

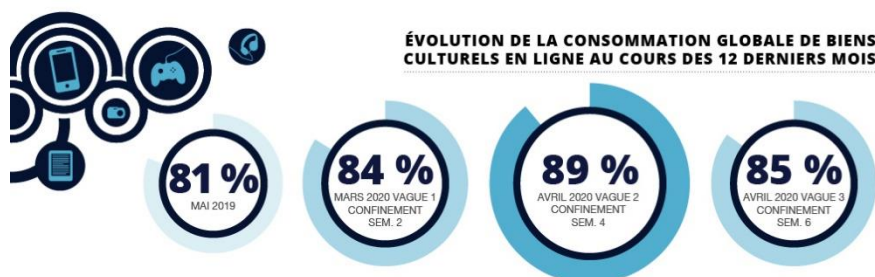
Période de confinement – Consommation culturelle
3^e vague (après six semaines de confinement) – étude réalisée les 22 et 23 avril 2020

Selon un sondage Hadopi, la consommation culturelle des biens dématérialisés se stabilise après six semaines de confinement avec 85 % des internautes français déclarant consommer des biens culturels dématérialisés

Initiée par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur internet, la 3^{ème} vague du baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement** permet de constater que les usages se stabilisent après six semaines de confinement et de penser que les internautes français adaptent leurs pratiques dans la durée. 85 % des internautes interrogés déclarent consommer des biens culturels dématérialisés, contre 89 % après quatre semaines de confinement (2^e vague), 84 % après deux semaines de confinement (1^{ère} vague) et 81 % en 2019 (*Baromètre Hadopi de la consommation 2019*).

54 % des internautes* - contre 56 % après quatre semaines de confinement et 53 % lors de la première quinzaine de confinement - placent toujours la consommation en ligne des biens culturels (écouter de la musique, regarder des films, des séries, jouer à des jeux vidéo, lire des livres notamment numériques...) en tête des activités indispensables à leur équilibre personnel en période de confinement, suivie par les activités manuelles (42 %) et la pratique du sport (37 %). Dans la situation actuelle de crise sanitaire, l'accès à des biens culturels dématérialisés apparaît bien comme une nécessité pour les Français.

60 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés (musique, films, séries, jeux vidéo, livres et presse en ligne) disent avoir intensifié leur consommation depuis la mise en place des mesures de confinement (62 % après deux et quatre semaines de confinement).



Après le pic de consommation enregistré au milieu de la période de confinement (semaine 4), la proportion d'internautes déclarant consommer des biens culturels dématérialisés baisse mais reste à un niveau supérieur à celui de mai 2019

Base : panel représentatif de 1 053 répondants.
Consommateurs d'au moins un type de biens culturels dématérialisés au cours des 12 derniers mois.
Étude réalisée via l'omnibus de l'IFOP
vague 1 : les 26 et 27 mars 2020 - vague 2 : les 8 et 9 avril 2020 - vague 3 : les 22 et 23 avril 2020.

Cette faible diminution de la consommation de biens culturels dématérialisés concerne l'ensemble de ces biens et, plus particulièrement, la presse (37 % contre 42 % après quatre semaines de confinement) et les livres (20 % contre 27 % après quatre semaines de confinement). Elle est également plus sensible chez les 25-39 ans (89 % contre 95 % après quatre semaines de confinement).

Malgré ce léger recul, la consommation de biens culturels dématérialisés reste la pratique majoritairement considérée comme la plus indispensable à l'équilibre personnel de l'ensemble des internautes français. Après six semaines de confinement, ils sont ainsi 54 % à la placer en tête des activités nécessaires à leur équilibre (56 % après quatre semaines de confinement et 53 % lors de la première quinzaine de cette période). Cependant, pour les plus de 40 ans, ce sont désormais les activités manuelles qui recueillent le plus de suffrages (53 % contre 50 % pour la consommation culturelle en ligne).



Base : panel représentatif de 1 053 répondants.
Étude réalisée via l'omnibus de l'IFOP
vague 1 : les 26 et 27 mars 2020 - vague 2 : les 8 et 9 avril 2020 - vague 3 : les 22 et 23 avril 2020.

Hadopi

***Note méthodologique**

3^e vague : Etude quantitative en ligne de type omnibus réalisée pour l'Hadopi par l'Ifop, les 22 et 23 avril 2020, auprès d'un échantillon national de 1053 individus, représentatif (selon la méthode des quotas) des internautes français de 15 ans et plus.

Pour rappel :

Réalisation de la 1^{ère} vague les 26 et 27 mars 2020

Réalisation de la 2^e vague les 8 et 9 avril 2020

Début du confinement le mardi 16 mars 2020.

A propos de l'Hadopi

Depuis 2009, l'Hadopi agit en faveur de la protection et de la diffusion de la création sur Internet. Elle lutte contre le piratage en ligne de l'ensemble des œuvres culturelles protégées par un droit d'auteur dans les domaines de l'audiovisuel, de la musique, du livre numérique ou du jeu vidéo. Chaque jour, l'Hadopi accompagne les internautes vers des usages culturels responsables et respectueux du droit d'auteur.

Contact presse Caroline Cesbron

06 22 17 34 46 / 07 63 72 48 93

caroline.cesbron@hadopi.fr