

## PIRATAGE

### Reconquérir le terrain gagné par les pirates

Le piratage a un impact économique direct, négatif et croissant sur les cinémas dans le monde entier. D'après certaines études économiques, l'élimination du piratage pendant la période d'exploitation en salle aux États-Unis augmenterait les chiffres des entrées de 16% (\$1,3 milliard par an)<sup>1</sup>. L'extrapolation de cette estimation au niveau mondial donne une perte annuelle en entrées d'un montant de \$5,0 milliards. Alors que le temps et l'argent du consommateur sont de plus en plus âprement disputés et que le box-office est de plus en plus imprévisible, les entrées au cinéma subissent une énorme pression. Les pertes supplémentaires occasionnées par un piratage en hausse représentent une menace fondamentale pour la pérennité financière des cinémas. Les producteurs et distributeurs courent un risque financier encore plus grand, car le secteur du divertissement à domicile souffre encore davantage du piratage. La lutte contre le piratage est une priorité commune des exploitants de salle et des studios.

Les avancées technologiques ont permis d'accroître à la fois la qualité et la disponibilité des copies illégales de films, tout en rendant plus attractifs et fonctionnels les boutiques virtuelles vendant ces dernières et les services soutenus par la publicité les proposant gratuitement. De plus en plus de consommateurs obtiennent sans le savoir des copies illégales par le biais de services populaires comme les applications de streaming Popcorn Time, les boîtiers Kodi et les sites de file-sharing comme WatchMoviesOnline.cc. Dans les jours suivant la sortie en salle, des copies piratées à la caméra sont largement disponibles, souvent sous-titrées en plusieurs langues. La distribution sous forme dématérialisée étant en expansion partout dans le monde, les services distribuant des copies illégales de films améliorent sans cesse la qualité des fichiers.

Afin de réduire le piratage, il est indispensable d'informer le consommateur à propos des services illégaux, ainsi que de le persuader de faire le bon choix le moment venu. Pour les exploitants de salle, la meilleure pratique de lutte contre le piratage consiste à proposer un produit premium et à vendre l'expérience du film visionné au cinéma. Les propriétaires et exploitants de salle doivent convaincre le grand public que se rendre au cinéma pour vivre le film sur grand écran dépasse largement ce que peut procurer une forme pirate du produit éventuellement disponible. Si les exploitants parviennent à convaincre le public des salles grâce à un service de qualité supérieure, à des possibilités de restauration

---

<sup>1</sup> Liye Ma, Alan L. Montgomery et Michael D. Smith, « The Dual Impact of Movie Piracy on Box-Office Revenue: Cannibalization and Promotion, » *Carnegie Mellon University*, (juin 2015).

intéressantes et distinctives, à une atmosphère animée et à une foule d'autres facteurs, ils pourront regagner du terrain sur le piratage.

La seconde priorité afin de réduire le piratage est de traduire davantage en justice ceux qui s'adonnent à l'enregistrement illégal et à la distribution illicite. A une époque d'austérité fiscale et de resserrement des budgets municipaux pour de nombreuses autorités publiques dans le monde, le crime en col blanc, dont le piratage d'œuvres cinématographiques, ne reçoit pas toujours l'attention qu'il mérite. Il existe cependant des exemples, que la Global Cinema Foundation peut aider à faire connaître, dans lesquels les forces de l'ordre locales ont réalisé une importante réduction du piratage.

La troisième option consiste à s'assurer le soutien d'autres acteurs du secteur, comme des annonceurs qui financent sans le savoir des services de file-sharing par le biais de réseaux de publicité en ligne et des fournisseurs d'accès à internet qui autorisent le trafic en provenance de services de distribution illégaux notoires.

## **Position de la Global Cinema Federation**

La Global Cinema Federation abordera les questions de piratage selon les principes suivants :

1. Le piratage constitue depuis longtemps une menace significative pour notre secteur et les progrès de la technologie l'ont fortement aggravée. Toutefois, les pertes au box-office en faveur des copies illégales **ne sont pas inévitables**. Nous pouvons – et devons – œuvrer de concert contre le piratage en nous fondant sur les succès remportés partout dans le monde. Un cas prouvant l'efficacité de la coopération entre exploitants de salle et pouvoirs publics est celui du Canada qui a procédé à la révision de ses lois en matière de droits d'auteur en 2012. Depuis, non seulement le piratage est devenu un phénomène négligeable, mais la consommation de contenus légaux a, en outre, fortement augmenté dans le pays.
2. Les exploitants sont en première ligne quand il s'agit de lutter contre le piratage au caméscope, source de la plupart des copies illégales obtenues pendant l'exploitation en salle. En partenariat avec la MPA et les forces de l'ordre locales, des équipes en salle ont réussi à dissuader et à détecter les tentatives et l'intervention des services de police a permis des arrestations et des condamnations amenant les auteurs à renoncer à leur activité. La Global Cinema Federation diffusera les meilleures pratiques de formation du personnel des salles et les pratiques opérationnelles, ainsi que les modèles efficaces de collaboration avec les forces de l'ordre pouvant être adoptés dans d'autres marchés.

3. Les cinémas sont également les ambassadeurs du secteur auprès des consommateurs, et qu'en tant que tels ils peuvent informer du coût du piratage. Les exploitants de salle sont mieux placés que quiconque pour donner un visage au coût du piratage et mieux faire apprécier la valeur de l'achat commercial. Ils doivent être capables de montrer aux visiteurs que voir un film en salle dépasse de loin l'« avantage » apparent d'une version piratée. Les exploitants devraient remercier les visiteurs pour leur choix. La Global Cinema Federation prépare un portail en ligne destiné à présenter les meilleures pratiques en matière de marketing des salles et les supports publicitaires associés.
4. Les exploitants et la Global Cinema Federation s'associeront aux organisations professionnelles et aux publicitaires locaux pour que la publicité licite ne figure pas sur des contenus piratés. (Aux Etats-Unis notamment, les exploitants travaillent avec l'Association américaine des agences de publicité.)
5. La Global Cinema Federation et ses membres plaideront constamment et diligemment auprès des autorités locales et des forces de l'ordre en faveur de lois pénalisant les faits de piratage. En outre, la Global Cinema Federation et ses membres défendront également une application stricte de ces lois.
6. La Global Cinema Federation encouragera les fournisseurs d'accès à internet à surveiller activement les services qu'ils fournissent pour y détecter les contenus piratés. Si de tels contenus sont découverts, les fournisseurs d'accès à internet doivent agir sans délai en les supprimant et en se coordonnant avec les instances légales ad hoc.

### **Possibilités d'éducation et de représentation**

1. Promouvoir les initiatives de lutte contre le piratage et l'information par le biais des canaux des salles de cinéma (en salle, dans les médias sociaux, communiqués de presse aux investisseurs, etc.).
2. Les exploitants de salle ont la responsabilité de dûment former leur personnel à identifier et prévenir le piratage. Ils peuvent envisager d'utiliser une forme de système de rétribution pour inciter leur personnel à redoubler de vigilance à ce sujet.

3. Les exploitants de salle s'associeront à leurs bailleurs locaux (centre commerciaux, promoteurs immobiliers, etc.) pour présenter les salles de cinéma comme de véritables centres de la vie sociale. Les salles se mettront en avant en tant que lieux de détente sûrs pour les enfants et les adolescents.
4. Les exploitants de salle prendront position de manière proactive pour informer le grand public à propos du tort causé par le piratage à l'économie locale. Ils doivent l'informer sur la façon dont le piratage nuit au bien-être économique de son prochain et, par extension, à celui de la collectivité.