



L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #23 - Novembre 2020

BAROMÈTRE DE L'OFFRE LÉGALE 2019 87 % DES CONSOMMATEURS SATISFAITS PAR LES SERVICES D'OFFRE LÉGALE

Au 31 décembre 2019, l'Hadopi recense plus de 450 services d'offre légale proposant des biens culturels en ligne. Cette offre, à la fois riche et diversifiée, semble avoir séduit les internautes français qui sont désormais 75 % à y accéder de façon exclusivement légale. 87 % des consommateurs s'avèrent satisfaits

de l'offre légale, voire très satisfaits pour 41 % d'entre eux, et indiquent être attachés aux services qu'elle propose. Les services de l'offre légale semblent donc être parvenus à relever le défi de satisfaire le plus grand nombre et de fidéliser la majorité des consommateurs de biens culturels dématérialisés.

MÉTHODOLOGIE

Dès 2011, l'Hadopi a mis en place un dispositif d'étude afin de mesurer la perception et les usages en ligne des biens culturels dématérialisés, au départ sept catégories : musique, films, séries, photos, jeux vidéo, logiciels et livres numériques, auxquelles ont été ajoutés en 2019 les contenus de presse en ligne et les retransmissions d'événements sportifs en direct. Cette nouvelle édition du Baromètre de l'offre légale repose sur deux phases :

- analyse des données issues du recensement des services apparaissant comme respectueux du droit d'auteur, réalisée par l'Hadopi, et travail de veille documentaire ;
- étude quantitative réalisée en ligne du 11 au 21 octobre 2019 par Médiamétrie auprès d'un échantillon représentatif de 4 679 internautes âgés de 15 ans ou plus (représentativité assurée par la méthode des quotas : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, taille d'agglomération et région d'habitation en 5 catégories).

Une offre légale diversifiée en réponse à la diversité des besoins

Plus de 450 plateformes recensées par l'Hadopi

Le portail de recensement de l'Hadopi proposait, au 31 décembre 2019, un total de 459 sites et services légaux (483 au 30 juin 2020), répartis en huit catégories (musique, vidéo à la demande, télévision de rattrapage, jeu vidéo, image, livre numérique, réalité

virtuelle, podcast) correspondant aux différents types de biens culturels. Ce nombre important montre toute la richesse de l'offre légale en France : qu'il s'agisse de la musique, du livre, des films, des séries ou des jeux vidéo, plusieurs dizaines de plateformes

sont disponibles pour les internautes. Au-delà des plateformes de notoriété internationale, la majorité des services sont français ou adaptés pour le marché national : 74 % des services recensés ont leur siège social implanté en France.

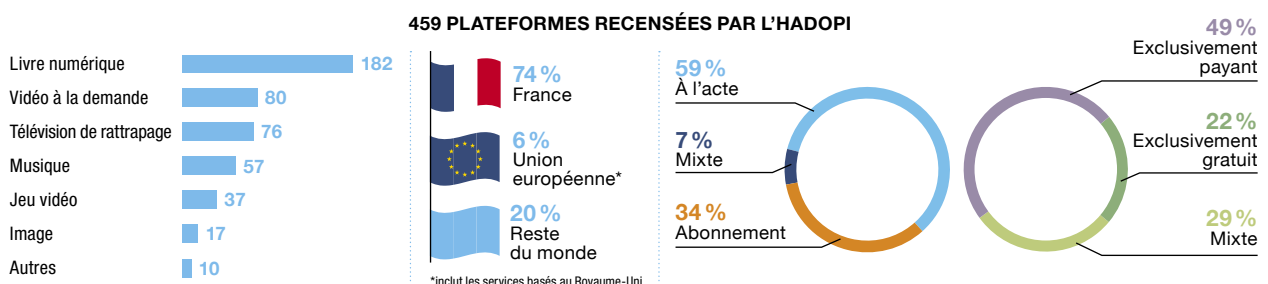
Une multiplicité des modèles économiques

Cette diversité se traduit aussi par la pluralité des modèles économiques : si 49 % des services recensés ont fait le choix d'un modèle exclusivement payant, 22 % proposent un accès gratuit et 29 %

ont un modèle mixte. Parmi les services payants, le modèle de consommation à l'acte est majoritairement proposé : deux tiers des services (66 %) y ont recours et, pour 59 % d'entre eux, il s'agit de

l'unique mode de transaction. Cependant, ce résultat est dû au nombre important de librairies en ligne : hors secteur du livre numérique, l'abonnement est proposé par 64 % des services.

FIGURE 1 : NOMBRE ET TYPOLOGIE DES PLATEFORMES ET SERVICES LÉGAUX RECENSÉS PAR L'HADOPI SELON LES BIENS PROPOSÉS, LE LIEU D'IMPLANTATION DU SIÈGE SOCIAL ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE



FOCUS

La mission de référencement de l'offre légale de l'Hadopi

L'Hadopi recense les offres apparaissant respectueuses des droits de propriété intellectuelle.

Ce recensement, dont les modalités sont précisées par la délibération n° 2017-06 du 13 juillet 2017 portant sur l'activité de référencement de l'Hadopi, se fonde sur des critères d'observations externes tels que le référencement par d'autres organismes publics, le nombre de demandes de notification

et de retrait accessibles publiquement, la présence de mentions légales, la présence de conditions générales de vente ou d'utilisation mettant en avant le respect du droit d'auteur et, le cas échéant, certaines limitations d'usages liées notamment aux mesures techniques de protection, l'accès à un système de paiement sécurisé, l'absence d'environnement présentant une dangerosité

et, enfin, la revendication par le site lui-même de sa licéité et de l'efficacité de ses systèmes de notification.

Dans l'ensemble de cette étude, on entend par « offre légale » les sites labellisés ou recensés par l'Hadopi comme apparaissant respectueux des droits de propriété intellectuelle.

Une majorité de consommateurs privilégie l'offre légale

75 % des internautes consomment des biens culturels en ligne de manière exclusivement légale

La consommation de contenus culturels en ligne est majoritairement légale : pour **75 % des internautes, l'accès aux biens culturels dématérialisés se fait exclusivement de manière légale**. La consommation illicite varie significativement selon les secteurs :

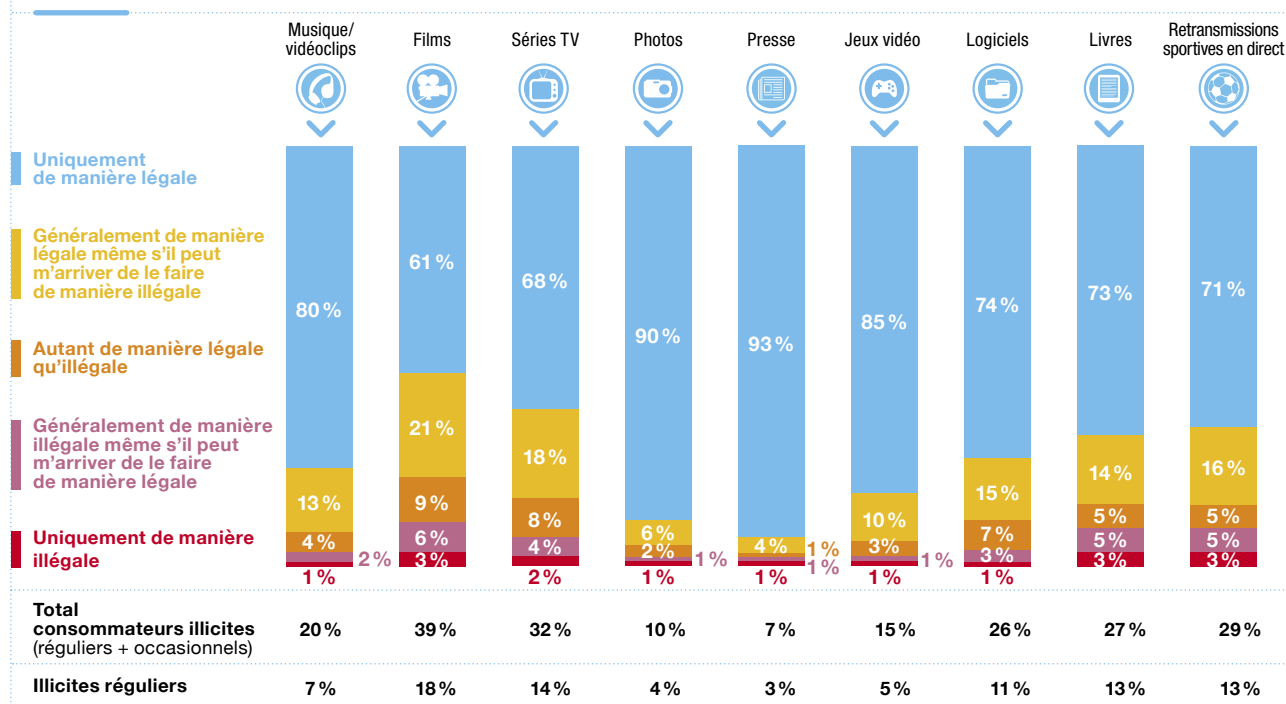
- **une consommation illicite plus faible** (musique, photographie, presse et jeu

vidéo) semble s'expliquer, entre autres, par une **offre gratuite conséquente** (musique, presse, photographie) ou une logique d'**écosystème fermé entre les terminaux et les catalogues** (jeu vidéo) ;

- **une consommation illicite forte** caractérise les contenus audiovisuels (taux de consommation illicite supérieur

à 25 %). Ces biens se distinguent par des offres le plus généralement payantes et par des **catalogues segmentés du fait de politiques d'achat de droit et d'exclusivité** des plateformes. Le secteur des logiciels affiche également un taux de consommation illicite élevé, probablement en raison du **coût parfois élevé** de certains d'entre eux.

FIGURE 2 : TAUX DE CONSOMMATION LICITE ET ILLICITE PAR TYPE DE BIENS (BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SUR INTERNET DE FAÇON LICITE)



Source : Hadopi – Médiamétrie

La formule d'abonnement à une offre légale séduit majoritairement les internautes

Bien que la consommation gratuite reste prépondérante (79 % des internautes), **la consommation payante concerne désormais plus de la moitié de la population : 55 % des internautes sont des consommateurs de biens culturels dématérialisés payants**. L'abonnement est alors largement privilégié : **91 % des consommateurs payants y ont recours** (50 % des consommateurs au total),

contre 47 % pour l'achat à l'acte (26 % des consommateurs).

Le modèle par abonnement est désormais dominant pour la quasi-totalité des catégories de biens, à l'exception des secteurs du livre et du jeu vidéo. **Cette tendance est particulièrement marquée pour les contenus audiovisuels, avec**

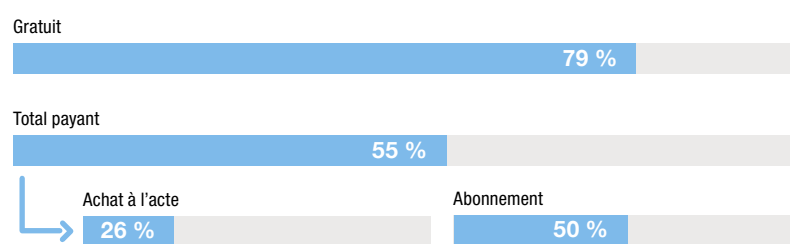
des taux d'abonnement quatre à cinq fois supérieurs aux taux de consommation payante à l'acte : ceci vaut aussi bien pour les séries TV (96 % de consommateurs payants utilisant un service par abonnement contre 16 % utilisant un service à l'acte) que pour les films (94 % contre 21 %) ou les retransmissions sportives (88 % contre 13 %).

FOCUS

L'abonnement partagé

Si l'abonnement est aujourd'hui le mode d'accès payant privilégié pour la quasi-totalité des consommateurs, nombre d'internautes l'utilisent sans pour autant être eux-mêmes personnellement abonnés. **Pour un tiers des consommateurs, soit 17% des internautes, l'abonnement est partagé, voire payé par un tiers qui n'appartient pas nécessairement au foyer.** Ce phénomène est plus marqué auprès des consommateurs de contenus audiovisuels : ainsi, 42% des utilisateurs de services de films ou de séries télévisées et 41% des utilisateurs de services de retransmissions sportives utilisent un abonnement partagé.

FIGURE 3 : MODES DE CONSOMMATION PAYANTE À L'ACTE/PAR ABBONNEMENT
(BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SUR INTERNET DE FAÇON LÉGALE)



Source : Hadopi – Médiamétrie

87% des internautes usagers satisfaits et fortement attachés aux services proposés

Le taux de satisfaction de l'offre légale témoigne, avec une note globale de 7,1 sur 10, d'une appréciation globalement bonne. Ainsi, la grande majorité des consommateurs apparaît satisfaite (87% évaluent l'offre légale avec une note égale ou supérieure à 6) et 41% d'entre eux sont très satisfaits (notes égales ou supérieures à 8). Seulement 13% des utilisateurs évaluent les offres légales de manière insatisfaisante (note inférieure ou égale à 5).

La satisfaction est encore plus marquée pour les services payants qui affichent une note de 7,6 et, en particulier, pour les services par abonnement qui recueillent une note moyenne de 7,7 contre 7,2 pour les services à l'acte.

Toutes les catégories de biens ne sont toutefois pas évaluées de la même manière. **La musique, les films, les séries télévisées et les logiciels se voient attribuer des notes sensiblement**

supérieures à la moyenne (7,4 ou plus). Les bonnes notes obtenues par l'offre légale de musique sont avant tout portées par l'évaluation positive des critères liés aux contenus (richesse des catalogues, récence, etc.) avec un score de 7,9 sur 10.

À l'opposé, **la presse et la photographie sont moins bien évaluées** (respectivement 6,8 et 6,6). Ces deux catégories de biens pâtissent d'un rapport qualité/prix estimé peu satisfaisant (respectivement 6,2 et 6,3).

FIGURE 4 : SATISFACTION DÉTAILLÉE PAR TYPES DE BIENS (BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SUR INTERNET DE FAÇON LICITE)

	Le rapport qualité/prix	Le contenu	La qualité technique	L'interface	La qualité de service	Satisfaction globale
Musique/vidéoclips	6,8	7,9	7,6	7,2	7,3	7,6
Films	7	7,4	7,6	7,4	7,6	7,4
Séries TV	7,1	7,5	7,7	7,4	7,8	7,4
Logiciels	6,5	7	7,7	7,5		7,4
Livres	7,2	7,5	7,7	7,5	7,6	7,1
Jeux vidéo	6,7	7,4	7,5	7,2	7,2	7,1
Retransmissions sportives en direct	6,3	7,1	7,7	7,1	7,6	7
Presse	6,2	7,2	7,2	6,8	6,6	6,8
Photos	6,3	7	7,2	6,9		6,6
Moyenne Item	6,8	7,4	7,6	7,2	7,4	7,1

Source : Hadopi – Médiamétrie

Cette satisfaction globale se traduit par un attachement assez marqué des consommateurs à leurs offres. Plus de la moitié des internautes consommateurs de contenus audiovisuels et près

des deux tiers des consommateurs de musique et de jeu vidéo indiquent qu'ils **ne pourraient pas remplacer facilement leur offre par une autre.** Ainsi, l'offre qu'ils utilisent leur manquerait

s'ils n'avaient plus accès au service concerné. C'est en particulier le cas des consommateurs de musique (74%), de séries TV (68%), de films (65%) et de jeux vidéo (65%).

Un niveau de recommandation positif plus fort pour l'offre payante que gratuite

L'analyse du *Net Promoter Score* (NPS) conforte ces enseignements. Interrogés sur le fait de savoir s'ils seraient prêts ou non à recommander une offre, un tiers des utilisateurs se révèlent être des « ambassadeurs » de l'offre légale, enclins à promouvoir les services

qu'ils utilisent, de manière générale. Avec un NPS positif de 6, l'offre légale bénéficie de relais positifs de la part de ses utilisateurs. Si l'offre légale gratuite ne suscite qu'un attachement modéré, avec un NPS égal à zéro, le constat est très positif concernant l'offre

légale payante, et plus particulièrement les offres par abonnement : 43% des utilisateurs d'offres légales payantes recommanderaient fortement celles-ci (NPS de 24), 46% des utilisateurs d'offres par abonnement (NPS de 28).

FIGURE 5 : NOTES DE RECOMMANDATION SELON LE MODE DE CONSOMMATION (BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SUR INTERNET DE FAÇON LÉGALE)



Note de lecture : le *Net Promoter Score* (NPS) est un score calculé de recommandation. Il correspond à la différence entre les ambassadeurs (notes de recommandation de 9 et 10) et les détracteurs (notes de recommandation de 0 à 6). Plus le NPS est élevé, plus l'offre est recommandée. Ici : 33 % d'Ambassadeurs – 27 % de Détracteurs = 6.

87 % des internautes usagers souhaitent continuer à consommer grâce à l'offre légale

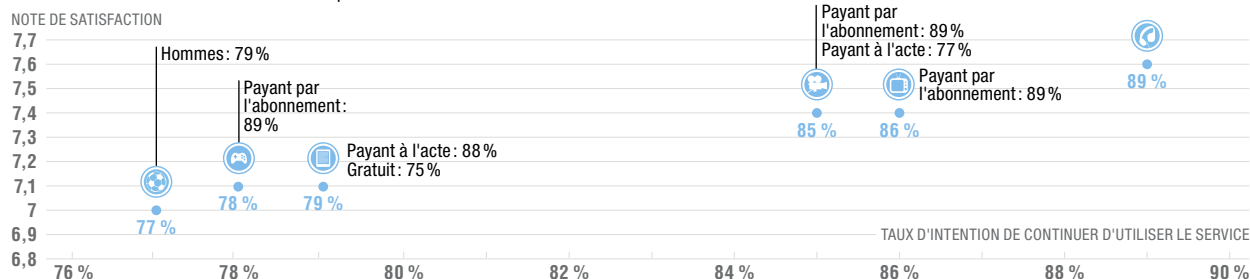
Dans leur très grande majorité, les consommateurs confirment leur satisfaction et leur attachement aux services de l'offre légale : **87 % indiquent vouloir continuer à utiliser leurs services au cours des six prochains mois**. Par type de biens, cette fidélité est corrélée à la satisfaction : les trois catégories de biens les mieux évaluées (au-dessus de la moyenne de 7,1) affichent

toutes un taux de conservation supérieur à 85 %. Ce taux est également plus élevé pour les services par abonnement : c'est particulièrement le cas pour les offres par abonnement de films, de séries et de jeux vidéo, pour lesquelles le taux d'intention de conservation s'élève à 89 %. L'offre légale, au-delà de satisfaire les consommateurs, semble donc parvenir à les fidéliser.

La grande diversité de contenus et les différents modèles de consommation proposés ont permis de faire émerger une offre riche et plurielle. **L'offre légale dématérialisée est désormais au cœur des usages culturels des consommateurs français et semble être parvenue à relever le défi de satisfaire le plus grand nombre.**

FIGURE 6 : INTENTION DE POURSUIVRE L'UTILISATION DU SERVICE DANS LES SIX PROCHAINS MOIS RAPPORTÉE AUX NOTES DE SATISFACTION PAR TYPES DE BIENS (BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS CONSOMMATEURS DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SUR INTERNET DE FAÇON LICITE)

87 % des internautes consommateurs d'au moins une catégorie de façon licite ont l'intention de conserver l'abonnement/continuer d'utiliser au moins une de ces offres dans les 6 prochains mois



Source : Hadopi – Médiamétrie

➤ Enseignements clés

- 459 services proposant des biens culturels dématérialisés sont recensés au 31 décembre 2019 par l'Hadopi.
- La consommation est majoritairement licite : 75 % des internautes consomment de façon exclusivement légale.
- La consommation gratuite reste prépondérante pour 79 % des consommateurs, mais la moitié (50 %) a souscrit à un abonnement.
- Les consommateurs semblent satisfaits de leurs offres (87 %), voire très satisfaits pour 41 % d'entre eux et indiquent fréquemment ne pas pouvoir les remplacer par d'autres et être enclins à en faire la promotion auprès de leurs proches.
- Les consommateurs semblent en bonne partie fidélisés : 87 % indiquent vouloir continuer à utiliser leurs services actuels.

Retrouvez les rapports complets des études sur le site de l'Hadopi

www.hadopi.fr

Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #22: Le rôle central des plateformes de streaming musical dans l'accès et la découverte de la musique : 82 % de leurs utilisateurs ont recours à leurs outils de recommandation
- L'Essentiel #21 : Le référencement des offres légales sur les moteurs de recherche progresse mais la visibilité des offres illicites reste forte

Nous contacter : presse@hadopi.fr

Directeur de la publication :
Denis Rapone

Contributeurs à ce numéro :
Olivier Muzerelle, Aurélien Branger, Marion Ozanne,
Raphaël Berger et Marianne Serfaty

Publications Hadopi :
Mission communication

Réalisation :
AGENCE ZEBRA.COM

ISSN 2646-831X

Hadopi

HAUTE AUTORITÉ POUR LA DIFFUSION DES ŒUVRES ET LA PROTECTION DES DROITS SUR INTERNET

4, rue du Texel - 75014 PARIS - www.hadopi.fr

Contact : presse@hadopi.fr @InsidOpi