

## *Conférence de Presse*

### COPIE PRIVEE

*1<sup>er</sup> mars 2006*

Nous vous remercions tout d'abord d'avoir accepté de partager avec nous les résultats d'une étude que nous avons commandée, à l'institut CSA sur les usages des contenus audiovisuels.

C'est en fonction de ces analyses que, bien naturellement, les constructeurs du SIMAVELEC déterminent et détermineront leurs positions.

Globalement les fondamentaux que nous défendons reposent sur une idée simple : **avec le numérique, il n'y a plus de lien direct entre les capacités de mémoire mises sur le marché et les usages qu'en font les consommateurs.**

Autrement dit, sur tous les produits numériques commercialisés, plus encore demain qu'aujourd'hui, seront intégrées des capacités de mémoires considérables (avec des algorithmes de compression toujours plus sophistiqués) dont l'utilisation par le consommateur sera, non seulement réduite, mais encore indéterminée (en permettant de « stocker » toute forme de données).

Avec cette étude nous avons souhaité conforter ou infirmer l'hypothèse, d'une **stabilité de la copie, et principalement de la copie privée** qui, pour nous, apparaissait comme une évidence (puisque rappelons-le une journée n'a toujours que 24 heures et l'homme deux oreilles).

Quelques résultats partiels « à chaud » ont d'ores et déjà été présentés à la Commission L311-5, dite de la copie privée.

Lors des prochains « débats » de cette commission, ces analyses seront étudiées dans le détail. Je vous rappelle que cette commission est en charge de fixer le montant des « taxes » versées aux ayants droit via principalement SORECOP et Copie France.

Le déroulé de l'étude comportait en fait 6 blocs de question en « cascade ».

Sur un échantillon représentatif de 1003 personnes, la première question avait trait aux matériels possédés ou aux abonnements audiovisuels contractés. Ce qui était ici recherché était de positionner le parc et son évolution à court terme.

Le deuxième bloc de questions avait pour objectif de profiler quantitativement la capacité de stockage (avec une segmentation par matériel).

Avec le troisième bloc il était demandé de qualifier le type de contenu stocké et d'analyser sa répartition.

Le quatrième bloc consistait à estimer en équivalent album ou film ce qui était stocké par les utilisateurs.

Avec le cinquième bloc, il était demandé au panel d'indiquer l'évolution de leur usage de copie.

Et enfin le sixième bloc était relatif aux quantités de CD audio ou DV vidéo préenregistrés acquis par les consommateurs pour les comparer aux volumes stockés.

L'enquête téléphonique, d'une durée d'environ 20 minutes, intégrait également des questions collatérales comme la source d'enregistrement (CD ou DVD préenregistrés, Internet...), le temps de conservation des œuvres...

Pour répondre à la première question : quels « équipements » possédez-vous ?, il était proposé une liste de 21 items (que par mesure de commodité de présentation nous avons séparés en 2 regroupements) (cf. pages 3 & 4). Le premier chiffre à gauche représente l'équipement aujourd'hui, le second à droite l'intention d'acquisition à 12 mois.

Le top 5 des « équipements » les plus répandus a plutôt trait au monde de la téléphonie et de l'informatique (il importe de noter la très forte croissance des accès déclarés à Internet haut débit) entre 20 à 40 % de taux d'équipement on se trouve plus volontiers dans le domaine du contenu et de l'électronique grand public (avec le caméscope numérique à 30 % de taux de pénétration, les baladeurs audio/vidéo à mémoire flash à parité avec les ordinateurs portables, avec une possession par un quart du panel interrogé).

Dans le second bloc (en dessous de 20 % du parc) il est à noter une forte percée des décodeurs TNT et des scores, somme toute encore aujourd'hui, modestes des baladeurs audio/vidéo MP3 à disque dur et surtout les graveurs DVD de salon à disque dur.

A noter qu'un zoom sur la population des 15-35 ans (406 individus) révèle un positionnement similaire mais légèrement accentué tant en parc actuel qu'en intention d'achat.

La deuxième salve de questions permettait de réduire l'entonnoir ; ce qui était ciblé alors était non pas tout le matériel, mais uniquement le matériel de stockage, avec en sous-question : utilisez-vous ce matériel ? (cf. page 5.).

Sur 1003 personnes interrogées, **environ les 2/3 (688 exactement), déclarent posséder des appareils d'enregistrement.**

Sur cette base de 688, à peu près la moitié (**372**) **déclare se servir de ces matériels d'enregistrement** (dont 1/3 [130 déclarants] indique une utilisation fréquente).

Une des premières indications de cette analyse est de montrer que toute chose égale par ailleurs, **le comportement d'enregistrement n'est pas un phénomène généralisé ; Seul 37 % de la population déclare avoir recours au stockage.**

Le troisième grand volet du questionnaire avait pour but de préciser davantage le périmètre de l'étude, les questions ayant trait cette fois-ci aux capacités de stockage des matériels.

Autant il était aisé pour le « panéliste » de répondre aux interrogations précédentes, autant sur ces questions précises le taux d'enquêtés qui hésitaient à répondre s'avère être conséquent (cf. tableau page 7).

Ainsi, par exemple, sur la capacité de stockage d'un ordinateur de bureau, seul 1 enquêté sur 2 peut apporter une réponse, ou encore 2 sur 3 sur les baladeurs audio-vidéo à mémoire flash ou sur les mémoires flash elles-mêmes et 1 sur 3 sur les téléphones mobiles ou les smartphone.

Sur les tableaux présentés, quels sont les principaux enseignements à tirer ?

Ils sont de trois ordres : un quantitatif, deux qualitatifs.

Quantitativement la moyenne de stockage pour l'informatique est de l'ordre de 100 Go (et de 65 Go en médiane – pour une proportion de ménages équipés d'environ 50 %).

Dans l'univers des récepteurs de salon, la capacité moyenne de stockage est proche de 80/90 Go (avec une médiane à 65 Go, sur une population équipée d'à peu près 2 %).

Pour les produits liés au nomadisme, la capacité oscille autour de 5 Go.

Qualitativement, d'autre part, deux points tout à faire cruciaux sont à mettre en exergue :

Un point technique, la différence entre les taux moyens et les taux médians.

La moyenne se calcule en sommant les données et en les divisant par le nombre de données, alors que la médiane divise la série en deux « morceaux » de même taille.

En fait la médiane lisse les extrêmes, leur donne moins d'importance, **la médiane reflète le comportement de la majorité**, alors que la moyenne intègre tous les individus, même ceux minoritaires, qui ont des comportements « atypiques » (comme les très gros consommateurs ou les très petits).

Dans les données de l'enquête, **on perçoit ainsi un fort écart entre médiane et moyenne, ce qui est dû aux surconsommateurs**. Ainsi par exemple pour le baladeur audiovisuel MP3 à mémoire flash (population répondante 229 – moyenne de capacité 1,4 Go, médiane de capacité 0,3).

Le second point qualitatif se trouve indiqué sur le tableau suivant (cf. tableau page 7) et est relatif aux réponses à la question : « estimez-vous cette capacité suffisante ? ».

**Dans neuf cas sur dix la réponse est positive.**

De cela on peut conclure que **toute capacité acquise supplémentaire ne relève pas d'un nouvel usage, d'un nouveau besoin**, mais est davantage liée à une sollicitation marketing (la comparaison avec un véhicule automobile pouvant atteindre 200 ou 250 km/h alors que le besoin n'est que de rouler au maximum à 130 km/h, est « éclairante »).

Pour être plus précis, d'après les enquêtes, « **l'idéal** » de capacité est pour la musique de **4 Go en médiane (représentatif de la population)** et de 35 Go en moyenne (représentatif plutôt des extrêmes) et **pour la vidéo de 49 Go en médiane et 87 Go en moyenne**.

Le quatrième bloc de questions permettait de faire la transition entre matériel et contenu. Il était demandé à ceux qui enregistraient (rappelons que l'échantillon interrogé représente sur ce périmètre 372 individus), quel type de contenu était stocké (cf. page 9).

Sept items étaient proposés : musique, jeux vidéos, images animés, écrits hors créations personnelles, écrits créations personnelles, images fixes (tout type, personnel ou non-libre de droit) et enfin données chiffrées.

Les résultats sont en partie surprenant, car la première utilisation se révèle être l'image fixe (la photo) qui couvre 26 % des capacités (cette donnée s'explique par le poids prépondérant de l'informatique dans le total des capacités) puis vient, à peu près au même niveau, la musique (le quart des capacités avec une pointe à 57 % pour l'univers de l'électronique grand public) puis les écrits créations personnelles, l'image animée à un niveau similaire aux données chiffrées...

Même si c'est avec une certaine approximation (due aux images fixes qui ne sont pas en majorité dans le domaine public), on peut estimer que **plus de 50 % de ce qui est stocké se révèle a priori être libre de tout droit de tiers** (ce qui contraint encore le périmètre étudié).

Le cinquième bloc de questions permettait encore de descendre dans l'entonnoir et conduisait à quantifier, sur la musique et sur l'image animée, ce qui était stocké ; ceci étant mesuré en équivalent albums enregistrés et équivalent films stockés (cf. page 11).

Là aussi force est de constater qu'il y a le « tout-venant » des copieurs (la médiane) et le poids plus que conséquent des surconsommateurs (la moyenne) dont on étudiera ultérieurement le comportement d'achat.

En général **la population ciblée stocke, par mois, environ deux albums (trois pour les surconsommateurs) et un film (deux pour les surconsommateurs).**

Nous n'avons pas posé la question de savoir si le consommateur, faute d'avoir enregistré un contenu, l'aurait acheté, la réponse à cette interrogation relevant d'un jugement presque moral n'aurait eu que peu de signification statistique ; nous avons appréhendé le comportement à travers des questions liées aux pratiques d'achat de CD et DVD préenregistrés (cf. page 12).

Que ce soit en audio ou en vidéo, **on observe une forte corrélation entre achat et stockage : les plus gros acheteurs de DVD et CD enregistrés sont également les plus gros stockeurs.**

Pour nos calculs, il importe de préciser que l'échantillonnage a été réalisé, non sur la population totale mais sur les plus de quinze ans, avec probablement une certaine indétermination due au fait que la personne interrogée pouvait répondre pour le foyer et non uniquement pour ses achats personnels.

Ainsi, sur les 1003 personnes interrogées on constate des achats mensuels de 1,8 CD et de 1,2 DVD préenregistré ; sur les mêmes questionnements (sur des échantillons de 241 personnes pour la musique et de 141 pour la vidéo) les « stockeurs » acquiert 3,1 CD et 2,25 DVD par mois, soit presque le double de la population.

Si ce n'était par trop novateur, on pourrait conclure que **les « stockeurs » créent davantage de valeur qu'ils n'en détruisent** (cet aspect étant encore amplifié par un niveau de marge pour les ayants droit bien plus conséquent en acquisition d'une œuvre préenregistrée par rapport à ce qui est versé en « compensation » pour un support vierge).

Sans même évoquer la césure qu'il importe de réaliser entre copie privée (licite) et copie tout court (qui intègre tous types de comportements à travers toute source), **ces données relativisent le catastrophisme de certains des intervenants de la filière** (ou plutôt ne permet pas de s'en remettre à la raison : « copie », pour expliquer les contre-performances de commercialisation).

Et enfin le dernier bloc de questions cible l'usage des contenus stockés : autrement dit allez-vous plus ou moins (ou autant) écouter ou regarder les contenus stockés ?

La réponse à cette interrogation ne donne prise à nul doute (cf. page 14) : **pour la plupart des interrogés il y aura demain un temps équivalent à consacrer à l'écoute ou au visionnage de ce qui a été stocké que celui qui y est consacré aujourd'hui : les comportements d'usage sont stables dans le temps.**

(ceci étant probablement à mettre en relation avec l'accroissement des flux d'image et de son permis par la numérisation du signal – exemple : 18 chaînes gratuites grâce à la TNT au lieu des 5 en début 2005).

De nombreuses autres questions ont été posées concernant notamment les sources utilisées pour la copie (P2P...), les temps de conservation des œuvres..., c'est avec plaisir que nous répondrons à toutes vos questions.

Quels sont les grands enseignements de l'ensemble de ces données ?

Etant donné, ainsi que nous l'avons établi, que **l'usage d'écoute et de visionnage est stable dans le temps, il n'y a aucune raison valable pour que les sommes versées aux sociétés de perception des ayants droit soient orientées à la hausse.**

Le socle de base est au minimum **une stabilisation des montants perçus** par les représentants des ayants droit au niveau actuel, toute augmentation représenterait un gain sans cause, sans aucun fondement en terme d'usage.

Rien ne permet donc de soutenir de bonne foi que, du fait que les capacités de mémoire intégrées aux produits augmentent sans cesse, il serait naturel que les gains des ayants droit varient à la même vitesse ou à peu près (les taux d'abattement relevant en grande partie de l'empirisme).

En revanche il est légitime de s'interroger sur **les causes de la mise à disposition de capacités de mémoire sans cesse plus importantes.**

Il existe deux sources pour expliquer « l'inflation » de mémoire : l'une à trait aux conditions économiques et au marketing, l'autre relève d'une démarche davantage technologique.

Dans le monde industriel, la réalité concurrentielle pousse chaque constructeur à se différencier par rapport aux autres compétiteurs.

Cette différenciation est d'autant plus nécessaire que les produits (finis) ont tendance à se banaliser de manière de plus en plus rapide ; **la montée en gamme est une des voies privilégiées de différenciation** – toute chose égale par ailleurs, tous secteurs commercialisant des produits de masse doivent répondre aux mêmes défis, ainsi pour les véhicules automobiles, la course à la puissance est un des critères pour distinguer les constructeurs les uns des autres, en sachant que la puissance « utile » et utilisée ne peut aller au-delà de 130 km/h.

Cette montée en gamme est d'autant plus réelle que le prix des composants (des mémoires) suit les évolutions décrites dans la loi de Gordon Moore, qui lie : doublement de puissance en 18 mois et variation des prix.

Le tableau ci-après permet de mieux visualiser ces mouvements, trois éléments sont mis en relation, la « norme » du marché en terme de capacité (taille moyenne de mémoires en méga octet) le prix moyen de vente (en \$) et le rapport entre les deux (ce qui revient à quantifier le prix du « méga octet ») et ceci sur plusieurs années.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
« norme » en capacité	26	29	53	90	167	270
prix d'acquisition	41	20	21	27	25	27
prix / capacité	1,55	0,7	0,4	0,3	0,15	0,1

Source : Décision

Le taux annuel de croissance sur la période est de + 59 % en capacité de mémoire (soit une augmentation de 940 %), alors que le prix d'acquisition décline tendanciellement de 8 % et le prix du « méga octet » s'écroule de 1,55 à 0,1 \$ en l'espace de 5 ans.

Autrement dit pour le même prix vous en avez aujourd'hui pour dix fois plus, dix fois mieux qu'hier (le tableau précédent qui ne concerne que les mémoires flash est parfaitement extrapolable à toutes les autres sortes de mémoires).

Les évolutions économiques sont telles que les hausses de capacité sont « avalées » à une vitesse considérable et que les repositionnements marketing sont par-là même rendus sinon aisés du moins moyennement complexes.

**La seconde source de l'augmentation des capacités est davantage liée aux conditions de réception des contenus transmis avec des qualités techniques variées** (ceci étant dû d'ailleurs à la généralisation de la numérisation).

Le meilleur exemple est celui du passage de la réception (et donc indirectement du stockage) en simple définition à la réception en haute définition.

Dans un mouvement quasi-complémentaire à cette montée en qualité, une orientation inverse est également perceptible, pour des rendus de moindre performance.

Le tableau ci-après pour un même contenu reflète, selon la qualité de réception, la capacité de mémoire nécessaire sur la vidéo puis sur l'audio.

	Réception mobile	Réception simple définition	Réception HD	Rapport HD / mobilité
Vidéo	100 méga	3,5 giga	100 giga	<b>1/1000</b>

	Compression (mobilité)	Compression simple définition (CD audio...)	Compression HD (super CD audio...)	Rapport HD / Mobilité
Audio	1 méga	5 méga	10 méga	<b>1/10</b>

**Cette variabilité de la puissance n'est donc en aucun cas liée à l'usage et encore moins aux préjudices, mais bien aux nouvelles conditions technologiques et notamment à la qualité souhaitée.** Elle ne crée aucun préjudice induit.

Les deux éléments ci-dessus listés militent donc activement, comme tout ce qui est lié au numérique pour une « **déconnexion** » entre **l'évolution des capacités de mémoire et les usages**.

Les conséquences de cette déconnexion doivent être liées à la stabilité d'usage (elle-même induisant une stabilisation au niveau actuel des sommes perçues par les ayants droit).

**Mécaniquement cette stabilisation des sommes perçues conduit à une forte baisse unitaire des barèmes actuellement en cours.**

Deux dynamiques complémentaires participent de cette mécanique :

- La première correspond à une sorte de **répartition du même usage sur différents appareils de réception**. Par exemple au temps de la loi de 1985, la télévision ne pouvait être regardée que sur un téléviseur. Aujourd'hui il est possible de regarder un même contenu toujours sur un téléviseur, mais aussi sur un écran informatique, mais aussi sur un téléphone portable. Le même usage est scindé en trois (ceci étant encore plus vrai pour l'audio).

De ceci il résulte qu'à usage constant les capacités augmentent. Aujourd'hui nous pouvons estimer que chaque foyer possède – en moyenne – 2 à 3 Méga octets, à un horizon de 5 ans, ce niveau sera amplifié d'une manière absolument considérable pour atteindre 160 Méga octets.

- La seconde relève davantage des nouveaux comportements d'achat des consommateurs dans le domaine du numérique, aujourd'hui **les phénomènes de massification deviennent plus rapides**. Il n'est que pour s'en persuader que d'indiquer la très forte pénétration en peu de temps des adaptateurs TNT ou la généralisation du MP3.

A noter que ce dernier phénomène ne vient que se substituer en partie aux achats de CD vierges ou de DVD vierges.

Ainsi le SNSII (Syndicat National des Supports d'Image et d'Information) prévoit pour 2006 une croissance persistante des ventes de DVD vierges de 20 % et une stabilité des ventes de CD vierges (notons qu'étant donné les barèmes différents, bien plus importants en vidéo qu'en audio, la somme des deux évolutions est positive pour la globalité des ayants droit de l'ordre de + 15 % - compte tenu de la baisse des ventes de VHS).

Notons sur cet aspect que la redevance actuelle sur les DVD (1,27 €) contribue à l'explosion des importations parallèles et des ventes sur le net que la profession estime à 40 % du marché.

Afin de mieux apprécier les implications de cette rapidité de la massification et des accroissements de capacité sur le niveau des perceptions, nous avons sur des tendances de marché du DVD-R / HDD (hard disc drive - à disque dur) appliqué ce que donnerait le niveau des compensations avec le barème actuel et avec ce qui pourrait résulter d'un dé plafonnement des barèmes en raison des variations de capacités de mémoire.

	2005	2006	2007	2008	2010
Avec le barème actuel	5,25	12	22,5	30	45
Avec le barème dé plafonné	5,25	36	67,5	104	210

en millions d'€

**Avec le barème actuel entre 2005 et 2008, la somme totale perçue par les ayants droit est multipliée par 6 (et par 9 en 2010).**

**Avec un barème dé plafonné les augmentations sont respectivement de + 2000 % pour 2008 et +4000 % en 2010.**

Dans ce type d'estimation deux biais doivent être notés : d'une part la difficulté d'établir des prévisions dans un monde technologique mouvant et d'autre part, estimer l'élasticité prix qui pourrait réduire les quantités commercialisées (ce qui, autrement dit, indique que plus nos produits sont chers moins ils se vendent – d'autant plus qu'avec les coefficients multiplicateurs ce que paie réellement le consommateur est en moyenne 1,8 fois le montant de la taxe) ; ces effets d'élasticité sont d'autant plus redoutables que dans le monde numérique il existe des substitutions de produit usage équivalent (ainsi qu'analysé précédemment).

Dans les tableaux ci-après nous avons, cette fois-ci sur toutes les gammes de produits aujourd'hui « taxés », utilisé la même méthodologie de calcul (en estimant une décroissance de la part des CD vierges dans le total des gains des ayants droit assez rapide, et nettement moins rapide sur le DVD-R vierge (en fonction du taux d'équipement en appareil).

Le premier tableau est calculé avec les barèmes actuels, le second prend en compte les barèmes dé plafonnés en raison des variations de capacités de mémoire (et une taxe DVD-R à 1 €).

Avec les barèmes actuels	2005	2006	2006	2008	2010
Produits					
• DVD R / HDD	5,25	12	22,5	30	45
• Baladeurs HDD	7,2	11,25	12,75	15	22,5
• Baladeur MP3	16	30	52	56	96
<i>Sous-Total</i>	<u>28,45</u>	<u>53,25</u>	<u>87,25</u>	<u>101</u>	<u>163,5</u>
Supports					
• CDR	70	60	48	32	8
• DVD-R	52	65	67,6	65	39
<i>Sous Total</i>	<u>122</u>	<u>125</u>	<u>115,6</u>	<u>97</u>	<u>47</u>
<b>TOTAL</b>	<b>150,45</b>	<b>178,25</b>	<b>202,85</b>	<b>198</b>	<b>210,5</b>

en millions d'€

Avec des barèmes dé plafonnés	2005	2006	2007	2008	2010
Produits					
• DVD R / HDD	5,25	36	67,5	104	210
• Baladeurs HDD	7,2	12	19,55	32,5	67,5
• Baladeur MP3	14	30	52	56	96
<i>Sous-Total</i>	<u>28,45</u>	<u>78</u>	<u>139,05</u>	<u>192,5</u>	<u>373,5</u>
Supports					
• CDR	70	60	48	32	8
• DVD-R	52	50	52	50	30
<i>Sous Total</i>	<u>122</u>	<u>110</u>	<u>100</u>	<u>82</u>	<u>38</u>
<b>TOTAL</b>	<b>150,45</b>	<b>188</b>	<b>239,05</b>	<b>274,5</b>	<b>411,5</b>

en millions d'€

Ce genre d'exercice de prévision, qui prend en compte trois critères d'évolution, le nombre de produits commercialisés, l'accroissement des capacités moyennes et le taux de taxe, est toujours délicat de maniement.

Donc avec toutes les précautions dues à ce type de réflexion, **à barème constant, l'augmentation sur trois ans serait de + 33 % (et de + 40 % sur cinq ans).**

**A barème dé plafonné (avec une taxe DVD à 1 €), l'augmentation des sommes perçues par les ayants droit serait de + 60 % sur trois ans (et de + 175 % sur 5 ans).**

L'une et l'autre des branches de l'alternative apparaissent totalement hors de propos.

Et ceci d'autant plus qu'un certain nombre d'autres produits pourraient tomber dans « l'escarcelle » de la taxation (clés USB, disque externe...). **Cet éventuel accroissement de l'assiette pourrait engendrer des « revenus » supplémentaires pouvant aisément être extrapolés entre 70 et 140 millions d'€ – voire plus – selon la variation dans le temps et l'ampleur des « ajouts ».**

C'est pourquoi nous nous sommes livrés à un dernier exercice, celui de diminuer de moitié les barèmes actuels (et de faire varier la « taxe » DVD de 1,27 € à 1 €) et d'analyser les résultats.

Le tableau ci-après, reprend, avec ces dernières hypothèses, l'évolution des recettes des ayants droit.

	2005	2006	2007	2008	2010
Produits					
• DVD R / HDD	5,25	6	11,25	15	22,5
• Baladeurs HDD	7,2	5,6	6,4	7,5	11,25
• Baladeur MP3	16	15	26	28	48
<i>Sous Total</i>	<u>28,45</u>	<u>26,6</u>	<u>43,65</u>	<u>50,8</u>	<u>81,75</u>
Supports					
• CDR	70	60	48	32	8
• DVD R	52	50*	52	50	30
<i>Sous Total</i>	<u>122</u>	<u>110</u>	<u>100</u>	<u>82</u>	<u>38</u>
<b>TOTAL</b>	<b>150,45</b>	<b>136,6</b>	<b>143,65</b>	<b>158,75</b>	<b>119,75</b>

\* passage à 1€ au lieu de 1,3 € en 2005

en millions d'€

Nous nous apercevons qu'**une diminution de moitié des barèmes actuels positionne sur une pente décroissante les sommes dues aux ayants droit.**

De deux choses l'une, ou les produits qui pourraient élargir la palette des matériels déjà taxés compensent ce manque à gagner (on a vu précédemment que ce pouvait être le cas) ou **il importera de positionner la baisse du barème à un niveau de l'ordre de -40 %.**

La grande volatilité des évolutions nous conduit à devoir étudier chaque année les transformations du marché et d'en déduire ainsi à la hausse ou à la baisse le niveau des compensations (pour maintenir le niveau actuel des sommes versées aux sociétés de perception).

Par ailleurs, à terme, il faudra envisager **une baisse du total des « taxes » payées**, en se fondant sur une **argumentation relayée notamment par l'UFC-Que Choisir** « ainsi la loi que l'on prépare va allègrement entretenir la confusion entre le DRM, c'est-à-dire le droit exclusif donné par un auteur pour la copie d'une œuvre et la notion de copie privée. Par exemple, à l'avenir j'achète une chanson en ligne et son DRM m'autorise à la reproduire trois fois. Si j'essaie d'en faire une quatrième copie, **cette dernière pourrait être assimilée à de la contrefaçon et non à de la copie privée comme cela était communément admis jusqu'à présent** » (Julien Dourgnon, directeur des études à UFC-Que Choisir : cité in 01net le 8 février 2006).

**Le DRM, ainsi qu'il est expliqué ci-dessus, restreint le champ de la copie privée, s'y substitue et doit donc nécessairement entraîner de moindres rémunérations indirectes pour les ayants droit (car il y a moins d'usages et de préjudice subi).**

Le DRM n'étant pas, loin de là, généralisé sur le marché, le mouvement à la baisse ne s'impose donc pas à court terme, mais il importe dès aujourd'hui d'y réfléchir.

De plus, il faut rappeler que tendanciellement les prix de l'électronique grand public se situent sur une baisse vertigineuse, ainsi, selon l'institut GfK, le DVD enregistreur à disque dur a perdu 50 % de sa valeur en 3 ans ; cette diminution en % étant affectée d'une « taxe » fixée en valeur absolue, conduit à ce que le poids de la taxe soit en proportion sans cesse plus importante (ce phénomène est bien connu sur les supports DVD vierges par exemple).