



05 janvier 2010

Réponse du Groupe Canal + à la consultation de la Commission européenne « Creative content in a European digital single market : challenges for the future ».

En tant que premier groupe de télévision payante en France¹ et pionnier dans les nouveaux usages télévisuels, le Groupe CANAL+ est particulièrement concerné par l'édition et la distribution de contenus créatifs. Via sa filiale, STUDIOCANAL, le Groupe CANAL+ est également aujourd'hui le leader européen dans la production, l'acquisition et la distribution de films sur l'ensemble des supports. Au titre de l'ensemble de ces activités, le Groupe CANAL+ souhaite formuler un certain nombre de commentaires sur le document de réflexion de la Commission européenne intitulé « *creative content in a European digital single market : challenges for the future* ».

A titre préliminaire, le Groupe CANAL+ souhaiterait réagir à certaines idées recues qui apparaissent en filigrane dans le document de réflexion et rappeler quelques éléments de contexte importants pour les discussions en cours :

- Le marché des contenus créatifs audiovisuels en ligne est déjà une réalité.

La distribution des contenus en ligne est déjà aujourd'hui une réalité et une activité complémentaire de la diffusion linéaire par les vecteurs traditionnels des contenus à la télévision. Ainsi le Groupe CANAL+ a-t-il développé son propre service de vidéo à la demande, CANALPLAY, qui propose aujourd'hui près de 6000 titres disponibles sur PC ou sur la télévision. CANAL+ propose aussi à ces abonnés un service de télévision de rattrapage (catch-up TV). Ce service inclu dans l'abonnement permet de voir et de revoir après une diffusion télévisuelle une sélection de programmes, à sa convenance. Ce service est également disponible sur le téléviseur ou sur PC. CANAL+ dispose aussi de son propre site internet « canalplus.fr » qui permet notamment de retrouver les programmes diffusés en clair par la chaîne. Les chaînes CANAL+ sont également désormais retransmises en simultané et intégral via la XBOX 360 ou l'iPhone.

¹ Le Groupe CANAL+ compte aujourd'hui 10,6 millions d'abonnements à l'ensemble de ses offres.

Le marché des contenus audiovisuels en ligne est donc aujourd'hui une réalité.

- La radiodiffusion télévisuelle fait partie des « secteurs créatifs et culturels »

Le Groupe CANAL+ s'étonne à cet égard que dans l'introduction de son document de réflexion la Commission n'ait pas cité la radiodiffusion télévisuelle parmi les secteurs culturels et créatifs (1^{er} § page 1) ; ce qu'il est pourtant, indiscutablement. Il suffit, pour preuve, de rappeler quelques chiffres : en 2008, la chaîne CANAL+ a investi environ 200 millions d'euros dans des œuvres cinématographiques européennes et environ 85 millions d'euros dans des œuvres audiovisuelles européennes.

1 / Une approche nécessairement sectorielle

Le Groupe CANAL+ constate que le document de réflexion de la Commission traite légitimement de l'ensemble des secteurs concernés par les contenus créatifs (musique, édition, audiovisuel, jeux vidéo). Or, trop souvent le document de réflexion traite de manière globale l'ensemble de ces secteurs sans tenir compte des spécificités de chacun. Pourtant, force est de constater que ces secteurs répondent à des logiques différentes et relèvent de modes de gestion spécifiques, comme la Commission le reconnaît elle-même (cf. page 4 : « *different trends and considerable challenges arise depending on the type of digital content* »)².

Par exemple, la musique et l'audiovisuel répondent à des modes de consommation différents compte tenu :

- de l'importance du critère linguistique : si la musique s'écoute en version originale, le visionnage et la compréhension des programmes audiovisuels requièrent la plupart du temps un doublage ou sous-titrage pour une exploitation en dehors du territoire national ;
- de l'importance du critère culturel : les programmes audiovisuels illustrent souvent une culture nationale qui, de fait, les rend difficilement « exportables » ;
- de la longueur et la longévité des œuvres : on peut écouter des centaines de fois le même morceau de musique alors que la consommation d'un film est par nature moins répétée ;
- du caractère exclusif ou non du contenu : en musique, la notion d'exclusivité est extrêmement rare contrairement à l'audiovisuel (cf. paragraphe 2 *infra* sur les exclusivités).

² Pour mémoire, dans son document de travail du 7 juillet 2005 « Study on a community initiative on the cross-border collective management of copyright », la Commission reconnaissait « *The business practices for the licensing of films and other audiovisual works are quite different from those prevailing in the music sector* » (p. 24).

Au-delà de ces différences intrinsèques, il convient de rappeler que le mode de gestion des œuvres varie lui aussi : si les droits musicaux font généralement l'objet d'une gestion collective, les contenus audiovisuels restent soumis à une gestion individuelle et à une négociation commerciale de gré à gré.

En outre, s'agissant du cas particulier de la musique, il peut s'avérer nécessaire et éminemment utile de préserver un guichet unique territoire par territoire, pour la gestion collective des droits des auteurs et éditeurs de musique. Un système distinct autorisant, pour une même utilisation, une multitude de compétences de sociétés d'auteurs de différents territoires serait à l'inverse extrêmement complexe.

Le Groupe CANAL+ soutient donc une approche sectorielle et considère essentiel, si la Commission décidait de poursuivre son analyse sur la nécessité d'une éventuelle réglementation pour la distribution des contenus en ligne, de précéder celle-ci d'une **analyse d'impact secteur par secteur**.

2/ Les spécificités du marché audiovisuel

Par rapport aux autres secteurs créatifs, le secteur audiovisuel se caractérise par un certain nombre de spécificités :

- en termes d'attente des consommateurs : au-delà du cas particulier des films de cinéma, la pratique montre que les téléspectateurs sont principalement attirés par des contenus nationaux qui culturellement et linguistiquement répondent à leurs attentes ;
- en termes d'organisation du marché : **la chronologie des médias**, prévue à l'article 3 quinquies de la directive « services de médias audiovisuels » **est une caractéristique essentielle du marché audiovisuel** dans la mesure où elle constitue une condition indispensable au bon fonctionnement de celui-ci en organisant une exploitation optimale des œuvres grâce à des fenêtres successives et étanches selon les plateformes de diffusion. Pour autant, comme le montre l'exemple français, ce système fondamental n'est pas figé puisque l'accord sur la chronologie des médias a récemment été renégocié pour tenir compte du développement des nouveaux supports de diffusion (VoD) et raccourcir les délais d'exploitation ; les professionnels du secteur en France ont démontré à cet égard leur capacité à s'adapter aux nécessités et évolutions techniques du marché.
- en termes d'**exclusivité des contenus** et de **soutien à la création** : trop souvent perçu de manière négative, le principe des exclusivités dans le domaine audiovisuel est pourtant fondamental. Non seulement l'acquisition de contenus par les radiodiffuseurs télévisuels à titre exclusif leur permet de rentabiliser leurs investissements dans la production, mais elle garantit aussi aux titulaires de droits des revenus significatifs. Ces investissements importants réalisés par les radiodiffuseurs télévisuels sont un levier indispensable à la création et contribuent indiscutablement à la promotion de la diversité culturelle. En France, l'engagement particulièrement

substantiel de la chaîne CANAL+ en faveur du cinéma français et européen est fondamental pour le financement de la filière.

Ces spécificités du marché audiovisuel peuvent, pour des raisons culturelles et socio-économiques, se décliner de manière différente selon les Etats membres (par exemple la chronologie des médias n'est pas uniforme partout en Europe, les obligations d'investissement dans la production peuvent aussi varier d'un pays à l'autre, sous réserve du respect des règles minimales fixées par la directive SMA). C'est pourquoi **il faut privilégier une approche sectorielle mais aussi laisser aux Etats une marge de manœuvre dans la mise en œuvre des règles ainsi qu'accorder une certaine flexibilité aux radiodiffuseurs.**

Le marché des contenus en ligne n'est pas fondamentalement différent de celui des services « traditionnels » contrairement à ce qui est affirmé dans le document de réflexion : « *online platforms do not generally contribute to financing the production of films and other audiovisual works in the same way as « traditional » distributors, in particular upstream investment, e.g. pre-purchase of rights ; online platforms do not yet play the important role that cinema exhibits do in the promotion of films* ».

Cette affirmation n'est pas totalement vraie. Aujourd'hui, en France la chronologie des médias englobe les services de VoD. Par ailleurs, dans le contexte de la transposition de la directive SMA, la loi du 5 mars 2009 sur l'audiovisuel pose le principe d'une contribution des services de médias audiovisuels à la demande au soutien de la production audiovisuelle et cinématographique (une réglementation spécifique est en cours de préparation).

Par ailleurs, le marché audiovisuel reste principalement un marché de dimension nationale. En effet, pour des raisons économiques évidentes, les radiodiffuseurs télévisuels ne sont pas en mesure de fournir des services audiovisuels en dehors du territoire national, lorsque la demande est faible et ne permet pas un retour sur investissement. A cet égard, et contrairement à une idée reçue, il s'agit d'une approche pragmatique et de choix stratégiques indépendants de la question de l'acquisition des droits pour une diffusion transfrontière (cf. à ce sujet le paragraphe 4 c) *infra*). D'ailleurs, force est de constater que lorsque la demande existe et qu'elle est suffisante (souvent en raison de la langue ou d'une proximité culturelle), les radiodiffuseurs n'hésitent pas à étendre leurs offres à d'autres territoires (CANAL+ est par exemple présente en Suisse francophone).

En outre, il est inexact de penser que les services en ligne ont obligatoirement, eu égard à leur nature (diffusion sur la toile mondiale), une dimension transfrontalière. En effet, aujourd'hui, de nombreux services audiovisuels en ligne recourent à la géolocalisation car leur activité ne serait pas rentable à une échelle plus large que celle du territoire national ou parce qu'il s'agit de choix marketing délibérés.

3/ L'acquisition et la gestion des droits d'auteur dans le domaine audiovisuel

Le Groupe CANAL+ partage la position de la Commission sur l'importance des droits d'auteur et sur la nécessité de leur accorder une protection adéquate: « *Copyright is the basis for creativity. It is one of the cornerstones of Europe's cultural heritage and of a culturally diverse and economically vibrant creative content sector* » (page 1).

Cette protection existe déjà pour l'utilisation « traditionnelle » des œuvres. Les principes fondamentaux du droit d'auteur et des droits voisins s'appliquent déjà dans l'environnement en ligne, même s'il est vrai que leur mise en œuvre et notamment, la protection des contenus en numérique mériterait des améliorations. A cet égard, les principes fondamentaux qui ont présidé au développement des médias traditionnels devraient être préservés dans l'environnement numérique.

a) Les droits d'auteurs et droits voisins en matière audiovisuelle

Le Groupe CANAL+ s'interroge sur l'objet même des discussions engagées par la Commission et constate que des confusions sont faites entre l'acquisition des droits et leur gestion. C'est pourquoi le Groupe CANAL+ a jugé utile de rappeler les principes fondamentaux suivants :

i) Au stade de l'acquisition des droits

Le radiodiffuseur peut proposer un contenu audiovisuel selon deux modalités qu'il est nécessaire de distinguer :

- Il peut acquérir les droits de diffusion des programmes à un producteur tiers, notamment en matière de films de cinéma ou encore de séries.
- Il peut aussi produire lui-même certains des programmes qu'il diffusera ensuite : cela est souvent le cas des émissions de plateau, des concerts ou encore des jeux...

Dans le premier cas, le producteur tiers, en tant qu'ayant droit, dispose d'un droit exclusif sur les œuvres de son catalogue. Les producteurs d'œuvres audiovisuelles bénéficient aux niveaux national et européen d'une grande protection. Le droit exclusif du producteur est rappelé dans la directive du 22 mai 2001 relative à l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information (notamment à l'article 2 de la directive). De la même façon, il est clairement établi que la licence légale (exception au droit exclusif des titulaires de droits voisins) ne peut être appliquée qu'aux phonogrammes et non aux œuvres audiovisuelles (notamment dans la convention de Berne à l'article 12 ou dans la directive du 22 mai 2001).

Ce droit exclusif constitue le socle indispensable à l'exploitation cohérente d'une œuvre audiovisuelle. **Si le producteur n'était pas assuré de disposer d'un droit**

exclusif sur les programmes qu'il a financés, ce dernier ne maîtriserait pas leur exploitation et l'intérêt d'investir dans la création serait réduit à néant. A l'inverse, et faute de disposer d'un seul interlocuteur, si le radiodiffuseur devait demander l'autorisation à tous les auteurs et artistes interprètes de l'œuvre audiovisuelle, les coûts seraient très lourds à assumer ; la situation serait ingérable, coûteuse et source d'insécurité pour tous.

Il semble donc nécessaire de réaffirmer explicitement le principe du droit exclusif. La principale conséquence en est que l'autorisation accordée au radiodiffuseur télévisuel par le producteur de diffuser l'œuvre doit passer uniquement par un contrat individuel de cession des droits. Cette première étape est essentielle. Une gestion collective à ce niveau n'est pas opportune, le radiodiffuseur n'a qu'un interlocuteur, le producteur, et il n'y a donc aucun intérêt à rajouter un intermédiaire qui ne ferait que rendre plus complexe l'acquisition des droits.

On pourrait s'inspirer à cet égard du système de **présomption de cession des droits** d'auteur et droits des artistes-interprètes au profit du producteur audiovisuel qui existe en droit français et qui assure aux tiers exploitants d'avoir un seul interlocuteur pour l'acquisition des droits, valablement habilité à opérer les cessions de droits nécessaires à une exploitation.

Dans la seconde hypothèse, si le radiodiffuseur produit ses propres programmes, la question ne se pose pas puisqu'il possède déjà les droits exclusifs dans l'exploitation de ses œuvres. Il est donc libre de diffuser ses propres programmes ou de les vendre à d'autres.

ii) Au stade de la gestion des droits

Dans une seconde étape, le radiodiffuseur télévisuel peut, au stade de l'exploitation des programmes, recourir à un système centralisé de gestion des rémunérations dues au titre des droits d'auteurs et d'artistes interprètes. Un certain nombre de difficultés d'ordre pratique et financier peuvent en effet apparaître au stade de l'exploitation télévisuelle des œuvres (multiplicité des ayants droit, auteurs et artistes à rémunérer ; rémunérations individuelles disparates si référence était faite au contrat conclu par le producteur avec ses propres ayants droit ; exploitation « de masse » nécessitant une rationalisation des systèmes de gestion et une exécution rapide des paiements etc). La gestion collective apparaît à ce stade opportune pour chaque partie. Cela assure une sécurité juridique, limite les coûts (les radiodiffuseurs n'ont désormais qu'un interlocuteur) et assure aux ayants droit une juste rémunération. Il faut d'ailleurs noter que la gestion collective des droits d'auteurs a été adoptée de manière volontaire en matière télévisuelle, compte tenu de son utilité.

La gestion collective doit être vue comme un outil efficace pour l'exploitation d'une œuvre audiovisuelle. Une fois la cession des droits du producteur obtenue, le radiodiffuseur télévisuel doit pouvoir s'acquitter auprès d'une société

de gestion collective de la rémunération relative aux droits d'auteur. Cela participe à la bonne exploitation d'une œuvre.

b) Ces mécanismes sont aussi valables pour la gestion des droits en ligne

Le schéma en deux étapes décrit ci-dessus devrait pouvoir être adapté aux différents modes d'exploitation.

Ainsi par exemple, s'agissant des situations où le producteur a déjà cédé les droits relatifs à une exploitation « classique » par câble ou satellite, si le radiodiffuseur télévisuel souhaite pouvoir retransmettre le signal de son service de télévision en linéaire via d'autres modes d'exploitation numériques comme Internet ou les réseaux de téléphonie mobile, il est nécessaire que celui-ci demande à nouveau au producteur le droit d'exploiter l'œuvre par ces différents moyens (une fois encore, le droit exclusif du producteur se doit d'être préservé). Cependant, de la même façon, au stade de l'exploitation via ces nouveaux réseaux, le système de gestion collective des droits d'auteurs que l'on connaît déjà dans l'environnement traditionnel avec les contrats généraux de représentation sera utilement transposé à l'environnement numérique. Le radiodiffuseur télévisuel n'aurait alors qu'à verser une rémunération complémentaire à la société de gestion collective au titre de l'exploitation de l'œuvre pour ce nouveau mode de retransmission de son service de télévision.

S'agissant des nouvelles exploitations de contenus en ligne, **une distinction doit être faite à cet égard entre les exploitations linéaires et celles effectuées à la demande à l'instar des dispositions de la directive SMA**. Pour les premières, une transposition relativement aisée sera faite des mécanismes de gestion de droits déjà éprouvés par les radiodiffuseurs télévisuels dans l'environnement « traditionnel ». Pour les secondes, il convient sans doute de rapprocher les mécanismes de gestion à mettre en place de ceux qui existent par exemple, dans l'univers vidéographique, c'est-à-dire pour des consommations individuelles et non une consommation en flux destinée à un public de masse. Ces mécanismes de gestion des droits sont progressivement mis en place aujourd'hui notamment pour l'exploitation en VOD de films par exemple ; avec la nuance que ce type de consommation individuelle des œuvres ne justifie pas toujours une gestion collective étendue.

Les exploitations numériques font effectivement intervenir de nouveaux intervenants dans le secteur, comme le souligne la Commission : « *Digital technologies bring new actors and new roles into the value chain. Previously separate services are converging, thus radically changing conditions for the distribution of creative content, bringing in its wake the integration of mobile operators, internet service providers (ISPs), telecom companies, broadband technology companies, websites, online shops, online rights aggregators and social networking platforms* ».

Pour autant, comme dit précédemment, dans certains cas, ces nouveaux intervenants opéreront sur un plan juridique la même fonction que des intervenants traditionnels (câblo-opérateurs, opérateurs satellites ...) en tant qu'agrégateurs de bouquets de contenus diffusés de manière linéaire. Dans d'autres cas, ils opéreront un rôle technique et commercial nouveau d'intermédiation entre les fournisseurs de contenus ou ayants droit et les utilisateurs finaux : c'est notamment le cas en matière de téléphonie mobile pour les contenus audiovisuels rendus accessibles à la demande en complément d'un service de téléphonie mobile sans qu'un prix soit distinctement lié à ces contenus. Dans ce cas, ce sont les modèles économiques (encore très variables selon les opérateurs) qui doivent être clarifiés afin de déterminer les redevables et les proportions de rémunérations dues aux différents ayants droit, auteurs et artistes-interprètes.

c) La question des licences multi-territoriales

Le document de réflexion laisse entendre que le seul obstacle au développement du marché en ligne est l'absence de système de licences multi territoriales. Le Groupe CANAL+ n'est pas convaincu de la nécessité de mettre en place de telles licences pour les raisons suivantes :

- Aujourd'hui, le marché des œuvres audiovisuelles fonctionne sur une base nationale et réserve à l'ayant droit la pleine maîtrise de ses droits. Imposer la mise en place de licences multi-territoriales reviendrait à confisquer aux ayants droit la maîtrise de leurs droits alors qu'en réalité ils sont les mieux à même de gérer et rentabiliser l'exploitation de leurs œuvres.
- Chaque marché est spécifique (langue, chronologie des médias) et une approche pan-européenne est donc difficilement envisageable.
- Actuellement, si le périmètre des services audiovisuels reste le plus souvent cantonné au territoire national, c'est parce qu'il n'existe pas une demande suffisante pour développer une activité hors des frontières.
- Cependant, lorsque cette demande extra territoriale existe et que des services sont développés pour y répondre, les radiodiffuseurs/fournisseurs de services de médias audiovisuels **acquièrent les droits pour ces territoires par la voie contractuelle**. Il est donc fondamental de respecter la liberté commerciale et contractuelle des radiodiffuseurs.

En conséquence, **le système de licence multi-territoire obligatoire tel que semble le proposer la Commission ne tient pas compte de la réalité du marché des œuvres audiovisuelles et de surcroît, une réglementation communautaire en la matière serait superflue et disproportionnée.**

4/ Les autres propositions de la Commission européenne

a) La révision de la directive « câble et satellite »

La Commission évoque dans son papier de réflexion une éventuelle révision de la directive « câble et satellite ». Sans prendre position en faveur ou non d'une révision de cette directive, qui en tout état de cause devrait nécessairement être précédée d'une étude d'impact, le Groupe CANAL+ considère que certaines dispositions de la directive actuelle devraient impérativement être maintenues :

- le **principe du pays d'origine** est un principe fondamental qui ne saurait être remis en cause et qui devrait nécessairement s'appliquer aux services en ligne ;
- la **liberté contractuelle**, notamment affirmée au considérant 16 de la directive « câble et satellite », et le **droit exclusif des ayants droit** doivent continuer de prévaloir. Ce droit exclusif est en effet un principe fondamental qui ne saurait être affecté par quelque réglementation européenne que ce soit. Ce droit exclut toute sorte de licence légale comme le rappelle les articles 2 et 8 de la directive « câble et satellite » ;
- **l'exception pour les organismes de radiodiffusion** : L'article 10 de la directive « câble et satellite », qui prévoit une exception à la gestion collective obligatoire pour les droits exercés par les organismes de radiodiffusion pour la retransmission par câble de leurs chaînes, est essentiel. Il reconnaît la maîtrise par les radiodiffuseurs de leur signal et leur permet d'autoriser ou non la reprise de leurs chaînes, ce qui dans le contexte de lutte contre la piraterie est absolument fondamental.

b) L'extension du système de gestion obligatoire (« *mandatory collective management* ») tel que proposé dans le papier de réflexion aurait un impact sur la valeur des droits et provoquerait une réduction des investissements dans la production audiovisuelle. Le Groupe CANAL+ n'est donc pas favorable à cette extension.

c) La question des contenus générés par les utilisateurs

S'agissant des contenus générés par les utilisateurs (« *user-generated content* »), le Groupe CANAL+ ne partage pas les inquiétudes de la Commission, puisque ces contenus bénéficient déjà, du moins en droit français, d'une protection dès lors qu'ils répondent au critère d'originalité tel que notre dispositif légal le prévoit. Les moyens de diffusion des contenus et/ou la personne à l'initiative de la création de ces contenus n'impactent pas la protection qu'il convient d'accorder à une œuvre dès lors que celle-ci est originale et donc susceptible de protection en droit de la propriété intellectuelle.

d) La création d'un titre européen du droit d'auteur

Le Groupe CANAL+ s'étonne de la proposition de la Commission de créer un « titre européen du droit d'auteur » (« European copyright title ») qui conduirait à harmoniser le droit d'auteur en Europe, alors que la pratique actuelle prouve qu'il existe plusieurs modèles selon les secteurs d'activités (cf. supra la distinction faite entre le secteur de la musique et celui de l'audiovisuel) et selon les spécificités nationales (langues, mode de gestion des droits différent d'un pays à l'autre...).

Cette proposition est d'autant plus surprenante que la notion de titre, connue en droit des brevets et des marques, n'existe pas dans le domaine de la propriété littéraire et artistique où une œuvre peut bénéficier d'une protection sans avoir au préalable fait l'objet d'un enregistrement.

En outre, la Commission invoque comme base légale pour la création d'un tel titre l'article 118 du traité de Lisbonne. Or, il n'est pas évident que cet article confère une base légale à la Commission, celui-ci ayant été initialement rédigé pour couvrir les questions de propriété industrielle.

e) Faut-il envisager des rémunérations alternatives ?

Le papier de réflexion mentionne la possibilité d'introduire des formes alternatives de rémunération, telles qu'une compensation pesant sur les fournisseurs d'accès à Internet pour la reproduction illégale de contenus sur leur plateforme ou le système qualifié de « *generalised flat rate* ». Une telle approche semble se rapprocher d'un système de licence légale auquel CANAL+ est opposé car il conduirait à imposer une gestion collective des droits de mise à disposition, niant par la même le droit exclusif des ayants droit d'autoriser ou non l'utilisation de leurs œuvres (cf. supra § 4 a i.). D'un point de vue économique, il n'est pas évident qu'un tel système permette de rémunérer de manière équitable les ayants droit, sauf à augmenter fortement les abonnements Internet.

Il serait tout à fait inopportun de mettre en place une telle proposition, qui pourrait être considérée comme une sorte d'incitation indirecte à télécharger illégalement des œuvres, alors qu'au même moment plusieurs États membres mettent en place des systèmes de lutte contre le piratage des œuvres (notamment la riposte graduée en France).

5/ La lutte contre la piraterie

Le Groupe CANAL+ regrette que le papier de réflexion de la Commission n'aborde pas la question fondamentale de la lutte contre la piraterie qui constitue indiscutablement un défi important et nécessaire au développement du marché des services en ligne.

Pour cela, il est aujourd'hui indispensable d'une part, d'encourager le développement des offres légales et d'autre part, de mettre en place des outils efficaces contre le téléchargement illégal et la piraterie.

Cette approche suivie en France par l'adoption de la loi HADOPI et qui fait aujourd'hui l'objet de réflexion dans plusieurs autres États membres pourrait être utilement complétée par une coordination au niveau européen.

En effet, outre l'aspect coercitif et dissuasif résultant du mécanisme de riposte graduée adopté en France, cette mesure a pour vocation de faire prendre conscience aux internautes que leurs modes de consommation sont souvent illégaux et de les inciter ainsi à modifier de tels comportements. C'est par une prise de conscience collective de la lutte contre la piraterie et des changements dans les modes de consommation des contenus que le marché des services de contenus en ligne pourra connaître un réel développement.