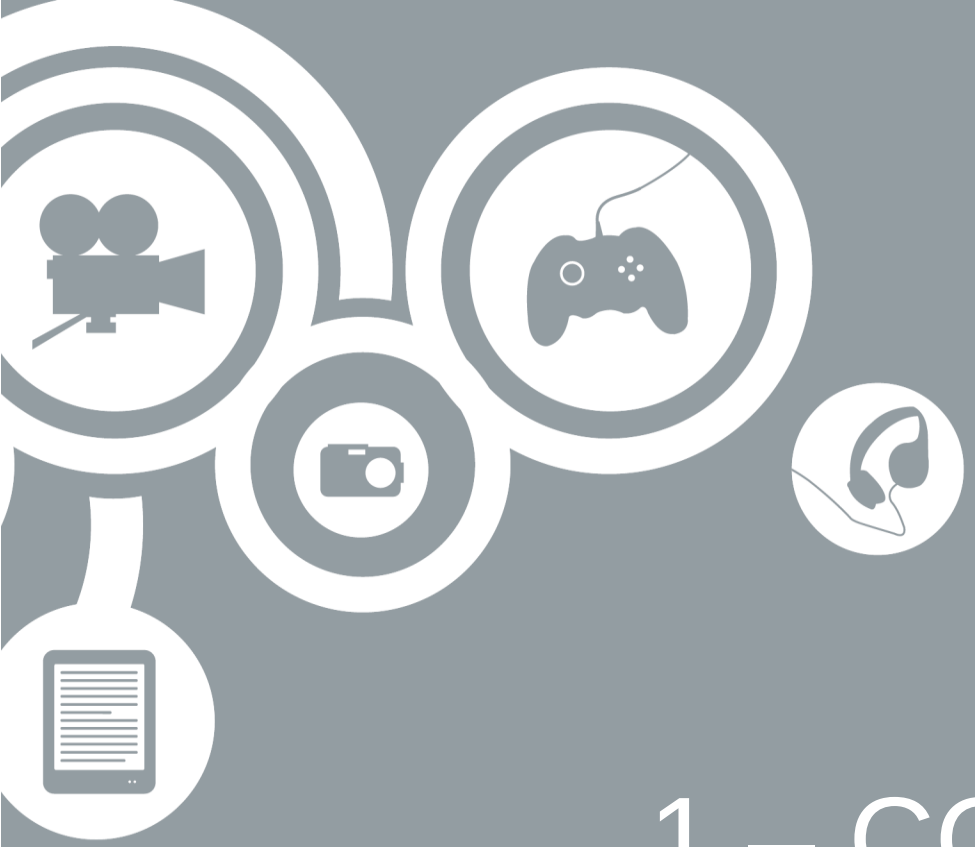
CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS EN SITUATION DE CONFINEMENT

VAGUE 3 – APRÈS 6 SEMAINES DE CONFINEMENT

étude réalisée les 22 et 23 avril 2020

6 MAI 2020



1 – CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

CONTEXTE & OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- La période de confinement imposée aux Français par la crise sanitaire du COVID-19 impacte **fortement la vie quotidienne**.

- Télétravail, voire chômage partiel, enfants au domicile qui doivent assurer la continuité de leurs apprentissages scolaires et trouver des activités récréatives adéquates, vie sociale restreinte, suspension des divertissements physiques collectifs tels que cinéma, sorties culturelles, rencontres sportives, autant d'éléments qui bouleversent le quotidien de la population française, et ce pour une période, à date, indéterminée.

- Ces contraintes conduisent à une **plus grande dématérialisation de nos vies** et constituent par là-même un **contexte favorable à la consommation dématérialisée des biens culturels**

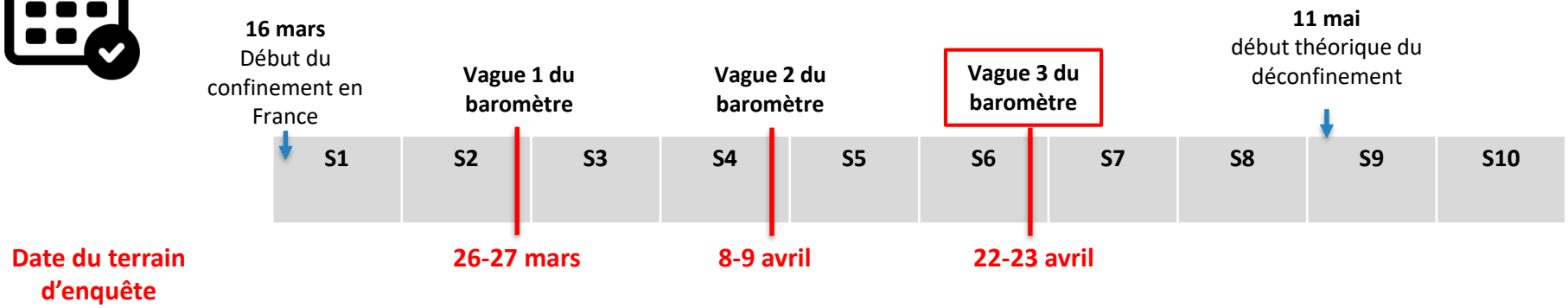
➔ L'Hadopi souhaite donc suivre les usages dans ce contexte, qu'il s'agisse de la consommation licite ou illicite, en mettant en place un dispositif de suivi d'étude.

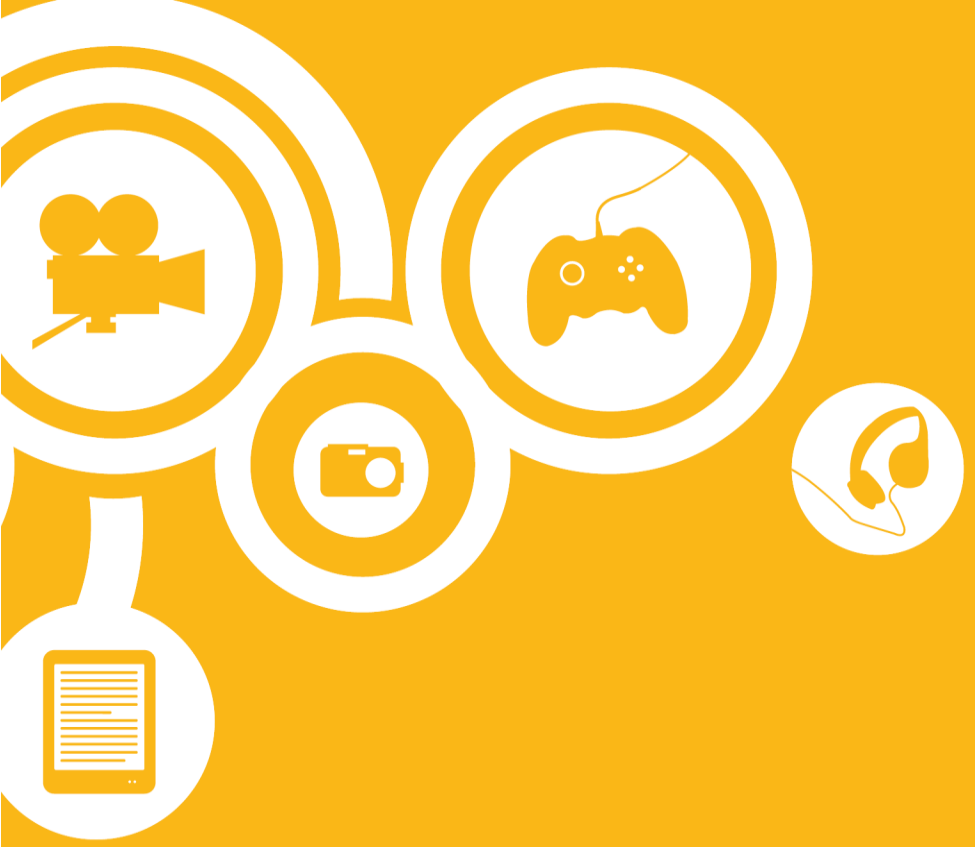
MÉTHODOLOGIE

Réalisation de l'étude via **l'omnibus online** de l'Ifop, l'**OMCAWI** (via la sollicitation des membres de l'access panel Bilendi)

- **Internautes âgés de 15 ans et plus**
- **Échantillon de 1 053 répondants** représentatifs de la population internaute française en termes de sexe, âge, PCS individu, région, taille d'agglomération. Représentativité assurée par la méthode des quotas (étude de cadrage réalisée par l'Ifop par téléphone en mars 2019).

Calendrier



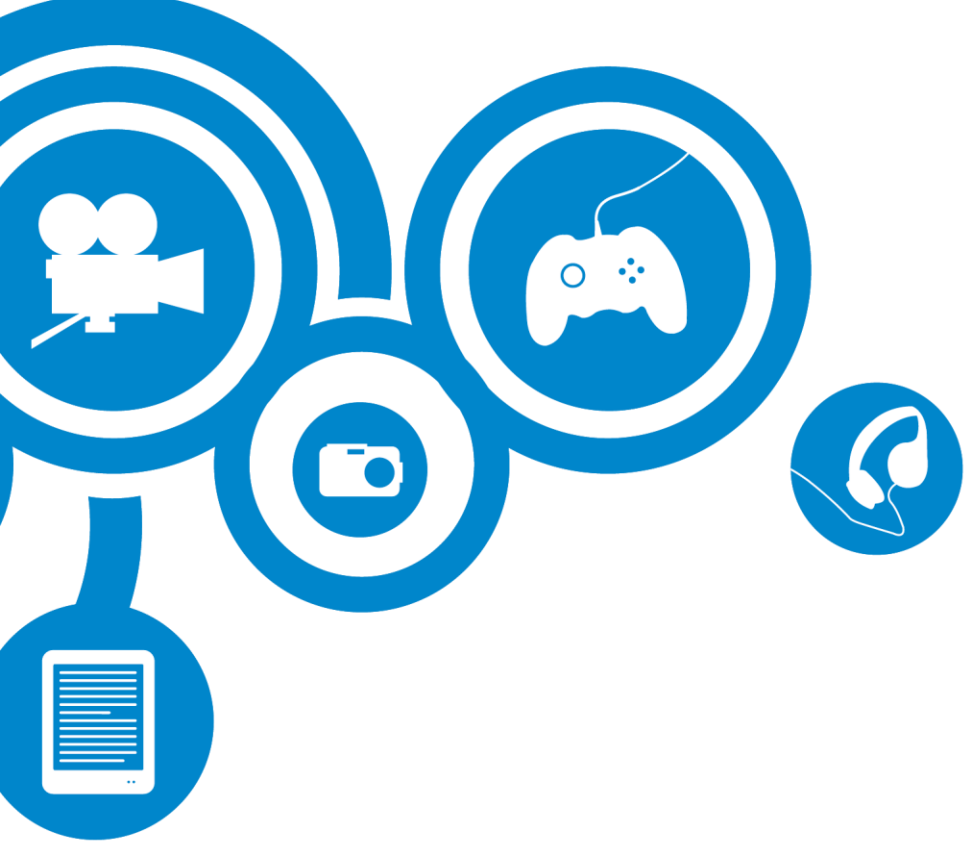


2 – RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

SYNTHÈSE

Après 6 semaines de confinement, et alors qu'un espoir de déconfinement le 11 mai apparaît, la consommation de biens culturels dématérialisés baisse légèrement (85% déclarent avoir consommé au moins un bien) par rapport au niveau record de la semaine 4 (89%). Dans le détail, un palier semble atteint, avant peut-être le retour à une certaine normalité de consommation dématérialisée.

- La précédente vague du Baromètre (vague 2 – 4e semaine) avait été réalisée en plein cœur du confinement, sans perspectives claires de dénouement. Cette nouvelle vague est celle d'un autre contexte : un horizon a été tracé par le président de la République lors de l'intervention du 23 avril, faisant du 11 mai la date espérée de la fin du confinement. Sans en connaître les modalités exactes, **les Français se projettent vers cette sortie du confinement. Cette nouvelle perspective, positive, conjuguée à une certaine lassitude après 4 semaines de confinement, engendre un relatif relâchement du confinement (sorties plus nombreuses, plus longues), ce qui peut expliquer un léger recul de la consommation culturel en ligne,** en particulier chez les 25-39 ans (89 % vs 95 % en vague 2).
- Cette baisse de la consommation en ligne touche plus particulièrement la presse (37 % vs 42 %) et les livres dématérialisés (20 % vs 27 %). Dans des proportions moindres, les autres biens suivent une tendance similaire.
- **Quel que soit le niveau d'intensité de leur consommation, 60% des consommateurs déclarent que cette période a été celle de l'intensification de leur recours aux biens culturels dématérialisés.**
- Malgré le léger recul de la consommation de biens culturels sur Internet, cette activité est toujours considérée comme la plus indispensable à l'équilibre des internautes. Cependant, pour les plus de 40 ans, ce sont les activités manuelles qui recueillent le plus de suffrages (53 % contre 50 % pour la consommation culturelle en ligne).

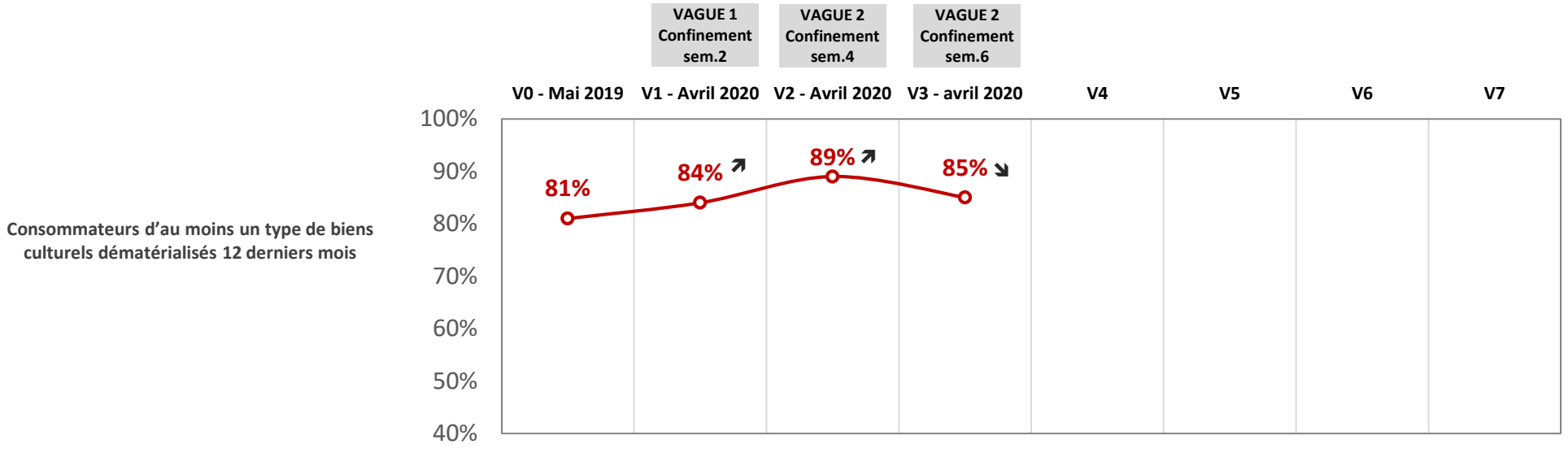


CONSOMMATION GLOBALE

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION GLOBALE DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

- 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 : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)



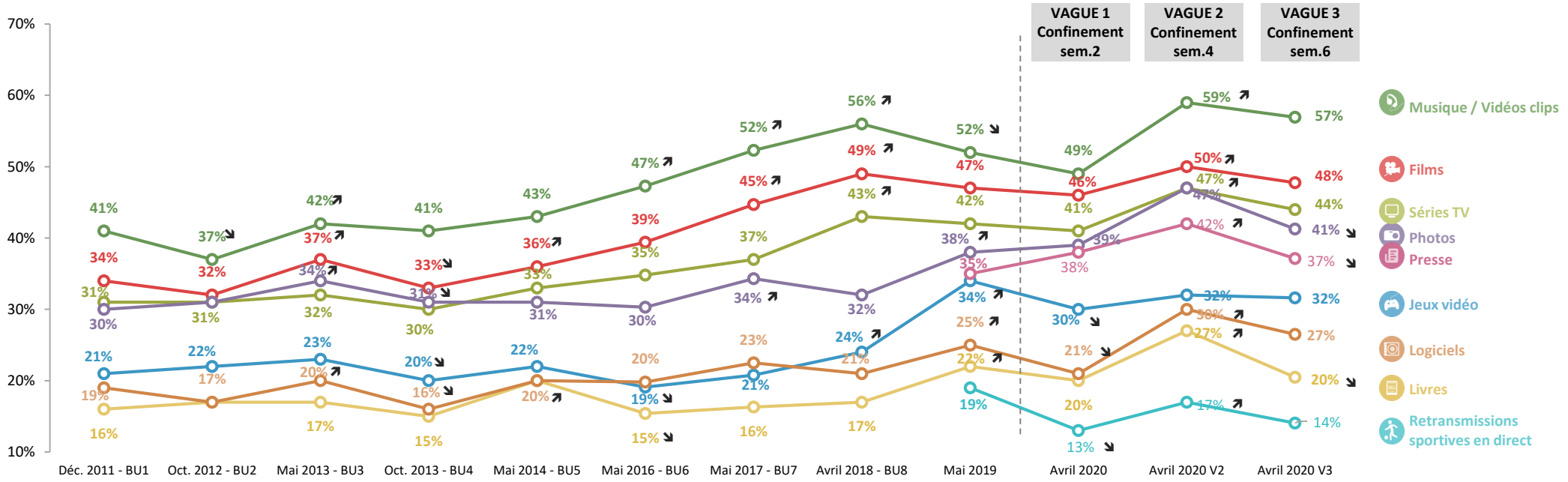
↗/↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

Q1 - Parmi les biens ou services culturels suivants, le(s)quel(s) avez-vous déjà personnellement consommé(s) de façon dématérialisée sur Internet, au cours des 12 derniers mois ?

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION EN DÉTAIL DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

- L'ensemble des biens culturels sont un peu moins consommés que lors de la semaine 4 du confinement. La consommation de la presse en ligne, qui avait fortement augmenté en semaine 4, reflue pour retrouver le niveau de la 1ère vague du Baromètre (semaine 2).
- La vague précédente avait eu lieu en semaine 4, soit le pic du confinement, et avait vu la consommation culturelle dématérialisée atteindre des niveaux jamais atteints, en attirant de nouveaux consommateurs. Cette semaine 6 voit cette tendance retomber, avec la perspective du déconfinement et une certaine lassitude des Français.

Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)



↗/↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

Q1 - Parmi les biens ou services culturels suivants, le(s)quel(s) avez-vous déjà personnellement consommé(s) de façon dématérialisée sur Internet, au cours des 12 derniers mois ?

CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE
- SELON LE PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

- Les fortes augmentations enregistrées auprès des moins de 40 ans lors de la semaine 4 se voient annulées en semaine 6.

Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)

% Ont consommé le bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

	Ensemble									15-24 ans			25-39 ans			40 ans et plus		
	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**	VAGUE 1 Conf. semaine 2	VAGUE 2 Conf. semaine 4	**VAGUE 3 Conf. semaine 6**
Musique / clips	49%	*59%* ↗	*57%*	49%	58% ↗	59%	50%	60% ↗	55%	69%	84% ↗	**87%**	54% ↘	74% ↗	**66%**	42%	47%	**45%**
Films	46%	*50%*	*48%*	48%	51%	50%	44%	49%	46%	72% ↗	74%	**74%**	55% ↘	60%	**59%**	36%	40%	**37%**
Séries TV	41%	*47%* ↗	*44%*	39%	40%	42%	44%	53% ↗	46% ↘	69% ↗	75%	**72%**	50% ↘	58%	**60%**	31%	35%	**30%**
Photos	38%	*47%* ↗	*41%* ↘	34%	48% ↗	43%	43%	47%	40% ↘	55%	58%	**55%**	46%	60% ↗	**50%** ↘	31%	40% ↗	**34%**
Jeux vidéo	29%	*32%*	*32%*	33% ↘	36%	**35%**	26%	29%	28%	51% ↘	56%	**59%**	36% ↘	40%	37%	22%	23%	**22%**
Livres	20%	*27%* ↗	*20%* ↘	19%	24%	17%	21%	29% ↗	**24%**	24% ↘	41% ↗	**29%** ↘	26% ↘	34% ↗	24% ↘	17%	20%	17%
Logiciels	21%	*30%* ↗	*27%*	26% ↘	35% ↗	**32%**	15% ↘	25% ↗	21%	27%	49% ↗	34% ↘	20% ↘	27%	28%	19%	26% ↗	24%
Presse	38%	*42%* ↗	*37%* ↘	44% ↗	48%	**42%**	32%	37%	**32%**	28%	34%	26%	33%	43% ↗	34%	42%	44%	41%
Retransmissions sportives	13%	*17%* ↗	*14%*	19% ↘	23%	**21%**	6% ↘	11% ↗	**7%**	11% ↘	23% ↗	14%	14% ↘	16%	17%	13% ↘	15%	13%
Au moins un bien culturel	84%	*89%*	*85%*	86%	92% ↗	**88%**	82% ↗	86%	**82%**	93%	96%	**96%**	92%	95%	**89%** ↘	78%	84% ↗	**80%**

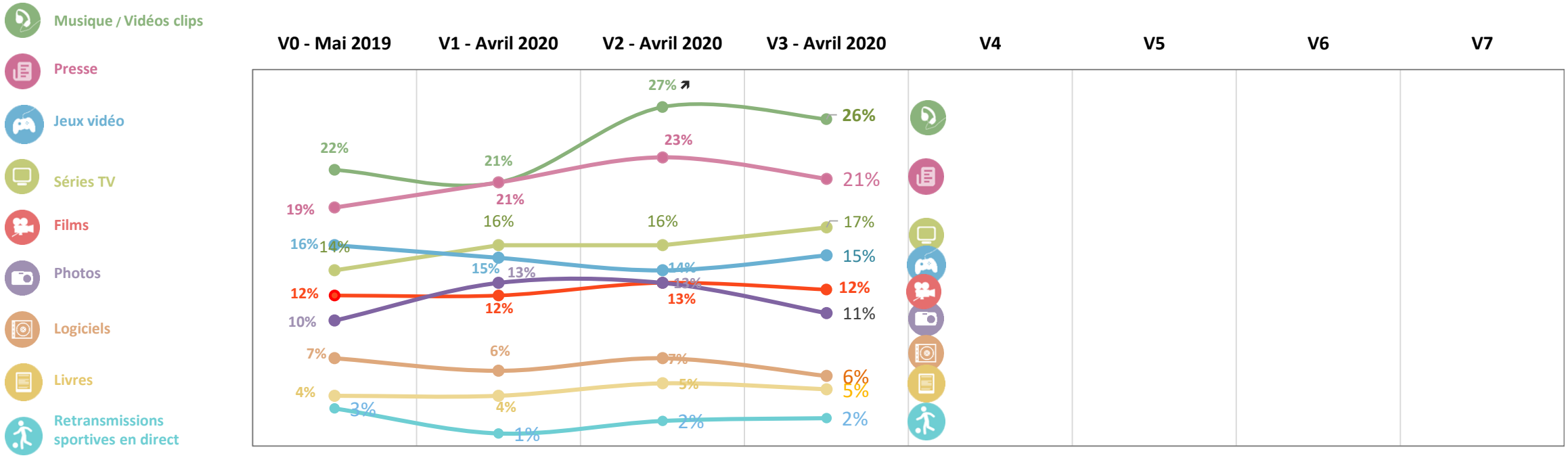
xx/xx *Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble* ↗/↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

Q1 - Parmi les biens ou services culturels suivants, le(s)quel(s) avez-vous déjà personnellement consommé(s) de façon dématérialisée sur Internet, au cours des 12 derniers mois ?

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION *TOUS LES JOURS OU PRESQUE* DE BIENS CULTURELS

- Depuis le début du confinement, la part de consommateurs réguliers (tous les jours ou presque) est assez stable, indiquant que si on a pu observer le recrutement de nouveaux consommateurs occasionnels, le noyau de ces consommateurs réguliers n'a que peu évolué.

Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)

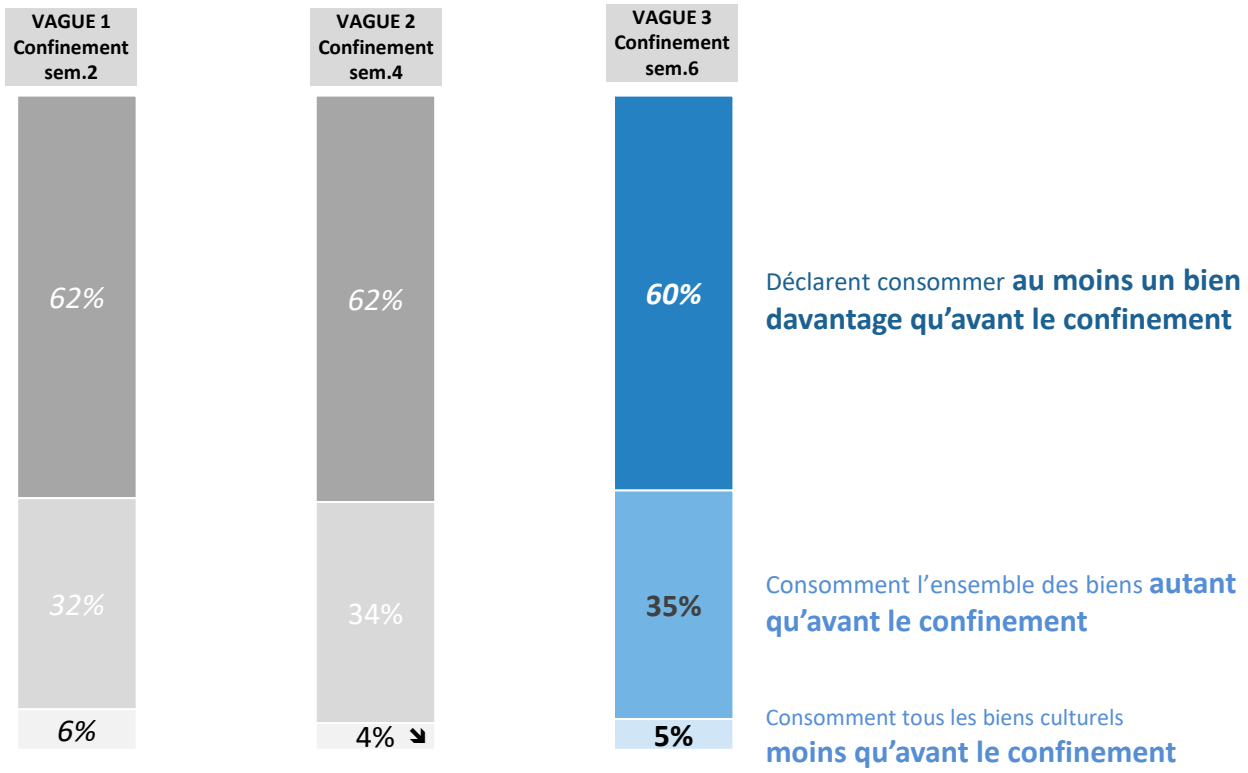


Q2 – A quelle fréquence consommez-vous sur Internet chacun des biens ou services culturels dématérialisés suivants ?

ÉVOLUTION PERÇUE DE LA CONSOMMATION EN PÉRIODE DE CONFINEMENT – *AU GLOBAL*

- Sans changement depuis la vague 1, **près des deux tiers des internautes français déclarent avoir intensifié leur consommation d'au moins un bien culturel depuis le début du confinement.**

Base : Consommateur d'au moins un bien parmi la musique, les films, séries TV, jeux vidéo, presse, livres (873 ind.)



Q5 – Aujourd'hui, en situation de confinement, pour chacun des biens ou services culturels suivants, diriez-vous que vous les consommez…

ÉVOLUTION PERÇUE DE LA CONSOMMATION EN PÉRIODE DE CONFINEMENT *SELON LES PROFILS*

- Les 15-24 ans sont toujours ceux qui déclarent avoir le plus augmenté leur consommation pendant cette période.

Base : Consommateur d'au moins un bien parmi la musique, les films, séries TV, jeux vidéo, presse, livres (873 ind.)

	Ensemble internautes 15 ans et +									15-24 ans			25-39 ans			40 ans et plus			CSP+			CSP-			Inactifs		
	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**	V1 2020	V2 2020	V3 2020	V1 2020	V2 2020	**V3 2020**
Ont augmenté leur consommation d'au moins un bien depuis le début du confinement	*62%*	*62%*	***60%***	57%	60%	**57%**	66%	65%	**64%**	82%	82%	**83%**	60%	66%	**69%**	56%	54%	**49%**	65%	64%	**66%**	65%	56%	58%	57%	65%	**58%**
N'ont pas modifié leur consommation	*32%*	*34%*	***35%***	36%	38%	**37%**	28%	30%	**33%**	13%	16%	**16%**	33%	28%	**28%**	38%	42%	**44%**	28%	31%	**31%**	30%	38%	37%	37%	33%	**37%**
Ont diminué la consommation d'au moins un bien (sans avoir augmenté la consommation d'un autre)	*6%*	*4%*	***5%***	6%	3%	**6%**	6%	6%	**3%**	6%	2%	**1%**	7%	6%	**3%**	6%	4%	**7%**	7%	5%	**3%**	5%	6%	5%	7%	2%	**5%**

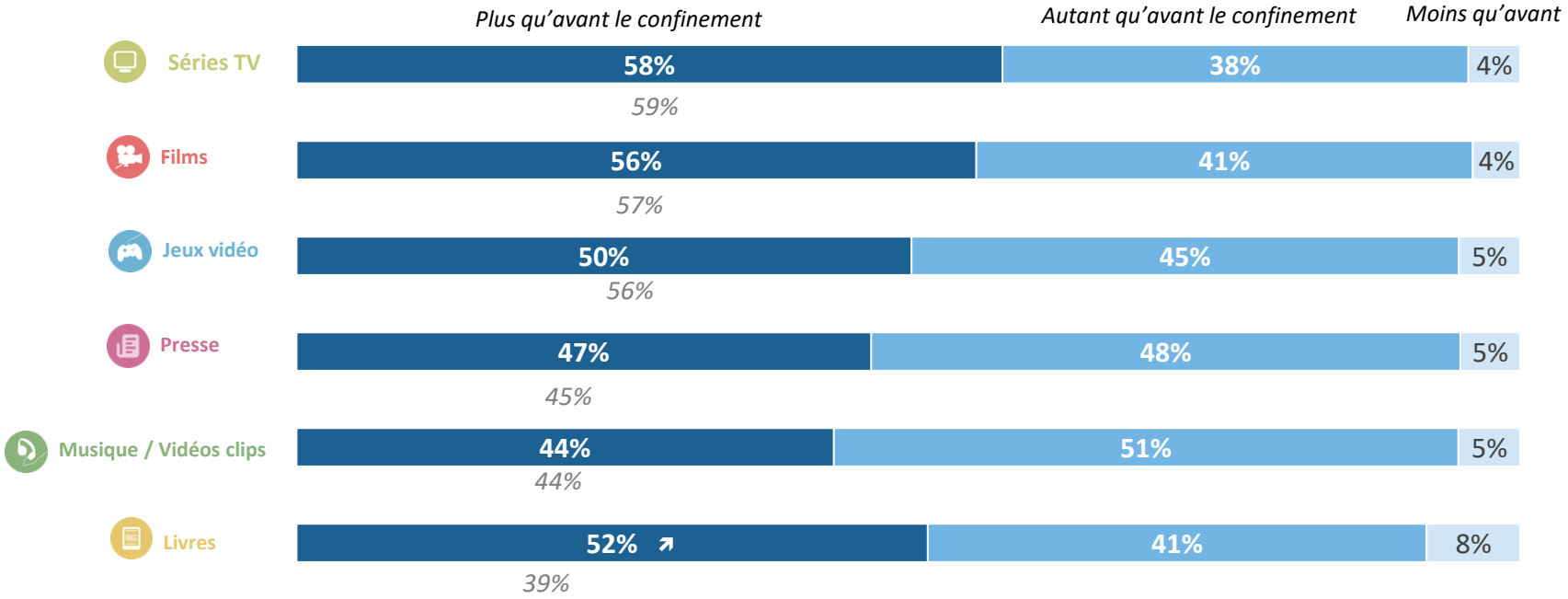
xx/xx Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble ↗/↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

Q5 – Aujourd'hui, en situation de confinement, pour chacun des biens ou services culturels suivants, diriez-vous que vous les consommez…

ÉVOLUTION PERÇUE DE LA CONSOMMATION EN PÉRIODE DE CONFINEMENT – *PAR BIEN*

- Pour l'ensemble des biens, la consommation a été intensifiée depuis le début du confinement.

Base : Consommateur de chaque bien



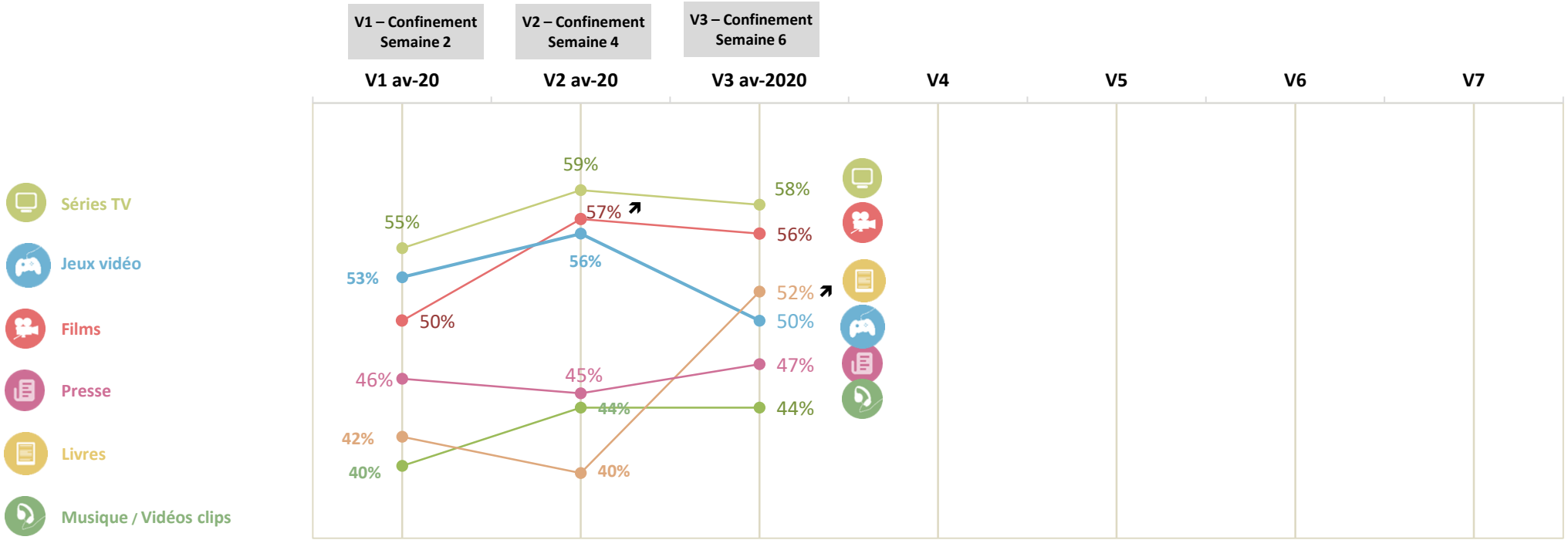
Q5 – Et plus particulièrement, en situation de confinement, par rapport à vos habitudes, diriez-vous que vous consommez les biens ou services culturels suivants….

PROPORTION D'INTERNAUTES DÉCLARANT CONSOMMER DAVANTAGE DE BIENS CULTURELS EN PÉRIODE DE CONFINEMENT

- Les livres sont consommés par une plus petite frange qui indique néanmoins avoir fortement intensifié sa consommation.

Base : Consommateur de chaque bien

% Consomment le bien plus qu'avant le confinement



Q5 – Aujourd'hui, en situation de confinement, pour chacun des biens ou services culturels suivants, diriez-vous que vous les consommez…

ACTIVITÉS INDISPENSABLES À SON ÉQUILIBRE EN PÉRIODE DE CONFINEMENT

- La consommation de biens culturels se place toujours en tête des activités indispensables à l'équilibre des internautes pendant cette période de confinement.

Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)

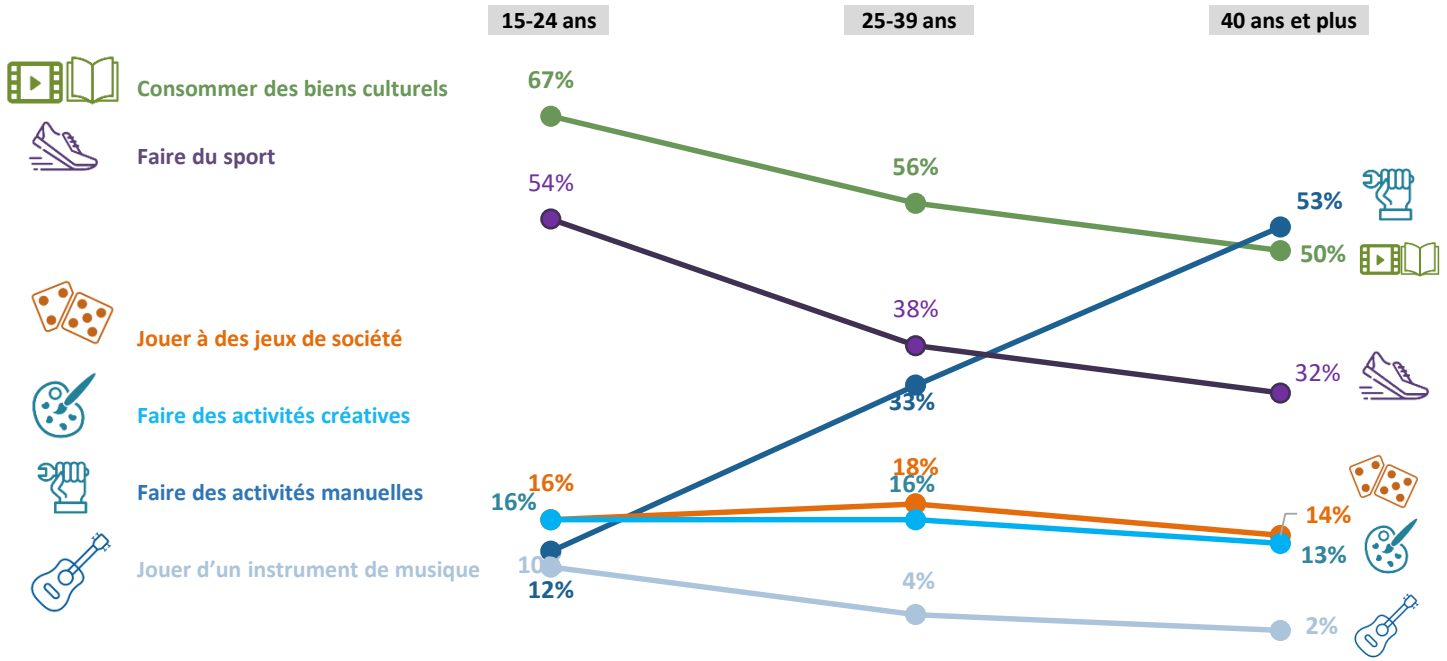
	VAGUE 3 Confinement sem.6	VAGUE 2 Confinement sem.4	VAGUE 1 Confinement sem.2
Consommer des biens culturels	54%	56%	53%
Faire des activités manuelles	42%	41%	39%
Faire du sport	37%	37%	40%
Faire des activités créatives	15%	18%	15%
Jouer à des jeu de société	14%	15%	17%
Jouer d'un instrument de musique	4%	8%	7%
Autres	8%	4%	4%

Q10 – Dans ce contexte de confinement, en dehors de vos activités professionnelles, quelles sont, selon-vous, les activités indispensables à votre bon équilibre ?

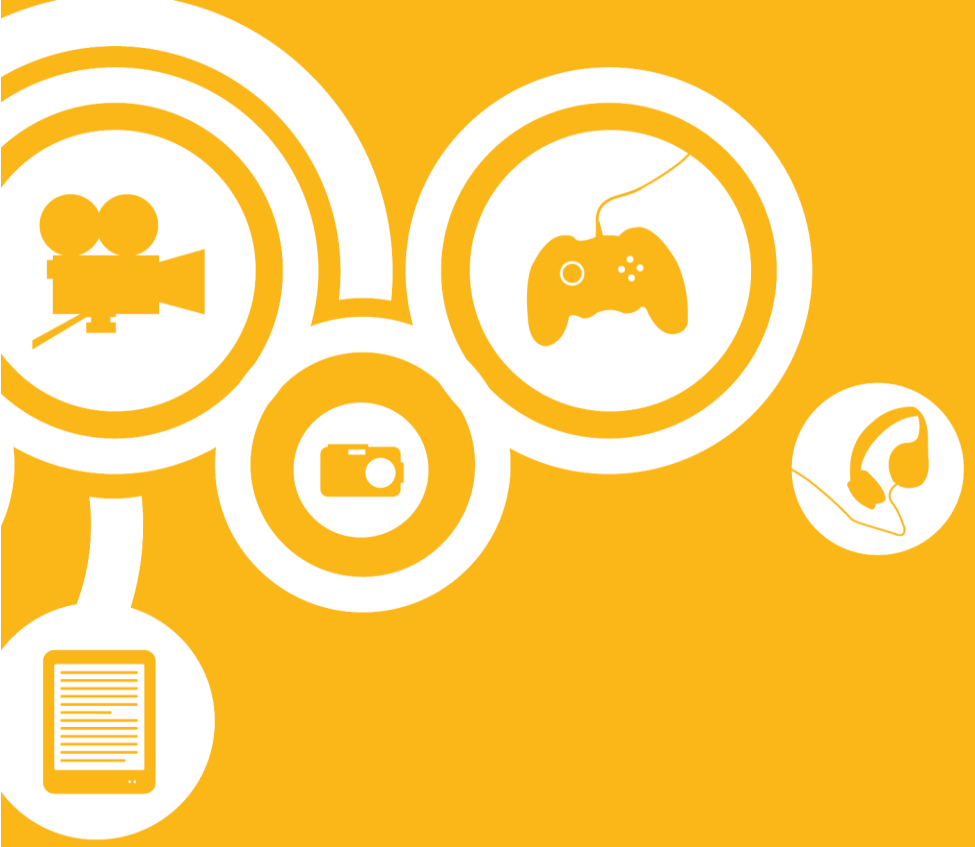
ACTIVITÉS INDISPENSABLES À SON ÉQUILIBRE EN PÉRIODE DE CONFINEMENT – *SELON L' ÂGE*

- Pour la première fois depuis le début de la mesure, **une tranche d'âge (les 40 ans et plus) ne place pas les biens culturels comme l'activité la plus indispensable à son équilibre puisque ce sont les activités manuelles qui recueillent le plus de suffrages**.

Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)



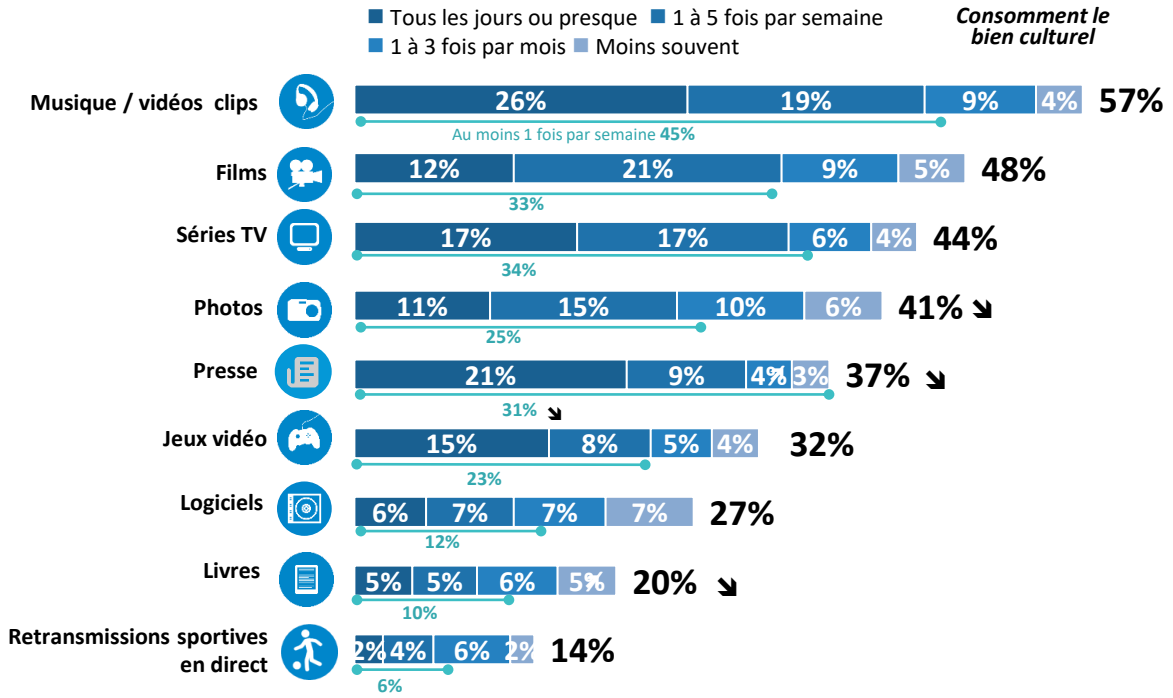
Q10 – Dans ce contexte de confinement, en dehors de vos activités professionnelles, quelles sont, selon-vous, les activités indispensables à votre bon équilibre ?



3 - ANNEXES

FRÉQUENCE DE CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

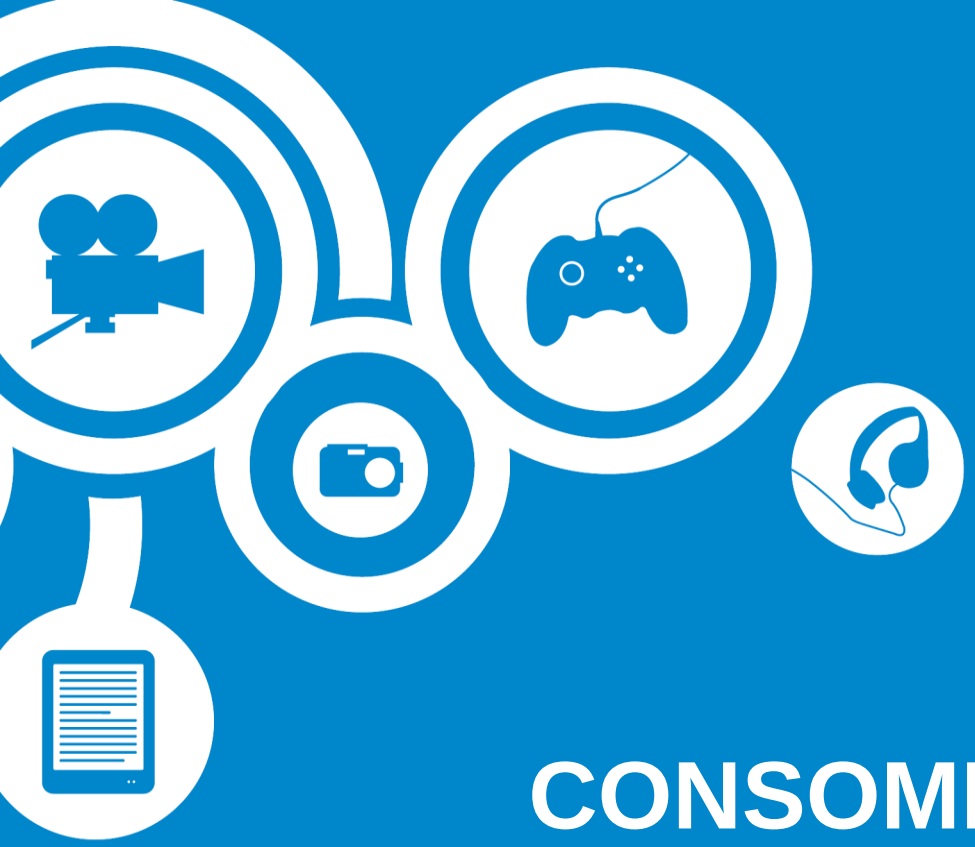
Base : Ensemble des internautes français de 15 ans et plus (1053 ind.)



Au moins 1 fois par semaine

VAGUE 2 Confinement sem.4	VAGUE 1 Confinement sem.2
46% ↗	39%
33% ↗	29%
35%	32%
28%	26%
37% ↗	32%
24%	23%
15% ↗	10%
12%	10%
8% ↗	5%

Q2 – A quelle fréquence consommez-vous sur Internet chacun des biens ou services culturels dématérialisés suivants ?



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS EN SITUATION DE CONFINEMENT