

Période de confinement – Consommation culturelle 2^e vague (après quatre semaines de confinement)

Selon un sondage Hadopi, 89 % des internautes français déclarent consommer des biens culturels dématérialisés en période de confinement, soit + 5 points en quinze jours

Initiée par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur Internet, la 2^{ème} vague du baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement** révèle, après quatre semaines de confinement, que 89 % des internautes interrogés consomment des biens culturels dématérialisés, contre 84 % après deux semaines de confinement (1^{ère} vague) et 81 % en 2019 (Baromètre Hadopi de la consommation 2019), soit une augmentation de 5 points en quinze jours et de 8 points en un an. 56 % des internautes* – contre 53 % lors de la première quinzaine de confinement – placent désormais la consommation 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 l'équilibre personnel en période de confinement, suivie par les activités manuelles (41 %) et la pratique du sport (37 %), soit une augmentation de 3 points. Dans la situation actuelle de confinement, l'accès à des biens culturels dématérialisés apparaît donc, davantage encore, comme une nécessité pour les Français.

Comme lors de la 1^{re} vague du baromètre Hadopi sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement*, on observe une intensification de la consommation de biens culturels dématérialisés dans la période actuelle : les consommateurs de biens culturels dématérialisés sont toujours 62 % à déclarer avoir augmenté leur consommation d'un ou de plusieurs biens culturels depuis la mise en place des mesures de confinement. Les internautes français sont, après quatre semaines de confinement, désormais 56 % à placer la consommation culturelle en tête des activités indispensables à leur équilibre, contre 53 % lors de la première quinzaine de confinement.

Cette augmentation de la consommation perçue de biens culturels dématérialisés semble être bénéfique à l'ensemble des biens culturels par rapport à la première vague de ce sondage Hadopi réalisée après quinze jours de confinement. Depuis 2019, on constate une forte hausse de la consommation en ligne de musique (+7 points) et de presse (+7 points).



Base : panel représentatif de 1 051 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.



Base : panel représentatif de 1 051 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.

S'il est constaté depuis plusieurs années une augmentation du nombre de consommateurs de biens culturels dématérialisés, la tendance s'accroît fortement durant cette période de confinement avec l'émergence de nouveaux consommateurs. La hausse de la consommation semblerait en effet, d'après ce sondage de l'Hadopi, plus particulièrement portée par les internautes de 40 ans et plus : 84 % des internautes de cette tranche d'âge déclarent être consommateurs de biens culturels, contre 78 % pour la première vague.

***Note méthodologique**

2^e vague : Etude quantitative en ligne de type omnibus réalisée pour l'Hadopi par l'Ifop, les 8 et 9 avril 2020, auprès d'un échantillon national de 1051 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

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