



## « Le Web participatif et les contenus créés par les utilisateurs : Web 2.0, wikis et réseaux sociaux »

**Le partage des contenus sur Internet :  
mythes et réalités**

*L'Association des services internet communautaires*

*Sacha.Wunsch-Vincent@oecd.org*

*[www.oecd.org/sti/digitalcontent](http://www.oecd.org/sti/digitalcontent)*

*[www.oecd.org/futureinternet](http://www.oecd.org/futureinternet)*

# I) LE CADRE ECONOMIQUE ET POLITIQUE DU WEB PARTICIPATIF



"Réunion Ministérielle de l'OCDE Le futur de l'économie Internet"  
Séoul, Corée, 17-18 juin 2008



- Convergence
- Créativité
- Confiance
  
- Réaffirmer  
l'importance du  
secteur et de  
l'utilisation des TIC



## Déclaration OCDE de Seoul: Créativité

1. Nouvelles formes de participations civiques
2. Maintien d'un environnement ouvert pour la libre circulation de l'information, la recherche, l'innovation et de nouveaux modèles de collaboration.
3. Rendre le contenu du secteur public plus accessible
4. Cadre réglementaire de propriété intellectuelle qui concilie les intérêts des prestataires et des utilisateurs, sans pénaliser les modèles d'affaires innovants
  - Analyser plus profondément la gouvernance des droits intellectuels.

## **II) LE WEB PARTICIPATIF ET LE CONTENU NUMERIQUE**

# Impacte du web participatif sur l'économie et le contenu

- Internet force motrice pour la **créativité**:
  - la création, la diffusion et l'accès au contenu (à l'échelle mondiale)
  - la culture française à portée de main à travers le monde entier
  - nouveaux rôles pour les créateurs, nouvelles formes de contenu, interactivité
- Mais aussi le **piratage** qui peut nuire à la création artistique



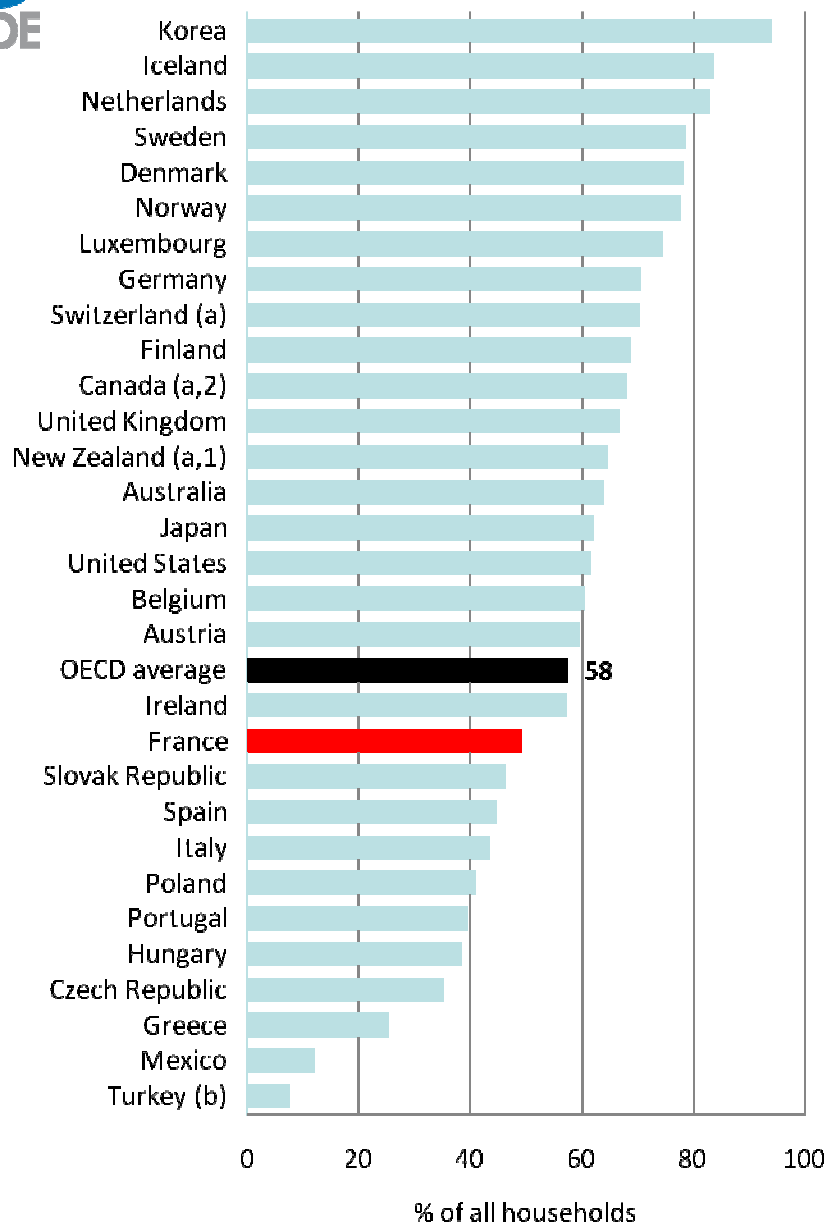
# La France se porte très bien au niveau international

- The **fastest average advertised download speeds** are in Japan (93 Mbit/s), France (44 Mbit/s), Korea (43 Mbit/s)
- **Japan, France, Sweden have the least expensive offers per Mbit/s**
  - o Japan: USD 0.13
  - o France : USD 0.33
- **Fibre:** La France comprend les enjeux de la fibre
- **Mais** il faut renforcer la concurrence dans le domaine des **télécommunications mobiles**

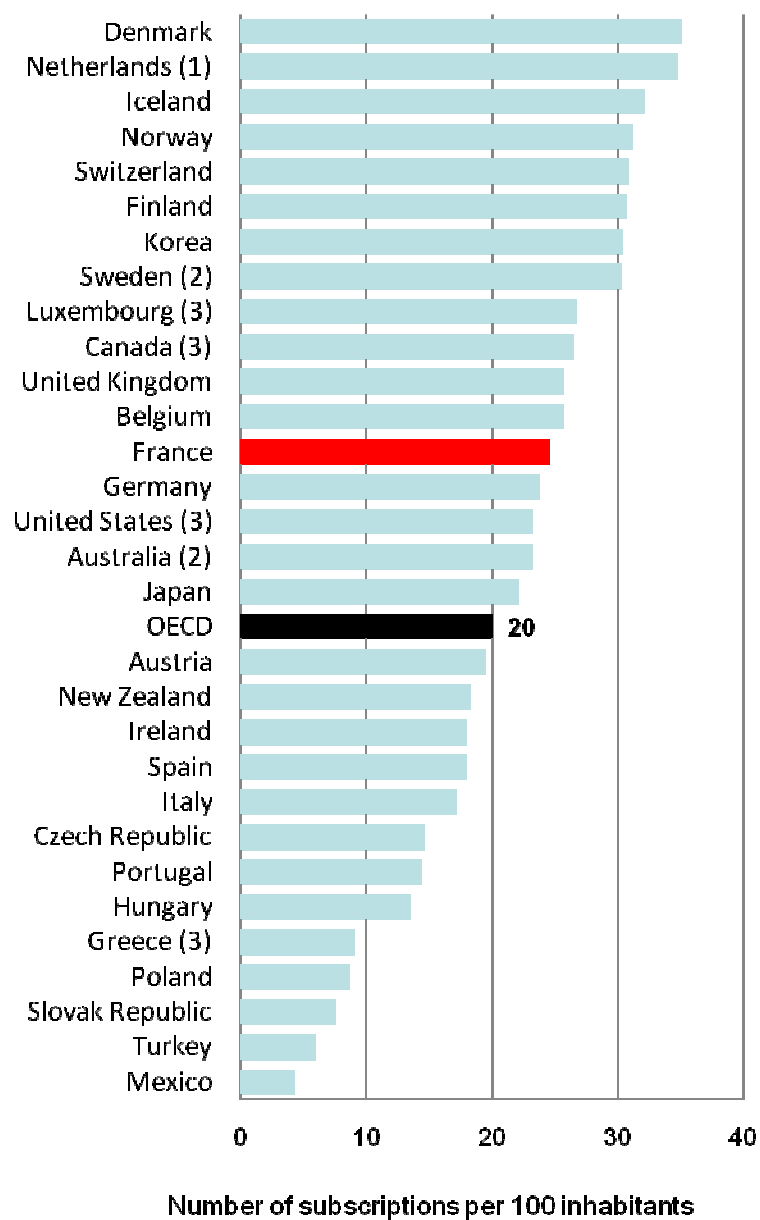




### Households with home access to the Internet, 2007



### Broadband subscriptions, 2007



**ZONE Blanches**

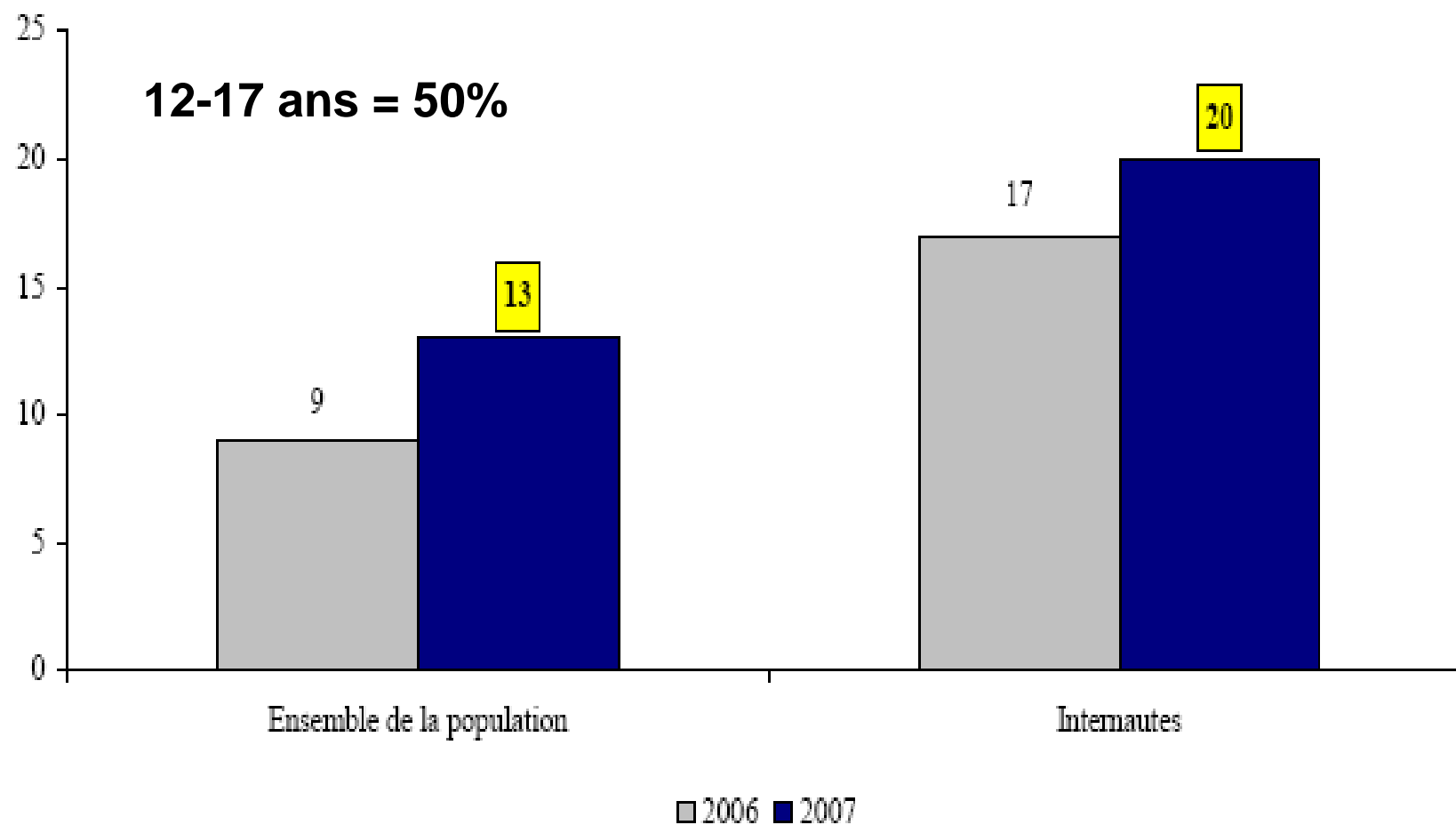


## Explosion de contenu auto-cr  

- Parmi les dix pages web avec le plus de croissance   travers toute l'OCDE
- Etats-Unis: 55% sont sur un site communautaire
- Les plus actifs se sont les jeunes de **12-29 ans**
- Femmes très impliquées
- Centaines de millions de créations sous contrats flexibles de droit d'auteur (Creative Commons)
- Plus de lecteurs que de créateurs

## Proportion de personnes ayant créé un *blog* ou un site personnel, au cours des 12 derniers mois

(en %)



Source : CREDOC, enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

# La France se porte très bien au niveau international



## **II) L'IMPACT DU WEB PARTICIPATIF ET DU CONTENU NUMERIQUE**



# La France se porte bien au niveau international

- Un des marchés les plus innovants en ce qui concerne les offres de contenu légitime
  - Neuf Music: **La musique en téléchargement illimité**
  - Free: **Service de vidéo à la demande en abonnement mensuel (5,99€/mois).**
  - Orange: **Dessins animés en accès illimité pour 4.90€/mois**

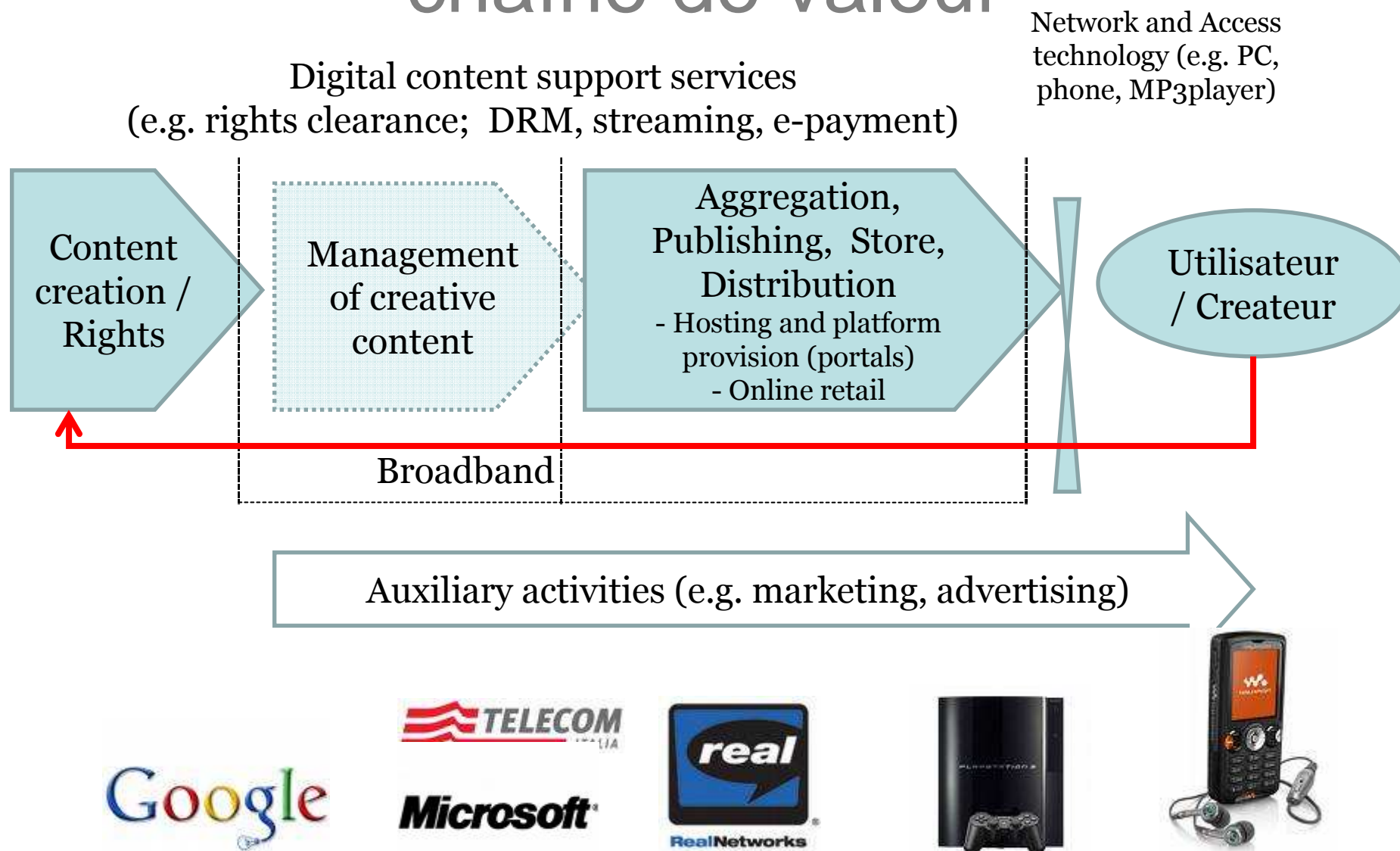




## Offres légitimes: le moyen le plus efficace pour lutter contre le piratage

- Encore loin du but du *‘contenu disponible à toute heure, partout et à travers toutes les plateformes’*
- **L’ordinateur** toujours point d’accès essentiel
- Les catalogues du contenu en ligne sont toujours **modestes** et il y a beaucoup de **limites d’accès géographiques**
- **Concentration** de plateformes en ligne et manque d’interopérabilité

# Changements radicaux dans la chaîne de valeur



# Nouveaux modèles d'affaires

1) Voluntary donations and contributions

2) Digital content sales (pay-per-track, pay-per-view, pay-per-game, etc.)

3) Subscription-based revenues

4) Advertising-based revenues

5) Selling goods and services (including virtual items) to the audience

6) Selling of user data and customised market research

7) Licensing content and technology to other providers



# Impact sur l'industrie du contenu

	<b>Jeux Vidéo</b>	<b>Film et vidéo</b>	<b>Musique</b>	<b>Publicité</b>
<b>Revenu au niveau mondial 2006</b>	USD 38 Milliards	USD 84 Milliards	USD 32 Milliards	USD 445 Milliards
<b>Croissance du marché 2005-06</b>	19%	3%	- 5%	5%
<b>Revenu en ligne 2006</b>	USD 6.5 milliards	Marginal	USD 5.9 milliards	USD 31 milliards
<b>Croissance du marché en ligne 2005-06</b>	28%	>100%	81%	28%
<b>Pourcentage du marché en ligne</b>	17%	Marginal	18%	7.5%

# Impact du web participatif à travers la chaîne de valeur

Consumer electronics and ICT goods
Software producers
ISPs and web portals
UCC platforms and sites
Users & Creators
Traditional media
Professional content creators
Search engines
Web services that profit from UCC
Advertising
Marketing and brands



# Impact du web participatif au-delà de la chaîne de valeur



# Web participatif: Crise de la culture?

- Quels sont les impacts sur la culture, la créativité et non pas seulement l'impact sur certaines industries du contenu?
- Manque d'analyse économique - empirique

## III) Cadre politique

1. Promouvoir la R&D, innovation et la technologie
2. Favoriser la concurrence
3. Développer l'infrastructure
4. Adapter le cadre réglementaire
  1. Droits intellectuels
  2. Données privées, contenus violents
5. Améliorer les statistiques



# Les défis au niveau de la protection de la propriété intellectuelle

1. L'utilisateur diffuse des œuvres protégées sur les sites communautaires
2. L'utilisateur utilise des contenus protégés dans ses créations artistiques, culturelles ou autres.
  - Derivative works
  - Dans certain cas précis, couverts par les exceptions au droit d'auteur et aux droits voisins
    - fins pédagogiques, etc.
    - Conception plus large: Fair use
3. L'utilisateur crée des contenus entièrement nouveaux
  - Quelle est la **responsabilité des sites du web 2.0?**



# Responsabilité des infomédiaires

- Principle of safe harbour
- Principle of contributory liability : editing (US Supreme Court Ruling versus Grokster), or deriving revenues (e.g. advertising-related)
- Risks of take down notice and filtering procedures



# La France mène un débat intéressant

- Accords + Rapport Olivennes: Débat entre participants de la chaîne de valeur
- l'Autorité de régulation des mesures techniques
- Procédure de « riposte graduée »
  - Role des intermédiaires – Mandat OCDE
- La mise en pratique de quelques idées est problématique:
  - Filtrage au niveau du réseau
  - Atteinte à la vie privée– contrôle d'une liste rouge





# US Digital Millennium copyright act

- **DMCA Safe Harbor Provisions**
- **Take down notice and counter notice**
- **Termination policy**
- limitations on liability on the one hand and preserving the privacy of their subscribers, on the other.