

LA CONSOMMATION DE PHOTOGRAPHIE EN LIGNE

ÉTUDE QUALITATIVE

Juin 2022

SOMMAIRE

- /01** CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE
- /02** DES INTERNAUTES AUTEURS DE PHOTOGRAPHIES AVANT D'EN ÊTRE CONSOMMATEURS
- /03** LA RECHERCHE DE PHOTOGRAPHIES : QUELS OUTILS, POUR QUELS USAGES ?
- /04** QUELLES PRÉCAUTIONS VIS-À-VIS DU DROIT D'AUTEUR ?
- /05** LES REPRÉSENTATIONS SPONTANÉES DU DROIT D'AUTEUR, QUELLES SONT LES RÈGLES ?
- /06** CONCLUSIONS

01

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

La photographie fait partie des biens culturels dématérialisés protégés par le droit d'auteur étudiés par l'Arcom dans le cadre de sa mission d'observation. Or, les usages des consommateurs de ce secteur sont peu documentés.

Aussi **l'Arcom a souhaité obtenir une compréhension fine des usages de la consommation de photographie en ligne** et en particulier :

- ✓ les pratiques de consommation de photos en ligne et la perception des internautes concernant les différentes sources d'accès aux œuvres existantes (moteurs de recherche, banques d'image, réseaux sociaux...);
- ✓ les pratiques de partage de photos en ligne ;
- ✓ les perceptions, connaissance et respect du droit d'auteur en la matière.

Elle a, pour ce faire, confié à l'institut Ifop la conduite d'une étude d'usages qualitative et quantitative.

Les résultats présentés dans de ce rapport sont issus de la **phase qualitative** de cette étude. Ils ont pour objectif :

- ✓ **d'explorer** les pratiques liées à la consommation et la diffusion de photographie en ligne ;
- ✓ **d'identifier** les forces et les faiblesses des plateformes et des services permettant la recherche et la publication de photos en ligne ;
- ✓ **de comprendre** la licéité des usages, le degré de connaissance du droit d'auteur et le rapport des internautes à ce dernier.



CRÉDIT : MARKO MILIVOJEVIC / CC0

16 entretiens d'1h30 ont été réalisés à distance au mois de juillet 2021, deux cibles d'internautes ont été rencontrées :

Les « 15-24 ans » 8 entretiens	Les « 25-49 ans » 8 entretiens
<ul style="list-style-type: none">- Mix des pratiques scolaires/académiques et privées, 4 profils font les deux.	<ul style="list-style-type: none">- Mix des pratiques professionnelles et privées, 4 profils font les deux.
<ul style="list-style-type: none">- <i>½ hommes, ½ femmes,</i>- <i>Panachage des sites et réseaux utilisés pour la recherche et la diffusion de photographies,</i>- <i>Panachage du recours aux sites gratuits vs payants,</i>- <i>2/3 consommateurs réguliers (au moins une fois par semaine),</i>- <i>1/3 consommateurs irréguliers (au moins une fois par mois),</i>- <i>2/3 Paris, 1/3 province.</i>	

02

**DES INTERNAUTES AUTEURS
DE PHOTOGRAPHIES AVANT
D'EN ÊTRE CONSOMMATEURS**

Prendre des photos : surtout des envies spontanées

- **Prendre des photos, un usage massif et généralisé**, qui s'effectue principalement par le *smartphone*, à l'exception de certains profils pouvant avoir des pratiques spécifiques (un drone pour alimenter un site internet touristique, dans le cadre de pratiques artistiques avec du matériel spécialisé, etc.).
- Dans les contextes privés, ces photos peuvent servir plusieurs objectifs :
 - **garder des souvenirs**, et pas nécessairement de moments importants ou singuliers comme les vacances, etc. L'anodin (un plat, etc.) a toute sa place dans les pratiques de photographie ;
 - **partager du vécu**, le plus souvent dans une logique d'immédiateté (un plat, une tenue, etc.) ;
 - **avec une recherche esthétique** (plus mineur, et le *smartphone* est parfois concurrencé par du matériel spécifique dans ce cas).

« C'est très important pour moi, que ce soit la photo ou la vidéo, je capture tout : mes plats, mes tenues, mes voyages, les moments agréables. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« J'utilise des photos quand j'en prends, de manière personnelle, pour garder des souvenirs de bons moments. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

« Je me trouve jolie, avec une belle tenue, je vais faire un selfie et le mettre en story. Ou j'ai une belle photo, je vais la mettre sur mon mur Instagram, c'est les photos que je fais moi. Quand je vais faire du shopping avec des amies, on a créé une story privée sur Snap, où on met les articles, les prix, les tailles et portés aussi. C'est seulement mes amies qui peuvent les voir. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

→ **L'usage généralisé, massif et quotidien du *smartphone* pourrait participer à une forme de désacralisation / banalisation de la photographie, ce phénomène n'étant probablement pas sans conséquences sur la « mise à distance » du droit d'auteur constatée pendant les entretiens.**

Le rapport à la photographie : des pratiques spécifiques selon les profils



Certains ont une consommation de photographies en ligne orientée vers la création artistique :

- Un interviewé, artiste, prend des photographies sur internet pour les modifier, faire des collages et créer une œuvre personnelle à partir de ce matériau.
- Un autre, pratiquant la peinture en amateur, utilise les photographies trouvées en ligne – principalement d'objets ou de paysages – comme modèles pour la réalisation de tableaux.

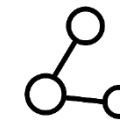
→ Dans ces situations, le droit d'auteur n'est pas pris en compte puisque les photographies sont envisagées comme des « produits intermédiaires », et de façon temporaire.



D'autres réalisent des photographie semi-professionnelles :

- Un chargé de comptabilité dans une agence de voyages participe à la création du catalogue de son entreprise en utilisant un drone pour réaliser des prises de vues aériennes de sites touristiques.
- Une consultante digitale publie sur un compte Instagram – « public » au sens où ce dernier est ouvert sur la plateforme, mais « privé » dans le mesure où ce compte est sans lien avec son activité professionnelle – des photos issus de *shooting* où cette dernière est modèle.

→ Des profils de « passionnés » qui acceptent volontiers d'être « payés en visibilité ».



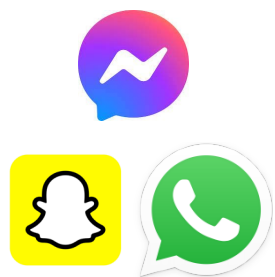
Certains ont des pratiques numériques qui impliquent des partage de contenus à grande échelle :

- Une étudiante de 24 ans administre un compte de « bons plans » sur Instagram à forte audience (et qu'il a fallu illustrer avec des photographies libres de droit).
- Une professionnelle de la communication tient un blog de voyage où elle publiait ses propres photos.

→ Des pratiques qui ont pu donner lieu à des démarches visant à limiter les risques en matière de droit d'auteur.

→ Certains profils ont des pratiques spécifiques de consommation et de réalisation de photographies, cela reste néanmoins mineur dans les usages généraux. Notons par ailleurs que ces pratiques ne se traduisent pas, ou de façon très mineure, par une meilleure connaissance du droit d'auteur.

Prendre des photos : deux modes de partage, et deux modes de stockage



Pour les partages **immédiats et très spontanés**, plutôt au « premier cercle » de proches et souvent en tant que support de conversation (+ jeunes)



Pour les partages **plus réfléchis**, et pour des photos à plus forte valeur ajoutée (sur le plan affectif, esthétique, de la mémoire, etc.)



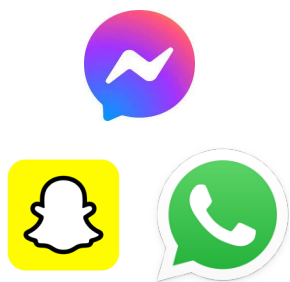
Une **conservation « passive »** sur les *clouds* car automatisée (sans effort de tri ou de rangement, le plus souvent, les photos sont automatiquement classées par ordre chronologique.)



Une **conservation maîtrisée et organisée** (plus mineur) pour les photographies à plus forte valeur ajoutée ou les événements (mariages, etc.)

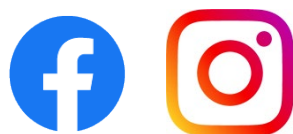
- Les utilisateurs de *smartphone* ont tendance à accumuler un nombre très important de photos sans jamais procéder à des opérations de tri ou de rangement (tant que l'espace disponible sur l'appareil ou les *clouds* le permet). On constate par ailleurs un consentement à payer plutôt élevé concernant le stockage de photographies.
- Enfin, on observe une différence de pratiques très nette entre les générations avec une plus grande facilité chez les plus jeunes à conserver des photos sur les *clouds* (tandis que les plus âgés restent attachés au fait de les avoir « à proximité » directement sur un ordinateur / disque dur).

Prendre des photos : deux modes de partage, et deux modes de stockage



« Si je vois un truc chouette ou drôle: pa f c'est le téléphone (...) A titre privé, c'est tout le temps avec ma copine (...) toutes nos discussions vont être sous forme de photos. C'est principalement Snapchat et Instagram. C'est limite devenu un réflexe. » Homme, 25 ans, études de santé

« Dans ma vie personnelle, je vais beaucoup envoyer des images, des photos, des memes, voire partager sur mes comptes » Femme, 24 ans, étudiante, linguistique



« Sur les réseaux sociaux et notamment sur Instagram, même si je partage des images en story, elles existent dans des sortes de cloud et je peux les récupérer à n'importe quel moment. Je peux aussi me faire des bibliothèques de photos et je les montre à mes amis. Je garde pas mal d'images. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts



« Et puis sur un cloud parce que je n'ai pas assez de mémoire donc j'ai un abonnement mensuel de 50 gigas supplémentaires. Et je fais régulièrement du tri. » Homme, 25 ans, études de santé



« Je montre des photos par les stories. J'utilise aussi un appareil photo, mais ce n'est que deux fois par an, c'est à ma copine et c'est quand on fait un truc de ouf, pour une visite. Ca donne des meilleures images et après, on garde les photos sur notre ordinateur. Il y en a certaines qu'on imprime. Et il y en a certaines qu'on partage sur les réseaux. » Homme, 25 ans, études de santé

« Je fais beaucoup de photos, quand je me balade, quand il y a une jolie vue. Et je regarde souvent mes photos, sur mon téléphone, j'aime bien. Et hier, j'ai fait une commande pour faire développer des photos que j'adore sur mon téléphone. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

03

**LA RECHERCHE DE
PHOTOGRAPHIES : QUELS
OUTILS, POUR QUELS
USAGES ?**

/ Consommer des photos, trois grandes logiques



La consommation « passive » ou « de divertissement », qui consiste à consommer des contenus / photographies par l'intermédiaire d'un fil d'actualité sans critères a priori (à l'exception des critères implicitement programmés dans le compte utilisateur : profils suivis, thématiques dominantes, etc.).

Dans ce cas le réseau social « type » reste **Instagram** (mais bien d'autres outils sont utilisés pour cet usage, notamment Facebook).



La consommation « d'inspiration », qui consiste à cibler un thème assez large pour trouver des idées (de décoration, de loisirs créatifs, ou bien d'images dans la perspective d'illustrer une présentation, etc.).
Ce mode de recherche repose notamment sur le recours à des filtres et #, et surtout sur les recommandations algorithmiques.

Pinterest est souvent cité à titre d'exemple dans la mesure où cette plateforme permet la consommation de photographies sous forme de '*moodboard*' (mais aussi Instagram avec la recherche par #).



La consommation « de sélection » qui consiste à chercher une image / photographie dans un but précis (illustrer un document, créer un *moodboard*, etc.) avec des mots clés déterminés.

Google Images reste, de très loin, l'outil privilégié pour ce type de recherches, en raison de la diversité des propositions et des possibilités d'affinage d'une recherche (les sites de photographies payantes ou libres de droit sont également utilisés, mais le plus souvent après une première recherche sur Google).

/ Consommer des photos, trois grandes logiques



La consommation « passive » ou « de divertissement »

« J'aime les photos d'art mais je ne vais pas sur des sites spécialisés non, tout se passe sur Instagram maintenant. Les sites internet, ça ne s'utilise presque plus dans l'art. »
Homme, étudiant, langues



La consommation « d'inspiration »

« Sur Pinterest, ce qu'on ne retrouve pas sur UnSplash ou Canva ou Pexel, ce sont des univers différents. Sur Pinterest, ça va plus être les tendances du moment, tous domaines confondus. Sur UnSplash, Pexel et Canva, c'est plus large, mais c'est plus professionnel. Si je veux me faire un tatouage, pour avoir de l'inspiration, je vais aller sur Pinterest. Pareil pour les coiffures. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« Quand je cherche une idée de look je vais utiliser le #, #Look, et ça fait remonter pleins de choses. » Femme, 24 ans, étudiante, linguistique

« Je peux vous montrer sur Pinterest. Alors soit je sais ce que je veux dessiner, par exemple un paysage et là je vais taper 'paysage peinture' je vais plus cibler. Je fais défiler. Je clique sur les photos et je regarde si on ne me propose pas autre chose. Je regarde beaucoup les contenus similaires jusqu'à ce qu'il y ait quelque chose qui me plaise. En fait, tout dépend si je sais ce que je veux ou pas. Ça, ça va vraiment conditionner ma recherche et mes mots-clés. » Femme, 23 ans, chef de projet junior



La consommation « de sélection »

« J'ai dû aller sur Google dans le cadre d'un exposé au sujet d'une maladie rare parce qu'on ne trouve rien sur les banques d'images. » Femme, 19 ans, étudiante en management

Quelles pratiques de récupération et de stockage ?



La consommation « passive »
ou « de divertissement »



La consommation
« d'inspiration »

Le plus souvent, une absence de téléchargement :

Un stockage « natif » : le « stockage » d'une photo jugée intéressante a très majoritairement tendance à rester « dans l'application » à l'origine du contenu, par l'intermédiaire de fonctionnalités génériques (le « like ») ou spécifiques (le bouton « pin » sur Pinterest et la possibilité de constituer des dossiers thématiques).

*« Quand je suis sur Instagram je partage plutôt sur Instagram, mais ça peut m'arriver pour des personnes qui ne sont pas sur Instagram, de prendre un screenshot parce qu'on ne peut pas enregistrer la photo sur son téléphone comme on peut le faire avec Facebook, dans ces cas-là je vais faire un screen pour l'envoyer par d'autres réseaux »
Femme, 24 ans, étudiante, linguistique*



La consommation « de sélection »

Dans ce cas, le téléchargement de la photographie est très fréquent :

- Pour être réutilisée directement dans une présentation, dans un document publié, etc.
- Ou indirectement, comme dans le cas d'un *mooboard*.

Le stockage sur un ordinateur, plus rare, s'observe pour éviter d'avoir à renouveler des recherches récurrentes (lorsqu'un même thème est très souvent utilisé dans une entreprise, etc.).

*« Avant de commencer un projet de peinture je recherche des images, par exemple une pomme, je vais essayer d'en trouver plusieurs, (...) je fais un dossier et ce que je vais peindre ce sera une synthèse des différentes pommes trouvées en ligne. »
Homme, 24 ans, étudiant en langues étrangères*

→ Une grande partie de la consommation de photographies et d'images est adaptée à l'utilisation des plateformes dans la mesure où les usages (de visionnage, partage et de « stockage ») sont déterminés par les fonctionnalités offertes par les services utilisés (« épingle » sur Pinterest, etc.).

La force des moteurs de recherche, et surtout de Google Image 1/2



La recherche par l'intermédiaire des grands moteurs de recherche domine largement les recherches « de sélection », avec comme principaux avantages :

- **Le ressenti d'une plus grande « pertinence »** des résultats des différentes requêtes (notons que les opérateurs booléens sont peu utilisés, tout comme la fonction permettant de rechercher des images libres de droit, cette dernière donnant justement l'impression de dégrader la pertinence des résultats du navigateur).
- Et, de façon presque paradoxale avec l'item précédent, l'impression également d'**une forte hétérogénéité** de résultats, qui **permet à la recherche d'image de suivre un « effet entonnoir »**. En effet, le fait qu'une requête permette de retourner des résultats très différents constitue un phénomène utile quand il s'agit de trouver des manières d'illustrer des idées abstraites (« RSE ») quitte à s'orienter vers une banque d'images dans un second temps.

« Là je dois illustrer un bilan comptable qui parle de RSE, comme je ne vois pas tout de suite comment faire je regarde ce que Google fait remonter comme différents types d'images et ensuite je cible ma recherche. » Femme, 31 ans, consultante digitale

« En point fort, les mots clés, on aura toujours des images différentes, c'est agréable, une multitude photos, la quantité est très intéressante, incroyable, c'est vraiment top (...) j'arrive toujours à trouver quelque chose via Google Images » Homme, 22 ans, étudiant en école de commerce

→ Se rendre sur Google Images reste un réflexe assez primaire pour les recherches sélectives, la plupart utilisant cet outil pour obtenir un choix très large, un peu tous azimut. Google présente l'avantage de permettre des modes de recherche plus itératifs que les banques d'images, une logique essentielle dans la recherche d'illustrations puisque les internautes ont rarement une idée précise du type d'images qu'ils recherchent. De ce point de vue, Google Images permet une forme de sérendipité qui intéresse fortement.

→ Au fond, c'est la différence principale avec les autres sources utilisées : Google Images permet tout autant de trouver des images que d'aider les internautes à préciser leur recherche, souvent indéterminées dans un premier temps.

→ C'est pourquoi la fonction « rechercher des images libres de droit » - quand elle est connue, ce qui demeure rare - n'est jamais utilisée d'emblée (seulement, et éventuellement, dans un second temps quand les critères de recherche ont été précisés).

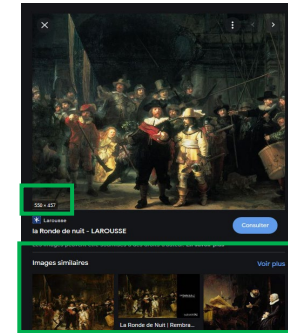
La force des moteurs de recherche, et surtout de Google Image 2/2



Les faiblesses de Google Images ?

Parmi les quelques points négatifs évoqués, les internautes mentionnent notamment le décalage entre les photos « visibles » sur le moteur de recherche et les photos réellement « utilisables », moins pour des questions de droit d'auteur (mesures techniques de protection – MTP – très rares, possibilité de trouver beaucoup de photos sans filigranes, etc.) que de format / qualité.

Ce défaut est toutefois partiellement corrigé par la fonction « images similaires », très appréciée des utilisateurs : elle évite de nombreuses frustrations lorsqu'une image jugée intéressante n'est pas disponible dans le bon format.



« Et là il y a la dimension et la résolution de l'image. Je vais faire attention à ça. Et si je me rends compte qu'elle est trop basse, je vais en chercher une autre à gauche (...) Mais pour en trouver une autre plus proche que celle que j'ai choisie, je vais rester dans la partie de droite et je vais descendre un peu. Je vais avoir des propositions similaires. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

Les banques d'images : des photos de bonne qualité mais souvent un peu « lisses »

La grande majorité des internautes rencontrés ont expérimenté une ou plusieurs banques d'images, ces derniers évoquent deux principaux avantages par rapport aux moteurs de recherche :

- **la qualité de photos**, sur un plan esthétique, mais aussi et surtout en termes de résolution. D'ailleurs, le fait de pouvoir choisir le format et la résolution en amont du téléchargement est souvent souligné comme un point d'intérêt majeur ;
- **des informations claires concernant les usages possibles** (uniquement pour les professionnels), avec des encarts précisant sur quels types de supports et dans quels contextes une photographie peut être utilisée, etc. (ce qui reste mineur).

« Je regarde la qualité, c'est-à-dire la pixellisation d'une image. C'est très important la qualité de la photo. Sur UnSplash et sur Pexel, on a de la bonne qualité. » Homme, 25 ans, étudiant en école de commerce

« Sur Pixabay ou sur FreePic, on m'indique que c'est une photo qui est libre pour un usage commercial et qui n'a pas d'attribution particulière. Si je télécharge l'image, je vois qui l'a mise en ligne, je vois le nom de la personne. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

« Je cherche mon idée sur Google d'abord, après je vais sur un site payant avec une idée plus précise de ce que je veux, je tape des mots clés et ensuite j'utilise des filtres. » Femme, 31 ans, consultante digitale

→ Il est intéressant de constater que chez la grande majorité des personnes rencontrées, le premier facteur expliquant le recours à ces banques d'images reste la qualité des photographies (et non pas la question du droit d'auteur, très secondaire dans l'ensemble, voire totalement absente dans les arbitrages de quelques professionnels peu informés).

Les banques d'images : des photos de bonne qualité mais souvent un peu « lisses »

Quatre faiblesses majeures sont mentionnées :

- **un catalogue très généraliste**, avec une difficulté donc pour les recherches ayant un objet très spécifique. Ce défaut semble moins problématique dans certains secteurs (marketing, communication, etc.) que d'autres où il est par exemple nécessaire d'illustrer des objets précis / techniques (dans le secteur médical par exemple) ;
- **un côté un peu « lisse »** avec des images peu créatives, qui manquent de relief, peu différenciées ;
- **un catalogue renouvelé trop lentement** pour permettre des références ciblant les nouvelles tendances (contrairement aux réseaux sociaux) ;
- **des moteurs de recherche moins efficaces** (en comparaison de Google Images) les résultats paraissent moins précis, par conséquent, **les recherches sont beaucoup plus longues.**

« J'ai dû aller sur Google dans le cadre d'un exposé au sujet d'une maladie rare parce qu'on ne trouve sur les banques d'images. » Femme, 19 ans, étudiante en management

« Je vais essayer de taper différemment et de mettre 'beauty hair'. On peut retrouver les mêmes photos. Mais je vais vous avouer que la majeure partie du temps, c'est par dépit et je ne suis pas satisfaite à 100% (...) Je trouve que c'est toujours un peu trop lisse. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« Par exemple, dans les tendances qu'on observe, c'est qu'il y a de plus en plus d'hommes dans l'univers du massage, c'est une tendance qu'on doit représenter dans nos publications mais je vois bien que les stocks de photos ne sont pas du tout à jour, on a des images très clichées de femmes. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web

→ Dans l'ensemble, les banques d'images représentent des outils de recherche jugés très intéressants dès lors que l'objet de la recherche est relativement précis (dans ce cas la navigation proposée, par mots clés, se révèle suffisamment performante).

/ Forces et faiblesses des différentes sources

Le positionnement relatif de ces différents services n'est pas bien identifié ou alors de façon très nuancée (certains sont privilégiés pour les images vectorielles, d'autres parce que le catalogue semble plus important ou plus souvent renouvelé, etc.). En revanche, les internautes distinguent :

- **les « stocks » d'images payants** (par exemple : Adobe Stock, Shutterstock, Getty Images, etc.) avec un catalogue jugé plus performant pour illustrer des concepts abstraits / des idées mais, en même temps, un côté un peu « lisse », très « conventionnel », voire un peu « daté » et donc pas toujours pertinent (pour répondre par exemple à des logiques de différenciation, aux besoins de créer des contenus originaux à fort impact) ;
- **les sites de partage de photographies gratuits** (par exemple : Pexel, Unsplash, et éventuellement Flickr) proposant des catalogues plus percutants, plus créatifs, mais avec **moins de propositions, ou des propositions beaucoup plus redondantes, ce qui rend la recherche souvent plus longue et plus difficile.**

« Et j'utilise aussi Adobe, qui est avec un abonnement de notre service. On met des mots clés. On a droit à tant d'images par mois. Je prends des images et je les mets dans les présentations ou sur des outils promotionnels qui vont être imprimés (...) avec un beau catalogue et une belle qualité. Cela dépend de quoi on a besoin » Homme, 25 ans, étudiant en école de commerce

« S'il n'y a aucun résultat sur Pixabay, je vais aller sur Adobe Stock. Normalement, ils ont des choses plus précises et ils renseignent plus de mots clés. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

« C'est du temps. C'est rechercher toutes ces informations-là. Utiliser des photos gratuites, ça va de soi mais c'est beaucoup d'informations et ça prend du temps pour retrouver les infos. On peut avoir le nom de l'auteur mais le reste, je n'ai pas le temps. Et puis venir le mettre sur mon site, ça va venir parasiter. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication

→ Les utilisateurs distinguent les services payants des services gratuits, avec l'impression que les recherches de photographies restent bien plus compliquées et chronophages sur les services gratuits.

Le choix d'une banque d'images, 3 façons de s'orienter dans l'offre

Le poids des recommandations

Dans l'ensemble, on observe que **les utilisateurs de banques d'images utilisent des sites qui leur ont été recommandés** dans un cadre académique ou professionnel. Ces derniers sont le plus souvent enregistrés dans les « favoris » du moteur de recherche, ce qui occasionne des visites récurrentes.

Les expériences qui suivent conduisent rarement à changer de service **dans la mesure où ces derniers semblent relativement indifférenciés du point de vue des utilisateurs.**

« Le prof nous a donné le nom de quelques sites, dont Pexel, je pense qu'il y en a d'autres mais bon j'ai mis ces trois sites en favoris et je continue de les utiliser aujourd'hui. » Femme, 19 ans, étudiante en management interculturel

L'existence d'un compte payant

Sans surprise, les comptes payants et les quotas de crédit éventuellement proposés par les entreprises ou les écoles ont tendance à capter l'essentiel des usages de recherche de photos.

« Et j'utilise aussi Adobe, qui est avec un abonnement de notre service. On met des mots clés. On a droit à tant d'images par mois. » Homme, 25 ans, étudiant en école de commerce

Le filtre « Google Images »

En mineur – et uniquement chez les professionnels relativement impliqués dans l'univers de la photographie en ligne – **Google Images est utilisé comme un moteur de recherche inter-banques d'images** : il permet de faire remonter des propositions payantes issues de différentes sources pour sélectionner la plus pertinente. Cette approche permet d'optimiser le temps de recherche et de comparer davantage de résultats.

« Si je cherche une photo d'arbre, je vais le mettre en mot clé avec 'payant' et je vais voir les résultats de pleins de plateformes différentes (...) si l'image m'intéresse ça ne me dérange pas de créer un compte juste pour une photo. » Femme, 31 ans, consultante digitale

→ Dans l'ensemble, les utilisateurs privilégient les recherches « en silo » sur les plateformes les plus immédiatement accessibles.

Les banques d'images spécialisées : des expériences qui restent souvent décevantes

Néanmoins, on constate que les expériences des banques d'images restent souvent décevantes : les « efforts » qu'on pu faire certains internautes pour essayer d'utiliser des images libres de droit dans leurs usages « privés » n'ont pas permis d'ancrer le recours aux banques d'images.

Au-delà des avantages comparatifs réels de Google Images, il ne faut pas négliger non-plus le réflexe « de confort » des internautes : ces derniers préférant parfois rester sur ce moteur de recherche qu'ils utilisent par ailleurs quotidiennement plutôt que de se confronter à un environnement moins familier.

« J'utilisais [une banque d'image] il y a longtemps, je ne l'utilise plus beaucoup. Et je sais qu'il y a des sites avec des photos libres de droits. Je les ai en favoris sur mon ordinateur mais je n'y vais jamais. J'y allais quand j'étais au lycée. Ça m'a repris quand je me suis mise à la peinture. Aujourd'hui, on entend plus parler de Pinterest et c'est pour ça que je me suis tournée vers Pinterest. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

« On m'a parlé de Freepik. J'avais été voir une fois. Mais sinon, je cherche toujours sur Google Images. Ça me semble plus naturel d'aller sur Google Images. C'est plus simple, c'est pratique, c'est quelque chose que je connais mieux. C'est un univers plus familier. Je reste dans ma zone de confort. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

✓ Payer pour une photo, une pratique qui ne prend sens que dans la sphère professionnelle, sans qu'elle y soit démocratisée

Dans la vaste majorité des cas, l'achat d'une photo dans le cadre d'un usage personnel ou académique demeure inconcevable : une multitude de photographies accessibles par les moteurs de recherche donne un sentiment d'« absurde » ou de « ridicule » au fait de payer. Une minorité déclare avoir déjà contourné des restrictions afin de se procurer une image :

- conserver le filigrane / *watermark* lorsque lorsqu'une photo à une valeur intrinsèque unique (en l'occurrence une photographie de soi prise par un professionnel et ensuite partagée sur Facebook) ;
- réaliser une capture d'écran (*screenshot*) d'une photo non-téléchargeable ensuite diffusée sur une messagerie entre proches, ou conservée pour un usage individuel, lorsque la pertinence d'une photographie prime sur sa qualité graphique / sa résolution.

Dans le cadre professionnel, le consentement à payer est plus important, notamment chez les professionnels, ce qui s'explique par :

- la perception d'un plus grand risque en cas de non-respect du droit d'auteur,
- un gain de temps important dans la mesure où le recours à un modèle payant permet d'éviter des recherches plus fastidieuses de photographies gratuites / libres de droit.

« *Je trouve ça ridicule de payer, personnellement.* » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

« *Quel est l'intérêt, pourquoi payer alors que d'autres sont accessibles ?* » Homme, 22 ans, étudiant en alternance en école de commerce

« *En fait, il y a tellement de tout sur le net qu'on ne cherche pas à payer.* » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication (vente à domicile cosmétiques)

« *Ça m'est arrivé d'aller sur un site qui vendait des photos, je prends la photo et je laisse les trucs marqués dessus. C'était pour des photos de sport, parce que la photo je la voulais en photo de qualité. Ça permet de pouvoir la sortir en vrai, faire une toile, voilà.* » Homme, 30 ans, responsable qualité dans le BTP

« *La réalité, c'est qu'il est difficile de facturer une image à un client. Ils disent qu'il y en a plein sur Google. Mais il faut expliquer qu'on ne prend pas tout et n'importe quoi. Mais tristement, comme il y a peu de poursuites, les gens se pensent protégés.* » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

« *Ca me prend énormément de temps de trouver la photo qu'il me faut, pour le besoin que j'ai. La société ne me donne pas de budget, sinon, je pense que je trouverais sur les payantes. Ça serait un gain de temps inestimable.* » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication

Focus sur les réseaux sociaux

La spécificité des réseaux sociaux par rapport aux autres services

Les réseaux sociaux cultivent des spécificités d'usages comparés à Google Images et aux banques d'images :

- **Le partage :** Les réseaux sociaux mettent l'accent sur l'aspect social de la consommation de photographie, permettant sur une même plateforme de visionner des photos et d'en partager, avec des fonctionnalités conçues pour simplifier ces pratiques. Les autres services ne proposent pas de fonctionnalité de partage.
- **La recherche :** les réseaux sociaux ne favorisent pas la recherche de photo :
 - **Les modalités de recherche sont moins performantes sur ces réseaux, il est plus difficile de faire une requête susceptible de donner les bons résultats.**
 - **De plus, la qualité des images est variable, pour le meilleur comme pour le pire.**

Les réseaux sociaux sont des lieux de consommation passive, structurés par les abonnements à des comptes et l'algorithme qui se calque sur les intérêts de l'utilisateur. L'utilisateur, plus qu'ailleurs, se laisse porter par les suggestions, et ces réseaux sont **jugés très utiles pour les recherches d'inspiration ou pour se tenir informé des tendances.**

A l'inverse, la recherche sur Google Images, et encore davantage les banques d'images, est guidée par des finalités plus concrètes.

04

QUELLES PRÉCAUTIONS VIS-À-VIS DU DROIT D'AUTEUR ?

Les précautions mises en places vis-à-vis du droit d'auteur selon les contextes

Les précautions prises par les internautes vis-à-vis du droit d'auteur varient grandement selon les contextes :



Les usages privés

« J'ai créé un groupe d'entraide sur Facebook, j'ai dû trouver une image d'illustration. » Femme, 19 ans, étudiante en management



Les usages académiques

« J'utilise pas mal de photos pour des illustrations de devoirs, des conférences, des choses comme ça. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts



Les usages professionnels « internes »

« Je fais beaucoup de présentations internes, pour présenter les chiffres clés, les nouveaux produits, etc. A ce moment-là j'ai besoin de mettre des illustrations impactantes. » Femme, 23 ans, chef de projet junior



Les usages professionnels « externes »

« Je m'occupe de la mise en page de bilans annuels de grandes entreprises, on met des photographies un peu partout pour illustrer. » Femme, 31 ans, consultante digitale

/ Quelles précautions concernant les usages privés ? 1/3

Dans la mesure où, chez les particuliers, l'immense majorité des usages en lien avec la photo a lieu sur les réseaux sociaux, **les éventuelles « bonnes pratiques » revendiquées relèvent bien davantage des codes formels ou informels des plateformes** plutôt que d'une intention de respecter le droit d'auteur.

D'ailleurs, il est intéressant de constater que **ces codes peuvent avoir tendance à perturber la compréhension de la notion de droit d'auteur**, par exemple :

- le fait d'utiliser / partager une image peut être perçu comme quelque chose de positif pour l'auteur (notamment en termes de visibilité), et donc comme une manière de valoriser son travail ;
- le fait de créditer l'auteur peut s'apparenter à une simple forme de politesse.

*« Si je poste la photo d'autrui sur mon réseau social, si je dis que je la trouve super belle, que je la republie, je ne dirais pas que c'est illégal mais ça ne se fait pas quoi. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing »
Femme, 25 ans, Chef de projet marketing*

« Pour moi, c'est de la correction, une bonne pratique. Ce n'est pas la sanction qui me fait avoir ce comportement (...) J'essaie d'avoir une pratique qui soit juste. Je ne veux pas non plus être celle qui éduque mon patron. Mais je veux que la pratique soit la plus propre possible. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web

→ La compréhension du droit d'auteur semble parfois perturbée par les représentations associées aux « bonnes pratiques » des utilisateurs sur les réseaux sociaux.

/ Quelles précautions concernant les usages privés ? 2/3

Néanmoins, quand les usages des particuliers « sortent » des plateformes et réseaux sociaux (création d'un site personnel), **les internautes se posent effectivement la question des éventuelles restrictions pouvant limiter les usages autorisés des photographies trouvées en ligne**. Sans connaissance précise du droit d'auteur, plusieurs pratiques se mettent tout de même spontanément en place :

- **rechercher de photos gratuites libres de droit** (on constate une absence totale de consentement à payer chez les particuliers),
- **demander l'autorisation de publier une photographie à son auteur** en le créditant – à noter : cette personne doit pouvoir être contactée facilement par la messagerie d'un réseau et la photographie doit présenter un intérêt suffisant pour rendre le délai de réponse acceptable (mineur).

« Normalement je ne me pose pas du tout la question sur les réseaux sociaux, mais comme le groupe que j'avais créé avait beaucoup de succès je me suis dit que c'était mieux d'avoir une image libre de droit (...) ça m'a pris beaucoup plus de temps que d'habitude de trouver une image ! » Femme, 19 ans, étudiante en management

« Ce serait bizarre pour moi de payer pour une photographie, il y a pleins de sites où on peut en trouver des gratuites qu'on peut utiliser. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

→ **Cette modification des comportements entre les usages liés aux réseaux sociaux et les usages indépendants (blogs, sites internet personnels, etc.) montre bien que, pour les internautes, les utilisations de photographies sur les réseaux sociaux sont bien plus ouvertes.**

→ **Ces efforts restent néanmoins très minimalistes : dans l'ensemble, l'impression qu'il existe une zone de tolérance importante en faveur des particuliers se révèle très présente à l'esprit.**

/ Quelles précautions concernant les usages privés ? 3/3

Plusieurs hypothèses peuvent expliquer cette idée que les publications sur les réseaux sociaux permettent des usages plus étendus qu'en dehors des réseaux sociaux (tant que l'utilisation n'est pas « abusive », « malhonnête » ou « immorale » et que l'auteur est crédité) :

- d'abord l'idée que publier une photographie sur un réseau social correspond, pour le propriétaire, à se séparer d'une partie de ses droits,
- l'impression que partager un contenu à son « réseau » – et cela même lorsqu'il est très étendu – n'est pas problématique puisque le « réseau » donne l'impression d'un « cercle fermé » (qui rend la diffusion d'un contenu protégé acceptable ou sans gravité),
- implicitement, les atteintes au droit d'auteur peuvent aussi paraître moins graves sur les réseaux sociaux dans la mesure où la responsabilité semble partagée (avec la plateforme, et éventuellement avec les autres utilisateurs), d'où l'idée d'une responsabilité individuelle « diluée » (à l'inverse des blogs ou sites personnels).

« Si la photo est publiée sur un réseau social c'est qu'elle est un peu publique déjà quelque part. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« Je pars du principe que du moment où on cite la source, il n'y a pas de problème, je ne suis pas forcée de demander la permission, je dis sur quel site j'ai trouvé la photo, je précise qu'elle n'est pas de moi, si j'ai un nom je le mets, mais si je dois y passer encore une demi-heure de recherche, je ne vais pas gâcher mon temps. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

/ Quelles précautions concernant les usages académiques ? 1/2

Les usages académiques (exposé, mémoire, etc.) ne font pas l'objet de précautions particulières en ce qui concerne le droit d'auteur, deux grandes raisons à cela :

- l'idée qu'il existe **une zone de tolérance dans les contextes pédagogiques** ressort fortement chez les étudiants et professeurs rencontrés. Cette idée semble d'autant plus légitime aux yeux des personnes concernées que les besoins d'illustration peuvent être très précis / techniques, et donc pas toujours facile à trouver ailleurs que sur les grands moteurs de recherche ;
- en outre, apparaît aussi très souvent l'idée que **le droit d'auteur ne s'applique pas dans les contextes académiques dès lors que les sources sont mentionnées** : « Je vais dire : voilà, je l'ai prise sur tel site, après c'est tout. Le lien je le garde pour la bibliographie. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine, Paris

« Pour mon mémoire, je dois appuyer le propos que je rédige avec des photos. Je peux à ce moment chercher des photos de synapses, par exemple, aller dans Google Images. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

« Je vais zoomer, pour voir si la photo m'intéresse ou pas. Soit, je fais clic droit, je copie l'image. Si je veux l'enregistrer pour m'en servir, je l'enregistre et une fois que c'est fait, je clique ici, je prends le lien en haut, je le copie, le colle dans mon travail et je vais dire : voilà, je l'ai prise sur tel site, après c'est tout. Le lien je le garde pour la bibliographie. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

« Sur le plan académique, ça va plus être de taper un mot-clé sur Google Images et je fais une capture d'écran et je l'enregistre. Je l'insère dans mon Powerpoint, sur mon canevas. Et après ça reste sur mon Powerpoint et je fais ma présentation devant les camarades et le prof. » Homme, 25 ans, études de santé

/ Quelles précautions concernant les usages académiques ? 2/2

Des exceptions toutefois : dans certaines formations – plutôt orientées vers le monde de l'entreprise (finance, marketing, etc.) ou de droit – les étudiants sont sensibilisés à la question du droit d'auteur et encouragés à illustrer leurs travaux uniquement avec des images libres de droit.

Dans ce cas, les étudiants ont plutôt tendance à se tourner vers les plateformes gratuites dans la mesure où le consentement à payer pour des photographies reste nul dans les contextes académiques.

*« On m'a un petit peu sensibilisée déjà dans mon école l'année dernière, c'était une obligation entre guillemets de chercher des photos libres de droit. »
Femme, 19 ans, étudiante en management*

*« J'ai un prof qui nous demande où on a trouvé nos photos à chaque fois, il nous a conseillé des sites où les photos sont libres de droit. »
Femme, 19 ans, étudiante en management*

Les précautions liées aux usages professionnels « internes »

Les usages « internes » aux entreprises (supports de formation, de communication interne, etc.), avec une audience restreinte (collègues, etc.) ne font pas non plus l'objet de précautions particulières en ce qui concerne le droit d'auteur. Plusieurs raisons sont évoquées :

- **le caractère restreint de l'audience et l'absence d'usage « commercial »** à proprement parler donnent le sentiment que les usages de photographies ne sont pas limités (à l'exception toutefois des lettres d'information internes dans les grandes entreprises, par précaution les photographies sont souvent libres de droit) ;
- parfois, la recherche d'images libres de droits ou l'acquisition d'images protégées par le droit d'auteur paraît difficilement envisageable quand il est nécessaire de respecter **des délais courts**, sur le mode : *« Je ne peux pas faire passer du temps à chaque fois pour vérifier si je suis ok avec le droit d'auteur. »* Femme, 38 ans, Chargée de projet web ;
- il s'agit parfois d'illustrer des documents de travail non-définitifs, **la valeur esthétique de l'image ou le respect du droit d'auteur paraît très secondaire** dans ce type de contexte (d'ailleurs certains n'hésitent pas à présenter des images où les filigranes sont visibles).

« Pinterest, c'est un peu comme Google : tout le monde peut poster ses photos. Il y a donc des photos de basse qualité. Je peux l'utiliser professionnellement pour faire des tableaux d'ambiance parce que je n'ai pas besoin de choses de qualité, l'intérêt c'est de faire passer des idées. »
Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« Avant de choisir définitivement la photo, on la partage avec nos clients. Quand on a sélectionné des images, pour les sites internet, nos clients demandent les images. Dans le titre de l'image, je mets le 'copyright' : la source, le site. Je le fais pour moi au fur et à mesure que je trouve les photos : je la renomme tout de suite, plutôt que d'oublier. Avec le nom de l'auteur et le site où je l'ai pris. C'est quand même juste, c'est quelqu'un a travaillé. Mais des fois, j'oublie. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web

« Si on a du filigrane et si on la veut, il faut payer. Dans ces conditions, soit je copie l'image, je clique dessus ; soit je fais une copie d'écran et je fais la touche shift 4. Je garde le filigrane si c'est pour de la communication interne, car ce ne sont pas des images que j'utilise à grande échelle. Je vais les rogner un minimum. Dans les modifications, je peux retirer l'arrière-plan. » Homme, 25 ans, études de santé

→ **Les enjeux liés au droit d'auteur paraissent très faibles dans ce type de contexte d'où une absence de précautions, voire le recours à des images où sont présents des filigranes.**

Les précautions liées aux usages professionnels « externes » 1/3

Dans le cas des usages « externes » (publications papier, lettres d'information, etc.), les utilisateurs prennent deux types de précaution :

- **faire l'acquisition de droits d'auteur en passant par des banques d'images payantes**, avec un achat unitaire ou par l'intermédiaire d'un compte d'entreprise (NB : seules les entreprises travaillant beaucoup avec les photographies ont recourt à ce type d'offre par abonnement, un dispositif utile mais qui reste insuffisant néanmoins, les professionnels ayant souvent besoin de multiplier leurs sources pour trouver des images) ;
- utiliser **une banque d'image interne** avec des photographies dont l'entreprise est propriétaire (un outil pertinent dès lors que les illustrations utilisées sont redondantes : photos de produits, etc.)

«Et j'utilise aussi Adobe Stock, qui est avec un abonnement de notre service. On met des mots clés. On a droit à tant d'images par mois. Je prends des images et je les mets dans les présentations ou sur des outils promotionnels qui vont être imprimés.» Homme, 25 ans, études de santé

«Je ne vais pas tous les jours aller chercher des photos de massages. On a créé cette banque d'images issus de banques d'images payantes. Il faut renouveler régulièrement cette base (...) On sait d'où ça vient et on sait qu'on a le droit de les utiliser.» Femme, 38 ans, Chargée de projet web

→ Il est intéressant de constater que ce recours à des banques d'images libres de droit ou payantes dans les usages « externes » ne se retrouve pas dans les usages « internes » (jugés moins risqués en termes de droit d'auteur), pour lesquels les moteurs de recherche sont privilégiés.

/ Les précautions liées aux usages professionnels « externes » 2/3

Faut-il créditer les photographies utilisées ?

Le niveau de connaissance se révèle très variable sur ce point, beaucoup expriment l'idée qu'il n'est pas nécessaire de créditer une photographie dès lors que les droits d'auteurs ont été acquis ; ou bien qu'il s'agit seulement d'une forme de « politesse » à l'égard des auteurs, un geste totalement facultatif donc.

Les pratiques sont très hétérogènes également : en tendance, on observe que les professionnels préfèrent minimiser (en mentionnant juste le nom d'un site) ou totalement éliminer l'empreinte des crédits, ces derniers pouvant avoir tendance à surcharger visuellement les publications.

« Sur les payants, pour Adobe Stock, on se contente de citer le site. Déjà que ça fait deux mots 'Adobe Stock'. Dans les mentions légales, on doit noter l'identité de la personne morale qui veut faire la publication. Mais si on doit aller plus loin ça devient compliqué ! » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication

« Si on a 20 images de 20 auteurs différents, sur un site, ça commence à faire une longue liste de copyrights. Et les gens sont assez mal informés et ce n'est pas appliqué. Déjà quand on a la mention de copyright, c'est pas mal. Et pour la communication papier, pour les mentions légales, sur les flyers ou dépliants, les gens sont mal informés. Le copyright est légal. La mention 'ne pas jeter sur la voie publique', elle est bienvenue. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

« Sur Unsplash, c'est libre de droits. Juridiquement parlant, on n'est pas obligés ou on n'est pas tenus de rediriger ou de mettre un crédit. Après on le veut dans la société : chez nous, c'est une règle. Quand on a l'accès à l'auteur, on le met tout le temps en crédit. Là c'est un site Internet donc franchement, on ne va pas chercher plus loin et on utilise la photo, sans se soucier du crédit. Sur Pinterest, c'est comme ça. On met juste : 'photo : Pinterest'. On fait ça pour se protéger même si je pense qu'il n'y a pas trop de valeur. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication

Les précautions liées aux usages professionnels « externes » 3/3

Des différences notables selon les types de structures concernant le recours à des services payants :

- **Dans les petites structures**, l'option payante est utilisée, mais souvent en deuxième intention, quand la « photo optimale » gratuite n'a pas été trouvée.
- **Dans les structures plus importantes, on observe une forte préférence pour les photographies payantes :**
 - le fait de payer a quelque chose de rassurant, face à des risques de sanctions financières que l'on imagine très importantes ;
 - par ailleurs, le fait de payer donne aussi l'impression qu'il n'est plus nécessaire de créditer l'auteur de la photographie (ce qui reste l'option la plus pratique visuellement).

Par ailleurs, la « culture juridique » de l'entreprise semble jouer un rôle : certaines ont mis en place des procédures précises avec des consignes, quand d'autres restent plus floues en ce qui concerne l'utilisation de photos.

« En fait je préfère aller sur des sites payants parce que je me dis que c'est la simplicité : je paye, je suis tranquille. On ne prend aucun risque. En général ça ne coûte pas grand-chose. » Femme, 31 ans, consultante digitale

« Je ne serais pas prête à payer à titre personnel et même à titre professionnel. Même si ça devrait être normal. En fait, il y a tellement de tout sur le net qu'on ne cherche pas à payer. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« Sur la réalité clients, c'est difficile de facturer une image, il faut arriver à justifier. Ils disent qu'il y en a plein sur Google. Mais il faut expliquer qu'on ne prend pas tout et n'importe quoi. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

« Dans mon entreprise, chacun fait à sa manière. Après, on a quand même des pratiques assez proches, mais mon patron ne cite pas l'auteur de façon systématique. Là-dessus, on n'a pas un protocole écrit. On n'a jamais fait de réunion spécifique pour harmoniser notre façon de faire. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web et print

→ **Le coût est un frein pour les petites structures pour lesquelles il n'y a pas de ligne budgétaire prévue pour l'achat de photos ou une ligne peu conséquente, ce qui conditionne bien évidemment les pratiques. C'est d'autant plus le cas que le surcoût est difficilement reportable sur les clients par exemple, dans la mesure où peu sont sensibilisés aux enjeux des droits d'auteur.**

05

LES REPRÉSENTATIONS SPONTANÉES DU DROIT D'AUTEUR : QUELLES SONT LES RÈGLES ?

/ Le droit d'auteur, une notion méconnue 1/2

L'impression qu'il existe des règles et des sanctions visant à protéger les auteurs de photographies paraît logique et peu surprenante. Tous nos participants imaginent même des sanctions relativement « lourdes » pour les contrevenants. Néanmoins, les représentations associées au fonctionnement du droit d'auteur **restent très « intuitives » et « imprécises » chez les internautes**, ces dernières procèdent souvent d'un mélange de différentes notions confusément associées :

- **une forme de « politesse » et de « bon sens » liés à l'usage des réseaux sociaux** (idées qu'il n'est pas approprié d'utiliser le travail de quelqu'un sans créditer l'auteur, etc.), ou bien – dans les milieux académiques – avec **le fait de citer ses sources** ;
- **des confusions avec le droit à l'image**, avec l'idée qu'il n'est pas possible d'utiliser des photos avec la même liberté quand des personnes sont identifiables ;
- par ailleurs, on observe quelques notions de droit de la propriété intellectuelle **liées à d'éventuels épisodes de sensibilisation au cours de la vie** (pendant les études ou dans un contexte professionnel).

« Le droit d'auteur ? Ça m'évoque un travail, quelqu'un qui a passé du temps, c'est comme un brevet, il n'a pas envie de se faire piquer son travail alors qu'il y a mis du temps. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

→ Dans les usages quotidiens, et *a fortiori* pour les usages non-professionnels, l'idée qu'il existe des contraintes liées au droit d'auteur n'existe que de façon latente et imprécise dans l'esprit des internautes.

Le droit d'auteur, une notion méconnue 2/2

Les connaissances très approximatives du droit d'auteur expliquent **des interprétations très subjectives et le plus souvent très permissives**, avec de nombreux biais d'optimisme :

- l'idée que les photos sans filigranes / *watermarks* sont libres de droit,
- idem pour les photographies sous licence « *creative commons* » (quand cette notion est connue, ce qui reste rare),
- pour beaucoup, il n'est pas nécessaire de créditer l'auteur d'une photographie dont les droits ont été acquis.

« Pour le travail, j'utilise beaucoup Getty Images et si on ne paie pas, il y a le Getty en plein milieu de la photo. Donc une image libre de droit, on peut l'utiliser. Elle est en public et on n'est pas obligé de payer pour en avoir le contenu. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts, Dijon » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

« Les creative commons, ça m'évoque le domaine public. Ça doit être les licences libres... Pour moi, c'est le droit d'utiliser la photo, de reproduire la photo. Mais je ne fais pas bien la différence entre les deux. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing et communication

→ **Ces représentations conduisent à des comportements néanmoins très différents selon les contextes :**

- La méconnaissance du droit d'auteur a tendance à privilégier les usages permissifs de photographies trouvées en ligne chez les particuliers.
- Mais, paradoxalement, cette méconnaissance peut aussi conduire à des pratiques très restrictives chez les professionnels qui suivent bien souvent un « principe de précaution », ces derniers préférant systématiquement s'acquitter des droits d'auteurs plutôt que de prendre un risque éventuel.

Le droit d'auteur, une notion très peu présente à l'esprit 1/2

Au-delà de cette connaissance très approximative du droit d'auteur, il s'agit d'une notion bien souvent mise à distance dans les usages des internautes. Plusieurs choses expliquent ce phénomène :

- **quasiment tous les utilisateurs rencontrés estiment avoir une consommation « légale »** dans la mesure où l'utilisation de photographies trouvées en ligne reste « raisonnable » (notamment parce qu'ils n'utilisent pas de photographies à des fins commerciales, ce qui reste l'élément le plus déterminant selon eux dans l'activation du droit d'auteur) ;
- dans le même ordre d'idées, beaucoup font le constat qu'il existe **peu d'indices permettant de matérialiser l'idée de droit d'auteur** dans les parcours de navigation (comme les filigranes) et encore moins de « barrières » permettant de limiter les usages d'une photographie (mesures techniques de protection) ;
- enfin, il convient de faire remarquer que – au moins pour quelques-uns des internautes rencontrés – **cette mise à distance du droit d'auteur a parfois quelque chose d'intentionnel** dans la mesure où le respect des bonnes pratiques fait craindre des complications (recherches chronophages, etc.).

NB : la notion de métadonnées reste très majoritairement méconnue. Bien que certains utilisateurs ont déjà accédé aux métadonnées de leurs propres photographies, ce n'est absolument pas un réflexe dans le cas de photos trouvées en ligne, et encore moins avec l'intention d'identifier un photographe pour mieux respecter le droit d'auteur.

« Je pense que oui dans la mesure où je ne publie rien, je garde tout ça pour moi et une utilisation privée, je ne les utilise pas à des fins financières (...) donc non je ne me sens pas vraiment concerné. » Homme, 24 ans, étudiant en langues étrangères

« Quand je vois des photos, je vois rarement dessous 'protégée par le droit d'auteur' donc je ne sais pas... en fait, il me semble même ne jamais l'avoir vu ou alors de façon très occasionnelle... » Femme, 24 ans, étudiante, linguistique

« En fait, je ne cherche absolument pas à savoir. Il faut être assez rapide, je ne vais pas chercher au-delà, d'autres informations, non. Si je suis amenée à être sur Google, je vais chercher le site sur lequel la photo se trouve (...). Après, franchement, je ne le fais pas, ça prend du temps. » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

« J'avais juste une photo de couverture et c'était une photo libre de droit, je me souviens que j'avais mis beaucoup de temps à trouver une photo qui me correspondait et que je pouvais utiliser. » Femme, 24 ans, étudiante, linguistique

« Je ne savais pas que ça s'appelait DRM. Si c'est pour une thématique particulière, supposons que je recherche une image des années 50, je vais peut-être bien vérifier si c'est la bonne date, la bonne localisation, sinon je m'en fiche. » Homme, 24 ans, étudiant en langues étrangères

Le droit d'auteur, une notion très peu présente à l'esprit 2/2

Parallèlement, apparaît aussi l'idée que **les sanctions éventuelles se déclenchent uniquement dans le cadre d'usages commerciaux ou « malhonnêtes »**, autrement dit dans des situations jugées plutôt rares en ce qui concerne les usages des particuliers. Il en résulte **une forte impression d'impunité** pour un usage « honnête » / « raisonnable » quels que soient les contextes (professionnels, académiques ou personnels). Plusieurs autres éléments jouent à ce niveau :

- **l'idée qu'il n'existe pas de lancement de procédure spontanée de la part des autorités** – comme pour les films – et que ces procédures se réalisent à la demande des photographes ;
- l'idée qu'il est **techniquement impossible pour les autorités de contrôler le respect droit d'auteur**, *a fortiori* pour les particuliers (contrairement aux plateformes) ;
- l'impression qu'une éventuelle sanction ne pourrait pas aller au-delà d'**une simple demande de suppression** de la photographie (sans amende donc).

« *C'est pas vraiment comme pour les vidéos, je ne pense pas qu'il existe de contrôle des institutions. On parle moins de la propriété de l'image pour les photos.* » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

« *J'ai des amis dans le milieu et je ne connais personne qui se soit fait épingler. Je ne connais personne qui a reçu une amende ou une pénalité (...)* Ca ne m'est jamais arrivée d'avoir un message d'alerte. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web

« *Je sais très bien que je ne vais pas avoir d'amende. On est 67 millions en France : personne ne va aller vérifier ce que je screen dans mon téléphone !* » Homme, 25 ans, études de santé

« *Je ne connais absolument pas les sanctions, je n'ai aucune idée. Je me dis qu'on pourrait me demander de supprimer une photo, avec une mise en demeure. Si je ne le fais sous tant de jours... Je me dirais qu'il n'y a pas d'amende, que c'est juste la suppression du contenu. Et que je peux avoir mon compte suspendu parce que je n'ai pas respecté les conditions.* » Femme, 25 ans, Chef de projet marketing

→ **Le rapport des internautes aux éventuelles sanctions confirme l'impression qu'il existerait deux régimes de contraintes pour les photographies : un régime juridique classique plutôt destiné aux entreprises (usages commerciaux) et un régime de régulation des usages particuliers géré par les plateformes.**

Comment apprécier les contraintes d'usages liées au droit d'auteur ?

Dans l'ensemble, l'évaluation du degré de restriction d'une photographie repose sur deux grands facteurs :

Le type d'usages des photographies, qui se limite, dans l'esprit des internautes, à interdire les « *usages abusifs* ».

A cet égard, les internautes distinguent :

1. Les usages commerciaux,
2. Les usages « malhonnêtes »,
3. Et différentes modalités de diffusion.

Le type de photographie en question, avec l'idée que certaines sont plus restrictives que d'autres en termes d'utilisations possibles.

Comme évoqué, les internautes regrettent un manque « d'indices » permettant d'évaluer le degré de restriction associé à une photographie en ligne, d'où des tentatives de déduction selon :

1. La source de la photographie
2. Le statut de l'auteur

Évaluer le niveau de restriction : les types d'usages 1/3

Usages commerciaux vs. non-commerciaux

Les internautes ont tendance à établir une différence très nette entre les « usages commerciaux » (vente directe, usage en tant que publicité ou illustration d'un document d'entreprise destiné au grand public) **et les « usages non-commerciaux ».**

Dans l'ensemble, apparaît souvent l'idée que **le droit d'auteur en matière de photographies s'applique essentiellement, voire uniquement, aux usages commerciaux, et donc surtout aux entreprises.**

« Ça ne me pose pas de problème éthique d'utiliser la photo et je pense que ça ne pose pas de problème aux artistes si c'est pour de l'illustration. La différence, c'est si c'est pour un usage public ou alors pour faire de l'argent. Si c'est une entreprise qui va utiliser l'image d'un artiste pour faire sa publicité, là il faut bien évidemment payer l'artiste parce qu'il y a un droit à l'image. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

« On peut l'utiliser dans le cadre privé. Si on veut vendre quelque chose, par contre, on ne va pas l'utiliser. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

« Ça me paraît logique qu'une entreprise ne fasse pas du chiffre avec une photo d'une personne à laquelle ils n'ont pas payé la photographie ni le travail au final. Mais après non je n'en sais pas plus. » Femme, 19 ans, étudiante en management

« Il y a des images qui sont protégées mais c'est protégé seulement si on les met sur la pancarte publicitaire de la rue principale. Ça ne sera pas protégé si tu veux juste les montrer à ton copain qui habite à côté. » Homme, 25 ans, études de santé

→ Pour tous les profils rencontrés, il s'agit de la dimension la plus importante à prendre en compte en matière d'application du droit d'auteur. D'ailleurs, l'idée que ce critère prédomine peut donner l'impression que les usages des « particuliers » ne sont pas réellement concernés par le droit d'auteur (tant que les usages ne sont pas jugés « abusifs » ou « malhonnêtes »).

Évaluer le niveau de restriction : les types d'usages 2/3

Les usages perçus comme « malhonnêtes » par les internautes

S'exprime aussi souvent l'idée que le droit d'auteur se déclenche, notamment pour les particuliers, dans le cas d'usages considérés comme « malhonnêtes ». Plusieurs exemples sont évoqués :

- détourner le sens d'une photographie, brouiller le message de l'auteur à des fins de propagande, etc. ;
- prétendre être l'auteur d'une photographie.

« Un jour j'ai une amie photographe qui a fait un shooting avec un photographe, et la cliente n'avait choisi que les photos que ma copine avait faites, et pas celle de l'autre photographe, mais comme les photos étaient sur le disque dur de ce photographe, il a mis son nom sur les photos, alors que ce n'était pas lui qui avait fait le travail, et là elle l'attaque en justice. Elle a eu gain de cause, parce que lui a fait croire que c'était son travail, mais elle avait les preuves dans sa carte mémoire, ça la dérangeait qu'il fasse comme si c'était ses photos à lui. » Femme, 20 ans, 4ème année médecine

« Si on détourne l'image, ça c'est illégal. Et si c'est libre de droits et que je ne la détourne pas, là c'est légal. C'est dans le but de faire passer une image mensongère ou fausse. C'est le message qui est derrière. Distorsion entre le fond et la forme. » Homme, 25 ans, études de santé

« Je pense que c'est corrélé à ce qu'on fait. Comme ceux qui ont pris l'image du Président et qui ont mis la République en Marche de travers pour que ça fasse une croix gammée revisitée, ça ne sera pas la même sanction que si je prends l'image d'un paysage et que je mets un voilier dessus et que je la publie sur Internet. » Homme, 25 ans, études de santé

→ Des cas relativement « extrêmes » qui montrent bien que le droit d'auteur n'est pas réellement pris en compte par les internautes dans des usages standards / quotidiens.

Évaluer le niveau de restriction : les types d'usages 3/3

Les modalités de diffusion

Enfin, le type de diffusion semble également expliquer pour les internautes des régimes de contrainte différents selon :

- **le nombre de destinataires**, avec l'impression que plus le nombre de destinataires est important, plus les usages sont restreints (apparaît l'idée qu'il existerait des « seuils » d'audience - de *followers* sur un réseau social par exemple – à partir desquels les usages seraient plus contraints) ;
- **la nature des destinataires**, avec l'impression que les usages ne sont pas ou peu restrictifs tant qu'ils concernent des « *connaissances* », « l'interne » dans le cas d'une entreprise ou bien des étudiants / élèves.

« On est 30 étudiants, il n'y a pas de source, il n'y a rien. C'est histoire d'imager ce qu'on veut dire. Je fais donc abstraction. Je différencie l'échelle des personnes qui vont voir la photo. L'échelle et le contexte et la façon dont on va utiliser l'image. Le légal, c'est si on l'utilise à petite échelle. » Homme, 25 ans, études de santé

→ Les propos recueillis sur ce thème restent relativement vagues et mettent en évidence une difficulté à identifier des critères objectifs : à partir de quel niveau d'audience le droit d'auteur doit-il être pris en compte ? Jusqu'à quel point peut-on parler de « connaissances » sur les réseaux sociaux, comment évaluer le degré de proximité... ?

Comment apprécier les contraintes d'usages liées au droit d'auteur ?

Dans l'ensemble, l'évaluation du degré de restriction d'une photographie repose sur deux grands facteurs :

Le type d'usages des photographies, qui se limite, dans l'esprit des internautes, à interdire les « *usages abusifs* ».

À cet égard, les internautes distinguent :

1. les usages commerciaux ;
2. les usages « malhonnêtes » ;
3. et différentes modalités de diffusion.

Le type de photographie en question, avec l'idée que certaines sont plus restrictives que d'autres en termes d'utilisations possibles.

Comme évoqué, les internautes regrettent un manque « d'indices » permettant d'évaluer le degré de restriction associé à une photographie en ligne, d'où des tentatives de déduction selon :

1. la présence d'indices visuels ;
2. le statut de l'auteur.

Évaluer le niveau de restriction : le type de photographie en question 1/2

La présence « d'indices visuels »

Beaucoup ont l'impression que les photos présentes sur les grands navigateurs, quand elles ne comportent pas de filigranes, sont utilisables par défaut par les internautes (dans la limite d'une utilisation « raisonnable »).

NB : Très peu d'utilisateurs évoquent des blocages au moment de télécharger une image ou s'en souviennent. Le caractère très secondaire de ce type de blocage dans les discours recueillis s'explique par 1/ l'abondance d'images qui permet de trouver une alternative sans difficulté et 2/ le recours aux captures d'écran qui reste suffisant dans de nombreux contextes.

« Quand une image est sur Google et qu'il n'y a pas de filigrane, je me dis que je peux la prendre et que je peux en faire ce que je veux. Par contre, s'il y a une signature incrustée, je me dis que je ne peux pas en faire ce que je veux. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

« Par exemple, je tape des mots clé management, je vais tomber sur une panoplie de photos. Je regarde si ça me plaît, je regarde s'il y a un mode privé ou pas, s'il y a un arrière-fond ou des graffitis, ça veut dire qu'elle est payante, je ne la prends pas (...) Le droit d'auteur, je ne regarde pas, c'est vrai qu'en termes de confidentialité, je pars du principe que si c'est sur Google Images, c'est accessible, s'il y a des gribouillis derrière, je pars du principe que ce n'est pas accessible. » Homme, 22 ans, étudiant en école de commerce

« Quand je trouve des photos sur Google ou sur Pinterest et qu'il n'y a pas de signature et qu'il n'y a rien, pour moi, on a le droit de l'utiliser. Ça veut dire que l'auteur a consenti à le mettre en public et donc on peut en faire un peu ce qu'on veut. Enfin, ce n'est pas pour mettre dans un magazine. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

« Je ne connaissais pas le terme DRM... Et je ne me souviens pas avoir été bloquée au moment de télécharger. C'est possible, mais probablement pas. » Femme, 24 ans, étudiante en L3 sciences du langage

→ La présence d'indices visuels comme les filigranes sur certaines photographies peut avoir un « effet secondaire » auprès des cibles les moins bien renseignées en donnant l'impression que, en l'absence de filigrane, les photographies sont librement utilisables. L'usage massif de la capture d'écran permet de contourner dans la majorité des cas les blocages au téléchargement.

Évaluer le niveau de restriction : le type de photographie en question 2/2

Le statut de l'auteur

Apparaît aussi l'idée – en mineur – que les restrictions dépendent également du statut de l'auteur de la photo, avec le sentiment que **les œuvres de photographes professionnels pourraient faire l'objet de restrictions** plus fortes que les photos des particuliers.

Quid des photos appartenant au « domaine public » ? Quelques-uns mobilisent cette notion estimant qu'une photo tombée dans le domaine public équivaut à une photo « libre de droit », qu'elle « appartient à tout le monde ».

On observe que cette notion se confond totalement pour les internautes avec « la photo d'œuvre », avec l'impression qu'une photographie d'une œuvre relativement connue ou ancienne (les colonnes de Buren, la Joconde, etc.) appartient au domaine public et peut faire l'objet d'usages non-restreints.

« Si c'est un photographe professionnel et qu'on crédite sa photo et qu'on la réutilise un peu partout, ça ne se fait pas dans le sens où c'est son travail et il est payé pour faire ça donc je ne vois pas pourquoi on l'utiliserait gratuitement. Mais si c'est quelqu'un qui prend une chaussure en photo dans un cadre moins professionnel, peut-être que c'est différent mais je pense qu'il faut toujours demander l'avis de l'auteur avant d'utiliser ses photos. » Femme, 23 ans, chef de projet junior

« C'est la reconnaissance du travail fourni et de la qualité du travail fourni par un professionnel dont c'est le métier, qui met à disposition une œuvre. Et donc ce droit d'auteur, finalement, au minimum, c'est attribuer le nom au bon auteur. C'est quand même quelqu'un de professionnel qui doit être rémunéré. Donc payer des droits d'auteur, c'est rémunérer une personne pour son travail, pour la mise à disposition d'une image pour laquelle j'aurais un usage professionnel, que je vais rémunérer. » Femme, 38 ans, Chargée de projet web

« Ça m'évoque quelque chose qui appartient à tout le monde. Tout le monde peut en faire l'usage qu'il en souhaite. Pour moi, c'est libre et c'est ouvert. » Homme, 23 ans, 4ème année Beaux-Arts

→ L'idée qu'il s'agirait aussi de prendre en compte le statut de l'auteur de la photographie, une information rarement disponible, conduit spontanément les internautes à évoquer l'idée de demander l'avis de l'auteur avant d'utiliser une photographie.

La notion « d'illégalité » s'agissant de photographies en ligne

La notion d'illégalité reste floue, et souvent jugée très peu pertinente dans le cas des usages quotidiens :

- **Par association, la notion d'illégalité renvoie à l'existence de sites illégaux de partage massif de photographies** sur le modèle des sites illégaux diffusant des films ou des séries (torrent, etc.), chose qui paraît tout à fait impensable dans le cas de photographies dans la mesure où ces dernières sont directement accessibles dans les moteurs de recherche...
- ... Les utilisateurs imaginent alors des photos non-référencées sur les moteurs de recherche : la notion d'illégalité a alors tendance à laisser imaginer **des photographies dont les objets sont en eux-mêmes illégaux** (pédopornographie, etc.). Plus marginalement, certains évoquent aussi le non-respect du droit à l'image.

« Je suis jamais allé sur un site que je savais illégal pour des photos. Ça peut m'arriver pour les films ou les séries, mais extrêmement rarement. » Homme, 22ans, étudiant en alternance en école de commerce

« Ça peut m'arriver pour des films, mais des photos jamais. » Homme, 24 ans, étudiant en langues étrangères

« Autant sur le streaming des films, comme la musique, les logiciels, bien sûr je sais que ça existe. Je ne savais pas que ça existait sur les photographies. » Homme, 42 ans, responsable comptable dans une agence de voyages

« Illégal, ça sonne très négatif, punissable par la loi. Glauque, le Darknet » Homme, 40 ans, responsable logistique dans le transport

→ En définitive la notion d'illégalité est mise à distance par les utilisateurs : cette dernière ne paraît pas, pour eux, concerner leurs usages.

En bilan

Au fond, pour les internautes, tout se passe comme s'il existait deux régimes de régulation de l'usage de photographies en ligne :



La loi pour les usages professionnels

Image d'une « régulation dure » pour les usages professionnels, c'est-à-dire les usages commerciaux par les autorités publiques (mais aussi les usages « graves » ou « malhonnêtes » dépassant la question du droit d'auteur avec des photographies problématiques sur le fond : pédopornographie, violences, dénigrement, etc.)



Les conditions générales d'utilisation pour les usages des particuliers

Image d'une « régulation douce » des usages privés ou semi-privés sur les plateformes et réseaux sociaux pouvant prendre deux formes :

- **une autorégulation** par les utilisateurs, avec des « codes » moraux et sociaux qui déterminent les usages socialement acceptables, impliquant donc une forme de contrôle social : *« Je suis pas mal de comptes pour des memes', des photos drôle avec des descriptions marrantes, du genre 'ma tête quand je vois blabla' et il y a souvent des gens qui mettent en dessous 'oui il faut que tu crédites le compte' (...) ça se bouge un peu pour dire 'ouais mais c'est pas toi qui a créé cette photo', qui a créé ce montage, qui a fait ça, donc il faut que tu crédites la personne'. » Femme, 19 ans, étudiante en management*
- **un contrôle direct par les plateformes** / réseaux sociaux par l'intermédiaire des outils automatisés ou l'intervention d'un service particulier à la demande des utilisateurs (ce dernier étant souvent préféré au recours aux autorités publiques car plus rapide) : *« On m'a volé des photos de mon Insta pour les mettre sur OnlyFans, ma communauté me l'a signalé... J'ai tout de suite contacté Onlyfans, les photos ont été retirées en moins de 24h. » Femme, 31 ans, consultante digitale*

→ Spontanément, les internautes accordent une importance prépondérante aux plateformes dans la régulation des contenus protégés par le droit d'auteur.

06

CONCLUSIONS

/ En synthèse 1/3

- **Les représentations du droit d'auteur en matière de photographie diffèrent de celles associées à d'autres biens culturels** – comme les films, ou la musique. En effet, le fait de regarder une photo n'est pas mis sur le même plan que le fait d'écouter de la musique ou bien de regarder un film (c'est un geste jugé trop banal pour faire l'objet de restrictions, et aussi jugé impossible à contrôler par les autorités publiques).
- Pour cette raison, **les internautes ont tendance à estimer que, en matière de photographie, le droit d'auteur a surtout pour objectif de contrôler les « usages commerciaux »**, des usages nécessitant *a priori* des précautions spécifiques (qui sont rarement bien connues, y compris chez les personnes utilisant des photographies dans un cadre professionnel).
- Dès lors qu'un usage n'est pas « commercial », l'utilisation des photographies en ligne semble assez libre selon les internautes dans la mesure où les usages demeurent, selon eux, **« raisonnables »** ou **« non-abusifs »**. Ces notions sont assez pratiques pour les internautes : elles permettent **des appréciations très subjectives** de ce qu'il est possible de faire ou de ne pas faire avec des photographies trouvées en ligne, ces appréciations ayant d'ailleurs tendance à se révéler plutôt permissives.

« J'imagine que normalement on n'a pas le droit de l'utiliser, mais bon, pour moi si elle est sur internet c'est qu'on peut un petit peu l'utiliser. En tout cas il faut identifier, taguer, redonner le crédit à la personne qui a fait la photo. J'imagine qu'on ne peut pas la mettre dans quelque chose qui se vend, parce que du coup on tirerait profit de quelque chose dont il ne tirerait pas profit. Mais j'avoue que je n'en sais pas plus. » Femme, 19 ans, étudiante en management

/ En synthèse 2/3

- Les internautes rencontrés reconnaissent **se sentir peu informés au sujet du droit d'auteur**, ce sentiment ne se traduit pas – ou très rarement, chez certains profils spécifiques – par des efforts d'apprentissage permettant d'adopter de bonnes pratiques. Deux phénomènes entrent en jeu à ce niveau :
 - l'impression diffuse, mais bien présente, que **les règles du droit d'auteur seraient difficiles à assimiler** (dans la mesure où ces règles semblent dépendre de très nombreux facteurs : audience, type d'usage, type de photographie, etc.) ;
 - et le sentiment très présent à l'esprit que les règles du droit d'auteur **pourraient compliquer les usages courants / quotidiens**. Au fond, apparaît l'idée qu'un meilleur niveau d'information pourrait se traduire par **des usages plus restreints, plus complexes et plus chronophages que les pratiques actuelles** des particuliers (les usages professionnels étant plus contrôlés face à la perspective de sanctions).

« Vous m'avez appris certaines choses. Je pensais que les photos qui étaient sur Google étaient en libre-service. Après, qu'il y ait des droits d'auteur me paraît complètement légitime. Si la photographie est utilisée par d'autres personnes que le photographe, les droits d'auteur doivent être mis à leur juste valeur. Mais je ne connaissais pas tout ce processus-là. » Homme, 42 ans, comptable

/ En synthèse 3/3

Les entretiens mettent en évidence **un hiatus important entre les pratiques professionnelles et les usages particuliers** :

- dans le premier cas, les internautes se montrent plutôt volontaires pour adopter les bons gestes (à part la question du crédit photo, problématique parce qu'elle gêne la mise en page des documents, la plupart des mauvais comportements relèvent surtout d'une méconnaissance du droit d'auteur) ;
- à l'inverse, on constate un faible consentement chez les particuliers à réaliser des efforts supplémentaires pour mieux respecter le droit d'auteur **tant que cette notion n'apparaît pas de façon plus explicite sur les photographies trouvées en ligne**. Les particuliers ne veulent pas avoir à supporter les désagréments éventuels liés à une recherche d'information au sujet d'une photographie : de leur point de vue, les restrictions associées à une photo doivent pouvoir être mentionnées d'emblée, directement par les plateformes, suivant le même modèle que les messages d'alerte signalant par exemple des contenus choquants sur Instagram. En somme, l'information doit être disponible sans nécessiter une action particulière de leur part : demander à l'auteur, consulter les métadonnées, etc.

