



L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #21 - Juin 2020

LE RÉFÉRENCIEMENT DES OFFRES LÉGALES SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE PROGRESSE MAIS LA VISIBILITÉ DES OFFRES ILLICITES RESTE FORTE

Dans le cadre de sa mission d'encouragement au développement de l'offre légale, l'Hadopi a évalué la visibilité de l'offre légale de films dans les moteurs de recherche, en actualisant une étude précédemment publiée en 2013⁽¹⁾. Cette nouvelle étude a été réalisée en deux temps : une étude quantitative a d'abord permis d'identifier les mots clés utilisés sur les moteurs de recherche par les internautes lorsqu'ils souhaitent trouver un film, puis les combinaisons issues de l'association entre les différents mots-clés et les films ont été testées pour la recherche de plusieurs films.

Ces travaux mettent en évidence une progression du référencement de l'offre légale : 33 % des sites référencés en premier résultat sont des sites dont le contenu relève de l'offre légale, contre environ 10 % en 2013. Il ressort cependant une certaine hétérogénéité des résultats, en fonction des mots-clés employés par les internautes dans leurs recherches, des types de moteurs de recherche utilisés, de l'ancienneté et de l'origine des œuvres.

(1) Linkstorm, 13 mars 2013, https://hadopi.fr/sites/default/files/import/HadopiFrD6News/files/Rapport_linkstorm.pdf

Un tiers des sites référencés en premier résultat de recherche renvoie vers des sites légaux

Le référencement des sites licites est à égalité avec celui des sites contrefaisants

Lors de la recherche d'un film sur Internet, un tiers (33 %) des premiers liens proposés par les moteurs de recherche renvoient vers un site licite référencé par l'Hadopi ou vers un site légal donnant directement accès à des sites référencés par l'Hadopi. L'étude des dix premiers résultats de recherche, correspondant aux résultats présentés sur la première page, montre une moindre présence de l'offre légale référencée, qui ne représente plus que 15 % des sites recensés. Les sites licites, mais non référencés par l'Hadopi, sont minoritaires

(2 % des liens proposés en premier résultat, 8 % des dix premiers résultats).

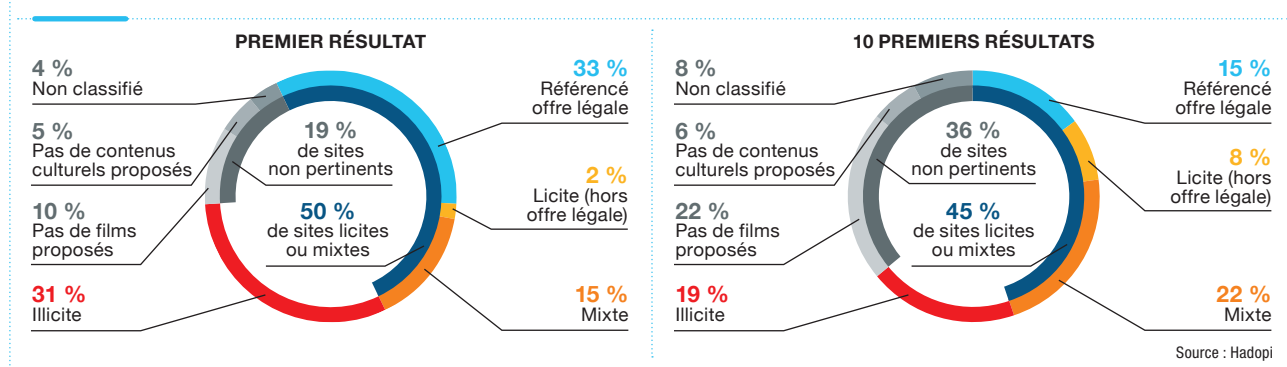
Néanmoins, les sites manifestement contrefaisants bénéficient d'une visibilité quasiment équivalente à celle de l'offre légale : un tiers (31 %) des liens proposés en premier résultat et un cinquième (19 %) des dix premiers résultats renvoient vers des sites illicites.

Les sites dits « mixtes », proposant des contenus pouvant être illicites ou mettant en ligne des contenus sans en garantir

la licéité, comme les plateformes de partage de contenus ou les réseaux sociaux, sont également proposés aux internautes par les moteurs de recherche : 15 % des premiers résultats de recherche et 22 % des liens dans le cas des 10 premiers résultats renvoient à un site mixte.

Dans le détail, YouTube est le site qui figure le plus fréquemment (19 %) parmi les dix premiers résultats de l'ensemble des requêtes effectuées, suivi par Allociné (11 %) et Wikipédia (4 %).

FIGURE 1 : LICÉITÉ DES PLATEFORMES RÉSULTANT DE LA RECHERCHE



Un cinquième des premiers sites proposés ne sont pas pertinents

Enfin, sur l'ensemble des résultats analysés, **une part importante de sites ne proposait pas d'accès à des contenus cinématographiques et ne répondait donc pas de manière**

pertinente à la demande : 19 % des sites proposés en premier résultat apparaissent comme non pertinents ; 36 % si on considère les 10 premiers résultats. Il s'agit de sites ne proposant

pas d'accès à des films, pas de contenus culturels de manière générale ou des sites non classifiés car peu recensés, qui sont donc par définition dénués de pertinence.

FOCUS

La mission de référencement de l'offre légale de l'Hadopi

L'article L. 331-13 du code de la propriété intellectuelle confie à l'Hadopi une mission d'« *encouragement au développement de l'offre légale* » dont l'article L. 331-23 précise le contenu : l'institution est notamment chargée de labelliser les offres légales et de les référencer sur Internet.

La procédure de labellisation, trop contraignante pour les acteurs de l'offre légale, n'ayant pas trouvé sa fonctionnalité, l'Hadopi a mis en place un système plus souple de recensement des offres apparaissant respectueuses des droits de propriété intellectuelle.

Ce recensement, dont les modalités sont précisées par la délibération n° 2017-06 du 13 juillet 2017

portant sur l'activité de référencement de l'Hadopi, se fonde sur des critères d'observations externes tels que le référencement par d'autres organismes publics, le nombre de demandes de notification et de retrait accessibles publiquement, la présence de mentions légales, la présence de conditions générales de ventes ou d'utilisation mettant en avant le respect du droit d'auteur et, le cas échéant, certaines limitations d'usages liées notamment aux mesures techniques de protection, l'accès à un système de paiement sécurisé, l'absence d'environnement présentant une dangerosité et, enfin, la revendication par le site lui-même de sa licéité et de l'efficacité de ses systèmes de notification.

L'Hadopi recensait ainsi plus de 450 sites et services apparaissant respectueux des droits de propriété intellectuelle au 31 décembre 2019, dont 80 services de vidéo à la demande.

Dans l'ensemble de cette étude, on entend par « offre légale », les sites labellisés ou recensés par l'Hadopi comme apparaissant respectueux des droits de propriété intellectuelle ainsi que les sites proposant un accès licite à des films, mais non référencés par l'Hadopi : il peut s'agir d'agrégateurs de contenus ou d'intermédiaires, comme des sites de critiques de cinéma renvoyant vers des offres légales.

I Méthodologie détaillée

Analyser la visibilité de l'offre légale est un complément nécessaire à l'observation des usages

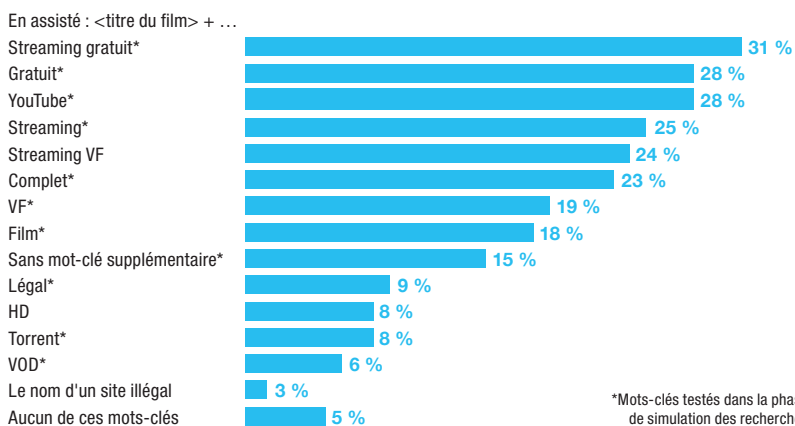
Le protocole d'étude mis en place a permis la simulation des recherches de films sur les moteurs de recherche, représentatives des comportements réels des internautes.

Dans un premier temps, **une étude quantitative a déterminé les principaux mots-clés utilisés lors de la recherche d'un film sur les moteurs de recherche** (titre du film + *complet, streaming gratuit, gratuit, VOD, etc.*, ainsi que le titre du film seul). Cette étude a été conduite par OpinionWay, via une enquête de type Omnibus réalisée en ligne les 6 et 7 mars 2019 auprès d'un échantillon de 1 051 répondants représentatifs de la population française, représentativité assurée par la méthode des quotas (INSEE enquête emploi).

Ensuite, **une simulation de recherches de films sur différents moteurs de recherche, telles que les ferait un utilisateur, a été effectuée**, à partir de 11 mots-clés associés à la recherche de 350 films, sur trois moteurs de recherche (Google, Bing et Qwant), durant quatre vagues hebdomadaires de tests. Cette phase a été réalisée par Blue Efficience du 2 au 26 avril 2019.

FIGURE 2 : MOTS-CLÉS UTILISÉS LORS DE LA RECHERCHE D'UN FILM SUR UN MOTEUR DE RECHERCHE (BASE : ENSEMBLE DES FRANÇAIS ÂGÉS DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE FILMS)

35 % DES CONSOMMATEURS DE FILMS EN RECHERCHENT EN TAPANT SON TITRE DANS UN MOTEUR DE RECHERCHE, SOIT 13 % DES FRANÇAIS



Au final, plus de 460 000 résultats de recherche ont été traités et l'échantillon redressé statistiquement sur des critères de parts de marché des moteurs de recherche, des mots-clés utilisés, de la nationalité des films, de la disponibilité

des œuvres et de leur récence, afin d'assurer sa représentativité. **L'analyse s'est portée sur le premier lien proposé ainsi que sur la première page de résultats** (soit les dix premiers résultats).

FIGURE 3 : PROTOCOLE POUR LA SIMULATION DU COMPORTEMENT DE RECHERCHE D'UN FILM PAR UN INTERNAUTE SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE



Les sites ont été regroupés en sept grandes catégories. Dans le cadre de ces travaux, le site Allociné, agrégateur

d'offres légales, et donc non référencé en tant que tel par l'Hadopi, a été cependant pris en compte en tant qu'offre légale

de contenus audiovisuels, afin de correspondre au mieux aux pratiques réelles des internautes.

FIGURE 4 : REGROUPEMENT DES SITES INTERNET PAR CATÉGORIE

Catégorie	Sous-catégorie	Définition
Site licite	Référencé offre légale	Site référencé par l'Hadopi
	Non référencé	Site proposant un accès licite à des films, mais non référencé par l'Hadopi
Site mixte		Site permettant l'accès à d'autres sites proposant des contenus pouvant être licites ou illicites ou mettant en ligne des contenus sans en garantir la licéité (plateformes de partage de contenus, réseaux sociaux ou sites de partage et de transfert de fichiers)
Site illicite		Site pouvant manifestement être utilisé à des fins de contrefaçon
Site non pertinent	Site ne proposant pas de film	Site ne mettant à disposition aucun contenu cinématographique. Il peut s'agir de sites ne donnant pas accès aux films mais produisant une information éditoriale cinématographique en lien avec ces contenus
	Site ne proposant pas de contenu culturel	Site ne proposant aucun contenu culturel, hors sujet

Moteur de recherche, mot-clé employé et nationalité du film ont un impact sur la visibilité de l'offre légale

Les résultats diffèrent selon le moteur de recherche utilisé

Les modalités de recherches exercent une forte influence sur les résultats des requêtes. En particulier, **les moteurs de recherche se distinguent par les**

contenus qu'ils référencent. Si Google représente l'immense majorité du marché et tend à être à lui seul représentatif des résultats d'une recherche par un

internaute, son moteur semble renvoyer vers des sites licites plus fréquemment que Bing et Qwant, mais également plus souvent vers des résultats non pertinents.

Les renvois vers des sites légaux dépendent fortement du choix du mot-clé

Le mot-clé utilisé a une forte influence sur la licéité des résultats proposés. De manière générale, l'association du titre d'un film à un mot-clé relevant du champ sémantique de la consommation illicite renvoie très largement à des sites manifestement contrefaisants.

à des sites illicites dans respectivement 78 %, 74 % et 69 % des cas étudiés. Néanmoins, certains mots-clés renvoient vers des sites référencés comme relevant de l'offre légale : VF dans deux tiers des liens référencés en premier résultat, *complet* dans 40 % et *gratuit* dans un quart (24 %).

renvoient massivement vers l'offre légale, mais l'impact de leur utilisation reste faible du fait de leur utilisation peu fréquente. C'est le cas du mot VOD qui, associé au titre d'un film, renvoie presque systématiquement (98 % des cas) à un premier résultat « offre légale », mais n'est employé que par 6 % des consommateurs de films ayant recours aux moteurs de recherche.

C'est particulièrement le cas pour les mots *streaming gratuit*, *torrent* et *streaming* qui renvoient en premier lieu

À l'inverse, **les mots-clés relatifs à la consommation licite, moins utilisés,**

FIGURE 5 : PART DES SITES LICITES ET ILLICITES EN FONCTION DU MOT-CLÉ UTILISÉ POUR LA RECHERCHE

Mot-clé relevant du champ...	<titre du film> + ...	Taux d'utilisateurs*	Part des sites relevant du champ			
			Illicite		Licite	
			1 ^{er} résultat	10 premiers résultats	1 ^{er} résultat	10 premiers résultats
Illicite >	streaming gratuit	31 %	78 %	46 %	8 %	20 %
	gratuit	28 %	31 %	18 %	27 %	18 %
	streaming	25 %	69 %	40 %	21 %	28 %
	complet	23 %	24 %	17 %	44 %	22 %
	VF	19 %	15 %	14 %	68 %	24 %
	torrent	8 %	74 %	39 %	3 %	8 %
Licite >	YouTube	28 %	0 %	1 %	0 %	2 %
	film	18 %	0 %	2 %	83 %	39 %
	titre seul	16 %	0 %	1 %	78 %	32 %
	légal	9 %	1 %	2 %	17 %	14 %
	VOD	6 %	0 %	1 %	98 %	74 %

NOTE DE LECTURE : 78 % des premiers liens recensés lors de l'utilisation du mot-clé « streaming gratuit [+ titre du film] » renvoient vers des sites illicites (46 % pour les 10 premiers liens). 83 % des premiers liens recensés lors de l'utilisation du mot-clé « film + [titre du film] » renvoient vers des sites légaux (39 % pour les 10 premiers liens).

*Taux d'utilisateurs parmi les consommateurs de films ayant recours aux moteurs de recherche.

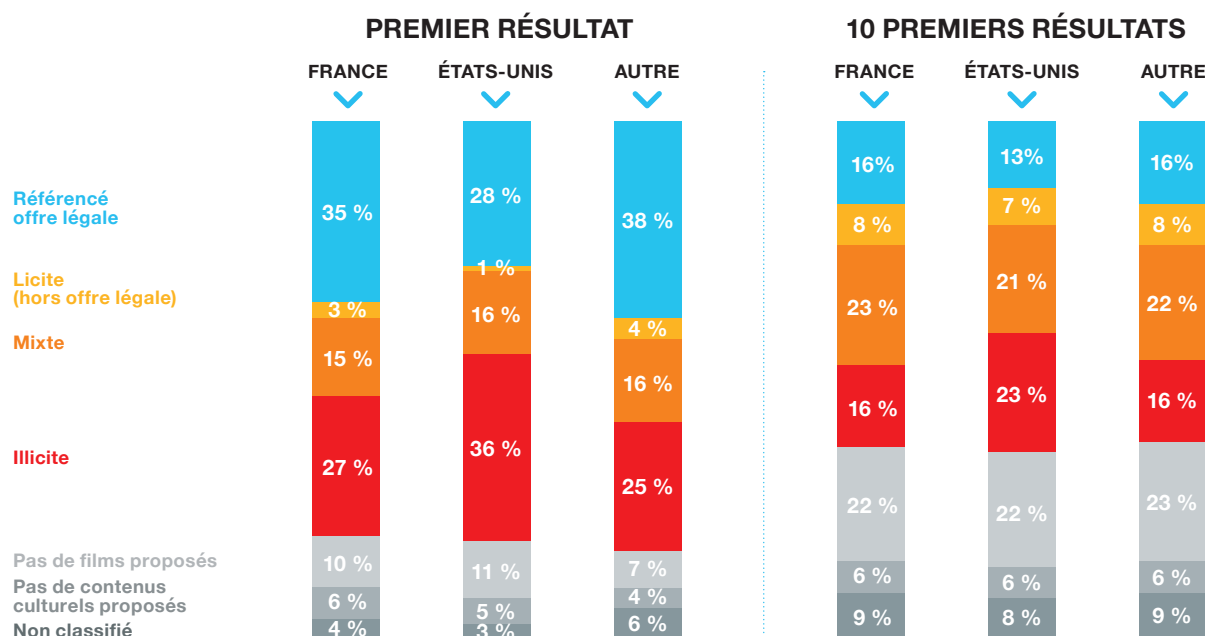
La recherche de films français renvoie davantage vers l'offre légale

Si la recherche d'un film français aboutit à une mise en avant de l'offre légale sensiblement identique à celle de l'ensemble des requêtes (environ un tiers des premiers résultats du corpus testé), **la recherche d'une œuvre nord-**

américaine renvoie plus souvent vers des sites illicites, à hauteur de 36 %, contre 27 % dans le cas de films français, révélant notamment une promotion plus prononcée des contenus américains par les sites illicites.

Dans le cas des 10 premiers résultats, ces proportions sont plus faibles, respectivement de 23 % et 16 %, du fait d'une part plus importante de sites ne proposant pas de contenus.

FIGURE 6 : LICÉITÉ DES SITES RÉFÉRENCÉS SELON LA NATIONALITÉ DU FILM



› Enseignements clés

- Un tiers des premiers sites référencés lors de la recherche d'une œuvre cinématographique sur un moteur de recherche renvoie vers des sites dont le contenu relève de l'offre légale. Ce résultat est en progression par rapport aux résultats observés en 2013, où l'offre légale représentait 10 % des résultats obtenus.
- **Néanmoins, l'offre illicite bénéficie d'une visibilité équivalente à celle de l'offre légale** : un tiers (31 %) des liens proposés en premier résultat et un cinquième (19 %) des dix premiers résultats renvoient vers des sites illicites.
- Des disparités importantes quant à la présence des offres légales dans les résultats de recherche demeurent selon les modalités de recherche, en particulier le mot-clé associé, la récence et l'origine du film.

Retrouvez les rapports complets des études sur le site de l'Hadopi

www.hadopi.fr

Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #20 : Technologies de reconnaissance de contenus : l'évaluation des systèmes d'empreintes appliquées aux contenus audiovisuels
- L'Essentiel #19 : L'offre OTT de contenus sportifs : un marché émergent en cours de structuration

Nous contacter : presse@hadopi.fr

Directeur de la publication :
Denis Rapone

Contributeurs à ce numéro :
Marion Ozanne, Irène Rasia, Raphaël Berger
et Aurélien Branger

Publications Hadopi :
Mission communication

Réalisation & fabrication :
agencezebra.com

ISSN 2646-831X

Hadopi

HAUTE AUTORITÉ POUR LA DIFFUSION DES ŒUVRES ET LA PROTECTION DES DROITS SUR INTERNET

4, rue du Texel - 75014 PARIS - www.hadopi.fr

Contact : presse@hadopi.fr [@InsidOpi](https://twitter.com/InsidOpi)