



Paris, le 2 avril 2009

Communiqué de presse

## **Mensonge sur la gratuité des téléchargements même "illégaux"**

Mais combien de fois faudra-t-il payer ?

Nos gouvernants disent ne pas aimer, mais pas du tout, les impôts. Il n'en va pas de même des taxes qu'ils aiment beaucoup, surtout quand il s'agit des supports numériques, prisés par les jeunes.

Rappelons les taxes collectées et reversées aux ayants droit (auteurs et artistes) :

Taxes sur les CD, RW et DVD ;

Taxes sur mémoires et disques durs intégrés à un téléviseur, un enregistreur ou un boîtier assurant l'interface entre l'arrivée de signaux de télévision et le téléviseur (décodeur) ;

Taxes sur les mémoires et disques durs intégrés à un baladeur ou à un appareil de salon dédiés à la lecture d'œuvres fixées sur des phonogrammes ;

Taxes sur les mémoires et disques durs intégrés à un baladeur ou à un appareil de salon dédiés à la fois à l'enregistrement numérique des phonogrammes et des vidéogrammes ;

Taxes sur les clés USB ;

Taxes sur les cartes mémoires ;

Taxes sur les supports de stockage externes de micro-ordinateurs personnels ;

Taxes sur les téléphones mobiles multimédia.

Ces taxes sont calculées proportionnellement aux capacités de stockage des différents supports numériques, capacités qu'on sait de plus en plus importantes dans des objets à obsolescence rapide.

Selon l'usage que l'on en fait, on s'aperçoit très vite que l'on paye deux, trois, quatre fois, voire plus, des taxes pour copie privée alors qu'il peut s'agir d'un seul et même morceau de musique.

D'où plusieurs questions qui, à ce jour, sont restées sans réponse :

Combien de fois faudra-t-il que les consommateurs payent pour avoir droit, par exemple, d'écouter un peu de musique ?

Où vont et comment sont réparties et contrôlées les sommes ainsi collectées ?

Est-ce aux consommateurs de sauver une industrie en déclin parce qu'elle n'a pas su s'adapter à la nouvelle donne technologique et élaborer un nouveau modèle économique ?

La loi Longuet de 1994 de lutte contre la contrefaçon avait créé, pour la première fois, une sanction sur les consommateurs considérés, depuis, comme tous coupables et donc à écarter du dispositif de lutte. Depuis, la lutte contre la contrefaçon, mais surtout contre les citoyens, a montré, ô combien, ses limites. Pourquoi s'obstiner dans l'erreur, en s'attaquant aujourd'hui, et principalement, aux jeunes ?

Voilà quelques questions que les citoyens-consommateurs devront poser à leurs parlementaires car elles resteront entières après le vote de la loi *Création et Internet*.

Contact presse : Christian HUARD tel : 01 44 53 73 90