

Hadopi

Département Recherche, Etudes et Veille (DREV)

Carnets de consommation Note de présentation

Dans le cadre de la mission légale d'observation des usages licites et illicites de l'Hadopi, le DREV a conduit une étude quantitative sous forme de carnet de consommation permettant notamment de connaître le volume de biens culturels consommés sur Internet, de façon licite ou illicite, gratuite ou payante, en streaming ou en téléchargement. Cette note en présente les principaux résultats.

Etude du volume de consommation de biens et services dématérialisés

Etude quantitative réalisée en mars et avril 2013 par l'institut Opinion Way pour l'Hadopi

L'article L. 331-13-1° du Code de la propriété intellectuelle confie à l'Hadopi une mission générale d' « *observation de l'utilisation licite et illicite des œuvres et des objets auxquels est attaché un droit d'auteur ou un droit voisin sur les réseaux de communications électroniques utilisés pour la fourniture de services de communication au public en ligne* ».

La mission légale d'observation de l'Hadopi détaillée par l'article L. 331-23 du CPI comprend une série d'actions et d'objectifs incombant à la Haute Autorité.

Il s'agit notamment de la publication annuelle d'indicateurs, listés par le décret n° 2011-386 du 11 avril 2011, parmi lesquels figure le volume de l'utilisation des œuvres et objets protégés, qu'elle soit licite ou illicite, sur internet et sa ventilation selon les catégories d'œuvres et d'objets protégés et leurs modes d'utilisation.

Compte tenu de la diversité des pratiques et de la quantité de contenus consommés, une telle évaluation s'avère particulièrement complexe. Cette étude, plaçant l'utilisateur au cœur de la méthodologie, est la première à y apporter une réponse.

Elle propose, plus généralement, une description fine de la consommation de biens culturels sur Internet sur une semaine de référence.

En effet, ces travaux permettent de préciser les modes d'accès employés : en streaming ou en téléchargement, de façon gratuite ou payante, de façon licite ou illicite, et principalement sur quels sites. Ils décrivent également les profils de consommateurs selon leur sexe, leur âge et leur CSP. Enfin, l'origine des œuvres (française ou internationale) est également renseignée et les plus consommées d'entre elles sont directement listées.

CADRE

Objectifs

Livrable

Plus généralement, l'étude permet de caractériser la nature de cette consommation selon les types d'œuvres, les catégories de consommateurs et les modes d'accès.

Dans le cadre de sa mission légale d'observation des usages l'Hadopi (DREV, Département Recherche, Etudes et Veille) a confié à l'institut Opinion Way la conduite d'un « carnet de consommation » des biens culturels dématérialisés sur Internet.

Son objectif est d'évaluer le volume de la consommation de biens et services culturels dématérialisés sur Internet.

Méthodologie

Norme

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

La méthodologie employée est celle des carnets de consommation, c'est-à-dire des questionnaires en ligne à renseigner de façon quotidienne, durant 7 jours consécutifs ; chaque participant devant y noter sa consommation journalière de musique, films, séries, jeux vidéo, et livres/BD dématérialisée.

11 280 internautes âgés de 15 ans et plus ont été interrogés lors de la phase de recrutement. Parmi ces répondants, ont été sélectionnés les 7 627 consommateurs de biens numériques dématérialisés, c'est-à-dire consommant au moins une fois par an en streaming ou en téléchargement l'un des produits suivants : musique, film, série TV, livres/BD, jeux vidéo.

interviews

Les interviews ont été réalisées en ligne, auprès de l'Access Panel d'Opinion Way composé de 75 000 individus, entre le 26 mars et le 3 avril 2013.



SEXE	
Homme	54%
Femme	46%
CSP Individu	
CSP+	38%
CSP-	25%
Inactifs	37%
REGION HABITATION	
Paris/IDF	21%
Province	79%
AGE	
15-24 ans	25%
25-39 ans	32%
40 ans et plus	44%

Sur ces 7 627 consommateurs de biens culturels, 7 232 ont accepté de prendre part à l'étude. Au bout des 7 jours consécutifs d'enquête, 4 740 personnes avaient correctement remplis l'ensemble des carnets de consommation. Ces 4 740 répondants sont représentatifs des **consommateurs** de bien culturels. La représentativité a été assurée à la fois au travers du recrutement sur quotas et au final par un redressement sur la base des critères de sexe, âge, région et CSP (ci-contre).

Volumes

L'étude porte sur environ 5 000 consommateurs et 80 000 œuvres, ce qui permet une analyse conséquente, y compris sur les usages marginaux.

Modes de consommation

Typiquement, parmi les réponses apportées à la consommation d'un contenu en streaming, on peut trouver une part de supports correspondant plus clairement à des pratiques de téléchargement.

Méthode déclarative

Cette étude est basée sur les déclarations des répondants. L'exercice, mené sur une semaine pour les 5 000 sondés, incite à la précision. Néanmoins, de façon marginale, de probables erreurs d'appréciation ont été relevées pour la différence entre le streaming et le téléchargement (un téléchargement permettant une lecture progressive du contenu peut par exemple être perçu comme du « streaming »). La classification, réalisée a posteriori, le précise le cas échéant dans les fiches détaillant la consommation par bien culturel.

Licéité des supports

Sur le modèle des précédents travaux, la classification des sites, réalisée de façon manuelle a posteriori et dans un objectif exclusif d'analyse, différencie :

- Les sites donnant accès à des contenus et apparemment licites, c'est-à-dire proposant un accès autorisé à des contenus dont la licéité peut être supposée grâce à un faisceau d'indices, tels que la présence de mentions légales détaillées, de formulaire de signalement des abus en matière de droit d'auteur et de mentions relatives à la protection du droit d'auteur, le respect du délai de 4 mois après la diffusion du film en salle, ou plus généralement l'insertion dans un écosystème licite révélé par exemple par l'existence de partenariats ou d'autres activités culturelles ou médiatiques.
- Les sites donnant accès à des films et apparemment illicites, c'est-à-dire proposant un accès non autorisé à des contenus protégés dont l'illicéité peut être supposée grâce à un faisceau d'indices tels que, par exemple, l'absence ou l'insuffisance des mentions légales, de formulaire de signalement des abus en matière de droit d'auteur, de mention des détenteurs des droits, la présence de films avant et/ou pendant la diffusion en salles.

Œuvres consommées

Les œuvres les plus souvent mentionnées par les utilisateurs sont systématiquement indiquées. Elles le sont à titre indicatif, pour illustrer et valider la cohérence des résultats. La méthodologie utilisée, et notamment sa limitation à une semaine d'étude, ne permet pas d'en déduire « un classement » des œuvres.

Marge d'incertitude

Les résultats de cette étude doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude qui sont de 1 point pour un échantillon de 5 000 répondants.

L'ensemble des éléments relatif à la méthodologie et les résultats complets sont présentés dans le rapport de l'étude : <http://hadopi.fr/observation/publications>.

RESULTATS

Général

D'une façon générale, les résultats mettent en valeur l'importance du streaming, pratiqué par 84% des consommateurs (contre seulement 49% pour le téléchargement).

Ils sont un quart à posséder un abonnement, et 42% à avoir déjà effectué un achat à l'acte. Ainsi, une part significative des consommateurs n'a jamais consommé de façon payante. Pour autant, un tiers de ceux qui n'ont jamais payé se disent prêts à le faire (favorable, le cas échéant, à un achat à l'unité).

Consommation moyenne pour chaque bien culturel par individu sur une semaine

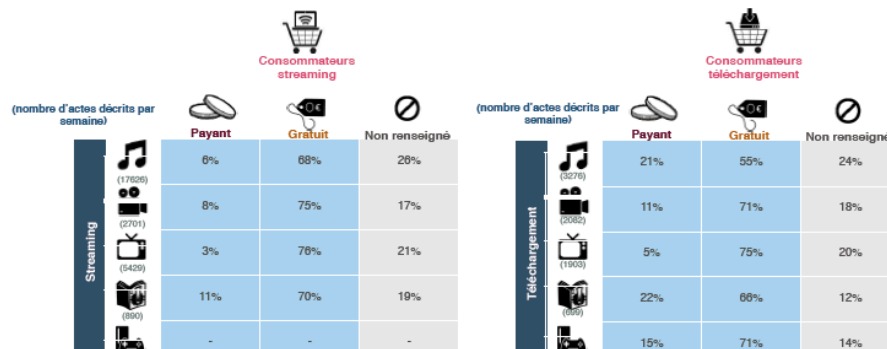
Consommateurs/Internautes

Pour rappel, les répondants sont représentatifs des consommateurs des biens culturels ciblés, et non des internautes en général.



La musique est de loin le bien culturel le plus consommé (plus de 23 titre par semaine et par consommateur soit plus de 60 000 titres). Les films, les séries, les livres et les jeux vidéos sont consommés dans des proportions comparables entre elles: entre 2,4 et 5,7 biens par semaine et par consommateur. Les livres et les jeux vidéo correspondent à une consommation plus isolée, pratiquée par bien moins d'internautes.

Mode d'acquisition des biens culturels durant la semaine de référence

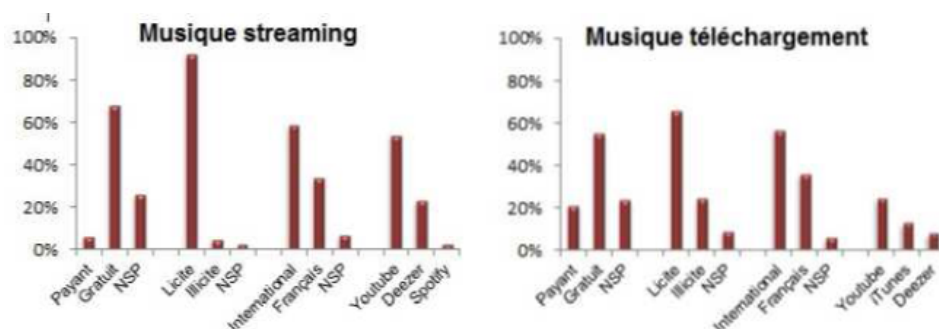


Globalement, c'est la consommation gratuite qui s'impose significativement.

Noter qu'un « acte », peut correspondre à plusieurs biens, notamment pour la musique (environ 3 biens par acte pour le streaming, et 2,5 biens pour le téléchargement en moyenne théorique, dans la pratique, cela reflète la consommation d'albums, qui ne figure pas en tant que telle dans la présentation).

Musique

La consommation de musique est significativement licite, gratuite, et majoritairement sur YouTube.



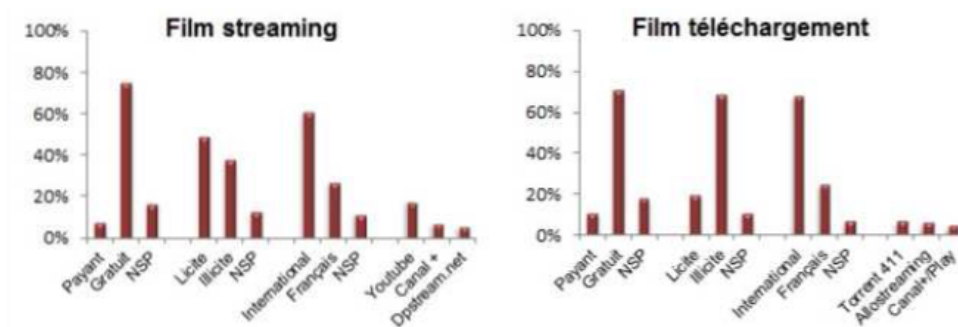
La forte représentation de YouTube au titre du téléchargement peut trouver différentes explications :

- La consommation à l'unité effectuée sur YouTube (un acte correspond à un titre), par opposition à des consommation comprenant potentiellement plusieurs titres, sur iTunes ou sur Deezer.
- Les pratiques de « ripping », qui permettent de télécharger les contenus diffusés en streaming.

Toujours pour ce qui concerne le téléchargement de musique, les pratiques de pair-à-pair représentent 9% des usages.

Film

En streaming, la consommation de film se fait presque autant de façon licite que de façon illicite. En téléchargement, les pratiques sont majoritairement illicite.



Pour le streaming de film, YouTube est à nouveau le support le plus utilisé. Pour le téléchargement en revanche, et de façon moins nette, le premier support utilisé repose sur du pair-à-pair. Plus généralement, pour le téléchargement, les pratiques de pair-à-pair représentent 28% des usages.

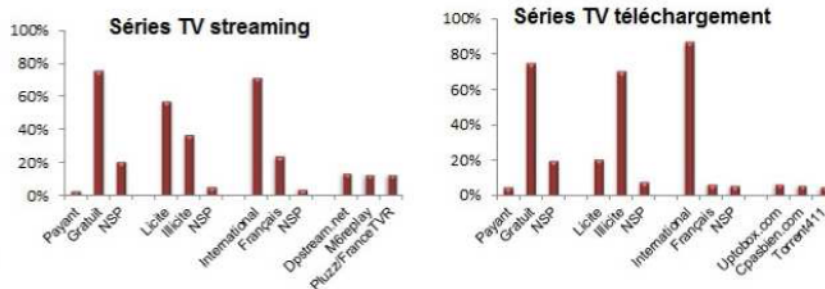
Enfin, la prédominance des contenus internationaux est plus marquée que pour la musique.

Séries

On retrouve, pour les séries, un équilibre entre les pratiques licites et illicites en streaming, et une prédominance des usages illicites pour ce qui concerne le téléchargement.

Tendances

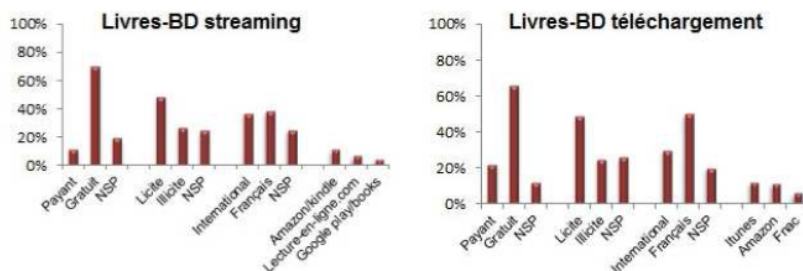
La typologie de la consommation des séries est proche de celle des films.



L'importance de la consommation de contenus internationaux est particulièrement marquée, et pratiquement exclusive pour ce qui concerne le téléchargement, où le pair-à-pair représente 27% des usages.

Livre /BD

Contrairement aux autres biens considérés, les œuvres consommées sont plus souvent françaises qu'internationales. La prédominance de la consommation gratuite est par ailleurs moins marquée.

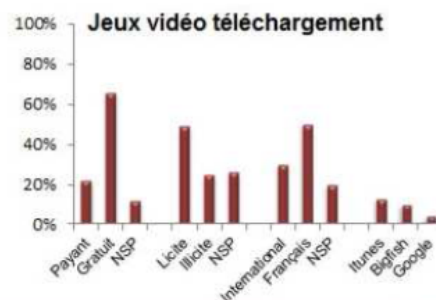


Jeux vidéo

Méthodologie

Ils n'ont été étudiés qu'au regard des pratiques de téléchargement, notamment pour limiter les confusions sur les différents modes de consommation.

La consommation de jeu vidéo se fait majoritairement de façon licite, et concerne principalement des œuvres françaises.



POINTS REMARQUABLES

On peut distinguer trois profils de consommation :

- Celui de la musique, massif, gratuit, a priori licite et majoritairement porté par YouTube en streaming comme en téléchargement.
- Celui des films et séries, moins intense et plus disparate tant quant au mode de consommation qu'aux supports utilisés. Nettement portées vers les contenus internationaux, les pratiques sont significativement illicites.
- Celui des livres et jeux vidéo, concernant un public beaucoup plus restreint, recouvrant des pratiques mixtes et plus significativement orienté vers des œuvres françaises.

On relève ainsi l'hétérogénéité des modèles de consommation selon les biens culturels concernés, attribuée :

- A la nature intrinsèque des biens (un titre s'écoute plusieurs fois, un film plus rarement, par exemple).
- A la nature de l'offre (la musique en streaming gratuit par exemple emporte une part considérable de la consommation).

A ce titre, il ne convient pas de globaliser l'analyse du relevé des consommations. Pour autant on y retrouve de façon systématique la prédominance de la gratuité, en co-existence selon des équilibres variables avec des modèles payants. Il met par ailleurs en exergue une liste conscrète de supports concentrant la majorité de la consommation de biens culturels sur Internet.

hadopi.fr