

Suivi et analyse des médias sociaux en ce qui concerne les atteintes aux DPI



Synthèse

La croissance du commerce électronique est bien documentée, mais la manière dont l'essor de différentes technologies et habitudes de consommation a affecté les atteintes aux droits de propriété intellectuelle (DPI) sur l'internet et, en particulier, sur les plateformes de médias sociaux, reste à élucider. C'est dans ce contexte que l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) a décidé de mener une étude afin de mieux appréhender le volume et la fréquence des atteintes aux DPI sur les médias sociaux ⁽¹⁾. Cette étude s'articulait autour de trois axes d'intérêt afin de mieux comprendre les activités et tendances actuelles liées aux produits physiques de contrefaçon et au piratage de contenus numériques.

La première partie de l'étude vise à dresser un tableau complet des utilisations des médias sociaux en rapport avec d'éventuelles atteintes aux DPI ou la promotion de celles-ci; la deuxième partie mesure la présence relative des atteintes aux DPI sur les produits physiques et les contenus numériques sur les réseaux sociaux par rapport aux produits authentiques ou aux contenus numériques licites protégés par le droit d'auteur; et la troisième partie vise à identifier des indicateurs clés afin de mieux reconnaître les modèles commerciaux des atteintes aux DPI sur les médias sociaux.

L'analyse a été réalisée par l'exploration des données de quatre plateformes de médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram et Reddit) dans six pays européens: l'Allemagne, l'Espagne, la France, l'Italie, la Pologne et la Suède, bien que la traçabilité des conversations sur les médias sociaux sélectionnés pour l'étude ne soit pas toujours possible. Afin d'atténuer cette limitation, des critères linguistiques ont été utilisés pour attribuer les conversations aux pays ciblés. Par conséquent, l'anglais a été ajouté aux six langues de l'Union européenne (UE) prises en considération pour l'étude (français, allemand, italien, polonais, espagnol, suédois), étant donné qu'il est largement utilisé sur les réseaux sociaux par des locuteurs non natifs.

L'étude a appliqué une méthodologie basée sur l'analyse de renseignements d'intelligence sociale («Social intelligence analytics», SIA) ainsi que sur une analyse

¹ Comme souligné dans le [rapport 2020 de l'EUIPO sur l'état d'avancement des atteintes aux DPI](#) publié en juin 2020.

quantitative et qualitative. En ciblant les conversations liées à des atteintes aux DPI concernant des produits physiques et des contenus numériques, l'une des limites de l'étude était le droit d'accéder à certaines conversations sur les médias sociaux. Par conséquent, l'étude ne portait que sur des conversations publiques. Un autre problème mis en évidence par l'étude est la difficulté de faire la distinction entre les contenus licites et illicites. Enfin, les résultats présentés dans ce rapport représentent naturellement un échantillon restreint et les analyses ne peuvent fournir des résultats que pour les six pays, les sept langues et les quatre médias sociaux étudiés. Néanmoins, compte tenu de la diversité des sources et de l'étendue des données, les conclusions tirées peuvent être considérées comme présentant une pertinence plus large. De même, l'importance du présent rapport en ce qui concerne les comportements recensés sur les médias sociaux peut être considérée comme indicative d'habitudes plus larges qui sont actuellement prédominantes sur les médias sociaux en ce qui concerne les atteintes à la PI.

Utilisations des médias sociaux pour des activités portant atteinte aux DPI ou pour leur promotion

Au total, 3,9 millions de conversations liées aux catégories et aux marques choisies pour représenter des produits physiques ont été extraites pour l'étude à l'aide de l'analyse SIA. Parmi ces catégories de produits physiques, les jouets, les parfums et les cosmétiques présentent les volumes de conversation les plus élevés. En ce qui concerne le contenu numérique, les films, la musique et les jeux vidéo ont enregistré le plus grand volume de conversations.

A été qualifiée de conversation relative à une atteinte aux DPI toute conversation concernant une violation d'un DPI. L'étude a identifié 11 % de conversations concernant des produits physiques pouvant être liées à des contrefaçons, et 35 % de conversations sur des contenus numériques pourraient être liées à un piratage. Bien que l'analyse quantitative ait été réalisée avec soin, l'étude a mis en évidence la difficulté d'identifier avec certitude les atteintes aux DPI.

Lors de l'examen visant à déterminer le nombre le plus élevé de cas d'atteintes aux DPI, les vêtements, chaussures et bijoux figuraient tous dans le «top 3» des produits physiques. Les livres électroniques, les émissions de télévision et la musique ont

enregistré le plus grand nombre d'infractions pour les contenus numériques. La conclusion claire à tirer de ces éléments de preuve était que ces produits présentaient collectivement le taux le plus élevé de conversations identifiées comme pouvant être liées à des atteintes à la PI.

La présence relative de conversations liées à des produits de contrefaçon et à du contenu piraté sur les médias sociaux par rapport à des produits authentiques ou à du contenu numérique licite

La deuxième partie de l'étude, fondée sur l'analyse de trois aspects différents: les plateformes, les langues et les calendriers, a cerné certaines tendances dans les activités relatives aux atteintes aux DPI et les efforts déployés pour les promouvoir.

En ce qui concerne les atteintes aux DPI pour les produits physiques, l'étude a révélé qu'Instagram était le réseau social affichant le volume total de conversations le plus élevé. Au niveau des catégories de produits, Instagram a également été la principale plateforme de conversations sur les montres, les jouets, les parfums et les cosmétiques, les bijoux et les chaussures. Le plus grand volume de conversations sur les vêtements et les jouets a été enregistré sur Twitter, et Reddit a été utilisé le plus souvent pour des conversations sur les produits pharmaceutiques et la chapellerie. En revanche, Facebook ⁽²⁾ a affiché un volume de conversations inférieur, ce qui pourrait s'expliquer par une approche efficace de la plateforme pour identifier et supprimer les contenus portant atteinte aux DPI ⁽³⁾. Cette affirmation ne peut toutefois pas être corroboré par les éléments de preuve figurant dans le présent rapport et, en fait, il se peut que le faible nombre de conversations enregistrées sur Facebook s'explique par le fait que les conversations liées à des atteintes aux DPI ont eu lieu en privé plutôt qu'en public. Bien que toutes les plateformes aient une fonction de messagerie directe, la prééminence des groupes privés semble être un phénomène uniquement propre à Facebook. Étant donné que cette étude ne portait que sur des conversations publiques, cette hypothèse n'a pu être confirmée, mais il convient de garder cette hypothèse à l'esprit lorsque l'on constate

² Les groupes Facebook privés sont exclus de cette étude.

³ Les mesures prises par Facebook pour faire face aux atteintes aux DPI comprennent un «programme global de notification et de retrait («Notice-and-Takedown»), une politique robuste envers les contrefacteurs récidivistes et des mesures spécialisées supplémentaires allant au-delà de la notification et du retrait». – [Rapport de transparence Facebook](#).

le nombre comparativement faible de conversations soupçonnées d'atteintes aux DPI identifiées sur Facebook d'après l'analyse SIA.

Dans le cas des atteintes aux DPI concernant du contenu numérique, un schéma différent est apparu. Reddit est devenu particulièrement important pour les conversations liées aux films et aux émissions de télévision, tandis que Twitter a été privilégié pour les conversations liées à la musique et aux livres électroniques.

En ce qui concerne le paramètre linguistique, la première partie de l'étude a souligné que l'anglais était prédominant et que certaines langues, telles que le polonais et le suédois, étaient peu utilisées. Malgré cela, il a été observé qu'un grand nombre de conversations en français, en allemand, en italien et en espagnol ont été trouvées sur Instagram concernant des produits physiques, à l'exception des mentions liées à des produits pharmaceutiques, qui ont eu lieu plus fréquemment sur Twitter.

Étant donné que l'étude a duré six mois (d'avril à septembre 2020) et qu'elle a eu lieu pendant la pandémie de COVID-19, il a été observé que les résultats obtenus étaient en partie affectés par le confinement. Afin de contextualiser les résultats, le volume global des conversations liées aux DPI a été comparé parallèlement à la structure/tendance générale des conversations liées aux DPI enregistrées au cours des trois dernières années (de juin 2017 à juillet 2020). Cela a mis en évidence le fait que, pour les produits physiques, une augmentation notable des conversations était à relever pour la catégorie des produits pharmaceutiques et la catégorie des vêtements culminait vers la fin du confinement. En revanche, la tendance du contenu numérique s'est caractérisée par une augmentation progressive des conversations qui pourraient être interprétées comme un effet de courbe d'apprentissage, les utilisateurs étant devenus plus familiarisés avec la consommation de contenus numériques licites et illicites.

Modèles commerciaux portant atteinte aux DPI utilisés sur les médias sociaux

La modélisation thématique et l'analyse qualitative réalisée pour identifier d'éventuels modèles commerciaux portant atteinte aux DPI ont mis en évidence qu'il était très difficile

de trouver un modèle concernant les atteintes aux DPI sur les médias sociaux. Cela peut s'expliquer par les observations suivantes.

- Dans le cas d'un produit physique, l'analyse a révélé que les conversations liées aux atteintes aux DPI concernaient principalement des promotions et des activités commerciales. Les fournisseurs de produits de contrefaçon ont copié des modèles commerciaux ayant fait leurs preuves et couronnés de succès déjà utilisés par les marques légitimes.
- Dans les conversations recueillies, le piratage de contenus numériques était motivé par l'intention des utilisateurs d'accéder à des contenus piratés. En effet, toutes les conversations avaient pour but de trouver des moyens d'accéder illégalement à du contenu. Par conséquent, les fournisseurs de contenus numériques piratés ont joué un rôle passif, en s'appuyant sur les utilisateurs pour diffuser les informations et attirer de nouveaux utilisateurs vers leur contenu.

Bien qu'il n'ait pas été possible d'établir des modèles commerciaux sur mesure en matière d'atteintes aux DPI dans cette étude, l'analyse a permis de définir ce que l'on peut qualifier d'approche de «faisceau d'indices» pour contribuer à identifier les conversations liées aux atteintes aux DPI tant pour les produits physiques que pour le contenu numérique. Une approche plus fiable de la détection serait également facilitée par l'utilisation de modèles d'apprentissage automatique entraînés qui pourraient fournir des prévisions et des recommandations.

L'étude démontre que les plateformes de médias sociaux sont des outils permettant de détecter les atteintes récurrentes aux DPI, tant pour les produits physiques que pour les contenus numériques. En outre, l'identification de ce type de contenu est complexe en raison des approches variées et en constante évolution utilisées par les fournisseurs de produits de contrefaçon ou de contenus piratés, qui sont répandues sur de multiples plateformes, langues et types de contenu.