, spontanément ou sur commande. Il est difficile d'évaluer le nombre exact d'auteurs en France vue la complexité du métier. Le chiffre connu à ce jour est de 2500 (1800 écrivains et 700 traducteurs) sur la base du nombre d'auteurs affiliés à l'AGESSA (Association pour la GEstion de la Sécurité Sociale des Auteurs). Mais, par ailleurs, le périmètre est évalué à 55 000 (affiliés ou non à l'Agessa) dans d'autres évaluation<sup>56</sup>.

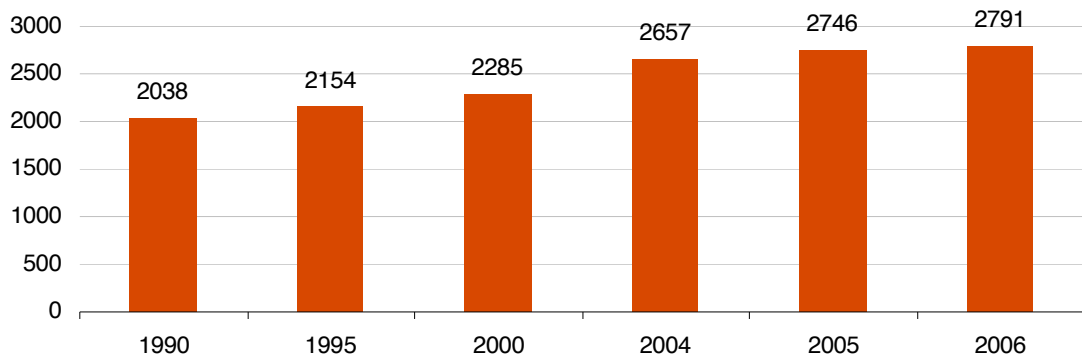
### 6.2.2 Les éditeurs

L'édition en France est composée de 8 000 entreprises environ, pour 16 600 salariés<sup>57</sup>.

<sup>56</sup> Source : Rapport du livre 2010

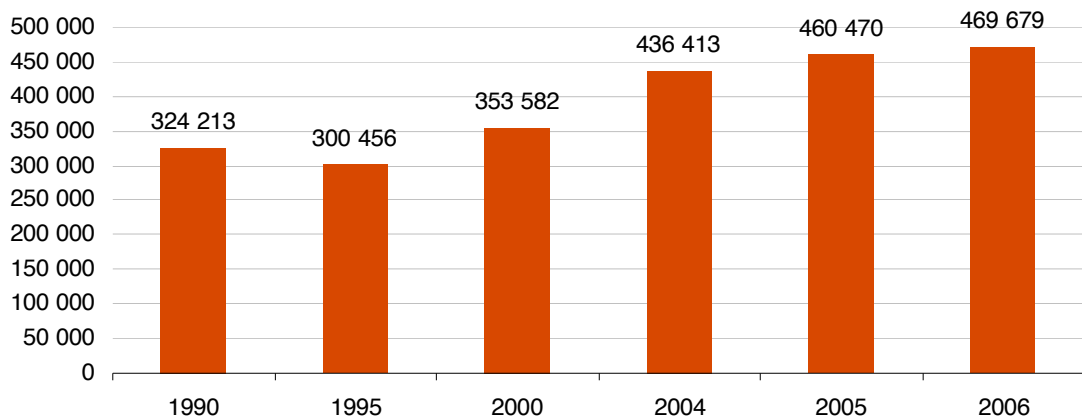
<sup>57</sup> Effectif salarié au 31 décembre 2005. Source Insee : secteur NAF 221A : édition de livres.

**Figure 53 : Chiffres d'affaires de l'édition (M€)**



Source : SNE

**Figure 54 : Ventes d'exemplaires de l'édition (en milliers d'exemplaires)**



Source : SNE

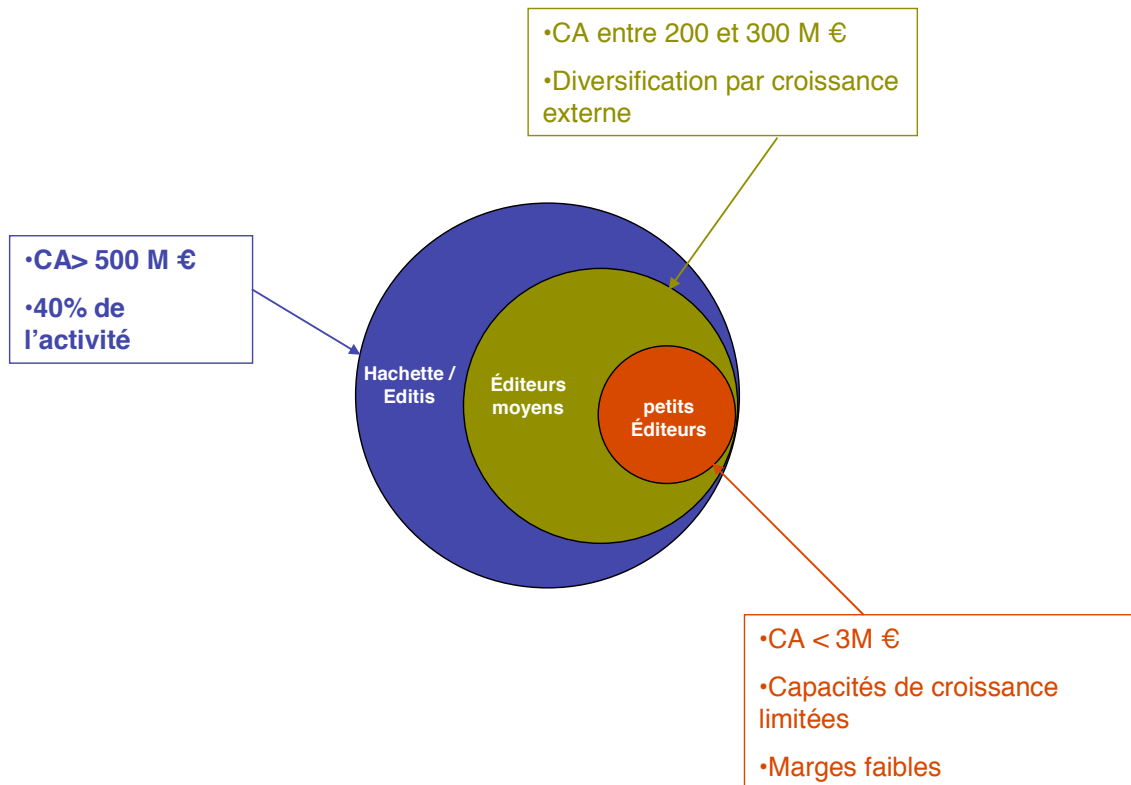
Plus précisément, les éditeurs en France sont organisés autour de trois cercles:

- 2 leaders : Hachette et Editis avec plus 500 M€ d'Euro de chiffre d'affaires, soit 40% du marché.
- Les éditeurs moyens avec un chiffre d'affaires compris entre 200 et 300 M€ d'euros. Les éditeurs moyens disposent en général de leurs propres réseaux de distribution. Certains externalisent cette fonction aux leaders. A titre d'exemple, Gallimard utilise le réseau de distribution d'Editis pour accéder aux GSA (Grandes Surfaces Alimentaires). Ces maisons ont également pour la plupart une stratégie de diversification, notamment par voie de croissance externe et acquisition de petites maisons dont les catalogues viennent compléter ceux de la maison mère.



- Les petites maisons d'éditions dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas, pour les deux tiers d'entre elles, 3 M€. Ces maisons indépendantes génèrent de faibles marges et externalisent leurs fonctions de distribution et de promotion.

**Figure 55 : Type d'éditeurs en France**



Source : Xerfi, Editions de livres - Octobre 2007 et Rapport du livre 2010

L'activité de l'édition des livres s'organise autour de trois fonctions clés<sup>58</sup> : l'édition, la conception, et la promotion :

- L'édition : il s'agit de la définition de la stratégie d'édition : la sélection d'ouvrage et de catalogues, le positionnement, etc..
- La conception : couvre l'aspect « design » de l'ouvrage : la sélection du papier, de la mise en page, etc..
- La promotion : Il s'agit de la visibilité de l'ouvrage auprès des distributeurs et du grand public..

### 6.2.3 Les diffuseurs /distributeurs

La diffusion consiste à démarcher les canaux de distribution les plus appropriés aux différents types d'ouvrages (librairies spécialisées, généralistes, grandes surfaces alimentaires, grandes surfaces spécialisées). C'est également le

<sup>58</sup> Source : Xerfi, Editions de livres - Octobre 2007

diffuseur qui organise les campagnes promotionnelles, qui s'assure de la mise en rayon des livres dans les différents points de vente, ainsi que du réassort.

Les distributeurs assurent les différentes tâches logistiques liées à la circulation du livre : acheminement des commandes de livres des éditeurs jusqu'aux entrepôts des distributeurs de gros, gestion des entrepôts, etc.

Les activités de diffusion et de distribution sont rémunérées par un pourcentage sur le prix de vente. Généralement, la diffusion et la distribution sont deux tâches assurées par le même prestataire : le diffuseur-distributeur.

Les grands éditeurs et une bonne partie des éditeurs moyens disposent de leurs propres réseaux de distribution. Les éditeurs ne souhaitant pas investir dans une infrastructure de logistique ou désirant accéder à certains marchés utilisent les réseaux de distribution de Hachette et Editis. A titre d'exemple, en France, Hachette assure la distribution de Dalloz, et Editis assure l'accès de Gallimard aux GSA (Grandes Surfaces Alimentaires).

#### **6.2.4 Les détaillants**

La vente au détail des livres a généré 5 045 M€ de chiffre d'affaires en 2006, et a mobilisé 25 126 emplois<sup>59</sup>.

Les livres sont acheminés vers le consommateur selon 5 grands canaux de distribution.

- Les librairies viennent en tête de la distribution du livre avec une part de marché de 27%. Ce chiffre masque néanmoins des disparités. Les librairies de premier niveau (type France Loisirs) sont les plus importantes en terme d'offre et de superficie, et sont les seules à ne pas connaître une baisse de leur activité en 2006. Quant aux librairies de deuxième et troisième niveaux, elles sont confrontées à la désaffection des consommateurs pour les commerces de centre ville face aux commerces de périphéries, et d'autre part à une montée des prix de l'immobilier qui rend leur situation intenable.
- Les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) assurent 21% des ventes de livres. Les GSA tirent avantage du fort taux de fréquentation de leurs magasins. Elles ont ainsi étendu leurs offres au-delà des best-sellers.

---

<sup>59</sup> Source: Insee EAE 2006. Les chiffres cités correspondent au code NAF 52.4R « Commerce de détail de livres, journaux et papeterie ». Ce code couvre l'essentiel des librairies mais exclut de son champ les hypermarchés et un certain nombre de grandes surfaces culturelles. En outre cette catégorie intègre des points de vente et de papeterie qui ne distribuent pas de livres.

Certains GSA, comme Leclerc disposent de leur propre enseigne culturelle (Espace Culturel de Leclerc).

- Les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) : assurent 21% des ventes à part égal des GSA. Le leader des GSS est la Fnac (les livres représentent 18% de son chiffre d'affaires global<sup>60</sup>), suivi de Virgin et Furet du Nord.
- La vente à distance, clubs, et internet : la vente à distance représente 20% des ventes. Les clubs (dont France Loisirs et le Grand Livre du Mois) représentent 16% des ventes. La vente sur Internet se développe représentant 4% de l'activité en 2006<sup>61</sup>.
- Les autres canaux : les kiosques, livres services, stations d'essences, maisons de presses, etc. assurent une part non négligeable de la distribution des livres, avec 11% des ventes.

### 6.2.5 Bibliothèques

Il existe deux types principaux de bibliothèques en France<sup>62</sup> :

- Les bibliothèques territoriales qui achètent près de 7 millions de livres par an.
- Les bibliothèques de l'enseignement supérieur, qui achètent près d'un million de livres par an.

Si l'on ne considère que l'emprunt du public auprès des bibliothèques municipales, il est de 4 livres par an et par habitant<sup>63</sup>. Les éditeurs et les auteurs perçoivent une rémunération paritaire calculée en fonction du nombre de leurs ouvrages achetés par les bibliothèques. Ce vecteur de rémunération n'est pas négligeable puisque les ventes aux collectivités (bibliothèques, centre de documentation des établissements scolaires...) représentent plus de 8% du marché du livre<sup>64</sup>. En 2007, ces droits de prêts ont représenté 10,77 M€ répartis à parts égales entre 11 000 auteurs et 1183 éditeurs.

---

<sup>60</sup> Source : site corporate FNAC ([http://www.ppr.com/front\\_\\_sectionId-189\\_Changelang-fr.html](http://www.ppr.com/front__sectionId-189_Changelang-fr.html))

<sup>61</sup> Source Xerfi, Livres (Distribution) – Octobre 2007

<sup>62</sup> Source : SNE

<sup>63</sup> Source : SNE

<sup>64</sup> Source : Xerfi, Edition de livre – Octobre 2007.

## 6.3 Projection de l'impact économique potentiel de la copie illégale

Comment estimer l'impact de la copie illégale sur le secteur du livre en France ? Bien que le phénomène de copie illégale littéraire soit bien réel, il ne semble pas avoir aujourd'hui l'ampleur observée dans le domaine de la musique ou de la vidéo pour les raisons précédemment mentionnées. Le but de cette section n'est pas de chiffrer les effets actuels de la copie illégale dans ce domaine, mais de faire l'exercice prospectif dans la perspective d'émergence d'un phénomène de masse, à l'image de celui observé dans le domaine de la musique et de la vidéo.

### 6.3.1 Projection de la perte de recettes

Le chiffrage de la copie illégale du livre nécessite en premier lieu l'estimation du nombre de livres numériques téléchargés illégalement et se substituant à l'achat.

Si le téléchargement illégal de livres prenait l'ampleur du téléchargement illégal de musique ou de vidéos, quel serait donc le volume de téléchargement attendu sur les réseaux peer to peer ?

Une première méthode consiste à approximer le nombre de téléchargements illégaux de livres avec celui observés pour les fichiers musicaux ou pour les fichiers vidéos. Cependant cette méthode ne semble pas appropriée pour la raison suivante : les téléchargeurs regardent les vidéos qu'ils téléchargent et écoutent les musiques qu'ils téléchargent. Ainsi le volume de téléchargement est directement lié à l'usage qui en est fait. Autant il est envisageable d'écouter une dizaine de chansons par jour, et de visionner plusieurs films par semaine, autant il est beaucoup moins courant de lire plusieurs livres par semaine. Si 79% de Français lisent généralement au moins un livre par an, 38% en lisent moins de 9, 25% en lisent entre 10 et 24, et seulement 15% en lisent plus de 25<sup>65</sup>.

Le nombre de téléchargements illégaux de livre doit donc être relié à la demande sur le marché. En 2006, les Français ont acheté 469,7 millions de livres<sup>66</sup>, ce qui correspond à un peu plus de 7 livres par français par an.

---

<sup>65</sup> Source : Observatoire de l'économie du livre (DLL/CNL), mars 2008 : les pratiques de lecture des Français en 2005 (y compris bandes dessinées).

<sup>66</sup> Source : Observatoire de l'économie du livre (DLL/CNL), mars 2008

En considérant que cette moyenne est respectée chez les téléchargeurs potentiels de livres, il reste à estimer le nombre de ces derniers pour approcher le marché potentiel du téléchargement illégal en France.

On compte en France 31,57 millions d'internautes<sup>67</sup>. Sur ces internautes, on estime à 30% le nombre d'utilisateurs des réseaux peer to peer<sup>68</sup>, soit environ 9,5 millions de personnes. Dès lors il faut estimer la part de ces utilisateurs P2P qui lisent des livres numériques, puisque cette catégorie possède un intérêt réel à obtenir gratuitement des livres via le téléchargement illégal. On fait donc l'hypothèse que 50% des utilisateurs P2P lisent des formats numériques (on fait ici l'hypothèse d'une démocratisation des lecteurs au sein des utilisateurs P2P). Finalement on obtient un peu moins de 5 millions d'utilisateurs adeptes du P2P et lecteurs de livres numériques. Ces derniers achetant comme tous les français un peu plus de 7 livres par an, le nombre total de livres achetés par cette catégorie d'internautes est de 34,5 millions de livres par an en moyenne.

En faisant l'hypothèse que la moitié de ces achats pourrait être substituée par le téléchargement gratuit, on arrive donc à chiffrer **une perte de 17,25 millions de ventes perdues par an pour le secteur du livre en France.**

**Figure 56 : Estimation du nombre de ventes de livres perdues à cause de la copie illégale**

# livres vendus en 2006 (Munités)	469,70
population française (M habitants)	64,47
# livres achetés par personne par an	7,29
# internautes (M internautes)	31,57
% utilisateurs P2P chez les internautes	30%
pénétration de l'e-book chez les utilisateurs P2P	50%
# livres achetés par utilisateurs P2P détenteur d'un e-book (M unités)	34,50
% de téléchargement gratuit remplaçant l'achat	50%
<b># de téléchargement gratuits remplaçant l'achat (M unités)</b>	<b>17,25</b>

Source : Analyse TERA Consultants

Considérant que ces ventes perdues impactent uniquement la distribution numérique du livre (la catégorie ciblée est celle des téléchargeurs adeptes de lecture numérique, ils substituent donc le téléchargement à l'achat d'un livre numérique), quelle est la valeur d'un livre numérique ? Là encore il faut se livrer à un exercice prospectif puisque ce type de produit est encore peu développé en France.

<sup>67</sup> Source Médiamétrie : individus de 11 ans et plus qui se sont connectés au cours du mois de janvier 2008, quel que soit le lieu de connexion

<sup>68</sup> Source : IDATE, Monitoring du Téléchargement, Edition 2006

En effet, le site numilog.com propose des livres numériques pour un prix variant généralement entre 2€ et 14€<sup>69</sup>. Cependant ce site présente une offre assez réduite en terme de références (aucun titre parmi les 30 best sellers de l'année 2007) et ne correspond donc pas à l'offre d'un marché mature. De même la FNAC a mis en place, en partenariat avec Cyberlibris : mais 1 000 titres de livres pratiques sont proposés, au travers de sept bouquets thématiques.

Seule l'offre d'Amazon aux USA semble pouvoir donner une idée assez précise du prix d'un livre numérique sur un marché en développement<sup>70</sup>, avec aujourd'hui un catalogue de plus 180 000 livres vendus au prix moyen de 9,99\$<sup>71</sup>. En comparant les prix des livres français par rapport aux prix américains, on constate que ces derniers sont vendus environ 15% moins chers (cf. ci-dessous).

**Figure 57 : Comparaison de prix entre le marché américain et français sur le livre Harry Potter**

	Prix France* (€)	Prix US** (\$)	Prix US*** (€)	écart US/France (%)
Harry Potter, Tome 1	6,84	8,99	6,48	-5%
Harry Potter, Tome 2	6,84	8,99	6,48	-5%
Harry Potter, Tome 3	7,32	8,99	6,48	-12%
Harry Potter, Tome 4	8,74	9,99	7,20	-18%
Harry Potter, Tome 5	12,83	9,99	7,20	-44%
Harry Potter, Tome 6	8,74	9,99	7,20	-18%
Harry Potter, Tome 7	10,45	13,78	9,93	-5%
moyenne	8,82	10,10	7,28	-15%

\*Source : Amazon.fr

\*\*Source : Amazon.com

\*\*\*Source : Oanda.com (taux de change au 3 octobre 2008)

On estime ainsi le prix moyen d'un e-book vendu en France à 8,50€<sup>72</sup>. La perte totale pour l'industrie du livre peut donc être estimée à près de 147 M€ par an<sup>73</sup>.

Pour distribuer ces pertes sur la chaîne du livre, on se heurte à une autre difficulté qui est la décomposition du coût d'un livre numérique par rapport à la chaîne de valeur. Si l'on peut s'attendre à une baisse du coût de fabrication et du coût de distribution représentant aujourd'hui à eux deux environ 27% du prix TTC du livre, les coûts de commercialisation d'un contenu numérique peuvent quant à eux varier considérablement en fonction des moyens marketing mis en œuvre (la diffusion représente aujourd'hui environ 6,5% du prix du livre). De

<sup>69</sup> Source : numilog.com, sélection des meilleures ventes d'e-books au format PRC (format de lecture employé notamment par les ordinateurs de poche PDA)

<sup>70</sup> Fin mai 2008, Jeff Bezos, fondateur et P.-D.G. de l'entreprise, a annoncé que les ventes sur le Kindle représentaient 6 % des ventes totales des titres offerts à la fois en version numérisée et sur papier.

<sup>71</sup> Source : Amazon.com, section « Kindle books »

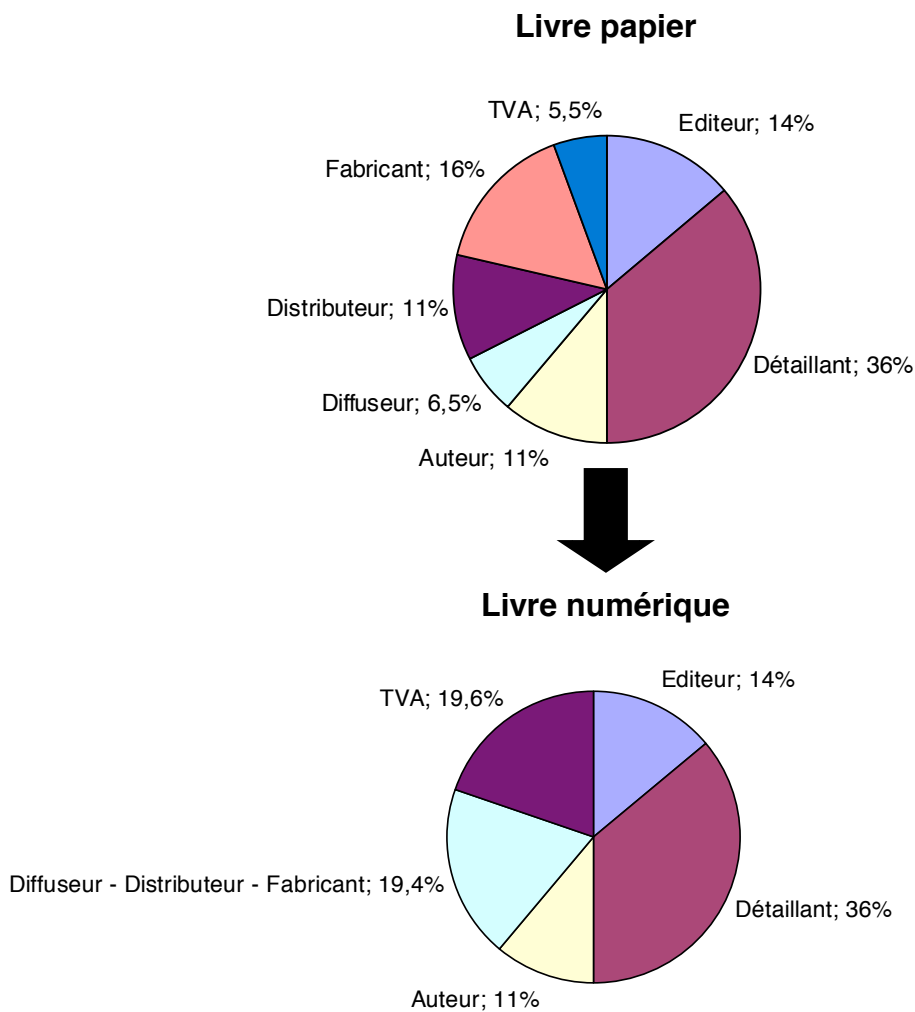
<sup>72</sup> En appliquant le taux de conversion US\$/€ au prix de l'e-book Amazon (0,7205 au 03/09/08 sur oanda.com) et en tenant compte d'une baisse de 15% sur le prix américain par rapport au prix français.

<sup>73</sup> 8,50€ multiplié par le nombre totale de ventes perdues (estimé à 17,25 M unités)

plus l'œuvre numérique n'étant pas soumise à la loi Lang, le taux de TVA appliqué est de 19,6% contre 5,5% pour le livre papier.

En conséquence on fait l'hypothèse que la part des coûts du livre numérique associés à l'édition, à la distribution en librairie et à la rémunération de l'auteur demeure inchangée, la hausse de la TVA venant compenser les variations de la part associée à la distribution, à la diffusion et à la fabrication.

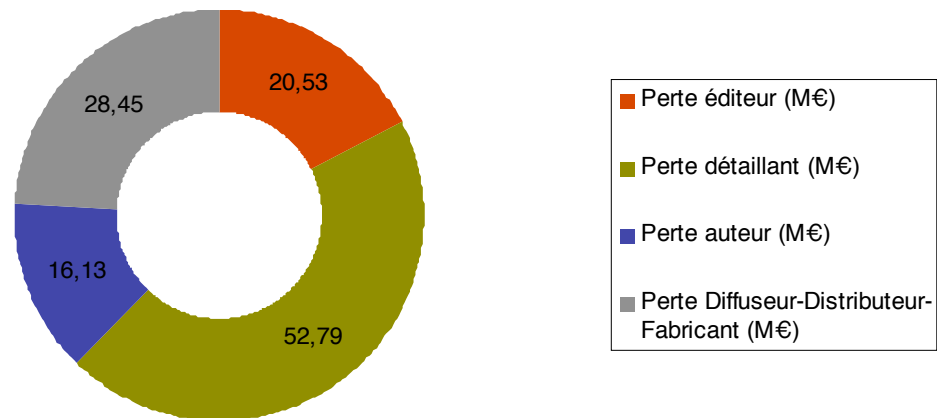
**Figure 58 : Ventilation du prix du livre papier et numérique sur la chaîne de valeur**



Source : SNEP, Analyse TERA Consultants

On peut ainsi reporter la perte financière liée à la copie illégale sur les principaux acteurs de la chaîne de valeur du livre :

**Figure 59 : Ventilation de la perte liée à la copie illégale sur la chaîne de valeur**



Source : Analyse TERA Consultants

### 6.3.2 Projection de la perte d'emplois directs<sup>74</sup>

L'industrie du livre est pour l'heure marginalement impactée en raison de la faible diffusion de « readers », de sorte que le livre papier garde un évident avantage (et dans la mesure où peu de livres sont numérisés). Cependant, l'émergence d'un piratage dans la littérature scientifique ou scolaire, ou bien encore dans les revues, a incité à formuler un scénario, prospectif cette fois, sur les dangers de la copie illégale.

Notre évaluation de l'impact potentiel du piratage s'élève à 147 millions d'euros en année pleine :

- soit 16 millions d'euros pour les auteurs.
- 21 millions d'euros pour les éditeurs.
- 28 millions d'euros pour les diffuseurs.
- et 53 millions d'euros pour les détaillants (soit 36% des pertes totales).

Il est possible de traduire en perte d'emplois directs, notre estimation de perte de recette globale de 147 millions d'euros pour une année pleine :

- Ces emplois directs sont ceux incorporés dans la chaîne de valeur, jusqu'au niveau de la distribution.

<sup>74</sup> Voir en conclusion du rapport une estimation globale de l'impact en termes d'emplois, directs, indirects et induits.



- Si l'on considère qu'une personne employée dans la chaîne de valeur de la musique associée à un chiffre d'affaires de 200.000 euros,
- le manque à gagner en termes de recettes équivaut à **733 emplois directs à temps plein perdus**.

## 7 Conclusion : des effets directs aux effets induits en termes d'emplois de la copie illégale

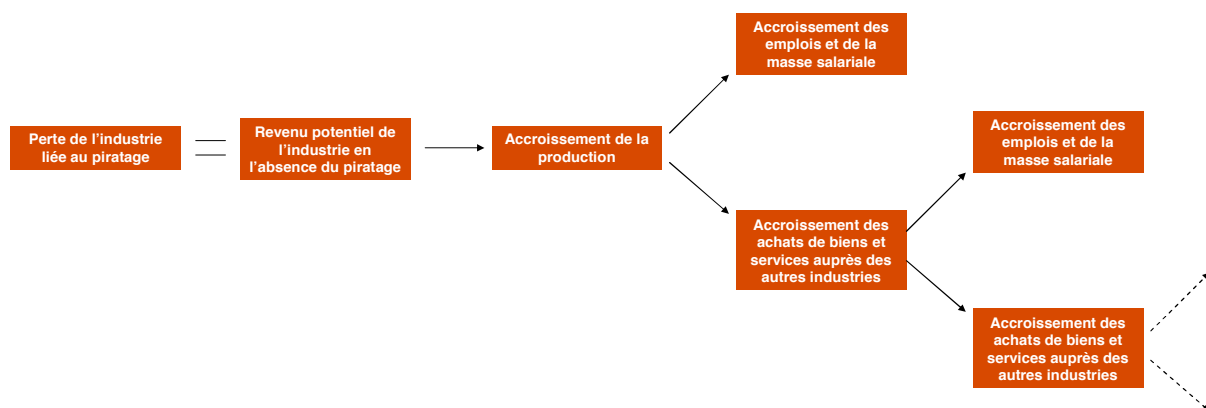
Sur les quatre domaines d'activité couverts, notre estimation est que la copie illégale a un impact direct négatif de l'ordre de 1,2 milliards d'euros en termes de chiffre d'affaires, soit l'équivalent de 5000 emplois directs. Ces emplois ont été perdus du fait d'une baisse d'activité dans les business models traditionnels (ex : disques audio ou DVD vendus en magasin, ...) ou n'ont pas été créés du fait d'une faible croissance des nouveaux business models (VoD, musique en ligne,...).

Pour prendre la pleine mesure du phénomène, il convient toutefois de donner également un ordre de grandeur des effets indirects et induits. La violation du droit de propriété intellectuelle des biens culturels numérisés n'induit pas seulement pas une perte en termes d'emplois ou de chiffre d'affaires pour les entreprises qui les produisent directement, mais ce phénomène diffuse également au-delà :

- De manière indirecte via les relations établies avec les fournisseurs des consommations intermédiaires dans ces différents champs économiques, qui reçoivent moins de commandes.
- De manière induite, lorsque les revenus (salaires, profits) associés à la vente des biens concernés ou aux relations avec les fournisseurs décroissent et irriguent moins l'économie.

La copie illégale, en limitant les revenus associés à la vente des biens concernés, en limitant les relations avec les fournisseurs, produit un impact qui ne se résume à celui mis en lumière dans le rapport jusqu'alors.

**Figure 60 - Effet « multiplicateur » de l'impact négatif de copie illégale sur l'économie**



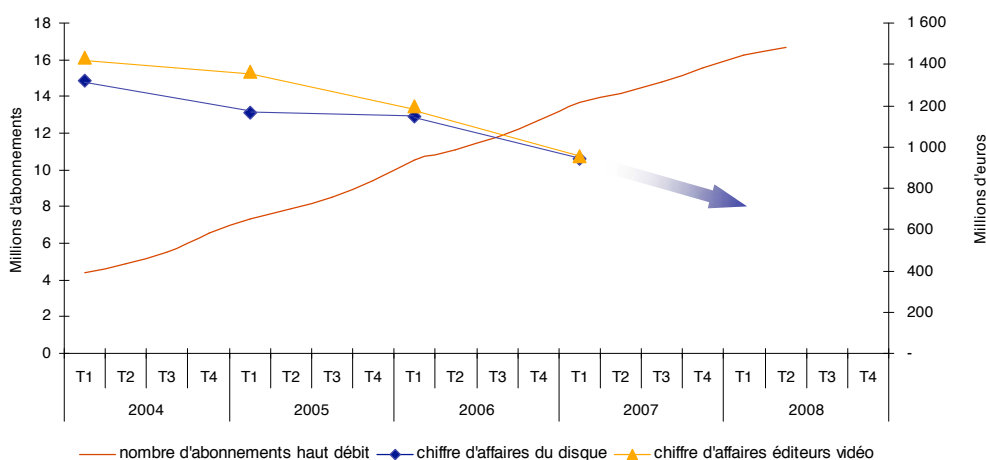
Source : Analyse TERA Consultants

Le lien entre emplois directs, indirects et induits dans le domaine culturel a déjà été soumis à différentes évaluations. Ce problème a notamment fait l'objet de travaux de la Commission et du Parlement européens<sup>75</sup> qui estiment l'effet multiplicateur total comme supérieur à 1 (un emploi direct soutient au moins un emploi indirect ou induit). On peut également citer le rapport du Conference Board du Canada qui a analysé en 2007 cet effet multiplicateur et aboutit à un ordre de grandeur analogue<sup>76</sup>. Enfin dans un rapport de 2007 sur l'impact du piratage dans le secteur musical<sup>77</sup>, l'IPI estime, dans le cas américain, à 1,6 cet effet de levier en termes d'emplois.

Aussi, est-il raisonnable de retenir un rapport de 1 pour 1, de sorte que **« l'empreinte » en France de la copie illégale peut être estimée à une perte de 10 000 emplois.**

L'observation du graphique suivant permet de se convaincre que cette destruction d'emplois pourrait n'être qu'un « palier » intermédiaire. A mesure de la progression (souhaitable) de la pénétration d'Internet dans les foyers, la base des internautes s'adonnant à la copie illégale se trouvera élargie.

**Figure 61 - Evolution de la pénétration de l'Internet haut débit en France**



Source : ARCEP 2008, SNEP, analyse TERA Consultants

<sup>75</sup> Rapport PE i 67,889 - 50 (1998). Les industries culturelles et l'emploi dans les pays de l'UE qui reprend les conclusions d'un rapport de la commission.

<sup>76</sup> Source : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada, août 2008, Conference Board du Canada.

<sup>77</sup> The True Cost of Sound Recording Piracy to U.S. Economy, Août 2007, IPI

L'enjeu est clair : pour éviter que 10 000 autres emplois soient à nouveau détruits d'ici à 2012, au moment de l'avènement de la « France numérique », il est indispensable de laisser davantage d'espace économique à de nouveaux modèles innovants en garantissant une rémunération des droits de propriété intellectuelle.

## \* Table des illustrations

Figure 1 :	Taux de pénétration du Peer to Peer .....	8
Figure 2 :	Chaîne de valeur du disque .....	9
Figure 3 :	Volumes de ventes de la musique des maisons de disque (marché de gros) entre 2002 et 2007 (en M d'unités) .....	11
Figure 4 :	Chiffre d'affaires des éditeurs (marché de gros) entre 2002 et 2007 (en M d'€) .....	12
Figure 5 :	Répartition du prix d'un disque physique.....	12
Figure 6 :	Répartition du prix d'un téléchargement.....	13
Figure 7 :	Répartition du chiffre d'affaires de la vente de musique au détail par canal de distribution en 2008.....	13
Figure 8 :	Parts de marché des principales GSS audio (2006).....	14
Figure 9 :	Parts de marché des principaux GSA en audio (2006).....	14
Figure 10 :	Evolution des téléchargements légaux de musique en volume et valeur.....	15
Figure 11 :	Parts de marchés des principales plateformes de téléchargement.....	15
Figure 12 :	Parts de marchés de téléchargement de musiques des opérateurs mobiles .....	16
Figure 13 :	Ventes physiques de musique au détail en 2007 .....	17
Figure 14 :	Estimation des pertes financières liées à la duplication physique de la musique pour l'année 2007 .....	18
Figure 15 :	Estimation des pertes financières liées au téléchargement de la musique en 2007.....	19
Figure 16 :	Répartition du prix d'un CD vendu en magasin (à modifier) .....	20
Figure 17 :	Répartition du prix d'un titre en téléchargement.....	21
Figure 18 :	Estimation des pertes financières pour les auteurs/interprètes en 2007.....	21
Figure 19 :	Estimation des pertes financières pour les producteurs en 2007 .....	21
Figure 20 :	Estimation des pertes financières pour les distributeurs en 2007 .....	21
Figure 21 :	Evolution du nombre de téléchargement quotidiens de films en 2008.....	23
Figure 22 :	Chronologie des médias pour une œuvre cinématographique .....	24
Figure 23 :	Evolution du chiffre d'affaires des éditeurs vidéo sur le film en 2007.....	24
Figure 24 :	Chaîne de valeur d'une œuvre cinématographique.....	25
Figure 25 :	Répartition des revenus liés à l'exploitation des salles de cinéma en 2007 .....	27
Figure 26 :	Montant des dépenses de préachats en 2007 en France.....	28
Figure 27 :	Répartition des revenus de la vente au détail de films en DVD en 2007 .....	29
Figure 28 :	Répartition des revenus de la location de films en DVD en 2007 .....	29
Figure 29 :	Répartition des revenus de la location de films en VoD en 2007.....	30
Figure 30 :	Répartition des revenus de l'industrie du film en 2006 .....	30
Figure 31 :	Répartition des emplois de l'industrie du film en 2006.....	31
Figure 32 :	Habitudes de fréquentation des salles de cinéma .....	32
Figure 33 :	Habitudes d'achat de DVD.....	32

Figure 34 :	Habitudes de location de DVD .....	32
Figure 35 :	Habitudes de consommation télévisuelle .....	33
Figure 36 :	Calcul des revenus du film pour la télévision gratuite en 2007 .....	34
Figure 37 :	Répartition des revenus du film en 2007 .....	34
Figure 38 :	Calcul des pertes de revenus du film en salle en 2007 .....	35
Figure 39 :	Calcul des pertes de recettes du film en VoD et DVD en 2007 .....	36
Figure 40 :	Calcul des pertes de revenus du film sur la TV gratuite en 2007.....	37
Figure 41 :	Répartition du manque à gagner des revenus au détail du film en 2007 .	38
Figure 42 :	Chaîne de valeur de la télévision .....	40
Figure 43 :	Calcul des revenus des séries pour la télévision gratuite en 2007 .....	45
Figure 44 :	Répartition des revenus au détail des séries en 2007 .....	46
Figure 45 :	Calcul des pertes de revenus des séries sur la TV gratuite en 2007 .....	47
Figure 46 :	Montant des dépenses de préachats en 2007 en France.....	48
Figure 47 :	Calcul des pertes de revenus des séries en VoD et DVD en 2007.....	48
Figure 48 :	Répartition du manque à gagner des revenus au détail des séries en 2007 .....	49
Figure 49 :	Dépenses annuelles par foyer .....	51
Figure 50 :	Le site textbooktorrents.com .....	53
Figure 51 :	Poids en Ko des livres numériques et vitesse de téléchargement.....	54
Figure 52 :	Chaîne de valeur du livre .....	55
Figure 53 :	Chiffres d'affaires de l'édition (M€).....	56
Figure 54 :	Ventes d'exemplaires de l'édition (en milliers d'exemplaires).....	56
Figure 55 :	Type d'éditeurs en France .....	57
Figure 56 :	Estimation du nombre de ventes de livres perdues à cause de la copie illégale .....	61
Figure 57 :	Comparaison de prix entre le marché américain et français sur le livre Harry Potter .....	62
Figure 58 :	Ventilation du prix du livre papier et numérique sur la chaîne de valeur ..	63
Figure 59 :	Ventilation de la perte liée à la copie illégale sur la chaîne de valeur .....	64
Figure 60 :	Effet « multiplicateur » de l'impact négatif de copie illégale sur l'économie .....	66
Figure 61 :	Evolution de la pénétration de l'Internet haut débit en France.....	67

## **\*\* Bibliographie**

- ALPA (2008), « Statistiques ALPA de téléchargement de contrefaçons de films sur les réseaux P2P ».
- A.F.U.L., A.P.P., Musique-libre.org, SPEDIDAM, UFC-Que-Choisir (2006), « Livre Blanc sur le peer to peer ».
- Barluet S. (2007), « Pour que vive la politique du livre ».
- Bomsel (2004), « Enjeux économiques de la distribution des contenus ».
- Bomsel O., Le Blanc G. (2002), « La numérisation de l'industrie du cinéma ».
- Bourreau M., Bounie D., Waelbroeck P. (2006), « Piracy and Demands for Films: Analysis of Piracy Behavior in French Universities ».
- Bourreau M., Gensollen M. (2006), « L'impact d'Internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée ».
- Bourreau M., Gensollen M., Moreau F. (2008), « The Digitization of the Recorded Music Industry: Impact on Business Models and Scenarios of Evolution ».
- Bourreau M., Labarthe-Piol B. (2006), « Crise des ventes de disques et téléchargements sur les réseaux peer-to-peer : le cas du marché français ».
- BPI Market Information (2006), N° 274, 25 Août 2006.
- Canalplus (2008), « Rapport Annuel 2007 ».
- Choia D., Perez A. (2007), « Online piracy, innovation, and legitimate business models ».
- CNC (2004), « Le téléchargement de films sur Internet : Analyse quantitative ».
- CNC (2007), « L'offre « pirate » de film sur Internet ».
- CNC (2008), « Bilan 2007 ».
- CNC (2008), « Le marché de la vidéo ».
- Cléron E., Patureau F. (2007), « Tendance de l'emploi dans le spectacle », Ministère de la Culture.
- Conference Board du Canada (2008), « Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada ».
- Francetélévisions (2008), « Rapport Annuel 2007 ».
- GfK, NPA (2007), « Vers un doublement du chiffre d'affaires de la VoD en 2007 ? ».
- Giazzi D. (2008), « Les médias et le numérique ».
- IDATE (2006), « Monitoring du Téléchargement ».
- Insee (2006), « Enquêtes Annuelles d'Entreprises ».
- Insee (2008), Accès en Ligne aux Statistiques Structurelles d'Entreprise (base ALISSE).

- Information Media Partners (2000), « Publishing Value Chain & Trends 1996-2000 ».
- IPI (2008), « The True Cost of Sound Recording Piracy to U.S. Economy ».
- Lange (2004), « L'impact Du Piratage Sur L'industrie Audiovisuelle ».
- L'Observatoire de la musique (2008) « Le marché du CD audio en septembre 2008 ».
- M6 (2008), « Rapport Annuel 2007 ».
- Médiamétrie (2007), « Médiamat Annuel 2007 du 1er janvier 2007 au 30 décembre 2007 ».
- Ministère de la Culture et de la Communication (2003), « La valorisation économique du patrimoine : mesure et outils », Bulletin du Département des études et de la prospective, n°141.
- Ministère de la Culture et de la Communication (2006), « Rapport de la Mission de réflexion sur la Librairie indépendante ».
- Ministère de la Culture et de la Communication (2008), « Le secteur du livre : chiffres clés 2006-2007 ».
- MPPA (2005), « Worldwide Study of Losses to the Film Industry & International Economies Due To Piracy; Pirate Profiles ».
- Nicolas Y. (2007), « Les premiers principes de l'analyse d'impact économique local d'une activité culturelle ».
- NPA Conseil (2008), « Vidéo à la demande en Europe : Second recensement des services de VoD ».
- Numerama (2008), « BitTorrent Mininova plus populaire que jamais », <http://www.numerama.com/magazine/10704-BitTorrent-Mininova-plus-populaire-que-jamais.html>.
- Observatoire de l'économie du livre (DLL/CNL) (2008), « les pratiques de lecture des Français en 2005 ».
- Olivennes D. (2007), « le développement et la protection des œuvres culturelles sur les nouveaux réseaux ».
- Patino B. (2008), « Le devenir numérique de l'édition ».
- Peitz M., Waelbroeck P. (2006), « Piracy of digital products: A critical review of the theoretical literature ».
- Rapport PE i 67,889 - 50 (1998), « Les industries culturelles et l'emploi dans les pays de l'UE ».
- SACEM (2008), « Rapport d'activité 2007 ».
- Schumpeter J.A. (1942), « In Capitalism, Socialism, and Democracy », Harper.
- Smith M., Telang R. (2008), « Competing with Free: The Impact of Movie Broadcasts on DVD Sales and Internet Piracy ».
- SNEP (2007), « L'économie de la production musicale 2007 ».
- SNEP (2008), « L'économie de la production musicale 2008 ».



- TF1 (2008), « Rapport Annuel 2007 ».
- Torrentfreak.com (2008), « Mininova breaks download records », <http://torrentfreak.com/mininova-breaks-download-records-080923/>.
- Waelbroeck P. (2007), « Evolution du marché de la musique préenregistrée à l'ère numérique ».
- Xerfi (2007), Télévision (production, édition, distribution).
- Xerfi (2007), Livres (édition).
- Xerfi (2007), Livres (distribution).
- Xerfi (2008), Marché du disque (édition et distribution).