

Période de confinement – Consommation culturelle  
4<sup>e</sup> vague (après huit semaines de confinement) – étude réalisée les 6 et 7 mai 2020

## **Selon un sondage Hadopi, 55 % des consommateurs de biens culturels déclarent avoir découvert des œuvres à la faveur du confinement**

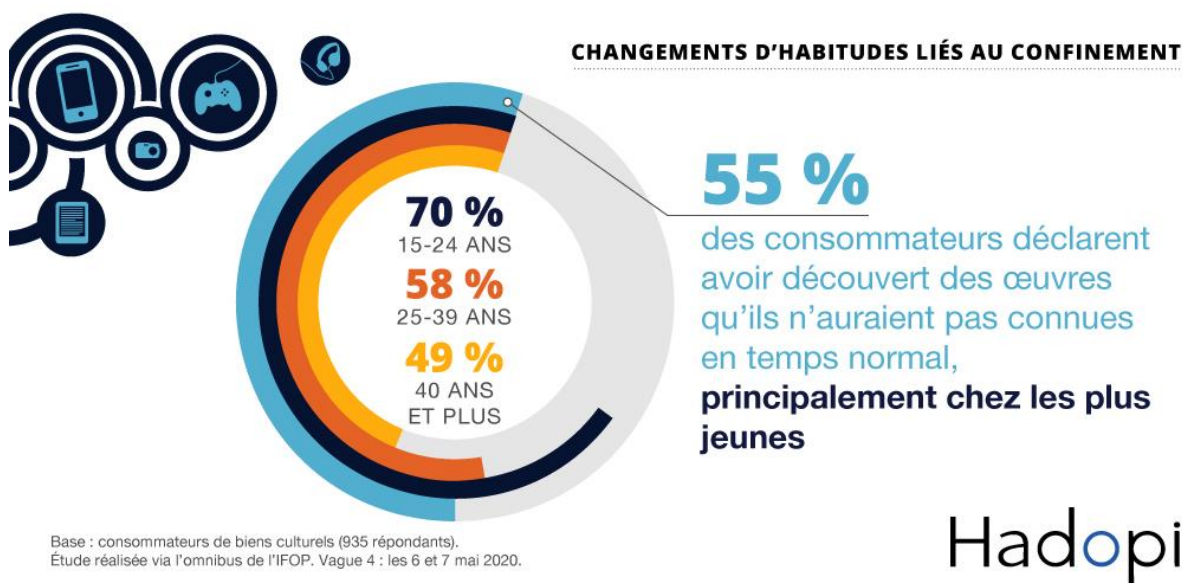
Initiée par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur Internet, la 4<sup>ème</sup> vague du baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement\** révèle que 55 % des consommateurs de biens culturels déclarent avoir découvert des œuvres grâce à la période de confinement, tout particulièrement les jeunes publics (70 % des 15-24 ans indiquent avoir accédé à des œuvres qu'ils ne connaissaient pas à la faveur du confinement). Ils sont 42 % à avoir l'intention de consommer davantage de tels biens après le confinement.

La consommation de biens culturels sur internet se maintient à un niveau très élevé : 88 % des internautes interrogés indiquent consommer des biens culturels dématérialisés (contre 85% après six semaines de confinement, 89% après quatre semaines de confinement, 84 % après deux semaines de confinement et 81 % en 2019 - *Baromètre Hadopi de la consommation 2019*).

64 % des consommateurs de biens culturels sur internet font, en outre, état de ce que la période de confinement a été marquée par l'intensification de leur accès à des biens culturels dématérialisés, notamment à des films et à des séries (pourcentage en hausse de quatre points en quinze jours : 62% après deux semaines de confinement, 60 % après six semaines, 62% quatre semaines). 54 % de ces consommateurs de biens culturels déclarent avoir ainsi visionné des films et 51 % des séries, soit des niveaux de consommation jamais atteints auparavant. La consommation des autres catégories de biens culturels en ligne reste stable.

En fin de confinement, l'accès aux biens culturels dématérialisés reste toujours majoritairement considéré comme l'activité la plus indispensable à l'équilibre de l'ensemble des internautes français. Après six semaines de confinement, ils sont ainsi 50 % à la placer en tête des activités indispensables à leur équilibre (54 % après six semaines de confinement, 56 % après quatre semaines et 53% après deux semaines). Les pratiques sportives recueillent également chez les jeunes (15-24 ans), parmi les pratiques indispensables à leur équilibre à la veille du déconfinement, un haut niveau de suffrages : 53 % contre 56 % pour la consommation culturelle en ligne. Pour les publics âgés de plus de 40 ans, ce sont désormais les activités manuelles qui devancent de peu la consommation des

biens culturels sur internet au titre des pratiques regardées comme indispensables : 50 % contre 49 % pour la consommation culturelle en ligne.



#### **\*Note méthodologique**

4<sup>e</sup> vague : Etude quantitative en ligne de type omnibus réalisée pour l'Hadopi par l'Ifop, les 6 et 7 mai 2020, auprès d'un échantillon national de 1068 individus, représentatif (selon la méthode des quotas) des internautes français de 15 ans et plus.

#### Pour rappel :

Réalisation de la 1<sup>ère</sup> vague les 26 et 27 mars 2020

Réalisation de la 2<sup>e</sup> vague les 8 et 9 avril 2020

Réalisation de la 3<sup>e</sup> vague les 22 et 23 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](mailto:caroline.cesbron@hadopi.fr)