



L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #11 - octobre 2018

UNE OFFRE LÉGALE QUI SÉDUIT DE PLUS EN PLUS LES CONSOMMATEURS

Dans le cadre de sa mission légale d'observation des usages licites et illicites, l'Hadopi publie deux baromètres annuels permettant de renseigner les indicateurs prévus par le décret n°2011-386 du 11 avril 2011 et de mesurer d'une part l'évolution des usages de biens culturels dématérialisés, de l'autre les freins et motivations à ces pratiques. Si la consommation globale de biens culturels dématérialisés reste stable dans cette nouvelle vague,

la musique, les films et les séries sont de plus en plus consommés. La part des consommateurs illicites ne progresse pas par rapport à 2017, représentant 27 % des internautes ; cette stabilité s'accompagne de signaux positifs tels qu'une propension à payer en progression, une intensité de la consommation légale en hausse pour un tiers des consommateurs et une proportion importante de 15-24 ans ayant accès à une offre de vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

MÉTHODOLOGIE

La huitième vague du baromètre des usages a été réalisée par Médiamétrie : étude quantitative en ligne réalisée du 29 mars au 25 avril 2018 auprès d'un échantillon de 1508 internautes âgés de 15 ans et plus, représentatif de la population française ; représentativité assurée par la méthode des quotas (données de cadrage Médiamétrie – Observatoire des usages Internet).

La sixième vague du baromètre de l'offre légale a été réalisée par l'Ifop : étude quantitative en ligne menée du 12 au 26 janvier 2018 auprès d'un échantillon de 1502 internautes âgés de 15 ans et plus, représentatif de la population française ; représentativité assurée par la méthode des quotas (données de cadrage Ifop - Omnibus téléphonique réalisé en janvier 2018).

1. TENDANCES GÉNÉRALES DE LA CONSOMMATION : UNE INTENSIFICATION DE LA CONSOMMATION DE MUSIQUE, DE FILMS ET DE SÉRIES

Les biens culturels les plus consommés en ligne poursuivent leur tendance à la hausse

Si l'année 2017 avait vu une hausse de la consommation globale des biens culturels dématérialisés observés par l'Hadopi, ce chiffre se stabilise en 2018 pour atteindre plus des trois quarts (77 %) des internautes de 15 ans et plus qui ont consommé au moins un bien culturel¹ au cours des douze derniers mois.

Des différences apparaissent néanmoins selon les biens. **La musique, les films et les séries TV dont la consommation était déjà en augmentation en 2017, continuent d'afficher en 2018 des taux de pénétration en progression au sein de la population internaute, de même que le jeu vidéo.**

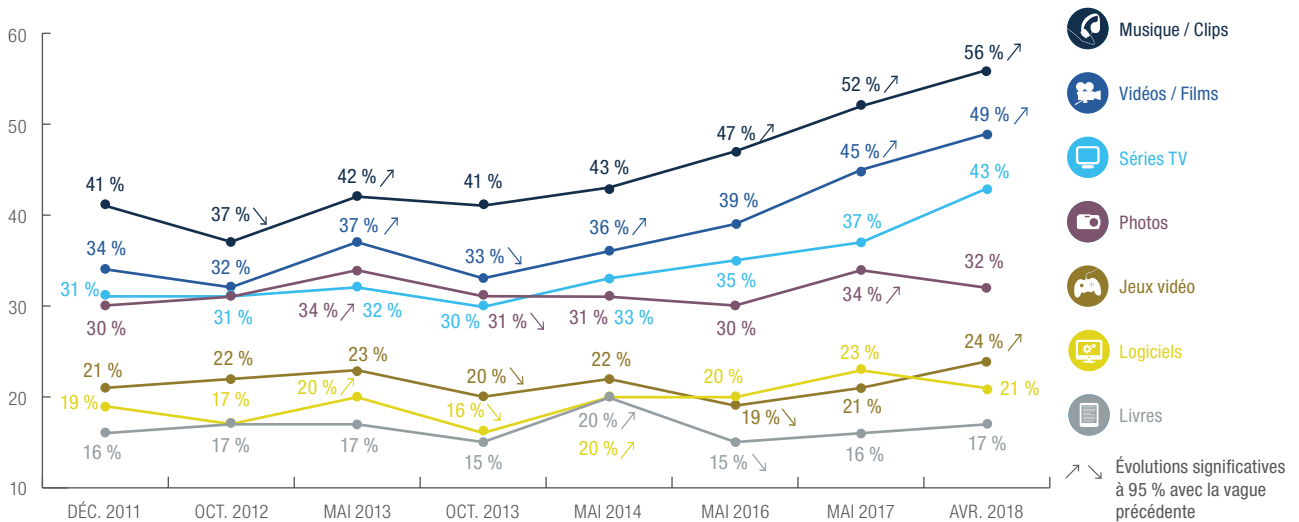
La musique, consommée par plus de la moitié (56 %, +4 points) des internautes de 15 ans et plus, reste le bien culturel le plus largement consommé,

devant les films (49 %, +4 points) et les séries (43 %, +6 points).

La consommation de ces trois catégories de biens se fait également plus intense puisque leur consommation hebdomadaire augmente en 2018 pour atteindre 40 % des internautes écoutant de la musique en ligne, 30 % qui visionnent des films et 29 % des séries TV au moins une fois par semaine. La musique, bien culturel du quotidien, reste consommée plus fréquemment.

¹ Parmi les biens dématérialisés suivants : musique, films, séries TV, jeux vidéo, livres, photos et logiciels.

FIGURE 1 : ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION PAR BIEN CULTUREL DÉMATÉRIALISÉ – BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS (BAROMÈTRE DES USAGES MARS/ AVRIL 2018).



Un profil de « gros consommateur » inchangé : les jeunes et les catégories socioprofessionnelles supérieures

La progression de la consommation de musique, films et séries est portée par les moins de 40 ans et notamment par les 15-24 ans

qui sont significativement plus nombreux (97 %) à les consommer en 2018 par rapport à 2017 (91 %). Les catégories socioprofessionnelles supérieures se montrent également plus consommatrices (87 %), en particulier sur les types de biens les plus prisés (musique, films,

séries télévisées). À l'inverse, les 40 ans et plus sont sous-représentés parmi les consommateurs, avec seulement deux tiers (67 %) d'entre eux ayant consommé au moins un produit culturel dématérialisé sur les douze derniers mois, un niveau stable par rapport à 2017.

2. VERS UNE CONSOMMATION ILLICITE PLUS OCCASIONNELLE ?

Séries TV et films restent les biens les plus consommés de manière illicite

Le taux global de consommation illicite se stabilise en 2018 à 27 % des internautes, soit 35 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés, après la hausse constatée en 2017, portée notamment

par l'augmentation de la consommation illicite de séries. **Les séries et les films restent, de loin, les biens culturels les plus sujets aux pratiques illicites** (respectivement 44% de consommateurs illicites pour les séries, comme en 2017 et 42% pour les films), devant les logiciels (32 %) et les livres numériques (28 %)

ou encore la musique (17 %). On peut supposer que la multiplication des séries à succès, avec une communication renforcée autour de la sortie de nouvelles séries de la part d'acteurs tels que Netflix a pu conduire à une augmentation de leur consommation, mais aussi des pratiques illicites sur cette catégorie de bien.

FIGURE 2 : ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION SELON SA NATURE LICITE OU ILLICITE – BASE : INTERNAUTES DE 15 ANS ET PLUS (BAROMÈTRE DES USAGES MARS/ AVRIL 2018).

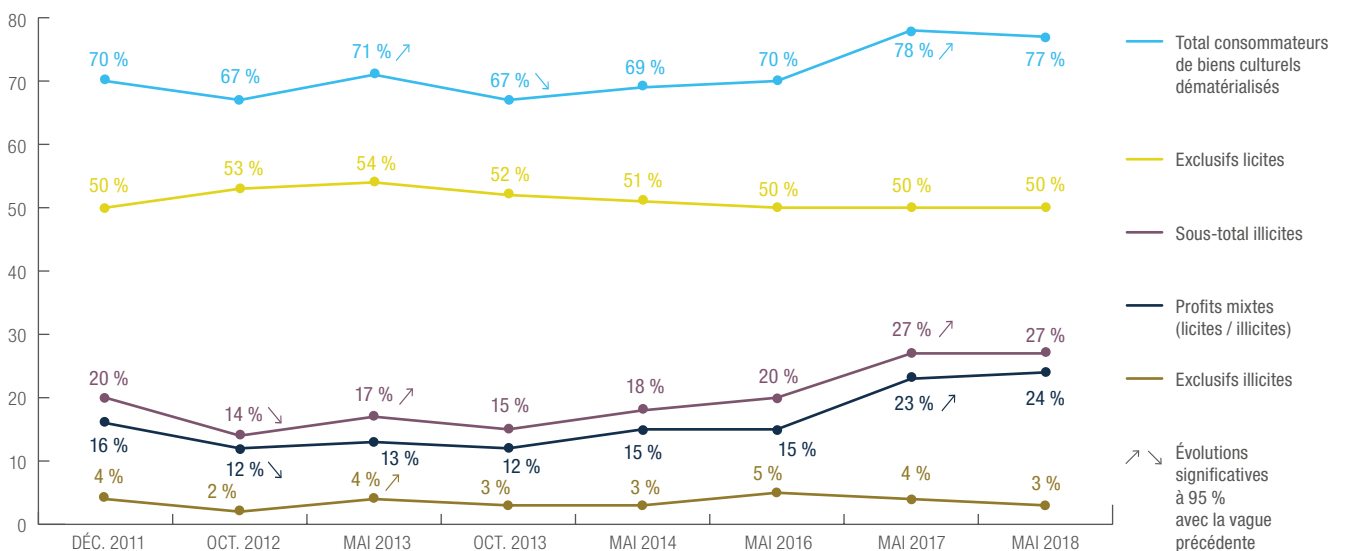
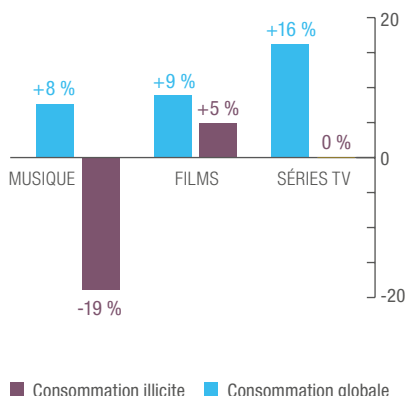


FIGURE 3 : ÉVOLUTION DU TAUX DE CONSOMMATION ILLICITE PAR RAPPORT À LA CONSOMMATION GLOBALE DE 2017 À 2018 – BASE : INDIVIDUS CONSOMMATEURS DE CHAQUE BIEN (BAROMÈTRE DES USAGES MARS/ AVRIL 2018 ET AVRIL/ MAI 2017).



Note de lecture : entre 2017 et 2018, le taux de consommation légale de musique est passé de 52 % à 56 % de consommateurs, soit une progression de 8 %. Dans le même temps, le taux de consommation illícite a diminué de 21 % des internautes à 17 %, soit une baisse de 19 %.

Une consommation mixte et des pratiques illícites anciennes pour la majorité

Si 27 % des internautes déclarent avoir eu recours à des sites illícites au cours des douze derniers mois, **il s'agit pour une très large majorité d'une consommation complémentaire à leurs pratiques licites (24 % des internautes, soit 88 % des illícites)**. En effet, seuls 3 % des internautes disent avoir recours uniquement aux sites illícites. Apparaissent ainsi des profils ayant une consommation illícite occasionnelle et d'autres plus régulière (cf. encadré).

Pour plus de la moitié des consommateurs illícites (52 %) et notamment pour les profils réguliers (64 % d'entre eux), il s'agit de pratiques anciennes datant de plus de cinq ans. Seuls 6 % des profils illícites déclarent avoir adopté ces pratiques depuis moins d'un an et 11 % depuis un à trois ans.

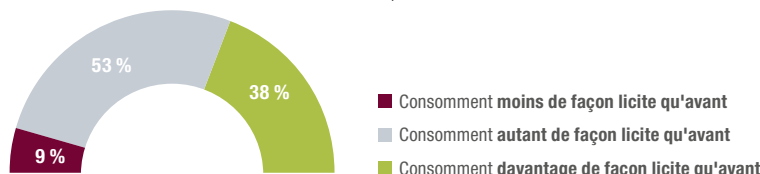
Des profils illícites occasionnels et réguliers aux comportements différents

Les dernières vagues des baromètres permettent de distinguer des profils de consommateurs illícites selon la fréquence de leur pratique, certains étant qualifiés d'illícites « **occasionnels** » (consommant généralement de manière légale mais parfois de manière illégale) qui représentent selon la période d'interrogation environ la moitié des profils illícites. Tandis qu'apparaît un autre profil d'illícites « **réguliers** » (déclarant consommer autant de manière légale qu'illégale ou consommer généralement ou exclusivement de manière illégale) représentant l'autre moitié des illícites. Ces profils permettent de mieux comprendre les différences de comportement selon la fréquence des pratiques illícites.

Une consommation légale plus fréquente ?

38 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés déclarent consommer davantage de manière licite qu'avant. Les illícites occasionnels apparaissent comme un « entre-deux » entre pratiques illícites et licites et sont 49 % à dire consommer davantage de manière légale qu'auparavant (contre 28 % des profils illícites « réguliers »). On peut penser que cette tendance devrait s'accroître à l'avenir, dans la mesure où l'offre légale semble séduire de plus en plus les consommateurs, au travers des offres par abonnement notamment.

FIGURE 4 : ÉVOLUTION PERÇUE DE LA CONSOMMATION LÉGALE – BASE : INDIVIDUS AYANT CONSOMMÉ AU MOINS UN BIEN CULTUREL (BAROMÈTRE DE L'OFFRE LÉGALE JANVIER 2018).



CONSOMMATION LÉGALE	TOTAL	USAGES LICITES DÉCLARÉS	USAGES ILLÍCITES DÉCLARÉS
DAVANTAGE QU'AVANT	38 %	37 %	40 % + Occasionnels (49 %) - Réguliers (28 %)
AUTANT QU'AVANT	53 %	59 %	35 %
MOINS QU'AVANT	9 %	4 %	22 % - Occasionnels (13 %) + Réguliers (31 %)

NB : Les profils licites peuvent avoir eu des usages illícites par le passé et consommer aujourd'hui uniquement légalement.

3. UNE OFFRE LÉGALE DE PLUS EN PLUS ATTRACTIVE

Une propension à payer en progression

La consommation gratuite reste prépondérante dans les usages, mais **la consommation payante progresse pour concerner près de la moitié des consommateurs** (48 % contre 41 % en 2017) et notamment de contenus audiovisuels (41 % pour les séries contre 28 % en 2017, 38 % pour les films contre 28 % en 2017). Le nombre d'utilisateurs payants augmente donc, **mais le panier moyen mensuel continue de décroître à 11 euros au total**, soit 24 euros pour les consommateurs payants (à partir d'un euro dépensé). Les publics qui dépensent le plus sont logiquement les 25-39 ans

(17 euros au total) et les catégories socioprofessionnelles supérieures (19 euros). Avec 18 euros dépensés en moyenne par mois, les profils aux pratiques essentiellement légales mais ayant parfois recours aux pratiques illícites (« illícites occasionnels ») sont plus abonnés que l'ensemble et font également partie des profils qui dépensent le plus. Les 15-24 ans, enfin, se situent dans la moyenne avec 11 euros dépensés en moyenne par mois.

Des abonnements prisés des 15-24 ans et des illícites occasionnels

Cette progression de la propension à payer s'explique par le développement des offres légales par

abonnement, que ce soit pour la musique ou pour les contenus audiovisuels, qui répondent bien aux attentes des consommateurs, y compris les profils illícites. Ainsi, 22 % des internautes sont abonnés à une offre de vidéo à la demande (soit 34 % des consommateurs de contenus audiovisuels) et 14 % à une offre de musique (22 % des consommateurs de musique en ligne). **Les profils illícites occasionnels et les jeunes de 15-24 ans se montrent les plus adeptes des offres de VàDA** (Vidéo à la demande par abonnement), avec respectivement 44 % et 42 % de ces sous-populations déclarant avoir accès à un abonnement (à leur nom ou à celui d'une personne de leur foyer).

Le respect des droits d'auteur, la sécurité mais aussi le confort sont les atouts majeurs de l'offre légale

Au-delà des avantages d'usage proposés par les nouvelles plateformes légales (ergonomie,

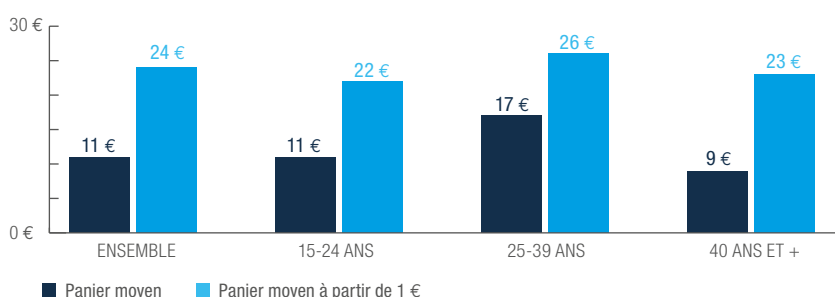
recommandation de contenus, etc.), les consommateurs reconnaissent d'autres motivations à consommer légalement : **la volonté d'être en conformité avec la loi et le respect pour les créateurs restent comme en 2017, citées en premier.** Si l'on

se concentre sur les profils ayant déclaré consommer davantage de manière légale qu'avant, les dimensions de confort (pour éviter les mauvaises surprises, ne pas perdre de temps à obtenir le produit recherché par exemple) ressortent davantage, ce qui montre que l'offre légale présente aujourd'hui des atouts importants, y compris pour les profils ayant ou ayant eu par le passé des usages illicites.

FIGURE 5 : PANIER MOYEN MENSUEL SELON LE PROFIL – BASE : INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER AU MOINS UN BIEN CULTUREL SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS (BAROMÈTRE DES USAGES MARS/ AVRIL 2018).

	ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ANS ET +	USAGE ILLICITE DÉCLARÉ	USAGE LICITE DÉCLARÉ
PANIER MOYEN MENSUEL	11 €	12 € Occasionnels : 18 €	11 €
PANIER MOYEN MENSUEL À PARTIR D'UN EURO DÉPENSÉ	24 €	21 € Occasionnels : 28 €	26 €

NB : Cette question ne permet pas de déterminer dans quelle mesure les achats sont effectués sur des plateformes licites ou illicites.



La confusion entre la légalité et le caractère payant reste importante

Malgré l'existence d'une offre légale gratuite, **les internautes continuent pour une large majorité d'entre eux à relier la légalité au caractère payant de l'offre (61 %)**. Cette confusion est encore plus prononcée chez les profils licites (72 % associent légalité et paiement). L'accès à un paiement sécurisé reste, comme les années précédentes, l'un des principaux critères de légalité d'un site, avec les chartes et conditions d'utilisation et le caractère connu du nom du site. Dans ce contexte, le référencement des offres légales disponibles et le signalement des œuvres mis en place par l'Hadopi visent à permettre aux internautes de mieux se repérer parmi les offres en ligne.

ENSEIGNEMENTS CLÉS

- Après une hausse en 2017, la consommation de biens culturels dématérialisés se stabilise en 2018 pour s'établir à 77 % des internautes de 15 ans et plus. La part des consommateurs de musique (+4 points), films (+4 points) et séries TV (+6 points) continue en revanche à progresser.
- Comme l'an passé, les pratiques illicites concernent 27 % des internautes de 15 ans et plus, soit 35 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés.
- Néanmoins, 38 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés disent se tourner plus fréquemment vers l'offre légale qu'avant.
- Si le nombre de consommateurs payants augmente (48 % des consommateurs de biens culturels en ligne, +7 points), le panier moyen mensuel consacré à ces dépenses diminue (11 € par mois en moyenne contre 14 € en 2017 et 16 € en 2016).

RETROUVEZ LES RAPPORTS COMPLETS DE L'ÉTUDE SUR LE SITE DE L'HADOPI

Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #10 : Les 15-24 ans : un rapport paradoxal à la création, entre valorisation des « petits » artistes et rejets du « système ».
- L'Essentiel #9 : La mixité des usages licites et illicites au cœur des stratégies d'accès aux musique, films et série en ligne.
- L'Essentiel #8 : L'accès illicite aux biens culturels dématérialisés : un réseau d'influences structuré sur internet.

Contactez-nous pour recevoir par courriel les avis de parution (10 numéros par an environ) : presse@hadopi.fr

Directeur de la publication : Denis Rapone / Contributeur à ce numéro : Marianne Serfaty / Chargé de publication : Martin de Beaune
Réalisation : agencezebra.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