



Mission « Acte II de l'exception culturelle »

**Contribution aux politiques culturelles
à l'ère numérique**

Pierre LESCURE

Mai 2013

SYNTHÈSE

A. ACCES DES PUBLICS AUX ŒUVRES ET OFFRE CULTURELLE EN LIGNE	2
1. Dynamiser l'offre en améliorant la disponibilité numérique des œuvres	3
a. Promouvoir l'exploitation numérique des œuvres	4
b. Assouplir la chronologie des médias	5
2. Favoriser le développement d'un tissu de services culturels numériques innovants et porteurs de diversité culturelle	6
a. Remédier aux distorsions de concurrence	7
b. Adapter les dispositifs d'aide aux enjeux du numérique	8
c. Promouvoir une offre culturelle en ligne régulée	8
d. Maintenir et actualiser l'exception culturelle	10
3. Proposer aux publics une offre abordable, ergonomique et respectueuse de leurs droits	10
a. Favoriser l'émergence d'une offre gratuite ou abordable	10
b. Améliorer « l'expérience utilisateur » et garantir les droits des usagers	12
B. REMUNERATION DES CREATEURS ET FINANCEMENT DE LA CREATION	13
1. Garantir la rémunération des créateurs au titre de l'exploitation numérique de leurs œuvres	14
a. Encadrer le partage de la valeur	14
b. Consolider la rémunération pour copie privée et anticiper la transformation des usages	17
c. Approfondir la réflexion sur la création d'un droit à rémunération au titre du référencement par les moteurs de recherche	19
2. Renforcer la contribution des acteurs numériques au financement de la création	20
a. Moderniser le compte de soutien au cinéma et à l'audiovisuel en intégrant les nouveaux acteurs de la diffusion et de la distribution	20
b. Repenser la contribution des opérateurs de télécommunications	21
c. Mettre à contribution les fabricants et importateurs d'appareils connectés	Erreur ! Signet non défini.
3. Soutenir les nouvelles formes créatives et les nouveaux modes de financement	23
C. PROTECTION ET ADAPTATION DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE	24
1. Réorienter la lutte contre le piratage en direction de la contrefaçon lucrative	24
a. Approfondir la réflexion sur les échanges non marchands	25
b. Alléger le dispositif de réponse graduée	26
c. Renforcer la lutte contre la contrefaçon lucrative	28
2. Adapter le droit de la propriété intellectuelle aux usages numériques	30
a. Moderniser les exceptions au droit d'auteur	30
b. Protéger et valoriser le domaine public numérique	32
c. Mieux reconnaître les licences libres	32
3. Faciliter l'accès aux métadonnées	33

Le concept d'exception culturelle, promu par la France sur la scène internationale depuis les années 1980, repose sur l'idée que la culture ne saurait, en raison des enjeux qui s'attachent à la création et à la diffusion des œuvres, être intégralement soumise aux règles du droit commun et de l'économie de marché. Sans nier la dimension économique de la culture, l'exception culturelle vise à reconnaître et protéger sa dimension éthique, politique et sociale, qui en fait l'un des fondements de la dignité humaine.

Ce concept se traduit par un ensemble cohérent de dispositifs visant à favoriser la création, la production, la distribution et la diffusion des œuvres culturelles : mécanismes de régulation, outils de financement, dispositifs fiscaux.... Certains sont propres à un secteur culturel (prix unique du livre, chronologie des médias, obligations d'investissement et de diffusion, compte de soutien à la production cinématographique et audiovisuelle, quotas de chanson française), d'autres ont une portée plus générale (rémunération pour copie privée, TVA à taux réduit). Au-delà de leurs spécificités, ces dispositifs reposent sur des principes communs : soutien à la diversité de la création, promotion de la création française et francophone, accès du public à une offre culturelle de qualité et variée, contribution au financement de la création des acteurs qui tirent profit de l'exploitation et de la diffusion des œuvres.

Le développement des technologies de l'information et de la communication interroge, et parfois menace, nombre de ces dispositifs. L'internationalisation des échanges inhérente à l'Internet permet l'émergence sur le marché français d'acteurs étrangers qui échappent aux mécanismes nationaux de régulation et de financement. L'évolution des technologies et des usages fragilise les sources de revenus des créateurs et des industries culturelles : l'offre légale en ligne, encore insuffisante ou trop peu rémunératrice, doit affronter la concurrence d'une offre illicite gratuite et quasi illimitée ; la montée en puissance de l'informatique dans le nuage, au détriment du stockage sur des supports physiques, fragilise la rémunération pour copie privée.

Pour autant, le développement des technologies et des services numériques constitue avant tout une formidable opportunité, tant pour les créateurs, qui peuvent créer, produire et diffuser leurs œuvres plus facilement que par le passé, que pour les publics, qui peuvent accéder à une offre toujours plus riche et diversifiée, et plus abordable que les produits culturels physiques. L'enjeu de l'acte II de l'exception culturelle est donc de réussir à tirer parti de ces opportunités tout en préservant les principes fondateurs. La conciliation de ces deux objectifs suppose une adaptation profonde des dispositifs conçus pour l'ancien monde, celui de la distribution physique et de la diffusion analogique.

Il s'agit de définir les termes d'une politique culturelle volontariste et ambitieuse qui respecte à la fois les droits des publics et ceux des créateurs, dont les intérêts à long terme sont, au-delà des apparences parfois trompeuses et des conceptions caricaturales, intimement liés et profondément convergents. De même, l'opposition factice entre industries culturelles et industries numériques, dont les auditions conduites par la mission ont donné de nombreuses illustrations, doit impérativement être surmontée : ceux qui créent et produisent les « contenus » et ceux qui assurent leur diffusion et leur distribution ne devraient pas se considérer comme des adversaires mais comme des partenaires.

D'une part, les possibilités offertes par les technologies numériques doivent être utilisées pour promouvoir l'accès des publics aux œuvres, à travers un développement de l'offre culturelle en ligne, en termes quantitatifs mais également qualitatifs (A). D'autre part, l'exploitation numérique des œuvres culturelles, appelée à occuper une place de plus en plus importante dans l'économie de la culture, doit permettre une juste rémunération des créateurs et un niveau adéquat de financement de la création, indispensable à son renouvellement (B). Au carrefour de ces deux objectifs, le droit de la propriété intellectuelle, traduction juridique du compromis passé entre les créateurs et leurs publics, doit être adapté, dans ses règles et dans sa mise en œuvre, aux enjeux du numérique (C).

A. ACCÈS DES PUBLICS AUX ŒUVRES ET OFFRE CULTURELLE EN LIGNE

L'essor des technologies numériques constitue, pour l'accès des publics aux œuvres culturelles, une opportunité inédite. La dématérialisation des biens culturels abolit les contraintes spatiales et logistiques propres à la distribution physique et permet à tout internaute d'accéder, en permanence, à un stock d'œuvres quasi illimité, comprenant notamment des œuvres du patrimoine qui n'étaient plus disponibles dans l'univers physique. Le développement des réseaux sociaux et des algorithmes de recommandation personnalisée facilite le partage et la découverte de nouvelles œuvres, de nouveaux artistes ou de nouvelles esthétiques. La « délinéarisation » et les progrès des usages en mobilité démultiplient les occasions de « consommer » des « contenus culturels ». L'indifférence de l'Internet aux frontières nationales permet une diffusion mondiale de la culture française et francophone.

Cependant, **à l'origine, le numérique a souvent été considéré par les industries de la culture comme un facteur de déstabilisation** dont il convenait de limiter l'effet disruptif, voire, dans certains cas, de retarder le développement. Cette attitude globalement défensive a freiné l'émergence d'une offre compétitive et conforme aux attentes des publics et a contribué au développement des pratiques illicites. Ces réticences semblent en partie surmontées.

De fait, **l'offre légale de biens culturels dématérialisés n'a jamais été aussi abondante, diversifiée et abordable** (cf. *fiche A-1*), même si la situation diffère profondément d'un secteur à l'autre. Elle est globalement meilleure dans la musique et le jeu vidéo que dans le livre (ce qui peut s'expliquer par la faible demande des lecteurs, liée à un taux d'équipement encore modeste) et, dans une moindre mesure, l'audiovisuel (dont l'offre est contrainte par la chronologie des médias et les retards pris dans la numérisation du patrimoine).

En ligne, les usagers ont ainsi accès à des dizaines de millions de titres musicaux, des milliers de films et de programmes audiovisuels, environ cent mille livres numériques et des dizaines de milliers de jeux vidéo. Les prix à l'unité sont en moyenne très inférieurs à ceux des supports physiques ; des offres d'abonnement illimité se développent et les usagers qui ne souhaitent ou ne peuvent pas payer pour les contenus ont accès, dans la plupart des domaines, à une offre gratuite financée par la publicité. Bien que des phénomènes de concentration soient à l'œuvre, les consommateurs peuvent choisir parmi un éventail relativement large de services, qui offrent des fonctionnalités variées, adoptent des lignes éditoriales diverses et proposent des modèles d'accès différenciés.

Pour autant, **l'offre culturelle en ligne peine toujours à satisfaire les attentes, très élevées, des internautes** (cf. *fiche A-2*). L'insatisfaction, quoique générale, est plus évidente encore s'agissant des films et des séries télévisées. Les reproches les plus récurrents concernent les prix trop élevés et le manque de choix. Sur le premier point, il est probable que pour les usagers habitués à une consommation exclusivement gratuite, la baisse des tarifs ne suffise pas à assurer la conversion à l'offre légale : l'existence d'une offre gratuite est sans doute une condition nécessaire pour attirer dans le champ de la légalité une partie non négligeable des publics afin de restaurer, dans un second temps, un consentement à payer. Sur le second point, les internautes critiquent moins le manque d'exhaustivité de l'offre que son incohérence (par exemple lorsque seuls certains épisodes d'une série sont disponibles), son absence de flexibilité (par exemple lorsque seule la version française d'un film étranger est proposée au téléchargement) ou son manque de « fraîcheur » (s'agissant des films et des séries). Les contraintes liées aux mesures techniques de protection (« DRM » dans le langage courant), qui entravent certains usages, les restrictions territoriales, ou encore les limitations relatives aux supports ou aux moyens de paiement, sont également d'importantes sources de frustration.

L'offre de contenus disponibles légalement en ligne est confrontée à **la concurrence de l'offre illégale** qui paraît, à de nombreux égards, difficilement égalable : elle est majoritairement gratuite et tend à l'exhaustivité, elle est facile d'accès, dénuée de DRM et disponible dans des formats interopérables, et elle est parfois de meilleure qualité que l'offre légale et en termes de formats ou de métadonnées associées. S'il est vain de vouloir éradiquer l'offre illégale et néfaste de stigmatiser ses usagers, il est tout aussi peu justifié de la prendre pour référence exclusive : la concurrence qu'elle exerce est forcément inégale, puisqu'elle ne verse aucune rémunération aux créateurs. En revanche, il

convient de prendre appui sur les quelques atouts dont bénéficie l'offre légale, tels que la volonté de la plupart des usagers de respecter la loi (encore faut-il, pour cela, les aider à distinguer clairement entre les pratiques légales et les pratiques illégales), l'attention portée aux créateurs (d'où la nécessité de garantir la juste rémunération des auteurs et des artistes au titre de l'exploitation en ligne), ou encore l'accès facile et sécurisé aux contenus.

Compte tenu du poids des habitudes, la conversion à la consommation légale sera, quoi qu'il arrive, une entreprise de longue haleine. **La diversité des publics, dont les attentes ne sont pas uniformes, plaide pour une plus grande segmentation de l'offre**, qui pêche encore par sa relative uniformité, que ce soit en termes de modèles tarifaires, de fonctionnalités offertes ou de « ligne éditoriale ». La situation de la jeunesse, qui développe les pratiques les plus innovantes, mais aussi les plus indifférentes au droit d'auteur, mérite une attention particulière : offrir à la jeunesse une alternative crédible à l'offre illégale n'est sans doute pas une mesure d'une grande portée économique, du moins à court terme, mais jouera un rôle essentiel dans la réconciliation entre industries culturelles et internautes. Pour les jeunes publics, il conviendrait donc de ménager des espaces de gratuité, ou au moins de développer des offres par abonnement spécifiques, le cas échéant avec le soutien de la puissance publique ; les mesures envisagées en matière de régulation et de soutien aux services en ligne devront tenir compte de cet impératif.

Adapter l'offre à la demande ne suffira pas à résoudre le problème, plus profond, de la **crise de confiance entre les industries de la culture et une partie des publics**. Les industries culturelles et plus généralement les « intermédiaires » sont régulièrement accusés de défendre des modèles économiques dépassés, de ne pas tenir compte des attentes de leurs clients, et de léser les intérêts des créateurs. Dans ce contexte de profonde défiance, les industries culturelles devraient communiquer plus fortement et plus ouvertement sur la réalité de leurs métiers. Elles gagneraient à mieux mettre en avant les progrès de l'offre légale et les efforts consentis pour prendre en compte les critiques formulées. Réciproquement, les restrictions apportées aux usages (chronologie des médias, DRM), parfois légitimes, devraient être justifiées avec davantage de transparence et de pédagogie. Il y va de la restauration du lien de confiance entre publics, créateurs et investisseurs de la création.

Il s'agit donc de répondre à la soif de culture des internautes, de renouer le lien entre créateurs, publics et industries de la culture et de tirer pleinement parti des possibilités d'accès aux œuvres offertes par les technologies numériques. Dans cette perspective, la politique culturelle devrait se fixer **trois objectifs : améliorer la disponibilité en ligne des œuvres culturelles, favoriser le développement d'un tissu de services innovants et attentifs à la diversité culturelle et stimuler la demande en encourageant l'émergence d'une offre abordable et ergonomique, respectueuse des droits des usagers**. Si le développement de l'offre culturelle numérique dépend avant tout des acteurs du marché, l'Etat peut le soutenir, par des mesures d'ordre législatif ou réglementaire, des dispositifs de soutien financier et des mécanismes de régulation.

1. DYNAMISER L'OFFRE EN AMÉLIORANT LA DISPONIBILITÉ NUMÉRIQUE DES ŒUVRES

Le manque de choix reste l'une des principales sources d'insatisfaction des usagers de l'offre culturelle numériques. Si l'exhaustivité de l'offre n'est ni possible ni même nécessairement souhaitable, élargir l'accès en ligne aux œuvres culturelles, qu'elles soient anciennes ou récentes, contribue à la démocratisation de la culture et paraît de nature à détourner les internautes des pratiques illicites ; cet objectif devrait donc être érigé en priorité de toute politique culturelle. Cela suppose, d'une part, de promouvoir l'exploitation numérique des œuvres et, d'autre part, d'assouplir les contraintes qui pèsent, dans le domaine spécifique du cinéma, sur la diffusion en ligne.

a. Promouvoir l'exploitation numérique des œuvres

Le numérique facilite la mise à disposition des œuvres et diminue le coût de leur exploitation. L'espace disponible pour exposer les œuvres sur Internet est à peu près illimité et les coûts de stockage très faibles. Il est désormais possible de maintenir à disposition du public, durablement et pour un coût minimal, des œuvres qui, faute de pouvoir toucher un public suffisamment large, n'étaient plus exploitées sur le marché physique. En outre, les œuvres du patrimoine peuvent bénéficier d'une nouvelle vie et enrichir les catalogues proposés aux consommateurs. La mise à disposition en ligne tend ainsi à devenir, en substitution ou en complément d'autres formes de distribution et de diffusion, un mode d'exploitation à part entière des œuvres culturelles.

Dans ce nouveau contexte, **l'obligation d'exploitation** qui pèse sur certains titulaires de droits, inscrite de longue date dans le code de la propriété intellectuelle, doit être revisitée et son respect mieux assuré (cf. **fiche A-3**). Les pratiques de thésaurisation ou de jachère, courantes à l'ère de la distribution physique et de la diffusion analogique, sont de moins en moins justifiées. De telles situations contreviennent aux obligations d'exploitation qui incombent aux cessionnaires : elles nuisent à la légitimité du droit d'auteur, déjà contestée ; aux auteurs, dont les œuvres ne sont plus exploitées ; au patrimoine culturel, qui s'appauvrit.

Afin de dynamiser l'offre culturelle en ligne, il est nécessaire de donner à l'obligation d'exploitation une portée normative contraignante et d'en clarifier les débiteurs, le contenu et les sanctions. Dans le même temps, il faut éviter de rigidifier l'obligation d'exploitation et permettre son adaptation aux usages, par nature évolutifs. Il est donc proposé d'inscrire le principe de l'obligation d'exploitation dans la loi et d'en renvoyer le contenu à des codes des usages, en s'inspirant des travaux de la mission sur le contrat d'édition conduite par Pierre Sirinelli. Ces codes, étendus par arrêté ministériel, définiraient le contenu précis de l'obligation d'exploitation et ses modalités de contrôle, distingueraient les exploitations principales et secondaires, et pourraient prévoir une durée maximale de cession des droits ou, à défaut, des clauses de rendez-vous obligatoires.

Pour assurer le respect des obligations ainsi définies, les créateurs (auteurs et artistes) ou leurs représentants se verraient reconnaître le droit de saisir le juge, qui aurait le pouvoir d'enjoindre au cessionnaire des droits, le cas échéant sous astreinte, d'exploiter l'œuvre. En outre, l'attribution d'aides publiques à la création ou à la numérisation aurait pour contrepartie la garantie de la disponibilité de l'œuvre sur au moins un service culturel numérique conventionné ; à défaut, le bénéficiaire de l'aide serait tenu d'en rembourser une partie, et privé du droit de solliciter de nouvelles aides. Enfin, la gestion collective des œuvres de patrimoine indisponibles, récemment mise en place dans le secteur du livre, pourrait être étendue aux autres secteurs, selon des modalités à définir en concertation avec les organisations professionnelles et les sociétés de gestion collective.

La numérisation des œuvres de patrimoine (cf. **fiche A-4**), préalable à leur exploitation en ligne, représente un coût variable selon le type d'œuvres considéré et leur état de conservation. Pour les œuvres de la « longue traîne », dont le potentiel commercial est limité, ce coût est souvent supérieur aux recettes attendues de l'exploitation ; même lorsque les œuvres sont susceptibles de toucher un public plus large, le détenteur des droits n'a pas toujours les moyens d'avancer les fonds nécessaires à la numérisation.

Dans ces hypothèses, la mise en valeur du patrimoine justifie la mobilisation de soutiens publics. Il est donc indispensable de poursuivre et d'amplifier la mise en œuvre des programmes de numérisation engagés sous l'égide du Commissariat général à l'investissement, du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), ou encore du Centre national du livre (CNL) et de la Bibliothèque nationale de France (BnF). Certains de ces programmes sont aujourd'hui confrontés à des difficultés qui tiennent soit aux exigences strictes de rentabilité imposées par les organismes compétents, soit à l'insuffisance des moyens budgétaires alloués. Il conviendrait, à cet égard, de distinguer plus nettement les œuvres offrant des perspectives de rentabilité, dont la numérisation peut être soutenue sous la forme d'avances remboursables, et les œuvres au potentiel commercial limité mais à fort intérêt patrimonial, pour lesquelles l'octroi de subventions s'avère justifié. La mise en œuvre de ces programmes de numérisation

suppose, au préalable, de mieux évaluer l'étendue des besoins (nombre d'œuvres à numériser, coûts afférents) et de définir des corpus prioritaires selon des critères d'intérêt patrimonial et de fragilité des supports.

b. Assouplir la chronologie des médias

Dans le domaine du cinéma, la disponibilité en ligne des œuvres est contrainte non seulement par les freins communs à tous les secteurs, mais également par un ensemble de règles spécifiques regroupées sous le terme de « chronologie des médias » (cf. *fiche A-5*). Ces règles constituent **l'un des mécanismes de l'exception culturelle** qui ont contribué à assurer la vitalité du cinéma français ; elles sont destinées à optimiser l'exploitation des œuvres, à protéger les salles de la concurrence des autres canaux de diffusion et à garantir le système de préfinancement par les diffuseurs, qui fait la force du cinéma français.

L'avènement du numérique interroge les équilibres de la chronologie : il introduit un nouveau mode d'exploitation des œuvres, la vidéo à la demande, appelée à prendre une importance économique toujours plus grande, et permet des échanges illicites qui s'affranchissent de toute chronologie. Les attentes des publics se transforment et le principe de « frustration » des désirs du consommateur, inhérent à la chronologie, est de moins en moins bien accepté. Concomitamment s'engage, dans le monde entier, une accélération du cycle d'exploitation des films. Dans ce contexte, les pressions sur le cadre réglementaire français s'accroissent. Sont notamment critiqués son caractère excessivement rigide et le régime peu favorable qu'il impose à la VàD par abonnement.

Les principes fondamentaux de la chronologie doivent être réaffirmés et protégés : une mise en concurrence pure et simple, sans aucune régulation, de l'ensemble des modes de diffusion, se traduirait à l'évidence par une déstabilisation de l'ensemble du secteur qui serait, *in fine*, préjudiciable à tous. En revanche, **plusieurs adaptations permettraient d'introduire davantage de souplesse, de favoriser la circulation des œuvres et de décourager le piratage**, tout en contenant les risques de "cannibalisation" des modes traditionnels d'exploitation et en protégeant le système de préfinancement des œuvres.

Plus précisément, il est proposé d'avancer la fenêtre de la vidéo à la demande, éventuellement en réservant cette mesure aux services les plus vertueux, c'est-à-dire à ceux qui acceptent de prendre des engagements volontaristes en termes de financement de la création et d'exposition de la diversité. Des expérimentations (sortie simultanée en salle et en ligne, week-ends *premium*, géolocalisation) et des dérogations (pour les films à petit budget ou confrontés à un échec en salle), précisément encadrées, pourraient être autorisées par une commission composée de professionnels. La fenêtre de la VàD par abonnement pourrait être avancée à 18 mois afin d'inciter les acteurs français à se positionner sur ce segment prometteur sans attendre l'arrivée en France des géants américains. Enfin, les pratiques de gel de droits des chaînes de télévision, qui entraînent des ruptures dans l'exploitation en ligne des œuvres, pourraient être strictement encadrées, voire interdites.

Bien qu'elles ne relèvent pas de la chronologie des médias, les **séries télévisées étrangères** font elles aussi l'objet d'une demande pressante de la part des consommateurs, qui comprennent mal les délais parfois très longs séparant leur première diffusion à l'étranger et leur disponibilité sur les écrans français, à la télévision ou en ligne. Le caractère addictif inhérent au concept même des séries entraîne, chez une partie des téléspectateurs, un désir d'immédiateté qui pousse nombre d'entre eux vers le téléchargement illicite, faute de pouvoir accéder légalement à ces contenus. Il semble assez vain, dans ce domaine, d'exhorter les publics à la patience : il serait donc souhaitable de raccourcir les délais liés à la traduction (doublage ou sous-titrage), comme certains diffuseurs ont commencé à le faire.

2. FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UN TISSU DE SERVICES CULTURELS NUMÉRIQUES INNOVANTS ET PORTEURS DE DIVERSITÉ CULTURELLE

Les services culturels numériques sont appelés à prendre une importance toujours plus grande dans la formation des goûts du public. Dans le cadre d'une réflexion sur l'adaptation des politiques culturelles à l'heure du numérique, c'est donc d'abord vers ces acteurs que les regards doivent se tourner, ainsi qu'ils s'étaient tournés vers les chaînes de télévision, les radios et les librairies dans les années 1980. Il s'agit désormais de concevoir un cadre permettant le maintien et le développement d'un écosystème de services diversifiés, engagés dans la promotion de la diversité culturelle et dans la mise en valeur de la création française et européenne (cf. *fiche A-6*).

Selon la **théorie de la longue traîne**, la distribution en ligne devrait être bénéfique à la diversité culturelle : grâce à la diminution voire la disparition des coûts de stockage et de distribution que permettent les technologies numériques, il deviendrait rentable de proposer des produits peu demandés. Les « œuvres de la diversité » pourraient ainsi représenter collectivement une part de marché égale ou supérieure à celle des *best-sellers*.

Si cette théorie est contestée, elle a pour principal mérite de mettre en évidence **l'importance cruciale de la prescription et de l'éditorialisation**, condition indispensable, dans l'univers numérique caractérisé par une hyper-offre, de l'accès des publics à la diversité culturelle. Or les services culturels numériques tendent de plus en plus à renforcer leur éditorialisation, à se doter de fonctions de recommandation et à développer leur dimension « sociale », mais peinent encore à se transformer en médias prescripteurs. L'homogénéité des classements sur les principales plateformes en ligne tend à indiquer que leurs efforts de différenciation restent à ce jour insuffisants pour entraîner une véritable diversification de la consommation.

Surtout, des **phénomènes de concentration** sont à l'œuvre dans la plupart des secteurs. Les grands acteurs internationaux, qui échappent à la régulation française et qui n'accordent pas une grande importance aux enjeux de la diversité culturelle, prennent une place grandissante. À l'inverse, à quelques exceptions près (principalement des entreprises nativement numériques, comme *Deezer* ou *Dailymotion*), les acteurs français parviennent rarement à imposer leurs services dans les nouveaux usages ; les acteurs traditionnels (éditeurs et producteurs, grands groupes médias ou distributeurs détaillants), n'ont pas réussi à se positionner comme des acteurs puissants de l'offre de contenus en ligne, sauf dans le domaine de la VàD. À cette concentration s'ajoute l'émergence de nouveaux "gardiens d'accès" (fabricants de terminaux connectés, magasins d'applications ou encore moteurs de recherche) qui deviennent suffisamment puissants pour fixer les conditions dans lesquelles les services peuvent accéder au marché, voire pour les empêcher d'y accéder.

Il est important de prendre conscience que **la bataille qui se joue n'oppose pas les industries culturelles aux industries numériques**, alors que les industries culturelles sont déjà, à maints égards, devenues numériques. En réalité, elle met aux prises les acteurs culturels au sens large et une poignée d'acteurs globaux, pour lesquels les contenus sont avant tout un simple « carburant ». Ces acteurs globaux ont pour point commun de tirer leurs revenus et leurs profits de l'exploitation d'un réseau d'activités investissant chaque segment de valeur et se renforçant mutuellement (vente d'espaces publicitaires, exploitation des données personnelles, vente de terminaux, *cloud computing*, etc.). La distribution et la diffusion de contenus culturels ne sont que des produits d'appel au sein du bouquet de services que ces "plateformes" offrent aux internautes.

Dans ce contexte, **promouvoir la diversité des services culturels numériques** est d'abord un enjeu de politique culturelle : l'accès effectif des publics à la diversité suppose de ménager des espaces pour les œuvres les plus difficiles et les moins commerciales ; le formatage de l'offre par quelques services mondiaux, intégrés dans des écosystèmes dont la distribution de biens culturels n'est pas le centre de gravité, constituerait une menace immense pour la diversité culturelle. Garantir l'existence d'une pluralité de services permet aussi de favoriser la segmentation des offres pour répondre à la diversité des attentes, et d'entretenir une concurrence bénéfique au consommateur qui risque, à défaut, de se trouver prisonnier de quelques grandes plateformes. En outre, la défense des intérêts des

créateurs et des industries culturelles suppose que l'accès aux contenus ne soit pas, à terme, contrôlé par un petit nombre de plateformes globales, qui seraient alors en mesure de leur imposer leurs conditions. Il s'agit, enfin, d'un enjeu de politique industrielle et de politique de l'emploi, dès lors que l'essentiel de la valeur ajoutée est désormais créé sur le segment de la distribution en ligne.

Ainsi, **l'un des principaux enjeux de l'exception culturelle à l'heure du numérique est de promouvoir le développement d'un tissu de services culturels numériques indépendants**, innovants, attentifs à la diversité culturelle et, idéalement, installés en France. La puissance publique doit avant tout offrir aux acteurs privés un cadre stable, propice à l'innovation et permettant une concurrence saine et non faussée. Toutefois, compte tenu de l'intérêt général qui s'attache à la diversité culturelle et des défaillances du marché, l'Etat est légitime à intervenir, à la fois par des dispositifs de soutien financier et par des mécanismes de régulation.

a. Remédier aux distorsions de concurrence

Promouvoir la diversité de l'offre culturelle en ligne suppose que soient garanties les conditions d'une concurrence saine et non faussée entre les services culturels numériques, qui sont de nature et de taille très variées : *pure players* et services développés par des acteurs traditionnels de la culture, plateformes indépendantes et services intégrés dans des écosystèmes complexes, éditeurs de service en ligne et plateformes d'hébergement, services installés en France et services opérant depuis l'étranger... Or plusieurs distorsions, souvent préjudiciables aux acteurs installés en France, ont été mises en évidence (cf. **fiche A-7**).

D'une part, **l'asymétrie des règles fiscales** représente un facteur handicapant non négligeable pour la compétitivité des services culturels numériques implantés en France. En matière de TVA, l'application de la règle du pays d'origine permet aux plateformes dont le siège est installé dans les Etats européens pratiquant les taux les plus faibles (comme le Luxembourg) de bénéficier d'un avantage significatif sur les services implantés en France. Cette distorsion devrait être résorbée à compter du 1^{er} janvier 2015. Face aux difficultés opérationnelles invoquées par certains Etats membres de l'Union européenne, il convient de veiller au strict respect de cette échéance.

En matière d'imposition sur les bénéfices, l'adaptation des règles internationales, nécessaire pour appréhender les spécificités de l'économie numérique, est un chantier de long terme, comme l'a montré le rapport de la mission d'expertise sur la fiscalité numérique de MM. Colin et Collin. Compte tenu de l'enjeu qu'il représente tant pour la souveraineté fiscale de la France que pour la compétitivité des acteurs français du numérique, ce chantier doit être ouvert sans tarder. A plus court terme, la proposition d'une fiscalité assise sur la collecte et l'exploitation des données personnelles, formulée par la mission d'expertise, présente un intérêt tout particulier dans le domaine culturel. Elle met l'accent sur un enjeu crucial pour les industries créatives : l'accès aux données concernant la diffusion de leurs œuvres. Si cette proposition devait être retenue, le comportement des services en ligne en matière de restitution des données personnelles aux producteurs de contenus et aux utilisateurs mériterait d'être pris en compte.

D'autre part, des **distorsions de nature commerciale** sont également susceptibles de fausser le jeu de la concurrence. En effet, l'offre culturelle en ligne se caractérise par la coexistence de services qui, du point de vue du consommateur, offrent des fonctionnalités proches, et qui pourtant relèvent de statuts juridiques différents et, par voie de conséquence, sont soumis à des conditions commerciales inégales. C'est notamment le cas dans le domaine de la musique, où s'affrontent des services de *streaming* musical comme *Deezer* et des plateformes vidéo communautaires comme *Youtube*. Si les autorités de la concurrence venaient à considérer que ces acteurs opèrent sur un même marché pertinent, de telles distorsions pourraient être jugées abusives.

b. Adapter les dispositifs d'aide aux enjeux du numérique

Les services culturels numériques doivent financer non seulement la rémunération des titulaires de droits et les coûts techniques, mais également les dépenses d'innovation et de marketing, indispensables au développement d'un service compétitif et à la conquête de nouveaux usagers en France et dans le monde. Or les dispositifs de soutien existants s'avèrent partiellement inadaptés à ces enjeux (cf. *fiche A-8*).

Les dispositifs généraux de soutien à la recherche développement et à l'innovation (crédit d'impôt recherche, OSEO, Investissements d'avenir...) ne répondent pas correctement aux besoins des éditeurs de services culturels numériques, dont l'innovation relève moins de la technologie pure que des usages (fonctionnalités, modèles économiques...). Les guichets sectoriels, notamment ceux du CNC et du CNL, prennent mieux en compte les besoins des services culturels numériques, mais leurs moyens ne sont pas à la hauteur des enjeux et ils peinent à soutenir des projets très structurants. Les aides à la culture restent très largement centrées sur la création et la production et n'accordent pas une place suffisante à la diffusion, notamment dans ses aspects numériques.

Ces lacunes sont en partie liées aux **contraintes imposées par la Commission européenne**, qui refuse jusqu'à présent de considérer les aides aux services culturels numériques comme des aides à la « promotion de la culture » autorisées par le droit communautaire. Cette interprétation correspond à une vision archaïque de la culture et des pratiques culturelles ; elle ignore le rôle éminent joué par les services en ligne dans l'accès aux œuvres et donc dans la promotion de la diversité culturelle. Les autorités françaises devraient donc plaider auprès des instances européennes pour que les dispositifs de soutien aux services culturels numériques puissent être autorisés sur le fondement de la promotion de la culture. Cela permettrait notamment au CNC de mettre en œuvre son projet de soutien automatique à la VàD, dont l'impact serait plus structurant que celui des aides sélectives existantes.

Si les subventions peuvent contribuer à l'amorçage du service ou à la conception de nouvelles fonctionnalités, les entreprises qui développent des services culturels numériques ont avant tout besoin de financements privés, qu'elles peinent souvent à trouver auprès des acteurs du marché. Pour y remédier, il est proposé de **s'appuyer sur l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC)** qui dispose d'une expertise reconnue, d'une bonne connaissance de l'économie de la culture, d'une variété d'outils d'intervention et d'une expérience dans le domaine du numérique. Cet opérateur pourrait être le bras armé de la Banque publique d'investissement (BPI) dans le domaine des industries culturelles. Moyennant un apport de la BPI compris entre 70 et 95 M€, l'IFCIC pourrait renforcer ses interventions en faveur de la transition numérique des industries culturelles et des services culturels numériques, en mettant l'accent sur l'innovation, l'éditorialisation et la médiation culturelle. Des partenariats entre l'IFCIC et les guichets sectoriels (CNC, CNL, etc.) permettraient de proposer des outils d'intervention mixtes, combinant prêt ou garantie et subvention.

Enfin, la **mobilisation de l'investissement privé** pourrait être encouragée, notamment en adaptant le régime des SOFICA, afin qu'elles contribuent, à travers les financements qu'elles apportent à la production cinématographique et audiovisuelle, au développement de la vidéo à la demande.

c. Promouvoir une offre culturelle en ligne régulée

La régulation de l'offre culturelle numérique (cf. *fiche A-9*) trouve sa justification dans l'enjeu que représente, pour l'accès des publics aux œuvres et pour la diversité culturelle, l'existence d'un tissu de services en lignes indépendants et divers dans leurs modèles éditoriaux, techniques et économiques. Toutefois, dans un univers numérique caractérisé, d'une part, par la délinéarisation (c'est-à-dire par le fait que c'est l'utilisateur qui décide, en tout lieu et à tout moment, des contenus auxquels il souhaite accéder) et, d'autre part, par l'abolition des frontières nationales, la régulation publique doit reposer sur des méthodes renouvelées. Les instruments traditionnels mobilisés pour la

régulation de la diffusion analogique (quotas de diffusion) ou de la distribution physique (soutien aux librairies, prix unique du livre) ne sauraient être transposés à l'identique dans le monde numérique.

Le cadre réglementaire actuel ignore la notion de service culturel numérique. Seuls les services de médias audiovisuels à la demande (vidéo à la demande, télévision de rattrapage) font l'objet d'une régulation. Fondée principalement sur des obligations de contribution à la production et d'exposition des œuvres, celle-ci demeure très imparfaite : elle n'appréhende que les éditeurs de services et non les hébergeurs, considérés comme dépourvus de toute responsabilité éditoriale ; elle ne concerne que les services établis sur le territoire français ; enfin, elle repose sur une logique à la fois contraignante et indifférenciée.

Sans attendre une éventuelle modernisation du cadre communautaire (révision de la directive « SMA »), il est indispensable de **concevoir un nouveau mode de régulation, reposant sur une logique « donnant – donnant »**. La concurrence entre acteurs régulés et non régulés fragilise les premiers et crée une pression en faveur d'une harmonisation par le bas. La difficulté d'imposer à tous les acteurs le même niveau de régulation doit conduire à imaginer des solutions plus innovantes. Il s'agit de définir les instruments d'une politique culturelle volontariste, sans mettre en danger la viabilité économique des acteurs historiques ou plus récents installés sur le territoire national.

Ainsi, les acteurs vertueux, qui acceptent de prendre, au-delà de leurs obligations légales, des engagements en faveur de la diversité culturelle (financement de la création, exposition des œuvres de la diversité, tarifs sociaux, partenariats avec les institutions publiques de l'offre non marchande), se verraient reconnaître différents avantages, en termes d'accès aux aides publiques, aux œuvres et aux consommateurs. Cette logique serait applicable à l'ensemble des services culturels numériques, quel que soit leur domaine, leur statut et leur lieu d'établissement au sein de l'Union européenne. Elle pourrait se traduire par un conventionnement avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), dont le champ de compétence serait étendu et les moyens d'intervention adaptés aux enjeux de la convergence numérique : la loi fixerait le cadre général et confierait au CSA le soin de définir, pour chaque catégorie de services, l'équilibre entre engagements volontaires et contreparties accordées.

En particulier, les services les plus « vertueux » devraient se voir garantir un **accès facilité au consommateur** (cf. **fiche A-10**). Dans l'univers numérique, les distributeurs de services (opérateurs de télécommunication, fabricants de terminaux connectés ou encore magasins d'applications), peu nombreux, bénéficient d'une position de « gardien d'accès ». Compte tenu de l'intérêt général qui s'attache à la diversité culturelle, ils ne doivent pas pouvoir utiliser cette position privilégiée pour empêcher les éditeurs de services culturels numériques de toucher leurs publics, de manière arbitraire ou discriminatoire. Il ne servirait à rien de mettre en œuvre une régulation renforcée sur un certain nombre de services, en vue de promouvoir la diversité culturelle, si ces services n'avaient finalement aucune visibilité et n'atteignaient pas le public. Il s'agit donc d'adapter aux enjeux du numérique les obligations de distribuer qui existent déjà, en droit français, dans le domaine de la communication audiovisuelle.

D'une part, tout distributeur de services culturels numériques, qu'il soit ou non installé en France, aurait **l'obligation de faire droit aux demandes de reprise émanant des éditeurs de services conventionnés**, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires. Dans un premier temps, le bénéfice de cette mesure pourrait être réservé aux éditeurs de service les plus « vertueux », c'est-à-dire ceux qui prendront, dans le cadre du conventionnement, les engagements les plus volontaristes. Pour assurer le respect effectif de cette obligation, une procédure de règlement des différends pourrait être instaurée, sous l'égide du CSA.

D'autre part, les **services en ligne édités par le service public audiovisuel et radiophonique** bénéficieraient également d'une garantie de distribution gratuite par tout distributeur de services culturels numériques (réciproquement, le service public serait tenu de fournir ses services gratuitement à tout distributeur visant le public français qui en formulerait la demande). Alors que l'offre de programmes croît exponentiellement et que les acteurs privés orientent leurs propositions éditoriales pour complaire à la « demande » supposée, le service public doit montrer l'exemple en

promouvant une « logique d'offre » et en affichant un soutien sans faille aux œuvres de la diversité. En retour, il appartient aux pouvoirs publics de lui garantir de bonnes conditions d'exposition.

Ces obligations de distribuer seraient complétées par une obligation de reprise dans les **outils de référencement** des distributeurs. Dans l'univers numérique, imposer une obligation de diffuser ou de distribuer a peu d'effet si l'utilisateur ignore que le service est disponible ou s'il n'est pas en mesure de la trouver facilement.

d. Maintenir et actualiser l'exception culturelle

La mise en œuvre de la politique culturelle dessinée par les propositions qui précèdent ne sera envisageable que si les règles du commerce international autorisent les Etats à intervenir, par des dispositifs de soutien financier ou des mécanismes de régulation, sur l'offre culturelle numérique. Pour garantir cette capacité d'intervention, il convient de défendre avec force, dans les **négociations commerciales** bilatérales et multilatérales (cf. **fiche A-11**), la spécificité du traitement des services culturels. Cette spécificité est à la fois la traduction de l'exception culturelle, consacrée en 1994 lors de la création de l'Organisation mondiale du commerce, et la condition de la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, dont la Convention de l'UNESCO signée en 2005 souligne le caractère essentiel.

Les négociations commerciales à venir, et notamment celles qui visent à la conclusion d'un partenariat transatlantique entre l'Union européenne et les Etats-Unis, ne doivent pas être l'occasion d'une remise en cause de ces principes. Les services audiovisuels doivent rester exclus, de manière absolue et inconditionnelle, de tout engagement de libéralisation. Surtout, conformément au principe de neutralité technologique, les services audiovisuels qui utilisent les outils numériques (service de vidéo à la demande par exemple) doivent bénéficier des mêmes règles protectrices que les services audiovisuels « traditionnels » (télévision, cinéma). A défaut, cela signifierait l'arrêt de mort des politiques culturelles et audiovisuelles des Etats européens, puisqu'elles seraient irrémédiablement cantonnées aux seuls services traditionnels, dont la place est appelée à décliner au profit des services numériques. Enfin, les accords commerciaux devraient non seulement exclure les services audiovisuels mais aussi prendre en compte les enjeux spécifiques des autres services culturels, et garantir le maintien des protections négociées dans le cadre de l'OMC.

Loin d'être l'instrument d'un protectionnisme économique ou l'expression d'une conception défensive de la culture, l'exception culturelle conditionne la possibilité, pour les Etats, de soutenir leurs créateurs, de promouvoir la diversité culturelle et de réguler l'offre culturelle, y compris dans sa dimension numérique.

3. PROPOSER AUX PUBLICS UNE OFFRE ABORDABLE, ERGONOMIQUE ET RESPECTUEUSE DE LEURS DROITS

Les mesures prises jusqu'ici par les pouvoirs publics pour stimuler la demande de contenus légaux souffrent d'un décalage avec la réalité des usages, en particulier ceux des jeunes publics. **C'est avant tout la qualité de l'offre légale qui incitera les publics à délaisser les pratiques illicites.**

a. Favoriser l'émergence d'une offre gratuite ou abordable

Bien qu'il soit globalement inférieur à celui des produits culturels physiques, le prix des offres culturelles en ligne reste, aux yeux d'une grande partie des publics, trop élevé. Le jeu de la concurrence, conjugué à l'élargissement de l'audience des services en ligne, devrait contribuer à faire émerger une offre plus abordable. En outre, le financement par la publicité permet le développement d'une offre gratuite de plus en plus abondante, quoique la viabilité de ce modèle, qui peine à rémunérer correctement les créateurs, demeure incertaine.

Dans ce domaine, **les marges de manœuvre de la puissance publique sont limitées** par les contraintes budgétaires et le poids des habitudes, sur lesquelles les initiatives publiques ont peu d'influence. En particulier, les mesures de solvabilisation de la demande ont montré leurs limites : les chiffres de vente de la Carte Musique, extrêmement éloignés des ambitions initiales, témoignent de la difficulté à faire évoluer des habitudes de consommation gratuite solidement ancrées, en particulier chez les plus jeunes.

L'Etat pourrait **diminuer les taux de TVA** (cf. *fiche A-12*) afin de contribuer à la diminution des prix et stimuler la conversion des publics à l'offre culturelle numérique. A l'heure actuelle, si certains produits ou services culturels bénéficient, dans l'univers physique, d'un taux réduit de TVA (livre, presse, cinéma, télévision payante), tous les services culturels en ligne relèvent du taux de TVA normal : la vente ou la location de biens culturels en format numérique est considérée par la Commission européenne comme la prestation d'un service fourni par voie électronique, non éligible aux taux réduits. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle la Commission a porté devant la Cour de justice de l'Union européenne la législation française qui applique au livre numérique homothétique le taux réduit de TVA dont bénéficie le livre imprimé.

L'application d'un taux réduit à l'ensemble des services culturels en ligne constituerait un signal fort. L'avantage fiscal permettrait à la fois une baisse des prix et une amélioration des marges de services en ligne, qui sont souvent fragiles voire déficitaires. Cependant, cette mesure présenterait un coût élevé (près de 100 M€), qui serait appelé à augmenter au fur et à mesure que les usages basculeront dans le numérique. Le gain lié à la baisse du taux de TVA pourrait être en partie capté par les producteurs et les distributeurs et n'avoir qu'une incidence réduite sur les prix de détail. Enfin, compte tenu des délais nécessaires à la révision des règles communautaires, la baisse de la TVA interviendrait trop tardivement pour réduire l'asymétrie fiscale qui pèse sur les services culturels numériques dont le siège est implanté en France (cf. *supra*) et bénéficierait surtout aux grandes plateformes (*Apple, Amazon, Google*) dont le siège est implanté à l'étranger.

C'est pourquoi la mission recommande de privilégier, dans le cadre de la révision de la directive européenne sur les taux de TVA, le **respect de la neutralité technologique** : le taux de TVA devrait être le même pour un bien culturel donné, qu'il soit distribué physiquement ou en ligne. En l'état actuel des taux, cela permettrait d'appliquer un taux réduit de TVA non seulement au livre numérique (qui en bénéficie déjà, lorsqu'il est « homothétique »), mais également à la presse en ligne, voire à la vidéo à la demande. Le coût d'une telle mesure resterait modéré (6 à 27 M€).

En outre, la France pourrait plaider pour un **assouplissement des règles** relatives à la fiscalité des biens et services culturels. D'une part, les services électroniques susceptibles de bénéficier de taux réduits de TVA devraient être définis de manière plus souple, afin de ne pas pénaliser la créativité et l'innovation, et d'éviter de soulever des problèmes de frontières insolubles (par exemple entre livres numériques « homothétiques » et livres enrichis). D'autre part, plutôt qu'une énumération détaillée des biens et services culturels éligibles à des taux réduits, la directive pourrait laisser aux États membres davantage de marges de manœuvre en les laissant choisir, au sein d'une liste de produits culturels, ceux qu'ils entendent soumettre à un taux réduit. Cela permettrait d'adapter les taux aux évolutions de chaque secteur, difficilement prévisibles, sans avoir à engager à chaque fois une nouvelle révision de la directive. Cette souplesse paraît d'autant plus souhaitable que le numérique tend à brouiller les frontières traditionnelles entre livre, musique, cinéma et jeu vidéo, etc.

Si les pouvoirs publics ont peu de prise sur la fixation des prix de l'offre culturelle marchande, ils peuvent en revanche agir en faveur du développement de **l'offre légale non marchande**, qui reste aujourd'hui beaucoup trop pauvre. En particulier, le rôle de médiation culturelle des bibliothèques et des médiathèques doit être adapté à l'ère numérique.

L'offre numérique en bibliothèque (cf. *fiche A-13*), aujourd'hui très peu développée, n'est pas à la hauteur des missions de ces institutions et des attentes du public. Le « prêt numérique » se heurte à l'absence de cadre juridique adapté : la licence légale instaurée par la loi du 18 juin 2003 ne s'applique qu'au prêt de livres imprimés et aucun accord global n'a été conclu avec les représentants des auteurs et des éditeurs. Confrontées à la faiblesse de l'offre

des éditeurs et des distributeurs ainsi qu'à l'hétérogénéité des modèles économiques et des dispositifs techniques utilisés, les bibliothèques peinent à proposer à leurs usagers une offre numérique large, variée et cohérente. La France accuse, de ce point de vue, un retard manifeste sur les pays comparables, quoiqu'il doive être nuancé au regard du développement encore timide de la lecture numérique dans la société française. La situation est encore moins favorable si l'on considère les ressources numériques autres que le livre (musique, vidéo, presse, jeu vidéo, etc.).

En brouillant la distinction traditionnelle entre le circuit commercial et le prêt en bibliothèque, l'offre numérique en bibliothèque suscite les craintes des ayants droit et des distributeurs physiques. La dématérialisation remet en cause la logique d'exclusivité et de non-simultanéité inhérente au prêt de supports physiques. Elle pose, sous un angle nouveau, la question classique de la coexistence de l'offre marchande et de l'offre non marchande, qui avait été résolue dans l'univers physique. Dans ce contexte, il paraît nécessaire que soient posés les termes techniques, juridiques et économiques d'une **coexistence harmonieuse entre l'offre marchande et l'offre en bibliothèque**, respectueuse de la place de chacun des maillons de la chaîne (créateurs, éditeurs et producteurs, commerces culturels, bibliothèques). Il s'agit, en particulier, de résoudre la question de la sécurisation du prêt numérique sans entraver inutilement les usages, de permettre aux bibliothèques d'assumer pleinement leur rôle de médiation et de prescription, et de promouvoir le rôle des libraires comme intermédiaires entre les éditeurs et les bibliothèques.

La mission propose donc de clarifier le cadre juridique de l'offre numérique en bibliothèque, à travers une gestion collective volontaire que les éditeurs français devraient être incités à mettre en place. Le développement d'offres reposant sur un contrôle d'accès à l'abonnement (plutôt qu'au fichier) et des DRM de type "tatouage numérique" devrait être encouragé. Les éditeurs devraient être tenus de proposer une offre claire, transparente et non discriminatoire spécifique en direction des bibliothèques. Enfin, il est souhaitable d'inscrire, dans les dispositifs d'aide publique, une incitation au développement de l'offre numérique en bibliothèque.

b. Améliorer « l'expérience utilisateur » et garantir les droits des usagers

Sur le *web* comme sur les terminaux connectés, un **référencement** de qualité limite les défauts d'une offre trop large ou émiettée, favorise la baisse des prix et peut rendre plus lisibles les restrictions existantes sur la disponibilité des œuvres, comme la chronologie des médias ou les droits territoriaux. Toutefois, dans ce domaine, les dispositifs publics ou promus par les pouvoirs publics paraissent d'une efficacité très limitée, comme en témoigne l'échec ou le faible impact des initiatives prises en matière de labellisation et de référencement. L'amélioration du référencement des œuvres culturelles ne pourra venir que des initiatives privées. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle la mission a porté une attention particulière, dans ses réflexions sur la régulation de l'offre culturelle en ligne, au rôle des distributeurs de services (cf. *supra*) et, en matière de lutte contre les pratiques illicites, à celui des moteurs de recherche (cf. *infra*).

Inciter les internautes à se tourner davantage vers l'offre légale implique, par ailleurs, de mieux encadrer le recours aux **mesures techniques de protection** (MTP), connues du grand public sous le nom de « DRM » (cf. **fiche A-14**). Le recours massif aux MTP a largement freiné le décollage de l'offre légale de musique en ligne et incité une partie des internautes à se tourner vers le téléchargement illicite ; ces mesures restent très répandues dans le domaine de la vidéo à la demande, du livre numérique ou du jeu vidéo, et font l'objet de contestations récurrentes.

Les MTP peuvent contribuer à sécuriser le développement de nouvelles offres (notamment celles qui reposent sur la gratuité financée par la publicité) et de nouvelles fonctionnalités. Cependant, elles n'offrent qu'une protection relative à l'égard des usages illicites. Elles empêchent parfois des usages licites par les acquéreurs légitimes, en entravant l'interopérabilité ou en les privant du bénéfice de certaines exceptions, comme la copie privée. En outre, en contribuant à la constitution d'écosystèmes fermés et oligopolistiques, le recours aux MTP peut constituer une entrave à la concurrence et un frein à l'innovation.

La régulation des MTP mériterait d'être renforcée : son périmètre pourrait être élargi au logiciel, aux œuvres du domaine public et aux mesures techniques d'information ; les pouvoirs de leur régulateur pourraient être étendus. Il

serait logique de confier cette régulation, aujourd'hui exercée par la Haute autorité pour la protection des œuvres et des droits sur Internet (Hadopi), au CSA, en cohérence avec la compétence de régulation de l'offre légale que la mission propose de lui confier (cf. *supra*).

Le cadre juridique applicable aux MTP, particulièrement confus, doit être clarifié. L'articulation entre les mesures techniques de protection, protégées par la loi dès lors qu'elles sont efficaces, et l'interopérabilité, dont la mise en œuvre effective ne doit pas être entravée, devrait être mieux définie, notamment à l'égard des logiciels libres. De même, l'exception de copie privée ne devrait pas pouvoir être réduite à néant par le recours aux MTP et le consommateur devrait être plus clairement informé des restrictions aux usages qu'impliquent les MTP apposées sur le fichier qu'il acquiert. Plus fondamentalement, alors que les exceptions au droit d'auteur ne sont aujourd'hui garanties que dans l'univers physique et analogique, on peut se demander si cette protection ne doit pas être étendue aux services en ligne.

Il conviendrait, enfin, d'encourager le **développement de standards ouverts**, en inscrivant cette notion dans les codes des usages relatifs à l'obligation d'exploitation, en subordonnant l'octroi de certaines aides publiques à l'utilisation de formats non propriétaires, et en soutenant les projets qui permettent de promouvoir, au-delà de l'interopérabilité des terminaux et des fichiers, l'interopérabilité des droits numériques.

B. RÉMUNÉRATION DES CRÉATEURS ET FINANCEMENT DE LA CRÉATION

Le numérique a profondément bouleversé la chaîne de valeur des industries culturelles : l'écosystème des acteurs numériques (équipementiers, opérateurs de télécommunications, services en ligne) joue désormais un rôle clé dans la diffusion des œuvres à une échelle planétaire. Cette révolution est porteuse d'espoir pour les industries culturelles qui produisent les « contenus », puisqu'elle permet en théorie de les diffuser auprès de publics plus larges, voire de créer un lien immédiat entre le public et l'artiste.

Néanmoins, si la révolution numérique a bien été créatrice de valeur pour l'ensemble de l'écosystème, **les industries culturelles créatrices n'ont pas pleinement bénéficié de la valeur générée.** Certains vont même jusqu'à déplorer le « détournement » ou la « captation », par les acteurs du numérique, de la valeur créée par les industries culturelles. Il paraît plus juste de parler d'un déplacement de la valeur de l'amont vers l'aval : la croissance économique des acteurs numériques s'accompagne d'une dévalorisation apparemment inexorable des « contenus » (cf. *fiche B-1*).

Les statistiques et les analyses économiques attestent ce transfert de valeur. Dans le panier des ménages, les dépenses consacrées aux équipements technologiques et à l'accès à Internet prennent un poids croissant, au détriment de celles consacrées à l'achat de biens culturels. Au plan macroéconomique, les revenus des fabricants de matériels et des éditeurs de services en ligne (ainsi que ceux des fournisseurs d'accès à Internet, dans une moindre mesure) croissent beaucoup plus rapidement que ceux des « industries de contenus ».

Ce déplacement de valeur n'est pas seulement la conséquence de la capacité d'innovation des nouveaux acteurs, contrastant avec les difficultés des industries culturelles traditionnelles à réinventer leurs modèles économiques. Il tient aussi au **recul du consentement des consommateurs à payer pour les « contenus »** (lié à la banalisation du téléchargement illégal et à l'illusion de la gratuité des biens immatériels) ainsi qu'à la **position dominante** acquise par certains acteurs de l'économie numérique. La croissance de l'écosystème numérique est intimement liée aux difficultés rencontrées par les industries de la création : le succès des abonnements Internet, des équipements technologiques et des services en ligne n'aurait pas été possible, du moins pas dans de telles proportions, sans l'existence d'un stock de contenus culturels riches et variés, facilement accessibles et souvent gratuits.

Ce bouleversement de la chaîne de valeur constitue un enjeu de compétitivité majeur pour l'Europe et singulièrement pour la France, qui dispose d'industries de contenus relativement fortes, alors qu'elle est faiblement représentée dans les industries numériques tant *hardware* que *software*. Il est essentiel que les acteurs français se positionnent sur les segments de la chaîne de valeur les plus profitables et dont les perspectives sont les plus favorables. Dans un marché numérique où les positions, loin d'être figées, évoluent rapidement, la France doit soutenir les quelques champions dont elle dispose et en faire émerger de nouveaux, en s'appuyant à la fois sur les grands acteurs en place et sur le tissu des *start-ups* numériques et culturelles.

Par ailleurs, **des mécanismes de compensation doivent être instaurés** afin de corriger les déséquilibres excessifs. Face aux risques de fragilisation et de concentration des producteurs de contenus, il est de l'intérêt de l'ensemble de l'écosystème numérique-culturel que la création soit protégée dans toute sa diversité. Lorsque les mécanismes de la propriété intellectuelle, qui constituent le mode de rémunération naturel de l'exploitation des œuvres, sont impuissants à compenser correctement le transfert de la valeur et à assurer aux créateurs un juste retour sur la richesse créée en aval, les pouvoirs publics sont légitimes à intervenir. Ils peuvent notamment utiliser l'instrument de la fiscalité, qui permet de faire contribuer au financement de la création des acteurs qui n'exploitent pas directement les contenus, mais profitent de leur circulation et bénéficient, à ce titre, d'externalités positives.

L'acte II de l'exception culturelle doit donc poursuivre deux objectifs complémentaires : garantir la rémunération des créateurs au titre de l'exploitation numérique de leurs œuvres, et renforcer la contribution des acteurs numériques au financement de la création.

1. GARANTIR LA RÉMUNÉRATION DES CRÉATEURS AU TITRE DE L'EXPLOITATION NUMÉRIQUE DE LEURS ŒUVRES

a. Encadrer le partage de la valeur

La question du partage de la valeur liée à l'exploitation en ligne des œuvres se pose à un double niveau : d'une part, entre titulaires de droits et éditeurs de services en ligne (services de *streaming*, plateformes de vidéo à la demande, magasins de livre numériques, etc.), et, d'autre part, entre les créateurs et leurs éditeurs ou leurs producteurs. **Si ces questions relèvent à titre principal de la liberté contractuelle, la puissance publique est fondée à en assurer la régulation**, d'une part afin de corriger certains rapports de force déséquilibrés, d'autre part afin d'assurer une transparence qui semble aujourd'hui faire défaut. Cette régulation doit prioritairement s'appuyer sur la négociation interprofessionnelle, éventuellement complétée par un dispositif indépendant d'observation et de médiation de nature à éviter au maximum le recours au juge.

- **Le partage de la valeur entre contenus et services** (cf. *fiche B-2*)

Les rapports entre ceux qui créent ou produisent les œuvres et ceux qui assurent leur diffusion ou leur distribution en ligne restent globalement difficiles. Ces tensions s'expliquent à la fois par la diminution générale des prix unitaires qui a accompagné la dématérialisation des biens culturels et par l'émergence de nouvelles formes d'exploitation inconnues dans l'univers analogique. Ces modèles d'affaires, qui ne sont pas encore stabilisés, bouleversent les conditions traditionnelles de « partage de la valeur » et suscitent des incompréhensions. Les tensions les plus fortes concernent les modèles gratuits financés par la publicité.

La question du partage de la valeur se pose, toutefois, de manière très différente selon les secteurs. Le secteur de la **musique enregistrée**, qui est à la fois le plus avancé dans la transition numérique et le moins régulé, est aussi celui où les rapports sont les plus tendus, malgré les progrès consécutifs à la signature, en janvier 2011, de la Charte des 13 engagements pour la musique en ligne. Les représentants des plateformes françaises estiment que les conditions

imposées par les détenteurs de catalogues ne leur permettent pas d'atteindre la rentabilité et encore moins de financer les investissements indispensables à l'innovation, au marketing et au développement international. Les barrières à l'entrée persistent et conduisent à une situation paradoxale : tandis que le chiffre d'affaires de la musique en ligne croît fortement, aucun nouvel acteur français n'émerge et de nombreux acteurs existants disparaissent ou sont menacés. Les risques de concentration de l'offre autour d'un oligopole majoritairement américain sont réels.

Dans tous les secteurs, **une régulation des rapports contractuels** contribuerait à garantir une juste valorisation des contenus tout en permettant aux services numériques de se développer, d'innover, de conquérir de nouveaux publics en France et à l'étranger, et, *in fine*, de créer de la valeur. Elle serait de nature à favoriser l'égalité de traitement, tant du côté des détenteurs de catalogues que du côté des plateformes, et l'émergence de nouveaux acteurs, indispensable à la diversité de l'offre. Elle serait, surtout, la traduction d'une logique de filière par laquelle industries de la création et services en ligne reconnaîtraient leur communauté d'intérêts et s'engageraient en faveur du développement d'un écosystème diversifié et viable.

C'est la raison pour laquelle il est proposé d'inclure, **dans les codes des usages sectoriels** dont la mission propose la création, un volet relatif aux relations entre fournisseurs de contenus et éditeurs de services en ligne. Ces codes auraient pour objet d'encadrer les pratiques contractuelles (transparence des conditions générales, avances, minima garantis, etc.). Ils pourraient prévoir une modulation des taux de rémunération en fonction de l'ancienneté des œuvres. Afin de stimuler l'innovation et de favoriser la concurrence, ils pourraient également prévoir des conditions plus favorables pour les services en phase d'amorçage. En revanche, ils n'auraient pas vocation à fixer de manière rigide la clé de partage des recettes, qui doit continuer de relever de la libre négociation entre les parties.

Par ailleurs, afin d'assainir et d'apaiser les relations entre éditeurs ou producteurs de contenus et diffuseurs ou distributeurs en ligne, **la transparence doit être renforcée**. Au plan individuel, les modalités de *reporting* doivent être précisément encadrées, afin de permettre aux producteurs, éditeurs et sociétés de gestion collective, de connaître avec certitude le nombre exact de ventes ou de diffusions dont leurs œuvres ont fait l'objet ; la certification des relevés de vente ou de diffusion par un « tiers de confiance » pourrait être encouragée, voire imposée à partir d'un certain chiffre d'affaires ou d'un certain niveau d'audience. Au plan collectif, il est essentiel de pouvoir disposer de données fiables, régulièrement actualisées et certifiées par une autorité indépendante. Il conviendrait donc de définir, sous l'égide du CSA, régulateur de l'offre culturelle numérique, des procédures de mise en commun des informations sur le partage de la valeur, encadrées par des garanties permettant à la fois de protéger le secret des affaires et d'éviter tout risque d'entente.

- **La rémunération des créateurs** (cf. *fiche B-3*)

L'autoédition et l'autoproduction, rendues plus accessibles par les technologies numériques, permettent à un nombre croissant de créateurs de s'affranchir de la tutelle d'un intermédiaire et, ainsi, de conserver une part plus élevée des revenus de leurs ventes. Toutefois, sous réserve de quelques exceptions très médiatisées, les auteurs autoédités et les artistes autoproduits peinent souvent à se faire connaître et à émerger au milieu de l'hyper-offre numérique. Plus prometteuse est l'émergence de nouvelles formes d'organisation (coopératives d'édition numérique, collectifs d'artistes), qui garantissent aux créateurs un meilleur partage de la valeur que celui applicable dans les modèles traditionnels, tout en leur prodiguant un soutien artistique, technique ou commercial dont ils ne bénéficieraient pas en autoédition ou en autoproduction.

Dans les circuits plus traditionnels, **les conditions de rémunération des créateurs (auteurs et artistes) tardent à s'adapter à l'évolution des modes d'exploitation des œuvres**. Cette situation entraîne une insatisfaction croissante des créateurs et, parfois, une incompréhension du public ; elle accrédite l'idée selon laquelle le piratage ne nuirait qu'aux industries culturelles et n'incite pas les internautes à se tourner vers l'offre légale.

S'agissant du **livre numérique**, les pourcentages reversés par les éditeurs aux auteurs sont, en règle générale, légèrement plus élevés que pour le livre imprimé ; toutefois, compte tenu de la différence de prix, ces pourcentages

se traduisent par une rémunération à l'acte plus faible en valeur absolue. En outre, la rémunération des auteurs au titre des nouveaux modèles d'exploitation (offres de « bouquets de livres », location, modèles gratuits financés par la publicité, vente des livres au chapitre, etc.) soulève de nombreuses interrogations.

S'agissant de la **musique enregistrée**, le niveau des royalties perçues par les artistes interprètes au titre de l'exploitation numérique (téléchargement et *streaming*) est régulièrement contesté : les abattements pratiqués, calqués sur le physique ou propres au numérique, conduisent à des taux de redevance réels nettement inférieurs aux taux affichés. En conséquence, la baisse des revenus unitaires liée à la dématérialisation se double d'une diminution de la part relative revenant à l'artiste. Par ailleurs, les musiciens et artistes d'accompagnement ne bénéficient généralement d'aucun intéressement sur l'exploitation de leurs enregistrements, car ils cèdent leurs droits voisins contre une rémunération forfaitaire. Seules les rares exploitations relevant de la gestion collective volontaire (par exemple les *webradios*) donnent lieu au versement d'une rémunération proportionnelle.

S'agissant, enfin, de la **vidéo à la demande**, certains auteurs sont rémunérés dans le cadre d'une gestion individuelle, tandis que les autres continuent de relever de la gestion collective de la SACD ; cette situation est source d'inégalités et d'insécurité juridique. Les comédiens, quant à eux, ne reçoivent quasiment aucune rémunération au titre de l'exploitation en ligne des œuvres audiovisuelles auxquelles ils ont contribué ; en effet, la plupart des contrats de production audiovisuelle liant les comédiens aux producteurs audiovisuels prévoient une rémunération globale forfaitaire et les accords collectifs qui prévoient des rémunérations proportionnelles ne couvrent que très imparfaitement les nouveaux modes d'exploitation.

La part des revenus numériques dans le chiffre d'affaires total des industries de la culture est appelée à croître fortement. Il est donc essentiel de **garantir aux auteurs et aux artistes interprètes un intéressement juste et équitable aux fruits de ces exploitations**, sans remettre en cause les mécanismes de financement et de distribution des œuvres, ni la relation contractuelle liant l'auteur ou l'artiste interprète à l'éditeur ou au producteur.

A cette fin, la mission préconise la **conclusion d'accords collectifs**, étendus à l'ensemble du secteur par arrêté, pour déterminer le taux minimum et l'assiette de la rémunération. Les sociétés de gestion collective d'auteurs et d'artistes devraient ensuite être mandatées par les producteurs et les éditeurs afin de percevoir et répartir ces rémunérations, en contrepartie d'obligations relatives à l'efficacité de la répartition et à sa transparence. Ce système permettrait de calculer les rémunérations dues aux auteurs et aux artistes sur des assiettes simples et transparentes, correspondant au prix réellement payé par le public ou aux recettes réellement encaissées par l'éditeur ou le producteur. Il déchargerait les éditeurs et les producteurs d'une gestion lourde et complexe impliquant une multitude de « nanopaiements » tout en garantissant aux créateurs des conditions de rémunération lisibles et transparentes, que la gestion individuelle échoue parfois à assurer.

- **Cas particuliers**

Dans le domaine de la **musique en ligne**, la gestion collective des droits (cf. **fiche B-4**), mode de gestion particulièrement adapté à l'exploitation numérique des œuvres, facilite l'accès des services en ligne aux catalogues des titulaires de droits, assure la transparence et l'égalité de traitement entre plateformes et entre ayants droit, garantit la juste rémunération des auteurs et des artistes et facilite la gestion des nanopaiements grâce à une mutualisation des coûts de traitement et une simplification des modalités de *reporting*.

La **gestion collective volontaire des droits d'auteur**, que les multinationales de l'édition tendent à remettre en cause aux Etats-Unis, doit donc être protégée. La reprise des catalogues en gestion individuelle serait porteuse de lourdes menaces, non seulement pour les sociétés de gestion collective, mais également pour les auteurs, pour la diversité culturelle et pour le développement de l'offre légale. Il est donc essentiel que les autorités françaises veillent, dans le cadre des négociations internationales, à ce que la gestion collective des droits d'auteur ne soit pas remise en cause.

En outre, dans l'hypothèse où les producteurs phonographiques refuseraient la régulation négociée proposée plus haut (établissement d'un code des usages sur les rapports avec les plateformes et conclusion d'un accord collectif sur la rémunération des artistes), la mise en place d'une **gestion collective obligatoire des droits voisins** pourrait être envisagée. Il s'agirait de tirer les conséquences de la défaillance de la gestion individuelle qui ne permet pas une exploitation des œuvres dans des conditions satisfaisantes et qui crée des entraves au développement de l'offre, des distorsions concurrentielles et des déséquilibres dans le partage de la valeur.

Dans le domaine de la **photographie** (cf. *fiche B-5*), la circulation numérique des images soulève des interrogations quant à leur valeur et occasionne des atteintes aux droits moraux et patrimoniaux de leurs créateurs. Les banques d'images à prix cassés (*microstocks*) se développent, sans que leur conformité au droit français de la propriété intellectuelle soit clairement établie. Des services de référencement et d'indexation créent de la valeur sans la partager avec les créateurs et sans égard pour leur droit moral. Enfin, la mention « droits réservés » est utilisée de manière de plus en plus fréquente et, souvent, abusive.

La défense des droits des photographes à l'ère numérique passe sans doute moins par une modification du code de la propriété intellectuelle que par une approche fondée sur la pédagogie, visant à assurer le respect du droit en vigueur. Il paraît donc souhaitable de soutenir les organismes professionnels dans leurs actions de sensibilisation et de défense des intérêts matériels et moraux de la profession. En outre, en vue de mettre fin aux pratiques les plus contestables, il conviendrait d'entreprendre une démarche pédagogique qui pourrait prendre la forme d'une large concertation, débouchant sur la signature d'un code de bonne conduite. Enfin, la révision imminente des conditions d'attribution des aides à la presse pourrait être l'occasion de soutenir l'activité des photographes professionnels, soit sous la forme d'aides directes aux agences professionnelles de photojournalisme, soit par le biais d'un conditionnement des aides allouées aux agences et aux éditeurs de presse.

S'agissant du **spectacle vivant** (cf. *fiche B-6*), la diffusion numérique des captations sonores ou audiovisuelles, en direct ou en différé, représente une opportunité à la fois pour la diffusion du spectacle en direction d'un public élargi et pour l'économie du secteur. Cette nouvelle forme d'exploitation connaît une forte croissance, que ce soit sur les plateformes généralistes, sur des services dédiés ou sous forme de retransmissions collectives.

Néanmoins, les producteurs de spectacle ne disposent pas, à l'heure actuelle, de droits sur la captation des spectacles dont ils ont assuré et financé la production. Ils ne sont donc en mesure ni d'autoriser ou d'interdire la diffusion de ces captations, ni d'obtenir, en contrepartie, une rémunération proportionnelle aux recettes de l'exploitation. Pour remédier à cette situation, qui n'incite pas les producteurs à investir dans les nouveaux usages, il est suggéré d'instaurer, à leur profit, un droit *sui generis*.

b. Consolider la rémunération pour copie privée et anticiper la transformation des usages

La rémunération pour copie privée (cf. *fiche B-7*), prélevée depuis 1985 sur les supports vierges et les matériels de stockage, complète les revenus directement tirés de l'exploitation numérique des œuvres. Il s'agit d'une source importante de revenus pour les auteurs et les artistes ; les clés de répartition prévues par la loi leur sont en effet plus favorables que les taux de rémunération négociés contractuellement avec les éditeurs et les producteurs. La rémunération pour copie privée contribue aussi, à travers l'action artistique et culturelle à laquelle sont affectés 25% de son produit, au financement de la création, du spectacle vivant et de la formation des artistes. Au-delà de sa vocation première, qui est de compenser l'exception de copie privée, elle permet, indirectement, de corriger quelque peu le déplacement de valeur qui s'est opéré, dans le budget des ménages consacré à la culture et au divertissement, au détriment des « contenus » et au profit des matériels.

Ce mécanisme vertueux est aujourd'hui confronté à d'importantes difficultés. Les contestations dont il fait l'objet de la part des industriels se sont traduites par l'annulation de plusieurs décisions relatives aux barèmes et par un blocage

de la commission chargée de les adopter, en raison de la démission de cinq des six représentants des industriels. Les fabricants et importateurs de matériels estiment que les barèmes français, qui figurent parmi les plus élevés de l'Union européenne, pèsent sur les prix de détail et favorisent le développement d'un marché gris. La mesure du préjudice, au cœur de la détermination des barèmes, ne fait pas consensus, et l'assujettissement des nouveaux usages liés au *cloud computing* donne lieu à de vifs débats. Enfin, à la suite de la médiation conduite par M. Vitorino, les instances européennes ont annoncé vouloir harmoniser les dispositifs mis en place dans les différents Etats membres, ce qui fait craindre une remise en cause du système français.

Si, officiellement, la plupart des acteurs concernés disent adhérer au principe de la rémunération pour copie privée, ses modalités et sa gouvernance donnent lieu à des positions qui paraissent irréconciliables. La mission considère qu'il **n'y a pas lieu de remettre en cause les fondamentaux du système actuel** : la méthode de calcul des barèmes est certes complexe et peut encore être améliorée, mais elle paraît globalement robuste ; le paritarisme de la commission est adapté à sa mission d'évaluation contradictoire d'un préjudice.

En revanche, afin de consolider ce mécanisme dont les principes demeurent plus que jamais pertinents, il convient, à court terme, de réformer certains aspects de son fonctionnement. En particulier, face au blocage provoqué par la démission des industriels, la mission préconise une **rénovation de la gouvernance**, remettant l'Etat au cœur du processus décisionnel en lui donnant un rôle plus affirmé d'arbitre entre les parties prenantes, tout en conservant le principe d'une négociation préalable entre bénéficiaires et redevables : les barèmes pourraient être adoptés par décret, sur avis conforme de l'actuelle Commission copie privée, dont la composition serait élargie. Une telle réforme contribuerait à la lisibilité du dispositif, renforcerait la légitimité du prélèvement et rapprocherait la France du mode de gouvernance le plus répandu dans l'Union européenne.

En outre, la **légitimité du prélèvement de 25 %** destiné à financer l'action artistique et culturelle des sociétés de gestion collective pourrait être confortée par une amélioration de la transparence dans l'utilisation de ces sommes. L'aide à la diffusion, qui est l'un des trois objectifs de l'action artistique et culturelle, devrait être entendue de manière plus large et permettre aux sociétés de gestion collective de soutenir non seulement le spectacle vivant, mais aussi les services culturels numériques innovants et porteurs de diversité culturelle, ou encore la promotion en ligne d'une œuvre, d'un artiste ou d'un catalogue, y compris à l'international.

Enfin, alors que le **développement de l'informatique en nuage** ou « *cloud computing* » transforme rapidement et profondément la distribution des contenus culturels, il est souhaitable de prendre en compte, dans le calcul de la rémunération pour copie privée, ces nouvelles formes de copie. Il ne s'agit pas d'assujettir en tant que tels les services de *cloud computing*, mais de prendre en compte, dans les barèmes appliqués aux supports matériels, les copies effectuées à partir de services de *cloud computing*, lorsqu'elles répondent à la définition de la copie privée. A cette fin, la mission propose une clarification législative et une actualisation des études d'usage.

A moyen terme, la **transformation des usages** qui se dessine impose de réfléchir à un mécanisme susceptible de prendre le relais de la rémunération pour copie privée. En effet, après l'ère de la copie analogique et l'ère de la copie numérique, il est probable que s'ouvre une troisième ère, celle de l'accès et de la lecture en flux. La généralisation des équipements mobiles, l'extension de la couverture Internet et l'amélioration des débits, ainsi que le développement du *cloud computing*, devraient se traduire à terme par un moindre recours à la copie des œuvres sur des supports physiques, au profit d'un accès direct en ligne. Si cette évolution se confirme, la rémunération pour copie privée ne sera plus à même de corriger le transfert de valeur qui s'opère des contenus vers les matériels.

C'est la raison pour laquelle la mission propose l'**instauration d'une taxe sur les appareils connectés**, assise sur l'ensemble des terminaux, indépendamment de leur capacité de stockage (cf. *infra*). Si cette proposition était retenue, il pourrait être envisagé, à terme, d'adosser la rémunération pour copie privée au produit de cette taxe. Les barèmes de prélèvement gagneraient en simplicité et en lisibilité. Un prélèvement unique permettrait ainsi de compenser,

d'une part, le préjudice lié à la copie privée et, d'autre part, l'externalité positive dont profitent tous les appareils connectés, qu'ils soient ou non utilisés pour copier des œuvres.

c. Approfondir la réflexion sur la création d'un droit à rémunération au titre du référencement par les moteurs de recherche

Certains représentants des industries culturelles estiment que les revenus directs de l'exploitation numérique devraient être complétés par une autre source de rémunération, qui serait due par les moteurs de recherche au titre de leur activité de référencement et d'indexation (cf. *fiche B-8*).

De fait, les moteurs de recherche sont utilisés par les internautes pour rechercher toutes sortes d'informations. En particulier, de nombreuses recherches portent sur des œuvres culturelles auxquelles les internautes souhaitent accéder ou qu'ils souhaitent télécharger. La présence sur Internet de nombreux contenus culturels gratuits, mis à disposition de manière licite ou illicite, constitue donc, pour les moteurs de recherche, une « matière première » qu'ils exploitent en fournissant un service de référencement générateur de recettes publicitaires conséquentes.

Or, **les mécanismes actuels du droit de la propriété intellectuelle ne permettent pas de compenser ce « transfert de valeur »**. Selon la jurisprudence française et européenne, les moteurs de recherche sont, sauf cas particulier, des intermédiaires techniques bénéficiant du régime de responsabilité limitée applicable aux hébergeurs. Dès lors, les titulaires de droits ne sont pas en mesure d'exiger d'eux, au titre de leurs droits patrimoniaux, une quelconque rémunération. Si cette situation ne pose pas de réels problèmes s'agissant des contenus payants, les titulaires de droits la contestent s'agissant des œuvres mises à disposition gratuitement.

Les **revendications portées notamment par les éditeurs de presse et les producteurs phonographiques** visent à reconnaître un droit à rémunération des ayants droit au titre du référencement ou de l'indexation de leurs œuvres, en s'appuyant soit sur le droit de la propriété intellectuelle, par la création d'un nouveau droit voisin, soit sur le droit civil, à travers la théorie de l'enrichissement sans cause.

Ces revendications, si elles ont le mérite de mettre en lumière la problématique du déplacement de la valeur et de chercher à y apporter des solutions concrètes, n'ont pas emporté la conviction de la mission. D'une part, leur faisabilité juridique reste douteuse et leur mise en œuvre opérationnelle soulève de nombreuses incertitudes, qui portent sur la notion de référencement, l'assiette de la rémunération, le périmètre des bénéficiaires ou encore les modalités de répartition. D'autre part, elles conduiraient à remettre en cause l'un des fondements de l'Internet et créeraient un précédent dont d'autres secteurs économiques pourraient se prévaloir ; les dommages collatéraux sur la liberté de référencer ou sur le droit de citation pourraient s'avérer importants.

La **négociation contractuelle** avec les acteurs dominants du marché peut offrir des réponses transitoires, qui tiennent compte des spécificités sectorielles, comme l'a montré la récente mission de médiation entre les éditeurs de presse d'information politique et générale et *Google*.

Toutefois, cet accord ne doit pas masquer la **nécessaire définition de principes communs**, applicables à tous les acteurs du référencement et à tous les titulaires de droits, voire à tous les producteurs de contenus numériques. La question du droit à rémunération au titre du référencement requiert une analyse fine, pouvant conduire à des réponses nuancées en fonction des caractéristiques précises des services offerts par les moteurs de recherche.

2. RENFORCER LA CONTRIBUTION DES ACTEURS NUMÉRIQUES AU FINANCEMENT DE LA CRÉATION

La fiscalité permet de faire contribuer au financement de la création les acteurs de l'écosystème numérique qui, sans exploiter directement les œuvres (donc sans rémunérer leurs créateurs), tirent profit de leur circulation. Le principe d'une telle contribution, qui est au cœur des mécanismes l'exception culturelle, a été consacré dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel. Toutefois, de nouveaux acteurs sont apparus, qui échappent aux mécanismes mis en place ; une modernisation du dispositif de financement du cinéma et de l'audiovisuel paraît donc indispensable. Plus généralement, il paraîtrait légitime d'étendre cette logique vertueuse aux autres secteurs culturels et d'ériger en principe général la règle selon laquelle tout acteur économique tirant un bénéfice de la circulation des œuvres doit contribuer à leur financement.

a. Moderniser le compte de soutien au cinéma et à l'audiovisuel en intégrant les nouveaux acteurs de la diffusion et de la distribution

Le financement du cinéma et de l'audiovisuel (cf. *fiche B-9*) français repose, depuis sa mise en place en 1946, sur un principe simple : **tout acteur qui participe à la distribution et à la diffusion des œuvres en aval contribue au financement de la création et de la production en amont**. Un ensemble de taxes affectées alimente ainsi les comptes de soutien gérés par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Si le soutien public à la création cinématographique et audiovisuelle fait l'objet de débats récurrents, **le succès de ce modèle est indéniable** : il a permis au secteur de faire face aux bouleversements successifs des usages et des modèles économiques (généralisation de la télévision, apparition des chaînes privées, développement des multiplexes, etc.) et contribue à expliquer la vitalité de la création française, qui n'a pas souffert, à ce jour, du choc numérique, en dépit des conséquences dommageables du piratage. Le dynamisme des ressources affectées au CNC a contribué à ces bons résultats, même si d'autres facteurs ont également joué (obligations d'investissement et de diffusion, chronologie des médias, fiscalité avantageuse, etc.).

Les acteurs numériques ont été progressivement intégrés au dispositif de financement du cinéma et de l'audiovisuel : les services de vidéo à la demande et les fournisseurs d'accès Internet (FAI), en tant que distributeurs de services de télévision, contribuent aux comptes de soutien du CNC, au même titre que les salles de cinéma, les chaînes de télévision ou les vendeurs de DVD. Les FAI figurent d'ailleurs parmi les plus gros contributeurs du budget du CNC.

Toutefois, **l'adaptation du dispositif aux défis de l'ère numérique reste aujourd'hui imparfaite**. D'une part, les recettes publicitaires générées par la télévision de rattrapage ne sont pas clairement appréhendées par les règles fiscales en vigueur. D'autre part, les services installés hors de France ou dont le modèle économique repose sur la gratuité financée par la publicité échappent à la taxe sur la vidéo à la demande. Enfin, les plateformes vidéo telles que *YouTube* ou *Dailymotion*, dépourvues de responsabilité éditoriales et protégées par leur statut d'hébergeur, ne sont pas mises à contribution, alors qu'elles proposent un nombre croissant d'œuvres audiovisuelles et de films d'animation relevant des champs de la création soutenus par le CNC, et qu'elles captent, grâce à leur modèle gratuit financé par la publicité, une part non négligeable des revenus générés par la diffusion de ces œuvres.

De ces failles dans le dispositif découle un **manque à gagner pour le financement de la création**, d'autant plus dommageable que les ressources du CNC sont menacées par les difficultés que rencontrent certains de ses contributeurs traditionnels. Surtout, il en résulte une **asymétrie**, qui place certains diffuseurs dans une situation moins favorables que leurs concurrents et favorise souvent les acteurs installés à l'étranger au détriment des acteurs nationaux. Cette situation est d'autant moins acceptable que le développement de la télévision connectée place en situation de concurrence directe des acteurs qui contribuent au financement de la création (services de VàD installés en France, FAI) et d'autres qui n'y contribuent pas (services de VàD installés à l'étranger, plateformes vidéo).

L'asymétrie des règles fiscales pourrait conduire les contributeurs actuels à remettre en cause la légitimité des prélèvements dont ils s'acquittent.

Il est donc nécessaire de **rétablir l'équité fiscale en comblant les failles existantes**, sans pour autant créer de nouvelles taxes. La télévision de rattrapage pourrait ainsi être assujettie à la taxe sur les services de télévision. La taxe sur la vidéo pourrait être étendue aux services installés à l'étranger ou financés par la publicité. Enfin, l'importance croissante de la distribution dans la chaîne de valeur justifierait que les distributeurs de vidéo à la demande (cf. *supra*) soient mis à contribution, comme le sont aujourd'hui les éditeurs de tels services. Cela permettrait d'appréhender les plateformes vidéo, sans remettre en cause leur statut d'hébergeur, ainsi que les constructeurs de terminaux connectés et les gestionnaires de magasins d'applications présents sur ces terminaux. Bien que les difficultés opérationnelles d'une telle réforme soient réelles, il est souhaitable qu'elle soit engagée sans tarder.

b. Repenser la contribution des opérateurs de télécommunications

Les opérateurs de télécommunications font désormais partie intégrante de la chaîne de valeur des industries culturelles. D'une part, l'accès à l'Internet fixe et mobile, dont la qualité et le débit progressent constamment, permet un accès large aux œuvres et aux services culturels numériques. D'autre part, les opérateurs se sont engagés, à travers de nombreux partenariats, dans la distribution de contenus culturels : distribution de services de télévision, de vidéo à la demande et de jeu vidéo par l'intermédiaire des boîtiers connectés aux écrans de télévision (*set top box*), accords de distribution avec des services de musique en ligne, voire développement d'une offre propre dans le domaine de la VàD et de la musique notamment.

Les opérateurs de télécommunications participent en outre au financement de la création cinématographique et audiovisuelle (cf. *fiche B-10*), à travers une taxe assise sur la distribution de services de télévision (TST-D), dont le rendement représente désormais une part importante du budget du CNC. Cette contribution trouve sa justification dans la place qu'occupe aujourd'hui Internet dans la distribution des services de télévision.

Confrontés à un ralentissement de leur croissance, une diminution de leurs marges, une concurrence accrue des acteurs « *over the top* » et la nécessité de financer le déploiement du très haut débit, les opérateurs critiquent de plus en plus ouvertement la « sur-fiscalité » spécifique qui les frappe, et dont la TST-D est une composante. Surtout, cette taxe fait l'objet, depuis 2011, de discussions complexes, qui ont donné lieu à plusieurs réformes successives et ont été portées devant la Commission européenne. L'entrée en vigueur de nouvelles règles de calcul, nécessaires pour mettre fin aux pratiques de contournement qui permettent à certains opérateurs d'échapper presque totalement à leurs obligations, est subordonnée à l'autorisation de la Commission.

La contribution des opérateurs de télécommunications au financement de la création n'est pas contestable dans son principe, comme l'ont d'ailleurs reconnu la plupart des représentants de ces opérateurs. Elle est la contrepartie logique du bénéfice que ces opérateurs tirent de la diffusion des contenus culturels, qui contribue à l'attractivité des services qu'ils proposent. En revanche, **dans ses modalités, cette contribution doit être repensée**, en tenant compte des règles européennes, dont la Cour de justice de l'Union européenne devrait prochainement préciser la portée.

La fragilité actuelle de la TST-D découle, pour l'essentiel, du fait qu'elle ne vise pas les opérateurs de télécommunications en tant que tels, mais en tant que distributeurs de services de télévision. Or **la transformation des usages conduit à s'interroger sur la pertinence de la notion de « distribution de services de télévision »**. Cette notion ne permet pas d'appréhender correctement le bénéfice que les opérateurs de télécommunications retirent de la circulation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques. En effet, avec la généralisation des tablettes et des télévisions connectées, la diffusion des œuvres audiovisuelles est appelée à emprunter des canaux de plus en plus diversifiés (télévision sur ordinateur, applications mobiles, plateformes vidéo, etc.), parmi lesquels les services de télévision au sens traditionnel du terme vont probablement occuper une place de moins en moins importante.

Il serait donc logique de substituer à la TST-D, pour la partie s'appliquant aux opérateurs de télécommunications, une **taxe assise sur l'ensemble du chiffre d'affaires** de ces opérateurs, permettant d'appréhender l'ensemble des modes de diffusion des œuvres audiovisuelles par Internet, et donc d'asseoir plus solidement le principe de cette taxation. L'assiette étant ainsi élargie, les taux seraient revus à la baisse, de manière à ne pas alourdir la pression fiscale sur des opérateurs confrontés à un contexte économique tendu et à la nécessité de financer le déploiement du très haut débit. Afin de tenir compte de la réalité des usages, les taux pourraient être différents sur l'Internet fixe et l'Internet mobile.

Le produit d'une telle taxe aurait vocation à **bénéficier à tous les secteurs de la création culturelle**. En effet, dans la mesure où l'accès à Internet est utilisé pour consulter toutes sortes de contenus culturels (cinéma, audiovisuel, mais également musique, livre, jeu vidéo, etc.), il ne paraît pas illégitime que la contribution des opérateurs de télécommunications puisse financer l'ensemble des champs de la création. Afin de garantir le respect de la finalité culturelle de la taxe, son produit pourrait être affecté au compte de soutien à la transition numérique des industries culturelles, dont la mission propose la création (cf. *infra*). Il serait ainsi utilisé pour financer divers dispositifs de soutien aux industries culturelles, gérés directement par le ministère ou par l'intermédiaire de ses opérateurs. La répartition du produit de la taxe serait arbitrée par le ministère en fonction des besoins de chaque secteur.

Une telle réforme suppose naturellement que la Cour de justice de l'Union européenne confirme, dans sa décision à venir, la possibilité, pour les Etats membres, de taxer le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications. **Dans le cas contraire, la contribution des opérateurs de télécommunications devrait rester fondée sur la distribution de services de télévision** et affectée exclusivement au financement de la production cinématographique et audiovisuelle. La distribution de services de vidéo à la demande assurée par les opérateurs de télécommunications devrait également être prise en compte. La définition précise de l'assiette et des abattements à appliquer devrait reposer sur une analyse des flux, dont la réalisation pourrait être confiée à l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP).

c. Mettre à contribution les fabricants et importateurs d'appareils connectés

Afin de corriger les externalités qui résultent du choc numérique et de favoriser la transition numérique des industries culturelles, il convient d'explorer de nouvelles modalités de contribution des acteurs du numérique à la création (cf. **fiche B-11**). A cet égard, les marges de manœuvre sont à ce jour relativement limitées. D'une part, l'activité des fournisseurs de services en ligne et des acteurs « *over the top* » ne pourra être appréhendée par la fiscalité française qu'au prix d'une refonte des règles de territorialité qui prendra probablement plusieurs années. D'autre part, comme précédemment indiqué, les opérateurs de télécommunications sont déjà mis à contribution et la situation économique à laquelle ils sont confrontés justifie que la pression fiscale qui pèse sur eux ne soit pas alourdie.

En revanche, compte tenu du poids qu'occupe la consommation de contenus culturels dans l'utilisation des appareils connectés (ordinateurs, *smartphones*, tablettes, téléviseurs connectés, consoles, etc.), il serait légitime que ceux qui fabriquent et distribuent ces équipements contribuent au financement de la création. Le succès des terminaux connectés et les prix élevés que les consommateurs sont prêts à dépenser pour les acquérir tiennent en partie à la possibilité offerte par ces appareils d'accéder à un nombre quasi infini de contenus culturels riches et divers, pour lesquels, à l'inverse, les usagers sont de moins en moins prêts à payer.

Une **taxe sur les ventes d'appareils connectés**, qui pourrait contribuer à corriger ce transfert de valeur, présenterait plusieurs avantages : assise sur une assiette large et globalement dynamique, elle pourrait être d'un taux très modéré (par exemple 1 %), donc relativement indolore pour le consommateur ; elle frapperait des matériels dont la fabrication est assurée, dans la très grande majorité des cas, à l'étranger, et crée très peu d'emplois en France ; elle serait à la fois plus simple à mettre en œuvre, au regard des règles de territorialité et du droit de l'Union européenne,

et plus facile à justifier, s’agissant du lien avec les contenus culturels, qu’une taxe sur les moteurs de recherche ou sur la publicité en ligne.

Le produit de la taxe serait utilisé pour **encourager et accompagner la transition numérique des industries culturelles**, à travers des aides à la création numérique et à la promotion numérique des œuvres, à la numérisation des fonds de catalogue, au développement des bases de métadonnées et aux services culturels numériques innovants et porteurs de diversité culturelle. Tous les secteurs de la création ont vocation à bénéficier de ces interventions. Toutefois, dans un premier temps, la mission propose de cibler prioritairement les secteurs les plus affectés par le choc numérique, à savoir la musique et la photographie.

Afin de garantir une utilisation de la taxe conforme aux objectifs justifiant sa création, la mission propose d’en affecter le produit à un **compte d’affectation spéciale (CAS)** géré par le ministère de la culture et de la communication. Une affectation au budget général de l’Etat induirait un risque d’utilisation à d’autres fins, qui serait de nature à fragiliser la légitimité de la taxe. Si la fiscalité des opérateurs de télécommunications était réformée conformément aux préconisations de la mission, son produit pourrait également être affecté au CAS. A terme, lorsque des solutions auront été trouvées pour appréhender fiscalement les autres acteurs de l’économie numérique (moteurs de recherche, réseaux sociaux, etc.), il serait légitime qu’une fraction de la recette fiscale soit affectée au financement de la création, à travers un abondement du CAS, dont le montant devrait être calculé sur le fondement d’une analyse du poids des contenus culturels dans l’activité des acteurs numériques assujettis.

La taxe sur les appareils connectés, qui corrige un transfert de valeur, poursuit un **objectif distinct de la rémunération pour copie privée**, qui compense le préjudice lié aux actes de copie. Son assiette est d’ailleurs plus large, puisqu’elle intègre les ordinateurs et les terminaux dépourvus de capacité de stockage. Cependant, si la place de la copie recule, dans les usages, au profit de celle de l’accès aux œuvres, la rémunération pour copie privée risque, à terme, d’être fragilisée. Il est donc indispensable de concevoir un mécanisme susceptible, dans l’immédiat, de compenser le transfert de valeur des contenus vers les matériels et, à terme, de prendre le relais de la rémunération pour copie privée. Il pourrait alors être envisagé, par souci de simplification, de fusionner ces deux prélèvements et d’adosser la rémunération pour copie privée à la taxe sur les appareils connectés, en affectant une partie du produit de cette taxe à l’indemnisation du préjudice subi par les ayants droit au titre de la copie privée.

3. SOUTENIR LES NOUVELLES FORMES CRÉATIVES ET LES NOUVEAUX MODES DE FINANCEMENT

Le développement des technologies numériques ne bouleverse pas uniquement les modes de diffusion et de distribution des œuvres culturelles. Il renouvelle également les formes de la création et fait émerger de **nouvelles formes créatives** : art numérique, création multimédia...

Ces pratiques créatives (cf. **fiche B-12**) interrogent les dispositifs de soutien et d’accompagnement de la création artistique, généralement organisés autour des disciplines classiques des arts plastiques et du spectacle vivant. Les dispositifs sectoriels gérés par les établissements publics nationaux ont été adaptés pour mieux prendre en compte ces nouvelles formes de création et un outil spécifique a été créé pour soutenir la création artistique et multimédia (le DiCréAM). Les collectivités territoriales se sont également investies, selon des modalités très diverses, dans ces nouveaux champs de la création.

La création multimédia et l’art numérique souffrent moins d’une absence de dispositifs de soutien que d’un manque de coordination entre les acteurs et d’un défaut de lisibilité de leurs interventions, auxquels s’ajoutent une insuffisante reconnaissance politique ou symbolique de ces nouvelles formes créatives. Pour y remédier, il serait souhaitable de renforcer l’animation des services déconcentrés de l’Etat et de mieux coordonner leurs interventions avec celles des collectivités territoriales et des structures culturelles, par exemple en établissant des documents

stratégiques régionaux. Il conviendrait en outre d'envisager la création d'un label « scènes numériques » destiné aux structures qui soutiennent les nouvelles formes créatives.

D'autre part, le numérique permet l'émergence de nouvelles modalités de financement de la création, illustrée par le succès croissant du **financement participatif ou crowdfunding** (cf. *fiche B-13*), qui se déploie dans différents secteurs et, en particulier, dans la plupart des champs culturels, de la musique au jeu vidéo, en passant par la bande dessinée et le cinéma. Le *crowdfunding* désigne le fait de recourir aux contributions d'un grand nombre d'individus pour financer un projet ; ces contributions peuvent prendre la forme de dons désintéressés ou bien être assorties de contreparties, d'ordre symbolique ou financier (participation aux recettes de l'exploitation). Si le principe est ancien, l'essor de l'Internet lui a insufflé une nouvelle vigueur, en facilitant considérablement la rencontre des porteurs de projets et des épargnants, en général par le biais de plateformes spécialisées.

Le *crowdfunding* rencontre un écho particulier dans le secteur de la culture, à l'origine d'un très grand nombre de projets et de plateformes thématiques. Il apporte une réponse à l'effet de ciseau qui voit le nombre de créateurs et de projets créatifs croître constamment, tandis que les industries culturelles traditionnelles réduisent leurs investissements et délaissent les projets les plus originaux ou les plus risqués. Il répond en outre au désir mutuel de rapprochement exprimé par les créateurs et le public, doublé d'une crise de confiance envers les industries culturelles et tous les « intermédiaires ».

Malgré le succès rencontré par des plateformes telles que *KissKissBankBank* ou *MyMajorCompany*, le crowdfunding reste nettement moins développé en France qu'aux Etats-Unis. Afin d'encourager le recours à ce nouveau mode de financement, complémentaire des modèles traditionnels, il serait souhaitable d'en clarifier le cadre juridique et fiscal, et d'en améliorer la visibilité par un soutien politique plus affirmé et des partenariats avec les institutions publiques.

C. PROTECTION ET ADAPTATION DES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le droit d'auteur est, depuis son origine, l'expression d'un compromis social entre les droits des créateurs et ceux des publics. L'irruption du numérique a bouleversé les termes de ce compromis : propulsé dans la sphère du grand public, le droit de la propriété intellectuelle, jusqu'ici cantonné aux relations entre créateurs et exploitants, est exposé aux interrogations et contestations grandissantes d'internautes contrariés dans leurs pratiques et leurs attentes.

L'équilibre du compromis fondateur doit être retrouvé, en poursuivant deux objectifs étroitement liés : d'une part, réaffirmer la pleine légitimité du droit d'auteur et la nécessité de sa protection, en réorientant la lutte contre le « piratage » en direction de ceux qui en tirent un bénéfice économique ; d'autre part, adapter le droit de la propriété intellectuelle aux réalités et aux pratiques numériques, afin de permettre aux publics de bénéficier pleinement des opportunités offertes par les nouvelles technologies, en termes d'accès aux œuvres comme de création.

1. RÉORIENTER LA LUTTE CONTRE LE PIRATAGE EN DIRECTION DE LA CONTREFAÇON LUCRATIVE

Les possibilités d'échange ou d'accès aux contenus offertes par Internet ont permis le développement de pratiques portant atteinte à la propriété littéraire et artistique, diverses par les technologies qu'elles utilisent, et souvent regroupées sous le terme générique de « piratage ». De nombreux représentants des industries culturelles y voient le principal responsable de la crise qu'ils traversent : ces pratiques détourneraient les usagers de toute consommation licite, physique et immatérielle. À l'inverse, certains observateurs soutiennent que le « piratage » ne nuirait

aucunement à la consommation licite de biens culturels et soulignent que les « pirates » auraient tendance à consacrer aux loisirs culturels des dépenses plus importantes que la moyenne des publics.

Ces thèses contradictoires pèchent toutes deux par leur caractère caricatural. S'il convient de relativiser les effets dommageables du « piratage », qui n'est pas la cause exclusive des difficultés rencontrées par les industries de la culture, il n'en demeure pas moins que les atteintes au droit d'auteur causent aux créateurs et aux investisseurs de la création un préjudice moral et matériel. Cependant, il s'avère que les utilisateurs de sites illicites sont aussi, en général, des consommateurs légaux, parfois même de gros consommateurs ; il est en outre évident que la plupart des internautes ne reporteraient que partiellement leurs usages sur l'offre légale s'ils étaient mis dans l'incapacité de télécharger illégalement. Mais il est tout aussi certain qu'il serait difficile de promouvoir une offre légale assurant une juste rémunération des créateurs si tout bien culturel pouvait être téléchargé ou consulté gratuitement. Les éditeurs de services en ligne auditionnés par la mission ont tous désigné le piratage comme leur premier concurrent. Alors qu'ils s'efforcent de développer une offre légale à la fois attractive et respectueuse des droits des créateurs, le piratage leur oppose une concurrence déloyale avec laquelle il est difficile de rivaliser.

Pourtant, **si les atteintes au droit d'auteur doivent être combattues, le choix de la méthode doit tenir compte de la réalité des usages et des perceptions.** De nombreuses études témoignent de l'incompréhension grandissante des publics à l'égard de la propriété intellectuelle, alimentant une forme de banalisation du piratage. Ce constat invite à mieux distinguer, dans la lutte contre le piratage, les pratiques occasionnelles et personnelles, sans objectif d'enrichissement, des activités lucratives déployées par certains acteurs de l'Internet, reposant de manière systématique sur la diffusion de biens culturels contrefaits.

a. Approfondir la réflexion sur les échanges non marchands

L'idée d'une **légalisation des « échanges non marchands »** (cf. *fiche C-1*) offre, de prime abord, d'intéressantes perspectives. Quelle que soit la terminologie privilégiée et le fondement juridique retenu, il s'agirait de permettre aux internautes de partager et télécharger des œuvres protégées dans un cadre non marchand, sans but lucratif, en contrepartie d'une contribution forfaitaire prélevée sur l'abonnement à Internet, dont le produit serait réparti entre les différents ayants droit sur la base d'une observation des usages.

La légalisation des échanges non marchands favoriserait l'accès de tous à l'ensemble des contenus culturels disponibles en ligne et valoriserait la notion de partage désintéressé. Elle simplifierait considérablement la question de la lutte contre le piratage et permettrait de focaliser la répression sur les sites qui exploitent la contrefaçon à des fins lucratives ; ces derniers perdraient d'ailleurs probablement une grande partie de leur audience. Le prélèvement instauré en contrepartie de la légalisation des échanges, qu'il s'agisse d'une rémunération compensatoire ou d'une « contribution créative », fournirait aux créateurs une source de revenus substantiels. Sa mise en place serait l'occasion de prendre acte de la massification irréversible des échanges gratuits en ligne et permettrait de contourner la question du consentement à payer, en rendant la nécessaire contribution financière du consommateur aussi « indolore » que possible.

Cependant, **la légalisation des échanges non marchands soulève plusieurs difficultés de principe et sa faisabilité pratique est, à ce jour, très incertaine.** D'un point de vue juridique, elle se heurte aux engagements internationaux de la France et au droit de l'Union européenne. Sur le fond, la notion de partage non marchand, quoique attrayante, demeure problématique : il est difficile de distinguer, dans l'ensemble des échanges en ligne, les pratiques de partage désintéressé de la consommation pure. Par ailleurs, le fait de déconnecter le paiement et les usages culturels en ligne en instaurant une forfaitisation crée une forme d'injustice, dont pourraient se plaindre les personnes qui s'abonnent à Internet à d'autres fins que la consommation de contenus culturels.

La coexistence d'échanges non marchands légalisés et d'une offre commerciale paraît difficilement envisageable, du moins dans la phase de transition actuelle : dans un monde où tous les contenus deviendraient instantanément

gratuits, les services légaux auraient probablement de plus grandes difficultés à attirer de nouveaux usagers, particulièrement en ce qui concerne les offres payantes. En outre, si elle devait concerner l'ensemble des contenus culturels protégés par le droit d'auteur, la contribution exigée en contrepartie de la légalisation des échanges devrait être d'un montant très élevé, ce qui serait difficilement acceptable, notamment pour les ménages modestes.

D'un point de vue opérationnel, la répartition du produit de la contribution entre les ayants droit, fondée sur une mesure des échanges non marchands, impliquerait une observation du trafic systématique et intrusive et risquerait de se traduire par des atteintes aux libertés individuelles et à la vie privée plus graves que celles auxquelles elle prétend mettre fin. Enfin, la répartition des sommes collectées devrait reposer sur de nombreuses conventions non dépourvues d'arbitraire.

La légalisation des échanges non marchands se heurte donc aujourd'hui à un trop grand nombre d'obstacles juridiques, économiques et pratiques pour pouvoir constituer, à court terme, une réponse crédible à la problématique du piratage. Toutefois, compte tenu des incertitudes liées à l'évolution des usages et à l'économie numérique, **aucun modèle ne doit être écarté a priori**. Il serait donc souhaitable d'approfondir la réflexion sur la légalisation des échanges non marchands, tant au plan national qu'à l'échelle européenne, en précisant la notion de partage non marchand dans l'univers numérique et en définissant les modalités d'une reconnaissance juridique de ces échanges.

b. Alléger le dispositif de réponse graduée

Le mécanisme de réponse graduée instauré en 2009 visait à soustraire le téléchargement illicite effectué par les particuliers sur les réseaux de pair à pair au droit commun de la contrefaçon, inadapté et assorti de sanctions potentiellement très lourdes. Reposant sur la notion de « négligence caractérisée » qui sanctionne non pas la personne qui télécharge mais celle dont l'accès Internet est utilisé pour télécharger de manière illicite, la réponse graduée donne la priorité à la pédagogie, à travers une succession d'avertissements préalables adressés à l'internaute par l'Hadopi ; la sanction, de nature pénale, n'est envisagée qu'en dernier recours. Mise en œuvre à partir d'octobre 2010, la réponse graduée est montée progressivement en puissance, mais n'a débouché, à ce jour, que sur un très faible nombre de condamnations.

Le bilan de la réponse graduée (cf. fiche C-2), moins de trois ans après son entrée en vigueur effective, est en demi-teinte. Les critiques virulentes dont elle a fait l'objet, quoique non dénuées de pertinence, paraissent excessives.

Son **caractère répressif** a été en partie exagéré. La logique pédagogique inscrite dans la loi a été renforcée par la pratique de l'Hadopi, qui a veillé à n'enclencher la phase répressive qu'en dernier ressort et à respecter scrupuleusement les droits de la défense. La peine pécuniaire encourue reste légère au regard de celle à laquelle l'internaute était exposé, avant les lois Hadopi, au titre du délit de contrefaçon. La réponse graduée n'a donné lieu, à ce jour, qu'à deux condamnations effectives ; le juge pénal veille, au titre de son pouvoir d'individualisation des peines, à adapter la sanction à la gravité des faits constatés. En revanche, la sanction de la coupure de la connexion Internet, bien qu'elle n'ait jamais été appliquée, contribue fortement à l'image répressive dont souffre le dispositif. Par ailleurs, le fait que l'auteur du téléchargement illicite reste passible de poursuites pour contrefaçon nuit à la lisibilité du dispositif et brouille le message pédagogique.

Le **coût** direct et indirect de la réponse graduée pour l'État ne paraît pas disproportionné au regard des intérêts matériels et moraux en jeu. Il ne doit pas être mis en regard du montant des condamnations prononcées mais de l'efficacité globale du dispositif, incluant son caractère dissuasif et pédagogique : l'objectif ultime de la réponse graduée n'est pas d'aboutir à des condamnations massives et sévères, mais de faire reculer le téléchargement illégal en sensibilisant les internautes. En revanche, la concentration des moyens publics sur la répression du téléchargement de pair à pair (P2P) procède d'une mauvaise hiérarchisation des priorités et d'une allocation non optimale des ressources : il paraîtrait à la fois plus juste et plus efficace que l'intervention de la puissance publique s'attaque

prioritairement à la contrefaçon commerciale, plutôt qu'au seul téléchargement P2P, pratiqué par des internautes généralement dépourvus de toute intention lucrative ou de volonté d'enrichissement personnel.

Enfin, **l'efficacité de la réponse graduée**, mitigée, dépend du point de vue d'où l'on se place. D'un côté, son effet dissuasif sur les pratiques qu'elle cible (le téléchargement de pair à pair) est globalement avéré. Les avertissements adressés par l'Hadopi conduisent l'abonné, dans la grande majorité des cas, à cesser de télécharger illégalement sur les réseaux P2P ou à sécuriser sa ligne afin d'éviter que d'autres ne l'utilisent à cette fin. Le recul du téléchargement de pair à pair, entamé avant l'entrée en vigueur de la réponse graduée, s'est accéléré depuis lors ; l'inversion récente de la tendance invite toutefois à ne pas relâcher la vigilance.

Encore faut-il savoir si ce recul du P2P s'est accompagné d'une progression de la consommation licite ou s'il a été compensé par le développement d'autres formes de « piratage ». Or, si le recours à l'offre légale enregistre une forte croissance, il semble qu'une partie significative des internautes se soit reportée vers d'autres pratiques illicites ne faisant l'objet d'aucun contrôle et ne les exposant par conséquent à aucun risque de détection et de sanction (téléchargement direct, *streaming*). Les statistiques disponibles tendent ainsi à prouver que le recul du téléchargement de pair à pair, probablement lié pour partie à l'efficacité de la réponse graduée, a davantage profité aux autres formes de consommation illicite qu'à l'offre légale.

Ce bilan en demi-teinte conduit à préconiser **le maintien et l'allègement de la réponse graduée** (cf. *fiche C-3*) ainsi que la réorientation de la lutte contre la contrefaçon en direction des acteurs qui en tirent un bénéfice économique. Abroger purement et simplement la réponse graduée, alors qu'elle vient à peine d'atteindre son régime de croisière et qu'elle a d'ores et déjà produit, sur le périmètre qu'elle couvre, des effets significatifs, n'aurait guère de sens. En l'absence de légalisation des échanges non marchands, une telle réforme se traduirait par un retour pur et simple au droit commun de la contrefaçon. Les parquets, destinataires de très nombreux signalements, devraient procéder à un tri délicat, non dénué d'arbitraire. Les tribunaux seraient conduits à sanctionner pour l'exemple un petit nombre de contrevenants, au terme d'une procédure lourde et coûteuse, à des peines disproportionnées au regard de la banalité des faits en cause. La logique pédagogique inhérente à la réponse graduée disparaîtrait complètement.

Il paraît donc préférable de **préserver les acquis positifs de la réponse graduée**, qui permet, d'une part, d'éviter l'application du droit commun de la contrefaçon, inadapté aux pratiques en cause, et, d'autre part, de privilégier une logique pédagogique fondée sur une succession d'avertissements sans frais, préalables à la sanction. Cela implique de conserver la notion de négligence caractérisée, tout en l'encadrant davantage, de manière à mieux tenir compte des diligences mises en œuvre par l'abonné pour éviter l'utilisation de son accès à Internet à des fins de téléchargement illicite. Il convient par ailleurs de clarifier l'articulation entre cette infraction de négligence caractérisée et le délit de contrefaçon, qui devrait être réservé aux actes poursuivant un but lucratif.

Le dispositif de réponse graduée gagnerait cependant à être allégé, de manière à le rendre plus acceptable, sans nuire à son efficacité, qui tient davantage à l'effet pédagogique des avertissements préalables qu'à la menace d'une sanction sévère. Les sanctions aujourd'hui applicables paraissent disproportionnées au regard du caractère massif des pratiques en cause. Le recours au juge pénal pour sanctionner des pratiques à ce point répandues parmi la population (et plus encore parmi la jeunesse), ne semble pas adapté. L'existence d'une autorité administrative quasi-exclusivement dédiée, en pratique, à ce seul objectif est également très discutable. Il est indispensable de ramener à sa juste place la question du téléchargement de pair à pair, qui n'est qu'un aspect, et sans doute pas le plus important, de la protection du droit d'auteur à l'ère numérique.

Il est donc proposé **d'abroger la peine de suspension de l'abonnement Internet**, particulièrement sévère au regard de la gravité des actes en cause, et dont l'applicabilité pratique est, au demeurant, incertaine. Cela permettrait de **dépénaliser la sanction** et de lui substituer une sanction administrative, afin d'éviter la convocation au commissariat, le recours au tribunal de police et l'inscription de la condamnation sur le casier judiciaire. La procédure gagnerait en souplesse, permettant à l'autorité compétente de mieux adapter la réponse à chaque cas particulier, par exemple en

modulant le nombre d'avertissements préalables. La sanction conserverait une fonction essentiellement dissuasive et n'aurait vocation à être prononcée que dans des cas exceptionnels, en cas d'échec de la phase pédagogique. Les droits de la défense seraient protégés par de fortes garanties : procédure contradictoire, droit à être entendu, motivation de la sanction, droit au recours devant le juge. Enfin, **le montant de la sanction pécuniaire pourrait être fortement diminué** sans perdre son caractère dissuasif : le montant de l'amende, qui peut aujourd'hui atteindre 1 500 €, pourrait par exemple être ramené à une somme forfaitaire de 60 €, éventuellement majorée en cas de récidive.

Par ailleurs, **il ne semble pas souhaitable de maintenir une autorité administrative indépendante dont l'activité se limiterait à la lutte contre le téléchargement illicite**. Cela ne contribuerait ni à la légitimité du dispositif, ni à la cohérence de l'action publique, ni à l'économie des deniers publics. Sous réserve des choix institutionnels qui seront faits par le gouvernement en matière de protection des droits et de régulation des contenus sur Internet, la réponse graduée pourrait ainsi être confiée au CSA, dont il est proposé de faire le régulateur de l'offre culturelle numérique. Au-delà du souci de rationalisation du paysage administratif, il s'agit de marquer la cohérence étroite qui unit le développement de l'offre légale, la défense de la diversité culturelle en ligne et la vocation pédagogique de la réponse graduée. Il s'agit également d'inscrire la sensibilisation des internautes dans une politique plus générale de régulation de l'offre audiovisuelle et culturelle, tous médias confondus, dans le contexte de la convergence numérique.

Enfin, il est indispensable de renforcer **la pédagogie et la sensibilisation des publics**, notamment des plus jeunes, en distinguant deux types d'actions. D'une part, dans le cadre de l'éducation artistique et culturelle, il conviendrait de mieux faire connaître les principes généraux du droit de la propriété intellectuelle ainsi que les mécanismes de la création et de son financement : ces questions sont aujourd'hui largement méconnues du grand public, ce qui peut contribuer à alimenter une défiance à l'égard de l'offre légale et une incompréhension envers les dispositifs de lutte contre le piratage. D'autre part, dans le cadre de l'éducation aux médias, l'effort de pédagogie doit permettre de sensibiliser les internautes aux opportunités offertes par Internet en matière d'accès à la culture, de les aider à distinguer les pratiques licites et illicites, de les informer sur les risques encourus en cas de téléchargement illicite et de les sensibiliser à l'existence d'une offre légale.

c. Renforcer la lutte contre la contrefaçon lucrative

La diffusion illicite d'œuvres protégées par le droit d'auteur est, pour certains sites de téléchargement, de *streaming* ou de référencement, une activité exercée à l'échelle industrielle et une source importante de profits, générés par les paiements des utilisateurs et par les revenus publicitaires (cf. **fiche C-4**). Le marché français de la contrefaçon en ligne s'élèverait, selon certaines estimations, à plusieurs dizaines de millions d'euros. Puisqu'ils ne versent aucune rémunération aux créateurs, les sites qui font de la contrefaçon leur cœur de métier sont souvent très rentables. Beaucoup d'entre eux entretiennent des liens étroits avec la criminalité organisée.

Les responsables de ces sites devraient être les premières cibles d'une politique de protection du droit d'auteur sur Internet. Ceux qui mettent en ligne ou encouragent la diffusion, sans autorisation des ayants droit, des contenus protégés, sont à la fois les premiers maillons et les véritables bénéficiaires de la chaîne du piratage.

L'arsenal pénal existant offre d'ores et déjà l'ensemble des instruments nécessaires pour poursuivre et sanctionner ces pratiques ; il ne semble pas nécessaire de le renforcer davantage. Cependant, les poursuites pénales contre les sites dédiés à la contrefaçon se heurtent aux **limites inhérentes à la lutte contre la cybercriminalité** dans toutes ses formes : dimension internationale et lacunes de la coopération entre les États, mobilité quasi instantanée des contenus, difficulté de rechercher les preuves ou d'identifier la personne responsable, etc.

L'implication des intermédiaires techniques et financiers qui constituent « l'écosystème Internet » (hébergeurs, moteurs de recherche, services de paiement, acteurs de la publicité en ligne, voire fournisseurs d'accès à Internet et opérateurs de nommage) peut permettre de contourner ces difficultés. Cette coopération, que le droit en vigueur

permet déjà, ne suppose ni de redéfinir les règles de responsabilité posées par la directive sur le commerce électronique, ni de remettre en cause la neutralité du net.

Ainsi, la puissance publique pourrait **promouvoir, tout en l'encadrant, une autorégulation** fondée sur des engagements pris volontairement par les différentes catégories d'intermédiaires. Elle pourrait, d'une part, coordonner l'adoption de chartes de bonnes pratiques, qui définiraient les procédures d'échange d'informations entre les acteurs et la nature des mesures préventives ou réactives que les intermédiaires s'engageraient à prendre à l'encontre des sites coupables d'atteintes répétées au droit d'auteur. Elle pourrait, d'autre part, jouer un rôle de médiateur ou de tiers de confiance entre ayants droit et intermédiaires, en identifiant, au terme d'une procédure contradictoire, les sites coupables de manquements répétés. Cette mission, qu'il n'est pas concevable de laisser entre les mains des ayants droit et des intermédiaires, pourrait être assurée par le service CyberDouane.

Cette forme d'autorégulation encadrée par la puissance publique offrirait une souplesse et une réactivité que ne permettrait pas l'instauration de nouveaux dispositifs contraignants. Elle permettrait d'adapter les solutions en fonction de l'évolution des technologies et des usages. Elle éviterait le recours systématique au juge, qui impose aux ayants droit comme aux intermédiaires des procédures longues et coûteuses, et alourdit inutilement la charge des tribunaux judiciaires compétents. À l'inverse, elle permettrait d'empêcher le développement d'une autorégulation purement privée, organisée sur la base d'une coopération entre ayants droit et intermédiaires, qui pourrait provoquer des dérives de nature à mettre en danger les libertés publiques.

Cette approche générale serait déclinée à l'égard de chaque catégorie d'intermédiaires :

- en ce qui concerne les **hébergeurs** (cf. **fiche C-5**), une révision de leur statut, visant à modifier leur définition ou leur régime de responsabilité, ne paraît ni souhaitable ni nécessaire : outre qu'elle a peu de chances d'être acceptée par les autres États membres de l'Union européenne, elle aurait une portée très générale et ses conséquences dépasseraient largement la question de la protection du droit d'auteur. En revanche, sans modifier l'état du droit, les bonnes pratiques peuvent être encouragées, afin de mieux assurer le respect des droits des créateurs. La puissance publique pourrait y contribuer, en accompagnant les efforts de mutualisation des ayants droit, notamment pour faciliter la détection automatique des contenus protégés grâce aux technologies de reconnaissance d'empreintes ;
- la coopération des **moteurs de recherche** (cf. **fiche C-6**) doit permettre de favoriser le référencement de l'offre légale, qui reste souvent moins visible que l'offre illicite dans les pages de résultats. Compte tenu du rôle joué par les moteurs de recherche dans l'accès aux contenus, il s'agit d'un enjeu crucial. Certains moteurs de recherche ont décidé d'aller au-delà des obligations que le droit leur impose, par exemple en dégradant le classement des sites coupables d'atteintes répétées au droit d'auteur, voire en déréférençant purement et simplement de tels sites. Cette coopération doit être approfondie, de préférence sur une base volontaire, à travers la signature de codes de bonne conduite applicables à l'ensemble des acteurs du référencement ;
- l'implication des **acteurs du paiement en ligne et de la publicité**, parfois désignée sous les termes « *follow the money* » (cf. **fiche C-7**), vise à assécher les ressources financières des sites dédiés à la contrefaçon, ainsi qu'à aider les internautes à mieux faire la différence entre sites licites et illicites. Les intermédiaires de paiement (services de monnaie électronique, opérateurs de carte bancaire) devraient être encouragés à interdire, dans leurs conditions générales d'utilisation, l'utilisation de leur service à des fins de contrefaçon, et à prendre des mesures appropriées quand un manquement leur est signalé par l'autorité publique. Les régies publicitaires devraient, pour leur part, veiller à ne pas diffuser les messages des annonceurs sur les sites coupables d'atteintes répétées au droit d'auteur ;
- en revanche, le blocage des sites par les **fournisseurs d'accès à Internet** et la saisie du nom de domaine auprès du **registraire** (cf. **fiche C-8**) sont des mesures plus radicales, qui constituent une atteinte sérieuse à la

liberté de communication et peuvent avoir des effets collatéraux dangereux, alors même que leur efficacité n'est pas absolument garantie. Si elles devaient être envisagées, elles ne devraient donc intervenir qu'en dernier recours et sur décision du juge judiciaire, au terme d'une procédure contradictoire et d'un contrôle de la proportionnalité au cas par cas.

2. ADAPTER LE DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE AUX USAGES NUMÉRIQUES

Les usages numériques transforment profondément le rapport entre créateurs, industries créatives et publics. Le cadre juridique existant n'est pas toujours adapté à l'épanouissement de ces nouveaux modes de création et de diffusion des œuvres. Si la légalisation des échanges non marchands ne peut être envisagée à court terme, il n'en demeure pas moins nécessaire de donner aux rapports culturels non marchands un cadre juridique approprié.

Il serait particulièrement dommageable de laisser se creuser un fossé entre le droit de la propriété intellectuelle et les pratiques culturelles des internautes. Les principes fondamentaux du droit d'auteur conservent, à l'ère numérique, toute leur pertinence, mais leurs modalités d'application doivent être adaptées aux nouveaux usages et aux opportunités qu'ils offrent, tant pour la création que pour la diffusion des œuvres.

a. Moderniser les exceptions au droit d'auteur

Les exceptions aux droits exclusifs des créateurs ont été conçues pour stimuler la création et promouvoir la plus large diffusion des œuvres. En traçant la frontière entre les usages soumis à l'autorisation des titulaires de droits et ceux auxquels ils ne peuvent s'opposer, elles figurent un équilibre entre les droits des créateurs et ceux des publics, qui est au cœur même du droit de la propriété intellectuelle. Or l'irruption des technologies numériques remet en cause les termes de cet équilibre et impose de moderniser la définition des exceptions, en conciliant l'impératif de sécurité juridique et la souplesse indispensable des règles de droit.

D'une part, les exceptions qui protègent la liberté de création des usagers ne permettent pas de sécuriser correctement les **pratiques de « création transformative »** (cf. **fiche C-9**) dont les technologies numériques favorisent l'essor. Ces pratiques, facilitées par les possibilités de reproduction, découpage et modification qu'offrent les outils numériques, connaissent un développement remarquable et permettent un renouvellement des processus créatifs. En témoigne la profusion de *remixes* ou de *mashups* diffusés sur Internet, parfois désignés sous le terme ambigu de « contenus créés par les utilisateurs » (« *user generated contents* » en anglais) ; cette expression, dépourvue de signification juridique, induit une séparation nette entre contenus professionnels et contenus amateurs, qui correspond de moins en moins à la réalité des pratiques.

Le statut juridique de ces œuvres transformatives, qualifiées en droit français d'œuvres composites, reste excessivement précaire : ne pouvant généralement bénéficier des exceptions de parodie et de courte citation, les créateurs d'œuvres transformatives sont contraints de solliciter l'autorisation de tous ceux qui détiennent des droits sur les œuvres qu'ils entendent réutiliser. Les accords passés entre les sociétés de gestion collective et certaines plateformes de partage de contenus ne permettent pas, en l'état, de sécuriser ces pratiques. La même question se pose d'ailleurs dans la plupart des pays, certains ayant même adapté leur droit pour offrir à la création transformative un cadre adapté.

Afin de sécuriser et encourager ces nouveaux usages, qui symbolisent la vitalité de la création à l'ère numérique, sans porter atteinte aux intérêts légitimes des créateurs des œuvres réutilisées, plusieurs **mesures concrètes** peuvent être adoptées à court terme et à droit constant : encourager le recours aux licences libres, faciliter l'accès aux

métadonnées qui permettent d'identifier les titulaires de droits, ou encore adapter les accords conclus entre les sociétés de gestion collective et les plateformes de partage de contenus.

Cependant, une **clarification du statut juridique** des œuvres transformatives semble indispensable. Un élargissement de l'exception de citation, permis par le droit communautaire, permettrait d'assouplir les conditions dans lesquelles les œuvres protégées peuvent être réutilisées pour créer des œuvres dérivées et les diffuser dans un cadre non commercial. À plus long terme, le statut des contenus transformatifs doit être clarifié à l'échelle de l'Union européenne.

D'autre part, la révolution numérique invite à reconsidérer les exceptions destinées à **favoriser la diffusion des œuvres et la transmission de la culture** en direction de publics méritant une attention spécifique.

En particulier, **l'exception pédagogique** (cf. *fiche C-11*), dans sa rédaction actuelle, ne permet pas aux enseignants et aux chercheurs de tirer pleinement parti des opportunités offertes par les nouvelles technologies. L'enchevêtrement des dispositions législatives et des accords sectoriels conduit souvent les enseignants désireux d'utiliser les outils numériques à se placer aux marges du droit de la propriété littéraire et artistique. Le cadre juridique en vigueur se prête mal à l'utilisation des ressources documentaires numériques et au recours aux outils en ligne, alors qu'ils pourraient contribuer à l'éducation artistique et culturelle des élèves ainsi qu'à l'éducation aux nouveaux médias.

Le champ de l'exception est, en pratique, restreint aux œuvres couvertes par les accords sectoriels conclus entre les ministères compétents et les représentants des titulaires de droits, ce qui impose une vérification au cas par cas. La notion d'extrait, dont ces accords précisent la définition, est pointilleuse. Les œuvres réalisées pour une édition numérique de l'écrit sont exclues du champ de l'exception. Les pratiques innovantes telles que le jeu sérieux ou l'enseignement en ligne ne sont pas suffisamment sécurisées. La complexité des règles, source de lourdeur bureaucratique et d'insécurité juridique, est d'autant moins compréhensible que les enjeux financiers en cause sont limités.

Le **projet de loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République**, qui prévoit la réintégration des œuvres numériques de l'écrit dans le champ de l'exception pédagogique, constituera de ce point de vue une avancée certaine. La rédaction retenue devrait veiller à ne pas préjuger de l'évolution des pratiques pédagogiques liée à l'apparition de nouveaux outils technologiques, et à ne pas entraver les pratiques collaboratives. En outre, pour simplifier et sécuriser les pratiques des enseignants, tout en les encadrant et en assurant aux ayants droit une juste rémunération, la réforme législative devrait être complétée par la mise en place d'une gestion collective obligatoire couvrant l'ensemble des usages pédagogiques, qu'ils relèvent ou non du champ de l'exception légale. Les pratiques des enseignants s'en trouveraient simplifiées, puisqu'ils ne seraient plus tenus de vérifier au cas par cas que les œuvres utilisées sont bien couvertes par les accords.

Par ailleurs, la mise en œuvre de **l'exception handicap** (cf. *fiche C-11*), dont l'objectif est de favoriser l'accès à la culture et à l'information des personnes atteintes de handicaps, en utilisant les possibilités offertes par les outils numériques, se heurte à d'importants obstacles techniques et économiques. Les associations et les établissements habilités reçoivent les fichiers numériques dans des formats divers et inégalement exploitables ; ces organismes, souvent de petite taille et dotés de moyens limités, ne disposent pas toujours des outils techniques adaptés à la réalisation de leurs missions.

Afin de remédier à ces difficultés et améliorer l'effectivité de l'exception handicap, il conviendrait de garantir la fourniture aux organismes transcodeurs de fichiers répondant à des standards non seulement ouverts mais également adaptables, permettant la production de fichiers adaptés aux contraintes des personnes handicapées. Afin d'élargir l'offre aux œuvres plus anciennes, les bénéficiaires d'aides à la numérisation pourraient être tenus de mettre à disposition les fichiers sources. Enfin, il serait utile de soutenir les investissements des organismes agréés dans les technologies de conversion et d'encourager la mutualisation des outils ainsi développés.

b. Protéger et valoriser le domaine public numérique

La numérisation des œuvres du domaine public (cf. *fiche C-12*) permet d'en assurer la conservation et d'en élargir l'accès au plus grand nombre ; plusieurs institutions publiques se sont d'ailleurs engagées dans cette voie.

Toutefois, le passage au numérique donne lieu à des **phénomènes de réappropriation** qui sont susceptibles d'entraver, au lieu de libérer, la circulation des œuvres du domaine public. Alors que le droit de propriété intellectuelle est attaché à l'œuvre de l'esprit et non à son support matériel, le changement de support s'accompagne, dans certains cas, de l'apparition d'une nouvelle couche de droits exclusifs (découlant notamment du droit des bases de données), qui restreignent *de facto* le champ du domaine public. Il arrive que des mesures techniques de protection soient apposées sur des œuvres du domaine public, contrariant leur libre utilisation.

Par ailleurs, les coûts induits par la numérisation des œuvres du domaine public conduisent les institutions publiques culturelles à recourir à des modes de financement censés permettre de limiter l'investissement public, tels que les **partenariats public-privé**. En contrepartie de la prise en charge de tout ou partie des coûts de la numérisation, les partenaires privés obtiennent sur l'exploitation des œuvres numérisées une exclusivité commerciale partielle ou totale. Les exclusivités ainsi accordées aux prestataires privés peuvent, lorsqu'elles sont d'une durée excessive, favoriser l'apparition de positions dominantes ou de monopoles, entraver l'accès gratuit aux œuvres du domaine public, voire restreindre leur utilisation.

Dans ce contexte, alors que la durée de protection des droits s'allonge et ralentit l'accroissement du domaine public, il est essentiel de protéger et de valoriser le domaine public numérique. Cela suppose, d'abord, de lui donner une définition positive et de clarifier son périmètre, en facilitant l'accès aux métadonnées (cf. *infra*). Par ailleurs, la loi doit empêcher que **la simple reproduction numérique, sans ajout de services nouveaux, donne lieu à l'apparition de nouveaux droits exclusifs**, au titre du droit de la propriété intellectuelle ou de droits connexes, tel le droit des bases de données.

Enfin, il serait souhaitable **d'encadrer le recours aux partenariats public-privé** et les exclusivités dont ils sont assortis. Les institutions publiques culturelles doivent s'efforcer d'offrir un accès le plus large et le plus ouvert possible aux œuvres du domaine public, sans faire peser sur les finances publiques un fardeau excessif. Cette équation, particulièrement complexe, nécessite de reconsidérer la notion de valorisation desdites œuvres. La vente de services à valeur ajoutée, qui enrichissent l'accès aux œuvres brutes, permet de dégager des ressources financières qui compensent partiellement les coûts de numérisation sans pour autant restreindre l'accès aux œuvres elles-mêmes. Les externalités positives économiques et sociales générées par la mise à disposition des œuvres du domaine public doivent également être prises en compte dans l'analyse de l'équilibre financier des opérations de numérisation, conformément aux principes de *l'Open Data*.

c. Mieux reconnaître les licences libres

Les licences libres (cf. *fiche C-12*) permettent à l'auteur d'une œuvre de l'esprit de concéder tout ou partie de ses droits de propriété intellectuelle sur l'œuvre, afin d'en faciliter la diffusion, la réutilisation et la modification. Leur conception procède de considérations pratiques liées à la transformation des pratiques culturelles. Elles se sont rapidement imposées comme une **modalité d'exercice du droit commun de la propriété intellectuelle**, offrant aux auteurs un cadre juridique à la fois précis et souple, fondé sur une logique contractuelle. Codifiées par des réseaux associatifs ou institutionnels (*Open Knowledge Foundation, Creative Commons...*), elles connaissent un succès croissant dont témoigne l'augmentation du nombre d'œuvres mises à disposition sous ce régime.

Si le recours aux licences libres est souvent synonyme de gratuité, il recouvre des réalités très variées pouvant s'articuler avec des **modèles d'affaires efficaces et innovants**. En autorisant la diffusion, la réutilisation et la réappropriation de données ou de contenus créatifs, ces licences contribuent à la constitution d'un écosystème

numérique de la culture, dans lequel le partage et la circulation des œuvres sont encouragés. En s'affranchissant d'une autorisation préalable de l'auteur, il est possible de développer rapidement une économie de produits et de services en phase avec l'instantanéité des échanges sur Internet.

Bien qu'ancrées dans le droit de la propriété intellectuelle, les licences libres peinent encore à trouver leur place dans certains des mécanismes qui organisent la mise en œuvre de ce droit. En particulier, le recours aux licences libres peut parfois entrer en **contradiction avec les règles de la gestion collective des droits**. Par exemple, la plupart des sociétés de gestion collective interdisent de fractionner les apports œuvre par œuvre : l'auteur ne peut alors décider de confier à la société de gestion collective certaines de ses œuvres et de placer les autres sous le régime des licences libres. Plusieurs sociétés de gestion collective françaises ou étrangères du secteur de la musique ont conclu des accords expérimentaux permettant à leurs membres d'exploiter tout ou partie de leurs œuvres sous licence *Creative Commons*. Cependant, ces expérimentations sont généralement limitées aux utilisations non commerciales, dont elles retiennent parfois une définition restrictive, excluant certains usages collectifs.

Les licences libres permettent d'inscrire les nouveaux usages numériques dans le cadre du droit de la propriété intellectuelle ; elles élargissent les libertés d'utilisation offertes aux publics, tout en laissant à l'auteur la maîtrise des conditions dans lesquelles ses œuvres sont exploitées. Afin d'encourager le recours aux licences libres, il est souhaitable de conforter leur cadre juridique, d'assurer une articulation harmonieuse avec la gestion collective, et d'inciter les bénéficiaires de subventions publiques à placer une partie de leurs œuvres sous ce régime.

3. FACILITER L'ACCÈS AUX MÉTADONNÉES

Les métadonnées (cf. **fiche C-14**) désignent l'ensemble des informations qui permettent d'identifier, de décrire et d'enrichir un contenu. Elles revêtent, dans le domaine de la diffusion numérique des œuvres culturelles, une importance particulière.

En premier lieu, à l'heure de la démultiplication des circuits de diffusion des contenus culturels et de croissance exponentielle du nombre des transactions, des métadonnées fiables sont cruciales pour **la protection des droits et la juste rémunération de l'ensemble des acteurs de la chaîne de création**. Elles permettent aussi à ceux qui souhaitent utiliser une œuvre dans le respect des droits moraux et patrimoniaux des créateurs de pouvoir identifier ceux-ci facilement et rapidement. Elles sont au cœur des mécanismes de répartition des sociétés de gestion collective, qui évoluent dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

En deuxième lieu, **une offre légale de qualité** ne peut exister sans métadonnées fiables et exhaustives. Les services culturels en ligne ont besoin de ces métadonnées pour proposer une « expérience utilisateur » conforme aux attentes des internautes et supérieure à celle offerte par le piratage. De même, le développement de fonctionnalités innovantes et de services éditorialisés n'est possible que si les fichiers contenant les œuvres sont dotés de métadonnées riches et précises.

En troisième lieu, l'enjeu des métadonnées participe de la **promotion de la diversité culturelle**. Dans l'hyperoffre numérique, les œuvres dont la diffusion n'est pas soutenue par un marketing puissant n'ont de chance d'exister, c'est-à-dire de rencontrer leurs publics, que si des métadonnées riches leur sont associées et permettent leur référencement. Cet enjeu concerne plus spécifiquement les fonds de catalogue et les esthétiques les plus fragiles ou les moins exposées. Il est également au cœur des missions de conservation, de valorisation et de médiation culturelle des bibliothèques et des services d'archives et de documentation.

Or, dans tous les champs de la création, **la dispersion et le cloisonnement des bases de métadonnées** soulèvent d'importantes difficultés. Faute de coordination et de standardisation suffisantes, des bases se multiplient, partiellement redondantes, qui ne peuvent dialoguer entre elles. Chaque gestionnaire de base administre et enrichit

les données qui le concernent en fonction de ses objectifs propres, sans qu'émergent des bases de référence faisant autorité. Le manque de circulation et d'ouverture des métadonnées nuit à la fiabilité des bases administrées par chaque gestionnaire et multiplie les coûts pour l'ensemble du secteur.

Cette situation est préjudiciable à la rémunération des créateurs : elle est source d'erreurs dans les remontées des droits et dans les répartitions des sociétés de gestion collective, de retards de versement et de coûts de gestion élevés. Par ailleurs, elle ne favorise pas le développement de l'offre légale : les éditeurs de services en ligne sont souvent contraints de fiabiliser et de compléter les métadonnées qui leur sont fournies par les producteurs de contenus, soit par leurs propres moyens, soit en s'appuyant sur un prestataire externe ; le manque de fiabilité des bases de données les expose parfois à une grande insécurité juridique. Enfin, les utilisateurs non professionnels désireux d'utiliser un contenu à des fins d'illustration ou de création ne sont pas en mesure d'identifier facilement et rapidement les ayants droit auprès desquels les autorisations d'utilisation doivent être sollicitées.

Faciliter l'accès aux métadonnées est une façon d'adapter le droit de la propriété intellectuelle aux enjeux et aux réalités de l'ère numérique. Les droits moraux et patrimoniaux seront d'autant mieux respectés qu'il sera facile d'identifier les titulaires des droits sur une œuvre donnée et d'obtenir les autorisations correspondant aux utilisations souhaitées. Les titulaires de droits, les sociétés de gestion collective, les éditeurs de services en ligne et les particuliers désireux d'utiliser des œuvres à des fins d'illustration ou de création y trouveront un intérêt commun.

Il est donc proposé de créer, dans chaque secteur, un **registre ouvert de métadonnées**, grâce à la coopération de toutes les entités, publiques ou privées, qui détiennent des données pertinentes, et en premier lieu des sociétés de gestion collective. Ces registres pourraient être coordonnés par les organismes responsables du dépôt légal, qui centraliseraient, intégreraient et actualiseraient en permanence les données. Chaque registre serait doté d'un moteur de recherche accessible en ligne et pourrait distinguer plusieurs niveaux de consultation en fonction du type d'utilisateur concerné. Les œuvres du domaine public figureraient également dans ces registres et seraient clairement identifiées comme telles.

Prioritairement destinés à faciliter l'identification des titulaires de droits, ces registres pourraient, à terme, être appelés à remplir d'autres fonctions : des mécanismes d'octroi simplifié d'autorisations (« *one-click licensing* ») pourraient y être adossés. Ils pourraient également être connectés aux bases d'empreintes et aux outils de reconnaissance automatique, afin de proposer aux internautes des services innovants.

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES PROPOSITIONS DE LA MISSION

1. *Conduire des négociations avec les organisations représentatives, afin d'établir des codes des usages, destinés à être étendus par arrêté, en vue de consacrer le numérique comme un mode principal d'exploitation des œuvres, définir les conditions d'une obligation d'exploitation numérique permanente et suivie et articuler les obligations d'exploitation physique et numérique.*
2. *Conditionner la délivrance des aides publiques à la création ou à la numérisation à la garantie de la disponibilité de l'œuvre sur au moins un service culturel numérique conventionné.*
3. *Conduire des négociations avec les organisations représentatives, sous l'égide du ministère de la culture et de la communication et du CSPLA, afin de mettre en œuvre une gestion collective obligatoire pour les œuvres indisponibles dans tous les secteurs culturels.*
4. *S'agissant de la numérisation des œuvres dont l'exploitation offre des perspectives de rentabilité, privilégier la mobilisation de l'IFCIC, sous la forme d'avances remboursables.*
5. *S'agissant de la numérisation d'œuvres au potentiel commercial limité mais à fort intérêt patrimonial, mobiliser les ressources du compte de soutien à la transition numérique, sous la forme de subventions. Des corpus prioritaires devraient à ce titre être définis selon des critères d'intérêt patrimonial et de fragilité des supports.*
6. *Certaines œuvres se prêteront probablement mal à cette classification binaire : il convient donc d'envisager un dispositif d'intervention mixte, mêlant subventions et avances remboursables, comme cela est déjà le cas au CNC.*
7. *Inviter les professionnels du cinéma à amender l'accord du 6 juillet 2009 pour : avancer la fenêtre VàD à trois mois, pour l'ensemble des services de VàD ou uniquement pour ceux ayant pris des engagements volontaires dans le cadre du dispositif de conventionnement ; instituer une commission professionnelle au sein du CNC, compétente pour autoriser des expérimentations et des dérogations ; avancer la fenêtre de la VàDA à 18 mois ; introduire un principe de fenêtres glissantes pour les films tirés sur moins de 100 copies ; interdire ou limiter les gels de droit VàD pendant les diffusions télévisées.*
8. *Modifier la loi du 12 juin 2009, afin d'étendre le champ de l'accord à la chronologie de la vidéo physique.*
9. *Inviter les diffuseurs à poursuivre les efforts pour améliorer les délais de mise à disposition des séries étrangères en ligne et à la télévision, notamment en engageant la numérisation des processus de transmission.*
10. *Veiller au respect de l'échéance du 1er janvier 2015 pour l'application de la règle du pays du consommateur en matière de TVA sur les services en ligne.*
11. *Prendre en compte, dans la réflexion sur la fiscalité des données personnelles, les enjeux spécifiques des services culturels numériques.*
12. *Clarifier les marchés pertinents pour l'application du droit de la concurrence, en saisissant les autorités françaises et communautaires compétentes.*

13. *Défendre auprès des instances européennes l'inclusion des aides à la diffusion et à la distribution (et plus particulièrement les aides aux services culturels numériques) dans les aides à la promotion de la culture.*
14. *Adosser l'IFCIC à la BPI (signature d'une convention cadre) et renforcer la place du numérique dans ses interventions, en encourageant les cofinancements avec les guichets sectoriels. Dans ce cadre, soutenir la transition numérique des industries culturelles et le développement de services numériques innovants et éditorialisés (notamment ceux associant les médiateurs culturels publics et privés).*
15. *Mobiliser les SOFICA au service du développement de la vidéo à la demande en les encourageant, par un avantage fiscal majoré, à investir dans la production de films en contrepartie d'une participation aux seules recettes de VàD.*
16. *Plaider pour une révision de la directive SMA permettant d'en clarifier le champ matériel (redéfinition de la « responsabilité éditoriale », prise en compte de la distribution) et le champ géographique (application de la règle du pays de destination, à travers la notion « d'établissement du service »).*
17. *Instaurer, sous l'égide du CSA, un mécanisme de conventionnement, reposant sur un équilibre entre engagements volontaires (exposition de la diversité, financement de la création, tarifs sociaux et contribution à l'offre non marchande) et avantages (en termes d'accès aux aides, au consommateur et aux œuvres). Etendre ce mécanisme de conventionnement à l'ensemble des services culturels numériques, pour faire du CSA l'autorité de régulation des médias audiovisuels et culturels, linéaires et non linéaires.*
18. *Confier au CSA la mission d'observation des pratiques culturelles en ligne.*
19. *Imposer à tous les distributeurs (FAI, constructeurs de terminaux connectables, gestionnaires de magasins d'applications, voire plateformes communautaires) une obligation de distribuer les services culturels numériques conventionnés, assortie d'une procédure de règlement des différends, sous l'égide du CSA.*
20. *Imposer à tous les distributeurs une obligation de distribuer les services non linéaires édités par le service public et garantir leur mise en valeur dans les outils de référencement disponibles sur les différentes plateformes d'accès.*
21. *Plaider, dans le cadre de la révision de la directive 2006/112/CE, pour la consécration du principe de neutralité technologique, selon lequel un bien ou service doit être assujéti au même taux de TVA, qu'il soit distribué physiquement ou en ligne.*
22. *Veiller à ce que les services électroniques susceptibles de bénéficier de taux réduits de TVA soient définis de manière suffisamment souple, afin de ne pas pénaliser la créativité et l'innovation, et d'éviter de soulever des problèmes de frontières insolubles. Soutenir une rédaction qui permette aux Etats membres de choisir, au sein d'une liste de biens et services culturels, ceux qui bénéficient d'un taux réduit.*
23. *Inciter les éditeurs à mettre en place, sur une base volontaire, une gestion collective des usages numériques en bibliothèque. A défaut, ouvrir une réflexion à l'échelle communautaire, en vue d'une éventuelle révision des directives 2001/29 et 2006/115.*
24. *Encourager le développement d'offres en bibliothèque reposant sur un contrôle d'accès à l'abonnement et sur des DRM de type "tatouage numérique" et modifier la loi sur le prix unique du livre numérique pour obliger les éditeurs à proposer une offre claire, transparente et non discriminatoire spécifique en direction des bibliothèques.*
25. *Inscrire dans les dispositifs d'aide publique une incitation au développement de l'offre numérique en bibliothèque.*

26. *Confier la régulation des mesures techniques de protection au CSA et lui donner les moyens d'exercer effectivement cette mission : élargir les missions du régulateur à l'ensemble des mesures techniques de protection et d'information, aux œuvres du domaine public et aux logiciels ; permettre au régulateur de s'autosaisir ; doter le régulateur d'un pouvoir d'instruction permettant l'accès à toutes les informations utiles ; compléter le pouvoir réglementaire par des instruments de droit souple.*
27. *Promouvoir l'interopérabilité : clarifier l'articulation entre MTP et interopérabilité ; ouvrir aux associations de consommateurs la possibilité de saisir le régulateur ; encourager à l'utilisation de formats ouverts ; soutenir les initiatives destinées à promouvoir l'interopérabilité des droits numériques ; veiller à une application stricte du droit de la concurrence.*
28. *Clarifier l'articulation entre MTP et exception de copie privée (fixer un nombre minimal de copies, instaurer une obligation d'information du consommateur, et simplifier la procédure de saisine par les consommateurs) et plaider pour une extension de la garantie des exceptions aux usages en ligne.*
29. *Inclure, dans les codes des usages sectoriels établis par voie d'accords interprofessionnels, un volet relatif aux rapports entre éditeurs ou producteurs et éditeurs de services en ligne, afin d'encadrer les pratiques contractuelles (transparence des conditions générales, avances, minima garantis, modalités de reporting...)*
30. *Confier au CSA une mission d'observation et d'analyse du partage de la valeur entre producteurs / éditeurs et services en ligne.*
31. *Prévoir, dans le code de la propriété intellectuelle, des accords collectifs relatifs à la rémunération des auteurs et des artistes au titre de l'exploitation en ligne, étendus à l'ensemble du secteur par arrêté, qui fixeraient le taux minimum et les modalités de calcul de l'assiette.*
32. *Mandater les sociétés de gestion collective d'auteurs et d'artistes pour gérer les rémunérations dues au titre de l'exploitation en ligne.*
33. *Veiller, lors de l'examen de la directive sur la gestion collective et plus généralement dans le cadre de toute négociation internationale, à ce que la règle de l'exclusivité des apports ne soit pas remise en cause.*
34. *Dans l'hypothèse où les représentants des producteurs phonographiques refuseraient l'établissement d'un code des usages et/ou l'instauration d'une rémunération minimale pour les artistes, étudier la mise en place d'une gestion collective obligatoire des droits voisins pour le streaming puis pour le téléchargement.*
35. *Étendre la rémunération équitable au webcasting linéaire.*
36. *Soutenir les actions de pédagogie et de sensibilisation des organisations professionnelles tendant à promouvoir le respect des droits moraux et patrimoniaux des photographes.*
37. *Établir un code de bonne conduite, encadrant l'utilisation des banques d'images et le recours à la mention « DR » ; conditionner les aides à la presse à un usage raisonné de la mention « DR » et à un approvisionnement auprès des agences coopératives, des collectifs de photographes et des indépendants.*
38. *Instaurer au profit des producteurs de spectacle un droit sui generis leur permettant d'autoriser ou interdire la fixation des spectacles qu'ils ont produits et de négocier, à ce titre, une rémunération forfaitaire ou proportionnelle aux recettes de l'exploitation.*
39. *Intégrer la diffusion de captations de spectacles vivants dans les mécanismes de soutien aux entreprises de spectacle gérés par le CNV et l'ASTP.*

40. *Fixer les barèmes de la rémunération pour copie privée par décret, sur avis conforme de l'actuelle Commission ; introduire dans la composition de cette commission des représentants des ministères concernés ainsi qu'un représentant des distributeurs ; plafonner le montant de la RCP par rapport au prix hors taxe des supports et matériels assujettis (art. L. 311-5 du CPI).*
41. *Etendre l'action artistique et culturelle des SPRD à la diffusion numérique des œuvres, pour leur permettre de soutenir des plateformes innovantes ou des actions de promotion en ligne (art. L. 321-9 CPI), et améliorer la transparence dans l'utilisation de ces sommes en rendant publics les rapports et en publiant une synthèse des projets soutenus (art. R. 321-8 CPI).*
42. *Clarifier la prise en compte, dans le calcul de la rémunération pour copie privée, des copies effectuées à partir de services de cloud computing (art. L. 311-4 du CPI) ; lancer une étude d'usage permettant d'évaluer précisément la réalité de ces pratiques.*
43. *Identifier, parmi les services offerts par les moteurs de recherche et les autres acteurs du référencement, ceux qui doivent donner lieu à autorisation (et, les cas échéant, rémunération) des titulaires de droits, au vu des décisions de la CJUE et des travaux du CSPLA.*
44. *Assujettir à la taxe sur les éditeurs de services de télévision (TST-E) les recettes de publicité issues de la télévision de rattrapage.*
45. *Comblent les failles de la taxe VàD pour rétablir l'équité fiscale : assujettir à la taxe VàD les services de VàD dont le siège est installé hors de France et qui s'adressent aux publics français ; expertiser la faisabilité technique d'une extension de la taxe VàD aux services gratuits financés par la publicité ; étendre la taxe VàD aux distributeurs de SMAD (plateformes vidéo, constructeurs de terminaux connectés, magasins d'applications).*
46. *Si la jurisprudence de la CJUE l'autorise, substituer à la TST-D une taxe sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications, dont le taux serait calculé de manière à ne pas alourdir la pression fiscale qui pèse sur eux, et dont le produit serait affecté au compte de soutien à la transition numérique des industries culturelles.*
47. *A défaut, élargir la TST-D afin de prendre en compte l'ensemble des activités de distribution de services audiovisuels, sur la base d'une analyse des flux confiée à l'ARCEP.*
48. *Instaurer une taxe sur les appareils connectés permettant de stocker ou de lire des contenus culturels.*
49. *Créer un compte d'affectation spéciale auquel le produit de cette taxe serait affecté et qui financerait des actions de soutien à la transition numérique des industries culturelles (voire, à terme, l'indemnisation des ayants droit au titre de la copie privée).*
50. *Renforcer l'animation des DRAC concernant le soutien à l'art multimédia et numérique, mobiliser plus systématiquement le correspondant DiCréAM et définir des orientations nationales sous la forme d'une circulaire ministérielle.*
51. *Renforcer l'articulation entre les interventions de l'Etat, des collectivités territoriales et des structures culturelles, en établissant des documents stratégiques régionaux.*
52. *Mener une réflexion sur l'opportunité de créer un label « scènes numériques » pour les structures qui soutiennent les nouvelles formes créatives.*
53. *Clarifier le cadre juridique applicable à la finance participative et le statut fiscal des contributions collectées par les plateformes de crowdfunding.*

54. *Approfondir la réflexion sur la légalisation des échanges non marchands, afin d'en préciser les contours et de définir les modalités de leur reconnaissance juridique.*
55. *Clarifier l'articulation entre réponse graduée et contrefaçon : demander aux Parquets de n'engager des poursuites pour contrefaçon que lorsqu'il existe des indices d'enrichissement personnel ou collectif ; engager, sous l'égide du CSPLA, une réflexion sur la redéfinition de la contrefaçon afin de prendre en compte le préjudice causé aux titulaires de droits et la finalité lucrative ou non de l'acte incriminé.*
56. *Alléger le dispositif de réponse graduée : renforcer la phase pédagogique, supprimer la sanction de suspension de l'accès Internet, dépenaliser la sanction et en réduire le montant, et faire de l'obligation de sécurisation une obligation de moyens.*
57. *Confier au CSA la mise en œuvre de la réponse graduée ainsi allégée, afin d'inscrire la protection du droit d'auteur dans une politique globale de régulation de l'offre culturelle numérique.*
58. *Inscrire la sensibilisation au droit d'auteur et aux pratiques culturelles en ligne dans l'éducation artistique et culturelle et dans l'éducation aux médias.*
59. *Encourager et coordonner, sous l'égide du CNAC, l'adoption de chartes de bonnes pratiques associant représentants des ayants droit et intermédiaires de l'Internet.*
60. *Modifier le Code des douanes pour étendre la compétence du service CyberDouane aux atteintes à la propriété intellectuelle, et mettre en place une procédure de signalement et de constatation des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, respectueuse du principe du contradictoire, permettant de dresser la liste des sites coupables de manquement répétés.*
61. *Evaluer la faisabilité technique d'un dispositif de détection des sites miroirs, qui serait mis en œuvre par l'autorité administrative sous le contrôle du juge, pour garantir l'exécution durable de décisions de justice.*
62. *Promouvoir, à l'échelle européenne, une réflexion d'ensemble sur le rôle des intermédiaires de l'Internet dans la prévention et la cessation des comportements délictueux ou criminels sur Internet.*
63. *Encourager la prise en compte, dans les conditions générales d'utilisation des services d'hébergement, de la protection des droits de propriété intellectuelle.*
64. *Lancer, dans chaque secteur, une initiative mutualisée, associant les ayants droit et l'organismes public chargé du dépôt légal, pour faciliter la détection des contenus protégés diffusés sur Internet, grâce à des bases d'empreintes et des outils de reconnaissance automatique.*
65. *Inviter les principaux moteurs de recherche et réseaux sociaux à adopter un code de bonne conduite relatif au déréférencement des liens et des sites contrefaisants.*
66. *Inviter les opérateurs de carte bancaire et de monnaie électronique à signer une charte de bonnes pratiques, dans laquelle ils s'engageraient à inscrire la lutte contre la contrefaçon dans leurs conditions générales d'utilisation et à prendre des mesures appropriées à l'encontre des sites coupables de manquements répétés aux droits de propriété intellectuelle.*
67. *Inviter les organisations professionnelles représentant les régies à signer une charte de bonnes pratiques, dans laquelle elles s'engageraient à empêcher la diffusion de messages publicitaires sur les sites coupables de manquements répétés aux droits de propriété intellectuelle.*

68. *Inviter les sociétés de gestion collective à étendre les accords conclus avec les plateformes communautaires, afin d'y inclure, dans des limites à définir, les œuvres transformatives.*
69. *Expertiser, sous l'égide du CSPLA, une extension de l'exception de citation, en ajoutant une finalité « créative ou transformatrice », dans un cadre non commercial.*
70. *Redéfinir l'exception pédagogique pour y intégrer les usages numériques, sans préjuger de l'évolution des pratiques pédagogiques et des outils techniques, ni entraver les pratiques collaboratives.*
71. *Inciter les enseignants à mettre à disposition les ressources numériques qu'ils produisent sous licence Creative Commons et encourager le développement de manuels pédagogiques sous licence libre.*
72. *Mettre en place une gestion collective obligatoire couvrant l'ensemble des œuvres et l'ensemble des utilisations pédagogiques, couvertes ou non par l'exception légale.*
73. *Assurer l'effectivité de l'exception handicap : garantir la fourniture aux organismes transpositeurs de fichiers répondant à des standards non seulement ouverts mais également adaptables, permettant la production de fichiers adaptés aux contraintes des personnes handicapées ; conditionner les aides à la numérisation au dépôt sur la plateforme PLATON, par le bénéficiaire de l'aide, du fichier source de l'ouvrage numérisé ; soutenir les investissements des organismes agréés dans les technologies de conversion et encourager la mutualisation des outils ainsi développés ; créer une base unifiée, accessible aux organismes agréés et aux particuliers, recensant l'ensemble des ouvrages adaptés.*
74. *Renforcer la protection du domaine public dans l'univers numérique : établir dans le code de la propriété intellectuelle une définition positive du domaine public ; indiquer que les reproductions fidèles d'œuvres du domaine public appartiennent aussi au domaine public, et affirmer la prééminence du domaine public sur les droits connexes.*
75. *Valoriser le domaine public numérique sans en restreindre la diffusion : encadrer les exclusivités prévues dans les partenariats public – privé de numérisation ; encourager des politiques de valorisation fondées sur l'éditorialisation et sur les services à valeur ajoutée.*
76. *Amender le code de la propriété intellectuelle pour permettre aux auteurs d'autoriser par avance l'adaptation de leurs œuvres et de les verser par anticipation dans le domaine public.*
77. *Encourager les SPRD, lors du renouvellement de leur agrément, à prévoir dans leurs statuts la possibilité pour leurs membres de placer des œuvres de leur répertoire sous licences libres et à proposer à leurs sociétaires des sessions de formation sur le recours aux licences libres.*
78. *Promouvoir l'utilisation de licences libres dans les projets bénéficiant de subventions publiques, par exemple en fixant un quota minimal d'œuvres devant être mis à disposition sous licence libre.*
79. *Créer, sous l'égide des organismes gestionnaires du dépôt légal, et en partenariat avec les sociétés de gestion collective et les organisations professionnelles, des registres ouverts de métadonnées. Lancer une étude de faisabilité et proposer aux parties prenantes une démarche en deux temps : 1) Création d'un portail d'identification des œuvres et des ayants droit ; 2) Elaboration de mécanismes d'octroi simplifié d'autorisation.*
80. *Conditionner toute aide publique à la production et à la numérisation à la fourniture des métadonnées respectant le format proposé par le gestionnaire du registre.*

LETTRE DE MISSION

*Liberté Égalité Fraternité
République Française*

Ministère de la Culture et de la Communication

La Ministre

06 AOUT 2012

Monsieur Pierre LESCURE
Directeur général délégué
Théâtre Marigny
Carré Marigny
75008 PARIS

Nos réf. : CC/148

Monsieur,

La France a su se doter au cours des années 1980, sous la présidence de François Mitterrand, d'un système cohérent favorisant la création, la production, la distribution et la diffusion des œuvres littéraires, cinématographiques et audiovisuelles. Les différents dispositifs mis en place dans une logique « d'exception culturelle » ont permis à notre pays de conserver une offre culturelle de qualité, variée et accessible.

Aujourd'hui, les innovations numériques renouvellent en profondeur les contenus culturels et le rapport entre créateurs, industries créatives et usagers.

Le Président de la République souhaite, afin de protéger l'exception culturelle, que soient étudiés les mécanismes d'adaptation de ces différents instruments mis en place compte tenu des évolutions majeures liées au numérique. Tel est le sens de cet « Acte II de l'exception culturelle ».

Dans cette perspective, il est apparu opportun au Gouvernement, eu égard à la connaissance approfondie du secteur qui est la vôtre, de vous confier une mission de concertation sur les contenus numériques et la politique culturelle à l'ère du numérique.

Vous vous attacherez à formuler des propositions de dispositifs d'action publique permettant de favoriser le développement des œuvres et des pratiques culturelles numériques et d'assurer l'accès de tous à celles-ci, de soutenir la création et la diversité, de valoriser leurs retombées économiques pour le territoire national, et de lutter contre la contrefaçon commerciale.

La dimension internationale, et tout particulièrement européenne, devra être intégrée à l'ensemble de vos travaux, en sorte que les démarches qui seront engagées sur le fondement de vos propositions puissent être partagées avec nos partenaires européens et susciter leur adhésion. Vous veillerez également à prendre en considération la diversité des situations territoriales et à faire vivre le débat en régions. Enfin, l'appréhension de la réalité des usages de nos concitoyens, et en particulier des plus jeunes d'entre eux, devra retenir toute votre attention.

.../...

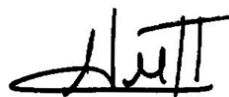
3, rue de Valois, 75033 Paris Cedex 04 France - Téléphone : 01 40 15 80 00

Concrètement, je souhaite que votre mission, qui devra reposer sur une concertation la plus large possible de l'ensemble des acteurs concernés, se déroule selon le calendrier et les étapes suivantes : dans un premier temps, de juillet à septembre 2012, vous effectuerez un diagnostic de la situation existante et une mise à plat des questions qui se posent. Puis, d'octobre à décembre, vous conduirez les auditions et les débats contradictoires nécessaires pour traiter ces questions. Enfin, de janvier à mars 2013, vous formulerez une synthèse des mécanismes d'adaptation nécessaires pour préserver l'exception culturelle et formulerez des propositions afin d'inaugurer l'Acte II de l'exception culturelle.

Je mettrai à votre disposition les outils et ressources nécessaires pour créer un site internet dédié qui permettra au public et à l'ensemble des parties prenantes de suivre les travaux de la mission de manière transparente et d'y contribuer. Vous aurez également l'appui d'une équipe resserrée de hauts fonctionnaires pour l'organisation des auditions et la rédaction finale des propositions.

Par ailleurs, je réunirai autour de moi un comité de pilotage avec le ministre de l'économie et des finances, le ministre du redressement productif et la ministre déléguée aux petites et moyennes entreprises, à l'innovation et à l'économie numérique, le ministre des affaires étrangères et la ministre du commerce extérieur. Ce comité de pilotage assurera le suivi du travail de la mission, discutera des rapports d'étape et des orientations, et se fera présenter les conclusions du rapport d'ici le 31 mars 2013.

Je vous remercie d'avoir accepté la conduite de cette mission et vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Aurélie FILIPPETTI

MÉTHODOLOGIE

A. PÉRIMÈTRE DE LA MISSION

➤ L'objet de la mission se situe au carrefour d'enjeux culturels et numériques. C'est pourquoi les questions culturelles sans dimension numérique et, à l'inverse, les enjeux numériques excédant le champ culturel ont été considérés extérieurs au champ de la mission et n'ont été abordés qu'à titre d'information de contexte.

➤ La mission s'est efforcée de contribuer à la définition d'une politique culturelle adaptée aux enjeux numériques. Sa réflexion concernait prioritairement les « contenus » produits par les « industries culturelles » à destination du grand public : livre, musique, cinéma et audiovisuel, presse, jeu vidéo, photographie, etc. Les questions, par ailleurs cruciales, de la transformation numérique des institutions culturelles publiques (administrations, musées, bibliothèques, théâtres publics, ...), de la prise en compte des enjeux et outils numériques dans l'éducation artistique et culturelle, ou encore des nouvelles formes de création (« arts numériques ») n'étaient pas au cœur du champ d'étude de la mission.

➤ Dans ce cadre général, la mission, soucieuse de prendre en compte les intérêts respectifs des créateurs, des industries culturelles et des publics, a articulé sa réflexion autour des **trois thèmes** suivants :

- accès des publics aux œuvres culturelles et développement de l'offre légale de contenus en ligne ;
- rémunération des créateurs et financement de la création ;
- protection et adaptation des droits de propriété intellectuelle.

➤ Dans plusieurs domaines, d'importantes évolutions sont intervenues au cours de la mission : adoption des nouveaux barèmes de la rémunération pour copie privée, notification d'un nouveau régime de TST-distributeurs, conclusions de la « médiation Schwartz » sur le conflit entre les éditeurs de presse et les moteurs de recherche, présentation du rapport sur la fiscalité numérique de MM. Colin et Collin, etc. Ces évolutions ont été suivies avec attention par la mission et prises en compte dans l'élaboration de ses propositions.

Conformément à l'ambition inscrite dans un « acte II de l'exception culturelle », la mission s'est efforcée de proposer, au-delà des ajustements techniques à apporter à court terme aux dispositifs existants, les grands principes d'une politique culturelle adaptée aux enjeux numériques et susceptible de s'adapter aux évolutions futures.

➤ Une grande partie des questions étudiées sont encadrées par des normes, plus ou moins contraignantes, à un niveau européen (ex : règles relatives à la fiscalité ou aux aides d'Etat, directive e-commerce, jurisprudence de la CJUE sur la copie privée, ...) ou international (ex : traités OMPI, convention de l'UNESCO sur la diversité culturelle, ...). En outre, la révolution numérique ignorant largement les frontières, toute politique culturelle conçue dans un cadre purement national serait d'emblée vouée à l'échec.

Aussi, la mission s'est appuyée sur les enseignements tirés des comparaisons internationales. Elle a distingué, parmi ses propositions, celles qui seraient compatibles avec le cadre juridique européen et international existant et celles qui nécessiteraient une modification de ce cadre. Conformément à la lettre de mission, elle s'est efforcée de poser le socle pour une stratégie européenne et internationale globale.

B. COMPOSITION ET CALENDRIER DE LA MISSION

➤ Présidée par Pierre LESCURE, la mission a été coordonnée par Jean-Baptiste GOURDIN et comprenait :

- trois rapporteurs : Raphaël KELLER, Sarah LACOCHE et Juliette MANT ;
- trois experts : Frédéric BOKOBZA, sous-directeur du développement de l'économie culturelle au ministère de la Culture et de la Communication (direction générale des médias et des industries culturelles – DGMIC) ; Thierry CHEZE, journaliste de cinéma, chef des informations au magazine mensuel de cinéma *Studio Cinélive* ; Jean-Philippe MOCHON, chef du service des affaires juridiques et internationales au Secrétariat général du ministère de la Culture et de la Communication ;
- une assistante : Marie-Laure DROUIN.

➤ Après une première phase de diagnostic et de mise à plat des problématiques soumises à l'examen de la mission, les travaux se sont déroulés en deux temps :

- du 26 septembre 2012 au 24 janvier 2013, la mission a auditionné un très large ensemble d'acteurs concernés par les sujets qu'elle était chargée de traiter ;
- de janvier à avril 2013, elle a élaboré un ensemble de propositions qu'elle a soumises à la concertation, en vue d'obtenir le plus grand consensus possible ; elle a notamment réalisé plus d'une centaine d'entretiens supplémentaires, principalement avec des acteurs qui n'avaient pas été entendus lors d'une audition formelle, notamment afin d'éclairer des points techniques et juridiques.

➤ Un comité de pilotage (COPIL) a réuni, autour de la ministre de la Culture et de la Communication, le ministre de l'Economie et des Finances, le ministre du Redressement productif, la ministre déléguée auprès du ministre du Redressement productif, chargée des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Innovation et de l'Economie numérique, le ministre des Affaires étrangères et la ministre du Commerce extérieur.

Le COPIL a assuré le suivi du travail de la mission, validé sa méthode et discuté ses documents d'étape ainsi que ses orientations. Il s'est réuni le 6 décembre 2012, sous la présidence de Mme Aurélie FILIPPETTI, ministre de la culture et de la communication, et le 14 mars 2013, autour de Madame Laurence ENGEL, directrice du cabinet de la ministre de la Culture et de la Communication.

C. BILAN DES TRAVAUX

1. Les auditions

La mission a entendu **112 organismes, entreprises ou personnalités** au cours de **94 auditions**. Certaines des auditions furent communes à plusieurs acteurs, selon les sujets abordés et le souhait des auditionnés. Les contraintes d'agenda de certains auditionnés ont conduit la mission à prolonger la phase des auditions, qui devait s'achever fin décembre 2012, jusqu'au 24 janvier 2013.

Les 112 organismes, entreprises ou personnalités rencontrés se répartissent comme suit (la liste est détaillée plus bas) :

- **par nature d'organisme** : 71 associations, syndicats, fédérations ou groupements, 10 sociétés civiles (SPRD), 19 entreprises, 12 *think tanks* ou personnalités ;
- **par métier/famille d'acteurs** : 20 représentants des créateurs (auteurs, compositeurs, artistes), 28 des producteurs/éditeurs, 24 des diffuseurs/distributeurs, 12 des services en ligne, 9 des fournisseurs d'accès à Internet, fabricants de matériels et de logiciels, 7 représentants des publics et utilisateurs, ainsi que 12 experts (universitaires, chercheurs, élus, ...) ;
- **par secteur** : 29 représentants du cinéma et de l'audiovisuel, 23 de la musique et du spectacle, 5 du livre, 4 de la photographie, 2 de la presse, 2 du jeu vidéo, 23 de l'informatique et de l'Internet (FAI, fabricants de matériels, éditeurs de services en ligne, plates-formes...), ainsi que 24 acteurs transversaux.

Seules deux entités ont refusé d'être entendues par la mission : l'organisation de défense des droits et libertés des citoyens sur Internet *La Quadrature du Net* et l'association de consommateurs *UFC-Que choisir*.

Les auditions ont duré de 45 minutes à 1h30. Elles ont le plus souvent consisté en une présentation détaillée, suivie d'une séance de questions et réponses. Les auditions étaient retransmises en différé sur le site de la mission culture-acte2.fr, en format audio ou vidéo, et accompagnées d'une synthèse écrite rédigée par la mission et validée par les auditionnés. Les internautes avaient la possibilité de commenter chaque audition directement sur le site.

Par souci d'économie budgétaire, seul un quart des auditions a fait l'objet d'une captation vidéo. Les auditions concernées ont été choisies par tirage au sort. Les autres auditions ont été enregistrées en audio. Seule une entité a refusé la mise en ligne de la captation de son audition : la Fédération nationale des distributeurs de films (FNDF).

La qualité des présentations préparées par les auditionnés, la richesse des échanges et l'intérêt suscité par ces auditions dans la presse et sur Internet ont confirmé la pertinence de la démarche ouverte, transparente et interactive adoptée par la mission.

2. La coopération des administrations et des organismes publics

La présence de deux experts du ministère de la Culture et de la Communication au sein de la mission a permis de garantir une collaboration étroite avec les services de la Direction générale des médias et des industries culturelles et du Secrétariat général du ministère, qui ont fourni à la mission de nombreuses fiches techniques.

Parallèlement, si la mission avait pris le parti de ne pas recevoir les organismes publics ou parapublics en audition, plusieurs réunions de travail et entretiens informels ont été organisés avec les services et opérateurs concernés directement ou indirectement par les travaux de la mission : le ministère des affaires étrangères, le Secrétariat général aux affaires européennes, la Direction de la législation fiscale, le Centre national du cinéma et de l'image animée, le Centre national du Livre, la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet, le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, la Commission copie privée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, la Commission nationale informatique et libertés, la Bibliothèque nationale de France, l'Institut national de l'audiovisuel, le Commissariat général à l'investissement, l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles, etc.

3. Les déplacements

La mission s'est efforcée de tenir compte du contexte européen et international dans lequel s'inscrivaient les problématiques dont elle avait la charge. Elle s'est notamment déplacée à Londres et à Bruxelles, et appuyée sur l'expertise des services du ministère des affaires étrangères et du secrétariat général aux affaires européennes.

La mission s'est également intéressée, conformément au souhait de la ministre de la Culture et de la Communication, à la dimension territoriale de ces problématiques, en organisant trois déplacements en région, à Rennes (8 et 9 novembre 2012), Marseille et Aix-en-Provence (27 et 28 novembre 2012) et Bordeaux (12 et 13 décembre 2012). Ces déplacements ont permis à la mission de rencontrer les acteurs régionaux du monde de la culture et du numérique et de dialoguer avec les étudiants et le grand public.

4. le blog participatif

Intégré au site Internet de la mission, le blog participatif a permis aux internautes de réagir aux auditions et aux questions posées par la mission, et de proposer des contributions personnelles, afin d'alimenter la réflexion de la mission.

Il aura accueilli près de 13 000 visites et plus de 250 commentaires, dont la plupart ont porté sur les modes de consommation culturelle en ligne.

LISTE DES AUDITIONS

Entité ou personnalité auditionnée		Date	Format
ACCEN (Assemblée pour la culture et la création à l'ère du numérique)	- Patrick BÉZIER, directeur général du groupe Audiens - Léonidas KALOGEROPOULOS, fondateur et directeur du cabinet de lobbying Médiation & Arguments, conseil du groupe Audiens	05/10/2012	audio
ADAGP (Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques)	- Meret MEYER, vice-présidente du conseil d'administration et présidente du Comité Marc Chagall - Marie-Anne FERRY-FALL, directrice générale - Thierry MAILLARD, directeur juridique	07/12/2012	audio
ADAMI (Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes)	- Philippe OGOUZ, président - Bruno BOUTLEUX, directeur général et gérant - Benjamin SAUZAY, responsable stratégie et relations institutionnelles	15/10/2012	vidéo
ADEIC (Association de défense d'éducation et d'information du consommateur) et UNAF (Union nationale des associations familiales) et Familles de France (confédération nationale d'associations familiales, association de consommateurs agréée)	- Gilles VELLA, expert de l'ADEIC - Olivier GERARD, expert de l'UNAF - Michel BONNET, expert auprès de Familles de France pour les questions liées au numérique, à la culturelle et aux techniques de communication	24/01/2013	vidéo
AFDEL (Association française des éditeurs de logiciels et solutions Internet)	- Loïc RIVIÈRE, délégué général - Jean-Sébastien MARIEZ, avocat - Pierre-Frédéric DEGON, responsables des relations institutionnelles	04/12/2012	audio
ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle)	- Nicolas SEYDOUX, président - Frédéric DELACROIX, délégué général	02/10/2012	vidéo
ALTAÏR (<i>think tank</i> indépendant consacré à la culture et aux médias)	- François ADIBI, président - Céline MAS, vice-présidente - Louis MONTAGNE, responsable du pôle numérique	30/11/2012	audio
AMAZON Europe	- Andrew CECIL, directeur des relations publiques - Sabine ZYLBERBOGEN, directrice des affaires juridiques	09/01/2013	vidéo

APC (Association des producteurs de cinéma)	- Marc MISSONNIER, président - Anne-Dominique TOUSSAINT, vice-présidente - Frédéric GOLDSMITH, délégué général	18/10/2012	vidéo
API (Association des producteurs indépendants du cinéma)	- Nathanaël KARMITZ, co-président ; directeur général de MK2 - Marc LACAN, co-président ; directeur général de Pathé - Hortense de LABRIFFE, déléguée générale	03/12/2012	audio
ARP (Société civile des auteurs réalisateurs producteurs)	- Michel HAZANAVICIUS, président - Jean-Paul SALOMÉ, vice-président - Dante DESARTHE, vice-président - Florence GASTAUD, déléguée générale	02/10/2012	vidéo
ARTE	- Véronique CAYLA, présidente d'ARTE - Anne DURUPTY, directrice générale d'ARTE France	11/01/2013	vidéo
ASIC (Association des services Internet communautaires)	- Giuseppe de MARTINO, président - Benoît TABAKA, secrétaire général	10/01/2013	audio
BABINET Gilles	Entrepreneur, ancien président du Conseil national du numérique, <i>digital champion</i> de la France auprès de l'Union européenne	21/11/2012	audio
BENGHOZI Pierre-Jean	Directeur de recherche au CNRS. Professeur à L'Ecole polytechnique	03/10/2012	audio
BENHAMOU Françoise	Professeur des universités, spécialiste d'économie de la culture	24/10/2012	audio
BLANDIN Marie-Christine (Sénat)	Sénatrice du Nord. Présidente de la Commission de la Culture, Éducation et Communication.	21/12/2012	audio
BLOCHE Patrick (A.N.)	Député de Paris, président de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation à l'Assemblée nationale	24/01/2013	vidéo
BOUYGUES Telecom	- Didier CASAS, secrétaire général - Franck ABIHSSIRA, directeur « offre fixes, contenus et services » - Laurence SONZOGNI, directrice « contenus kiosques et publicité » - Anthony COLOMBANI, chargé de mission auprès du secrétaire général	10/12/2012	audio
CANAL+	- Bertrand MEHEUT, président - Rodolphe BELMER, directeur général - Frédéric MION, secrétaire général - Sébastien de GASQUET, directeur du cabinet du président - Pascaline GINESTE, directrice des affaires réglementaires - Manuel ALDUY, directeur du cinéma	17/12/2012	vidéo

CAP Digital (pôle de compétitivité des contenus et services numériques en Île-de-France) et SPIIL (Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne)	- Henri VERDIER, président de Cap Digital - Maurice BOTBOL, président du SPIIL, directeur de Indigo Publications - Lydie FENECH, directrice du Pôle Media Grand Paris - Vincent CASTAIGNET, président et cofondateur de Musicoverly	18/12/2012	audio
CLCV (Consommation, logement et cadre de vie) et Familles rurales (Confédération nationale d'associations familiales, association de consommateurs agréée)	- Chantal JANNET, secrétaire nationale de la fédération Familles Rurales - Olivier GAYRAUD, chargé de mission numérique pour la CLCV	22/01/2013	vidéo
CPA (Confédération des producteurs audiovisuels) : USPA (Union syndicale de la production audiovisuelle), SPECT (Syndicat des producteurs et des créateurs d'émissions de télévision) et SPFA (Syndicat des producteurs de films d'animation)	- Marc DU PONTAVICE, président du SPFA - Matthieu VIALA, vice-président de l'USPA ; président de Making Prod - Stéphane LE BARS, délégué général du SPFA et de l'USPA - Vincent GISBERT, délégué général du SPECT - Nicolas COPPERMANN, représentant du SPECT et président d'Endemol France	17/12/2012	audio
CPDO (Chambre Professionnelle des Directions d'Opéra) et SYNOLYR (Syndicat national des orchestres et des théâtres lyriques)	- Alain SURRANS, président de la CPDO et Directeur de l'opéra de Rennes - Loïc LACHENAL, délégué général de la CPDO - Catherine DELCROIX, présidente du SYNOLYR - Catherine BAUMANN, déléguée générale du SYNOLYR	07/01/2013	audio
CREATIVE Commons France	- Danièle BOURCIER, responsable scientifique. Directrice de recherche au CNRS, responsable du Département e-Gouv du CERSA (UMR7076 – Université Paris 2), membre du Comité d'éthique des sciences du CNRS et de l'Alliance ALLISTENE. - Mélanie DULONG de ROSNAY, responsable juridique. Chargée de recherche au CNRS, Institut des Sciences de la Communication du CNRS. Chercheuse associée au CERSA/CNRS Université Paris 2. Présidente de Communia, association internationale pour le domaine public. - Camille DOMANGE, responsable politiques publiques. Doctorant au CERSA/CNRS Université Paris 2. Chargé d'enseignement droit des affaires et économie du numérique à l'Institut de Droit des Affaires, Faculté de droit d'Aix-Marseille. - Primavera DE FILIPPI, experte légale. Chercheuse associée au CERSA-CNRS et coordinatrice du groupe de travail sur le domaine public à l'Open Knowledge Foundation.	11/12/2012	vidéo

CSDEM (Chambre syndicale de l'édition musicale) et CEMF (Chambre syndicale des éditeurs de Musique de France)	- Nelly QUEROL, présidente de la CSDEM - Angélique DASCIER, déléguée générale de la CSDEM - Pierre LEMOINE, président de la CEMF	19/12/2012	audio
DAILYMOTION	- Martin ROGARD, directeur général	09/10/2012	vidéo
DIRE (Syndicat professionnel des distributeurs indépendants réunis européens)	- Carole SCOTTA, co-présidente de DIRE et PDG de Haut et Court - Eric LAGESSE, co-président de DIRE et PDG de Pyramide Distribution - Sylvie CORRÉARD, déléguée générale	13/11/2012	audio
ESML (Association des éditeurs de services de musique en ligne)	- Axel DAUCHEZ, président de l'ESML et PDG de Deezer - Jérôme GIACHINO, vice-président de l'ESML et PDG de Starzik - Gilles BRESSAND, délégué général de l'ESML - Philippe ABITBOL, membre de l'ESML et DG d'AlloMusic	07/11/2012	vidéo
F3C- CFTD (Fédération Communication Conseil Culture)	- Jean-Michel ROUSSEAU, secrétaire national en charge du pôle médias - Alain DORVAL, comédien et membre du SNAPAC-CFTD (syndicat national des artistes et des professionnels de l'animation du sport de et de la culture)	21/01/2013	audio
FFT (Fédération française des télécoms)	- Yves Le MOUËL, directeur général - Julien VIN-RAMARONY, président de la Commission Contenus de la Fédération - Jean-Marie DANJOU, directeur général délégué du Collège Mobiles de la Fédération	29/11/2012	audio
FIECC (Fédération des industries électriques, électroniques et de communication)	- Bernard HEGER, délégué général - Olivier de CHAZEAX, conseiller - Henri CHITE, président de la commission sur la Copie Privée du SNSII (Syndicat National des Supports d'Image et d'Information) - Marc HERAUD, délégué général du SNSII - Stéphane ELKON, délégué général du GITEP TICS (Groupement des industries des technologies de l'information et de la communication)	06/11/2012	audio
FNCF (Fédération nationale des cinémas français)	- Jean LABE, président - Marc-Olivier SEBBAG, délégué général	12/10/2012	vidéo
FNDF (Fédération nationale des distributeurs de Films)	- Victor HADIDA, président FNDF et président de METROPOLITAN FILMEXPORT - Guy VERRECCHIA, vice-président FNDF et président de l'UGC - Julie LORIMY, déléguée générale FNDF - Philippe AIGLE, président d'Océan Films	21/11/2012	vidéo (refus de mise en ligne)

FNSAC (Fédération nationale des syndicats du spectacle, de l'audiovisuel et de l'action culturelle) - CGT Spectacle	- Claude MICHEL, secrétaire général adjoint du FNSAC-CGT - Daniel EDINGER, représente le Syndicat français des réalisateurs (SFR) - Laurent BLOIS, représente le Syndicat des Professionnels des Industries de l'Audiovisuel et du Cinéma (SPIAC) - Guillaume LANNEAU, représente le Syndicat National des Artistes Plasticiens (SNAP)	22/11/2012	audio
France Télévisions	- Rémy PFLIMLIN, PDG - Bruno PATINO, directeur délégué en charge de la stratégie numérique	20/12/2012	vidéo
FREE – Groupe Iliad	- Maxime LOMBARDINI, directeur général du Groupe Iliad-Free - Olivier de BAILLENX, directeur des relations Institutionnelles	14/11/2012	vidéo
GESTE (Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne)	- Corinne DENIS (groupe l'Express Roularta), présidente - Antoine CLEMENT (Next Interactive Média), président de la commission E-publicité - Xavier FILLIOL (Ads Radios), président de la commission musique - Maxime JAILLET, responsable des affaires réglementaires et institutionnelles	16/10/2012	audio
GOOGLE Europe	- Olivier ESPER, <i>director</i>, Public Policy - Alexandra LAFERRIERE, <i>senior policy manager</i>, directrice en charge du contenu - Francis DONNAT, <i>senior policy counsel</i>	10/10/2012	vidéo
IABD... (Inter-association archives bibliothèques documentation)	- Michèle BATTISTI, vice-présidente de l'IABD... et chargée de mission sur le droit de l'information à l'Association des professionnels de l'information et de la documentation (ADBS), - Michel FAUCHIÉ, trésorier de l'IABD... et président de l'Association pour le développement des documents numérique en bibliothèque (ADDNB), - Dominique LAHARY, président de l'IABD... et vice-président de l'Association des bibliothécaires de France (ABF), - Jean-Philippe LEGOIS, secrétaire de l'IABD... et secrétaire de l'Association des archivistes français (AAF), - Marie-Dominique HEUSSE, vice-présidente de l'IABD..., membre de l'Association des directeurs et des personnels de direction des bibliothèques universitaires et de la documentation (ADBU) et directrice de la bibliothèque universitaire de Toulouse.	17/10/2012	vidéo
KissKissBankBank (plate-forme de financement participative)	- Vincent RICORDEAU, co-fondateur et <i>CEO</i> - Omblin LE LASSEUR, co-fondatrice et directrice Artistique & Communication	11/12/2012	vidéo

M6 Groupe	- Nicolas de TAVERNOST, président - Thomas VALENTIN, vice-président du directoire, directeur général des antennes et contenus - Karine BLOUËT, secrétaire générale ; présidente de Paris Première	12/11/2012	vidéo
MICROSOFT France	- Marc MOSSÉ, directeur des affaires juridiques et publiques - Stanislas BOSCH-CHOMONT, manager affaires publiques	17/12/2012	audio
My Major Company (label de musique et plate-forme de financement participatif)	- Victor LUGGER, directeur général financier - Adrien LENOIR, chef de projet participatif	06/11/2012	audio
mySkreen (service de référencement de l'offre audiovisuelle en ligne)	- Frédéric SITTERLÉ, président et fondateur de MySkreen - Benoit BALAGNY, directeur du développement	05/11/2012	audio
Numericable	- Jérôme YOMTOV, directeur général délégué - Angélique BENETTI, directrice des contenus - Brigitte LAURENT, directeur des relations institutionnelles et de la réglementation	15/01/2013	audio
Orange - France Télécom	- Pierre LOUETTE, directeur général adjoint et secrétaire général de FT-Orange - Nicolas GUÉRIN, directeur juridique - Michael TRABBIA, directeur des affaires publiques	30/10/2012	vidéo
PAJ (Photographes-Auteurs-Journalistes)	- Mario FOURMY, président - Thierry SECRETAN, secrétaire général	18/10/2012	audio
Parti pirate français	- Maxime ROUQUET, ancien co-président, membre du Parti pirate - TXO (pseudo), un des porte-paroles du Parti pirate	07/12/2012	vidéo
PRODISS (Syndicat national des producteurs, diffuseurs et salles de spectacles)	- Jules FRUTOS, président - Malika SEGUINEAU, secrétaire générale - Aline RENET, responsable de la communication - Guy MARSEGUERRA, administrateur du PRODISS, président du CNV, diffuseur et producteur	07/01/2013	audio
PROFEDIM (Syndicat professionnel des producteurs, festivals, ensembles, diffuseurs indépendants de musique)	- Lorraine VILLERMAUX, présidente de PROFEDIM et directrice de l'ensemble Les Talents Lyriques - Claire GUILLEMAIN, déléguée générale de PROFEDIM - David JISSE, directeur du Centre national de Création Musicale La Muse en Circuit - Jérôme BRUNETIERE, secrétaire général du Festival d'Aix en Provence	30/11/2012	audio
Qobuz (Abeille Musique) - Lyramedia Group (service d'achat de musique en ligne)	- Yves RIESEL, président - Alexandre LEFORESTIER, directeur général	15/11/2012	audio

Radios - Table ronde : - Bureau de la radio, - Skyrock, - SIRTl (Syndicat interprofessionnel des radios et télévisions indépendantes), - SNRL (Syndicat national des radios libres), - CNRA (Confédération nationale des radios associatives)	- Bureau de la Radio : Michel CACOUAULT, président ; Aurélie BREVAN-MASSET, directeur Juridique NRJ Group ; Charles-Emmanuel BON, directeur du Développement RTL Group - Skyrock : Jérôme SEGOND, directeur général du groupe - SIRTl : Philippe GAULT, président ; Mathieu QUETEL, vice-président - SNRL : Emmanuel BOUTTERIN, président ; Pierre MONTEL, délégué général - CNRA : <i>en l'absence de représentants, la CNRA a transmis une contribution écrite.</i>	21/01/2013	audio
Radio France	- Jean-Luc HEES, PDG - Joël RONEZ, directeur des nouveaux médias	17/01/2013	vidéo
Renaissance Numérique (<i>think tank</i> indépendant)	- Guillaume BUFFET, co-président - Loïc BODIN, délégué général - Didier FASS, chercheur à l'INRIA (marché de la musique)	03/12/2012	audio
SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques)	- Jacques FANSTEN, président - Pascal ROGARD, directeur général - Guillaume PRIEUR, directeur des relations institutionnelles et européennes	08/10/2012	vidéo
SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique)	- Laurent PETITGIRARD, président du conseil d'administration - Jean-Noël TRONC, directeur général - Claire GIRAUDIN, chef de cabinet	19/11/2012	vidéo
SAIF (Société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe)	- Pierre CIOT, président - Olivier BRILLANCEAU, directeur général - Agnès DEFAUX, responsable juridique	21/11/2012	audio
SavoirsCom1 (collectif français se donnant pour objectif de promouvoir l'approche des biens communs dans les politiques publiques de l'accès à l'information)	- Lionel MAUREL, co-fondateur, alias Calimaq, auteur du blog S.I.Lex, chroniqueur sur @OWNI, juriste & bibliothécaire. - Silvère MERCIER, co-fondateur, alias Silvae, auteur de Bibliobsession, bibliothécaire	26/09/2012	vidéo
SCAM (Société civile des auteurs multimédia)	- Jean-Xavier LESTRADE, président - Hervé RONY, délégué général - Nicolas MAZARS, responsable juridique de l'audiovisuel et de l'action professionnelle	08/10/2012	audio
SCPP (Société civile des producteurs phonographiques)	- Pascal NÈGRE, président - Marc GUEZ, directeur gérant	19/12/2012	audio
SDLC (Syndicat des distributeurs de loisirs culturels)	- Jean-Luc TREUTENAERE, président - Olivier HUGON-NICOLAS, délégué général - Guillaume DECITRE, PDG du groupe DECITRE	11/12/2012	audio

SELL (Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs)	- David NEICHEL, président - Emmanuel MARTIN, délégué général adjoint - Marc MOSSÉ, directeur des affaires publiques et juridiques de Microsoft - Cécile RUSSEL, directrice juridique de Ubisoft	18/12/2012	audio
SEVAD (Syndicat des éditeurs de vidéo à la demande)	- Marc TESSIER, président ; président de Video Futur Entertainment Group SA - Bruno DELECOUR, président de Filmoline - Alain ROCCA, président de LMC - Christian BOMBRUN, directeur général adjoint de M6web - Pascaline GINESTE, directrice des affaires réglementaires et européennes du Groupe Canal+	21/11/2012	vidéo
SEVN (Syndicat de l'édition vidéo numérique)	- Pauline GRIMALDI, présidente ; directeur général d'Universal Pictures Video France & Benelux et directeur général d'Universal StudioCanal Vidéo - Pascal FAUVEAU, vice-président ; directeur général de Sony Pictures Home Entertainment - Jean-Yves MIRSKI, délégué général	11/10/2012	audio
SFA (Syndicat français des artistes-interprètes)	- Catherine ALMERAS, chargée de l'audiovisuel et de la propriété littéraire et artistique - Denys FOUQUERAY, chargé des questions internationales - Jimmy SHUMAN, chargé de l'Internet et des nouvelles technologies	06/11/2012	audio
SFIB (Syndicat de l'industrie des technologies de l'information)	- Renaud DESCHAMPS, président du SFIB et DG de Lexmark France - Antoine VIVIEN, vice-président du SFIB et secrétaire général d'HP France - Maxence DEMERLE, déléguée générale adjointe du SFIB - Lionel THOUMYRE, président de la commission SFIB sur la copie privée et responsable des sujets de propriétés intellectuelles pour Intel Europe	11/10/2012	audio
SFR (Société française du radiotéléphone)	- Stéphane ROUSSEL, président - Philippe LOGAK, secrétaire général - Julien VIN-RAMARONY, directeur des contenus	11/01/2013	audio
SGDL (Société des gens de lettres)	- Jean-Claude BOLOGNE, président - Sandra TRAVERS DE FAULTRIER, vice-présidente de la SGDL et présidente de la Commission des Affaires Juridiques - Geoffroy PELLETIER, directeur général - Valérie BARTHEZ, responsable juridique	10/01/2013	vidéo

SIMAVELEC (Syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques)	- Philippe CITROËN, président ; DG de Sony France - Philippe BARTHELET, vice-président ; DG de Samsung France - Michel BRIAN, vice-président de LG Electronics France - Bernard HEGER, délégué général - Pascal CHEVALLIER, délégué général adjoint en charge des affaires techniques	26/10/2012	audio
SLF (Syndicat de la librairie française)	- Matthieu de MONTCHALIN, président - Guillaume HUSSON, délégué général - François MAILLOT, administrateur et président de la Commission numérique	23/10/2012	audio
SMA (Syndicat des musiques actuelles) et CD1D (Fédération de labels indépendants) et FELIN (Fédération nationale des labels indépendants)	- Pascal CHEVEREAU, président du SMA - Aurélie HANNEDOUCHE, déléguée général du SMA - Eric PETROTTO, président du CD1D - Philippe COUDERC, président de la FELIN	14/12/2012	audio
SNAC (Syndicat national des auteurs et des compositeurs) et UNAC (Union nationale des auteurs et compositeurs)	- Dominique PANKRATOFF, président de l'UNAC, membre suppléant du CSPLA et compositeur - Simone DOUEK, présidente du SNAC, auteur de documentaires radio et audiovisuel - Jean-Marie MOREAU, président d'honneur du SNAC, auteur de chansons - Jean-Claude PETIT, vice-président du SNAC, compositeur et chef d'orchestre - Wally BADAROU, membre du Comité directeur variétés du SNAC, compositeur - Emmanuel DE RENGERVE, délégué général du SNAC, membre titulaire du CSPLA	23/11/2012	audio
SNAM CGT (Union nationale des syndicats d'artistes musiciens)	- Yves SAPIR, président - Marc SLYPER, secrétaire général - Laurent TARDIF, membre de la direction et représentant au CSPLA	05/11/2012	audio
SNE (Syndicat national de l'édition)	- Vincent MONTAGNE, président - Christine de MAZIERES, déléguée générale	14/11/2012	vidéo
SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique)	- Stéphane LE TAVERNIER, président ; président de Sony Music Entertainment France - David EL SAYEGH, directeur général	09/10/2012	audio
SNES (Syndicat national des entrepreneurs de spectacles)	- Jean-Claude LANDE, président - Philippe CHAPELON, délégué général - Ludovic MICHEL, trésorier	15/01/2013	audio

SNJV (Syndicat national du jeu vidéo)	- Nicolas GAUME, président - Guillaume de FONDAUMIERE, vice-président - Pierre FOREST, vice-président - Julien VILDIEUX, délégué général	23/11/2012	vidéo
SPEDIDAM (Société de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes)	- Jean-Paul BAZIN, directeur général gérant - Xavier BLANC, directeur des affaires juridiques et internationales	17/10/2012	vidéo
SPI (Syndicat des producteurs indépendants)	- Bénédicte LESAGE, présidente - Jérôme CAZA, président « Télévision » - Yann GILBERT, président « Long métrage » - Matthieu BOMPOINT, président « Court métrage » - Juliette PRISSARD-ELTEJAYE, déléguée générale	12/10/2012	audio
SPQN (Syndicat de la presse quotidienne nationale)	- Denis BOUCHEZ, directeur du SPQN et directeur de l'AIPG (Association de la Presse d'Information Politique Générale) - Nathalie COLLIN, présidente de l'AIPG et co-présidente du <i>Nouvel Observateur</i> - Francis MOREL, vice-président de l'AIPG et PDG du Groupe <i>Les Echos</i>	04/10/2012	vidéo
SRF (Société des réalisateurs de films)	- Jean-Jacques JAUFFRET, co-président - Cyril SEASSAU, délégué général - Pauline DURAND-VIALLE, déléguée adjointe - Michel ANDRIEUX, membre du bureau	10/12/2012	audio
SRI (Syndicat des régies Internet)	- Eric ADERDOR, président - Marie DELAMARCHE, directrice générale	10/01/2013	audio
STIEGLER Bernard	Philosophe, spécialiste des technologies numériques. Directeur de l'institut de recherche et d'innovation du centre Pompidou	20/12/2012	audio
SYNDEAC (Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles)	- Alain HERZOG, directeur - Fabienne HERENBERG, directrice adjointe - Fabien ANDRÉ, membre du conseil national et directeur adjoint de la compagnie DÉRÉZO (Brest)	22/01/2013	audio
Terra Nova (<i>think thank</i> indépendant)	- Nelly FESSEAU, coordinatrice des pôles « Culture » et « Numérique », co-présidente du rapport <i>Numérique : renouer avec les valeurs progressistes et dynamiser la croissance</i> (octobre 2012)	13/11/2012	audio
TF1	- Nonce PAOLINI, PDG - Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général - Régis RAVANAS, directeur général adjoint « diversification » - Jean-Pierre PAOLI, directeur du développement et des relations internationales	20/12/2012	vidéo

UFISC (Union fédérale d'intervention des structures culturelles)	- Philippe BERTHELOT, président - Serge CALVIER, secrétaire général - Patricia COLER, déléguée générale	16/01/2013	audio
UNEVI (Union de l'édition numérique et vidéographique indépendante)	- Renaud DELOURME, président ; PDG des Editions Montparnasse - Serge BROMBERG, président de Lobster Films et directeur Artistique du festival du Film d'Animation d'Annecy (1999-2012) - Nils BOUAZIZ, gérant de Potemkine - Marie CEUZIN, déléguée générale ; responsable <i>Business affairs</i> des Editions Montparnasse	21/12/2012	audio
UPF (Union des producteurs de films)	- Alain TERZIAN, président - Margaret MENEGOUZ, vice-présidente ; présidente des Films du Losange - Marie-Paule BIOSSE DUPLAN, déléguée générale	25/10/2012	audio
UPFI (Union des producteurs phonographiques français indépendants) + SPPF (Société civile des producteurs phonographiques en France)	- Stephan BOURDOISEAU, président de l'UPFI ; président du label WAGRAM - Marc THONON, président de la SPPF ; président du label ATMOSPHÉRIQUES - Jérôme ROGER, directeur général de l'UPFI et de la SPPF - Emmanuel DE BURETEL, membre du bureau de l'UPFI ; président de BECAUSE Music - Vincent FRÈREBEAU, membre du bureau de l'UPFI ; président de Tôt ou Tard	24/10/2012	audio
UPP (Union des photographes professionnels)	- Philippe SCHLIENGER, président - Jorge ALVAREZ, administrateur et secrétaire adjoint chargé du juridique - Jean MIAILLE, administrateur chargé du juridique - Nolwenn BESCHER, chargée des affaires juridiques	26/10/2012	audio
VIVANT Michel et SIRINELLI Pierre	- M. VIVANT : Professeur des Universités à Sciences Po et directeur scientifique de la spécialité « Propriété intellectuelle » du master Droit économique. - P. SIRINELLI : Président de l'Institut français de la communication, directeur du master droit, innovation, communication, culture (université Paris 11).	21/12/2012	audio
Wikimedia France	- Rémi MATHIS, président - Adrienne ALIX, directrice des programmes	19/10/2012	audio