

Hadopi, biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français.

BU2 – Octobre 2012 – synthèse et chiffres clés

JANVIER 2013

Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet



I. Chiffres clés

Taux de consommation licite / illicite

78% des utilisateurs de biens culturels dématérialisés déclarent les consommer de façon exclusivement licite . Ce chiffre est en hausse par rapport à décembre 2011 (71%).

15% des internautes interrogés ont dit avoir des pratiques illicites (mixtes ou exclusives), chiffre en baisse par rapport à décembre 2011.

Cette hausse de la consommation licite concerne principalement la musique (80%), les jeux vidéos (84%), les livres (87%) et les photos (94%).

Motivations à consommer de façon licite

Pour la majorité des consommateurs (51%), la première motivation à consommer de façon licite est la conformité avec la loi.

Le respect des créateurs fait consensus auprès de l'ensemble des internautes interrogés, qu'ils aient déclaré avoir des pratiques licites ou illicites : c'est la première raison citée par les internautes ayant déclaré des usages illicites (38%) et la deuxième par ceux ayant déclaré des usages licites (47%).

Typologie des internautes selon leurs usages de produits culturels dématérialisés

5 profils de populations peuvent être identifiés parmi l'ensemble de internautes interrogés : les « pragmatiques », les « passionnés attentifs », les « numérivores », les « culturels légaux » et les « non consommateurs ».

II. Exigences de qualité et de rigueur

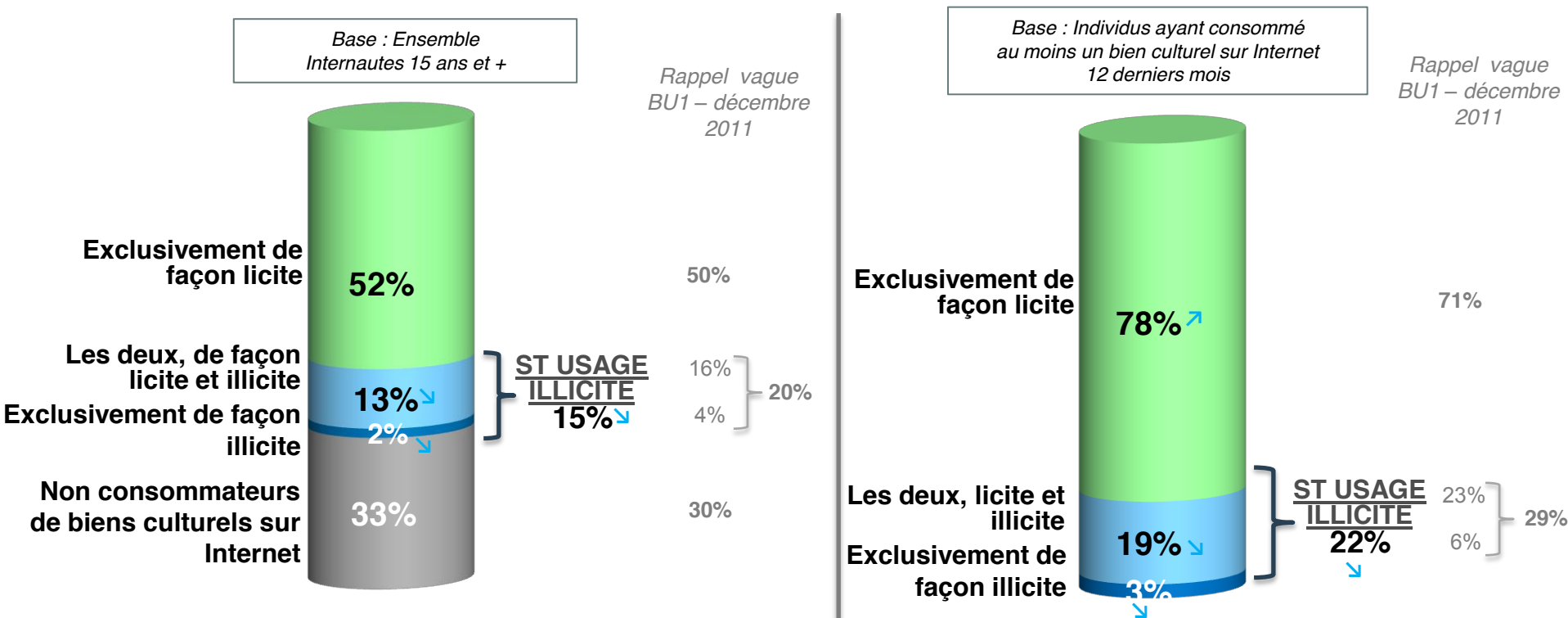
- Etude réalisée en ligne du 28 septembre au 11 octobre 2012.
- Utilisation de deux prestataires reconnus : l'Ifop et le panel SSI
- Objectif : faire un état des lieux des pratiques de consommation licites et illicites de biens culturels dématérialisés des internautes français.
- 1 530 internautes interrogés représentatifs des internautes français (selon des quotas basés sur l'étude de cadrage omnibus de l'Ifop), âgés de 15 ans et plus.
- Taille de l'échantillon conséquente garantissant la représentativité de la cible. Des quotas ont été fixés sur les critères suivants : sexe, âge, CSP individu, lieu de résidence et fréquence de connexion à internet.
- Résultats non comparables avec les études « T0 » et « T1 » préalablement publiées par l'Hadopi (évolution du questionnaire avec recentrage sur les pratiques des internautes).

IV. Baisse de la consommation illicite déclarée, hausse de la consommation licite exclusive

On constate une baisse sensible de la proportion d'internautes déclarant consommer des biens culturels en ligne de façon illicite, leur proportion passant de 20% en décembre 2011 à 15% en octobre 2012.

78% des consommateurs de biens culturels sur Internet déclarent les consommer de manière exclusivement licite (vs. 71% en décembre 2011).

Globalement, lorsque vous consommez sur Internet de la musique, des vidéos, des jeux vidéo, des livres, des séries TV, des photos ou des logiciels, diriez-vous que vous le faites :

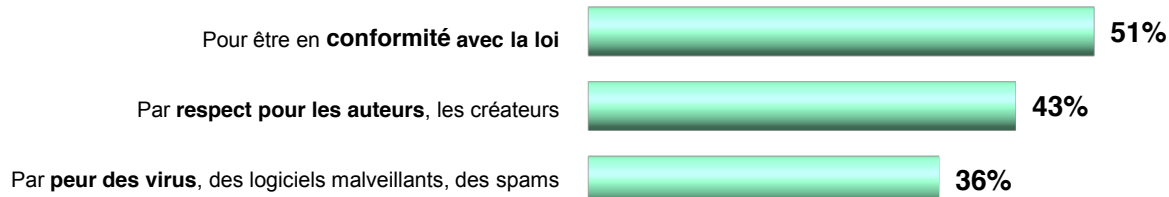


III. Le respect pour les créateurs : une raison consensuelle à la consommation licite

Voici plusieurs raisons qui peuvent inciter à consommer de façon **LEGALE** des produits culturels sur Internet. Indiquez celles que vous trouvez personnellement les plus motivantes pour consommer de façon légale. Vous pouvez cocher une seule raison ou plusieurs.

Je consommeraï de façon légale...

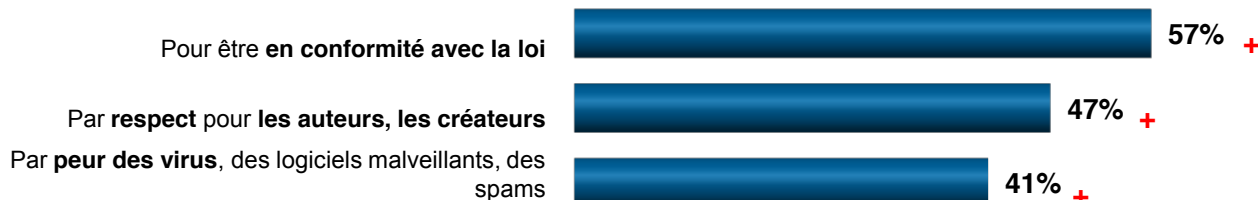
Top 3 auprès de l'ensemble des internautes de 15 ans et +



Top 3 auprès des personnes ayant déclaré un usage illicite



Top 3 auprès des personnes ayant déclaré un usage licite



+ Ecarts significatifs positifs à 95% entre les individus déclarant un usage licite et les individus déclarant un usage illicite

V. La hausse de la consommation licite profite à la musique, aux photos, aux jeux vidéo et aux livres

La musique se consomme davantage de manière exclusivement licite qu'en décembre 2011 (80% vs 72%), à l'instar des livres, des jeux vidéos et des logiciels. A contrario, la consommation exclusivement illicite déclarée est toujours plus marquée pour les vidéos et les séries TV.

Base : individus ayant consommé sur Internet le bien culturel concerné au cours des 12 derniers mois

Plus précisément, pour chacun des produits ou services culturels suivants, diriez-vous que vous les consommez....	RAPPEL au global	Musique / Vidéos clips	Vidéos / films	Séries TV	Photos	Jeux vidéo	Logiciels	Livres
Exclusivement de façon licite	78% ↗	80% ↗	67% -	73%	94% +↗	84% +↗	77%	87% +↗
Les deux, de façon licite et illicite	19% ↘	16% ↘	25% +	18%	5% - ↘	12% -	17%	9% -
Exclusivement de façon illicite	3% ↘	4%	8% +↘	9% +	1% ↘	4%	6% +	4% ↘
Sous Total Consommant de façon illicite	22% ↘	20% ↘	33% +	26%	6% - ↘	16% - ↘	23%	13% - ↘

VI. La musique est la plus écoutée sur des sites licites

87% des internautes consommateurs de produits culturels mentionnent des sites licites lorsqu'on les interroge sur les sites sur lesquels ils se rendent le plus souvent. Ils sont 91% à avoir indiqué un site licite pour leur consommation de musique.

18% consultent des sites pouvant diffuser des contenus illicites, cette proportion étant marquée pour les vidéos et les séries TV.

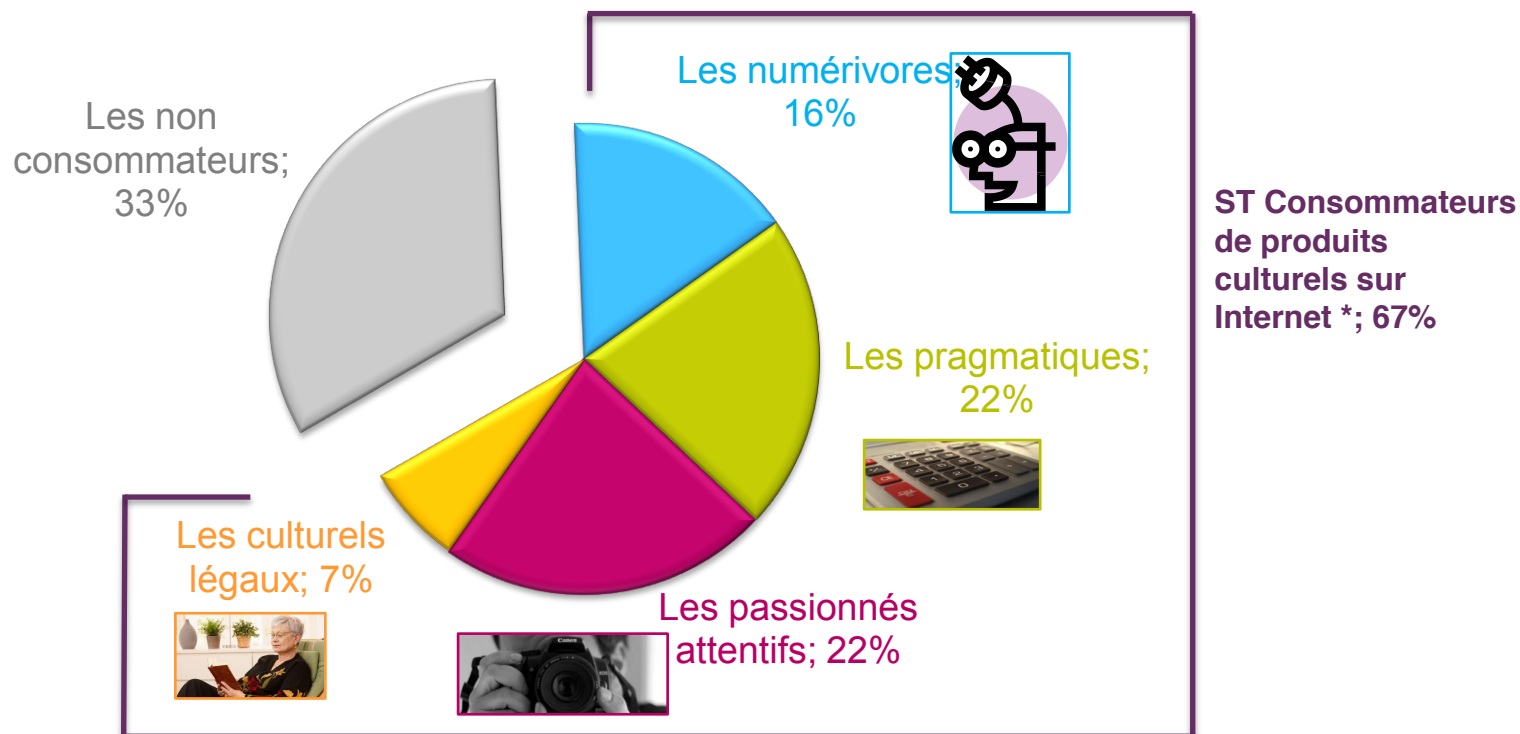
Pour chacun des services et produits culturels suivants que vous consommez sur Internet, veuillez indiquer les sites sur lesquels vous allez le plus souvent (question ouverte).

<i>Base : Individus ayant déclaré consommer chacun des biens*</i>	Ensemble	Musique / Vidéo Clips	Vidéos / Films	Séries TV	Photos	Jeux vidéo	Logiciels	Livres
Sous Total Licite	87%	91%	67%	63%	68%	78%	76%	67%
Sous Total illicite	18%	7%	24%	21%	-	2%	4%	3%
Sous Total gratuit	72%	72%	69%	73%	42%	33%	28%	12%
Sous Total payant	37%	18%	14%	9%	24%	26%	18%	53%
Sous Total mixte (gratuit et payant)	33%	26%	7%	3%	4%	30%	43%	10%
<i>Hors sujet</i>	<i>24%</i>	<i>4%</i>	<i>7%</i>	<i>6%</i>	<i>20%</i>	<i>14%</i>	<i>14%</i>	<i>19%</i>
<i>NSP</i>	<i>22%</i>	<i>4%</i>	<i>11%</i>	<i>14%</i>	<i>18%</i>	<i>14%</i>	<i>12%</i>	<i>17%</i>

* Les sites spontanément cités par les internautes ont fait l'objet d'une codification a posteriori.

VII. Typologie des internautes interrogés

Sur la base de l'ensemble des internautes 15 ans et plus





LES PRAGMATIQUES 22%

Des internautes

Profil socio démo

Une population dans la moyenne d'âge des internautes
Davantage **CSP+**, notamment des cadres.

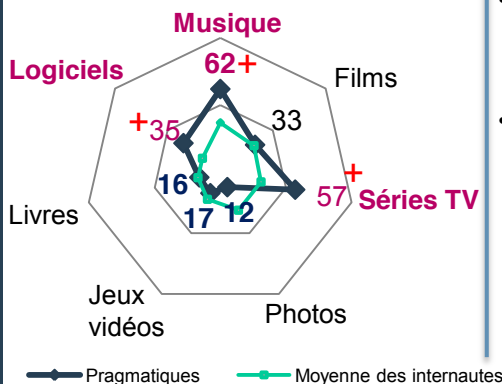
41 ans

Usage d'Internet et équipement High Tech

- Une utilisation d'Internet représentative de l'ensemble des internautes essentiellement pour **des activités fonctionnelles** (consultation de leurs comptes bancaires, achats de produits et services) et des **divertissements basiques** comme écouter de la musique.
- Sont plus équipés que la moyenne en **équipement high tech pratique** (disque dur externe, smartphone)
- Une connexion Internet plus souvent sécurisée que la moyenne.

Consommation de biens culturels sur Internet

% de consommateurs des biens culturels sur Internet



- Plus importants consommateurs de **logiciels** que l'ensemble.
- Nombreux à consommer de la **musique** et des **séries TV** mais à une **fréquence faible**.

Mode de consommation de ces produits culturels

Gratuit / Payant

- Pas de mode de consommation clairement privilégié entre le gratuit et le payant.
En mineur, ils tendent vers une consommation gratuite de séries TV légèrement plus importante que la moyenne.
- Font partie des internautes les moins dépensiers de l'échantillon.



Licite/illicite

- De manière générale, ils sont conformes à la moyenne dans le caractère licite/illicite de leur consommation (en déclaratif)

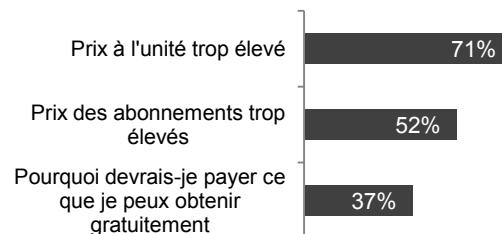


Nature de la consommation de produits culturels sur Internet

- Mais tandis qu'ils se démarquent de la moyenne par une consommation **exclusivement licite des logiciels**, ils déclarent davantage consommer la **musique** et les **séries TV** de manière **exclusivement illicite**.

Freins et moteurs de la consommation licite

Freins à consommer de manière licite



- Les **plus indisposés par le prix** des produits licites.
- La consommation **illicite et gratuite** leur apparaît permise car possible.

Moteurs de la consommation licite

- Plus enclins que la moyenne à consommer de manière licite à condition que les **contenus leur plaisent vraiment** et **par respect pour les créateurs**.

LES PASSIONNÉS ATTENTIFS

22%

Des internautes

Profil socio démo

Une population un peu plus **jeune** et plus **masculine** que la moyenne. Davantage **CSP+**, notamment des cadres.

38ans

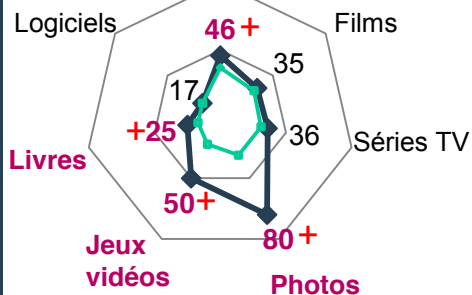
Usage d'Internet et équipement High Tech

- Utilisateurs **plus fréquents d'Internet** que la moyenne pour profiter de son offre **multimédia** (musique, jeux vidéos) et des **activités sociales** (participation à des forums, à des réseaux sociaux...).
- Un **équipement High Tech plus fourni** que la moyenne, notamment en matériel de divertissement (consoles de jeux, lecteurs de DVD).
- Une connexion Internet plus souvent sécurisée que la moyenne des internautes.

Consommation de biens culturels sur Internet

% de consommateurs des biens culturels sur Internet

Musique



- Grands consommateurs de produits culturels** sur Internet.
- Consommation **massive de photos et de jeux vidéos** par rapport au reste des internautes
- Egalement plus consommateurs de **livres et de musique** que la moyenne, mais de manière moins nette.

Mode de consommation de ces produits culturels

Gratuit / Payant

- Pas de mode de consommation clairement privilégié entre le gratuit et le payant.
- Les internautes **les plus dépensiers** de l'échantillon.



Licite/illicite

- Un taux de consommation licite en phase avec la moyenne.

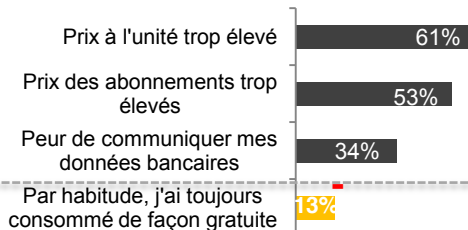


Nature de la consommation de produits culturels sur Internet

- Mais dans le domaine de la **musique**, ils sont **moins que la moyenne** à déclarer une consommation exclusivement illicite.

Freins et moteurs de la consommation licite

Freins à consommer de manière licite



- Le **prix** mais également la **peur des malversations** financières sont des freins à la consommation licite.
- Rejettent cependant la consommation illicite par **habitude** ou par **réflexe**

Moteurs de la consommation licite

- Comporte **plus d'internautes** trouvant au moins un atout à l'offre **licite**.
- Les atouts de l'offre licite à leurs yeux : avoir accès **plus facilement** à un contenu qui offre **davantage de garanties**.
- Plus enclins à consommer de manière licite que l'ensemble **pour aider les auteurs des contenus** et une **utilisation dans le cadre professionnel**.



LES NUMERIVORES

16%

Des internautes

Profil socio démo

Une population nettement **plus jeune** (notamment une part importante des 15-24 ans), **plus urbaine** et **plus masculine** que la moyenne.

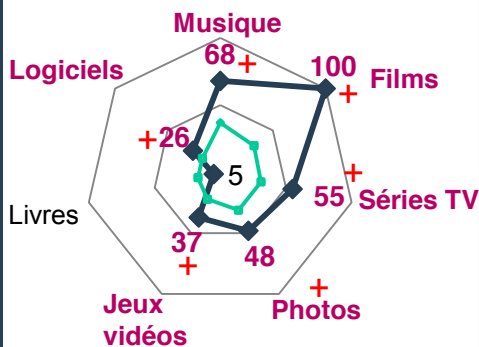
33ans

Usage d'Internet et équipement High Tech

- Une utilisation d'Internet beaucoup plus fréquente que la moyenne des internautes, pour **se divertir** (musique, jeux vidéos) et se connecter à leurs **communautés en ligne** (forums, blogs, réseaux sociaux...)
- Plus équipés que la moyenne en **équipement High Tech ludique et connecté** (console de jeux, mini PC, smartphone)
- Une connexion Internet **plus souvent sécurisée** que la moyenne.

Consommation de biens culturels sur Internet

% de consommateurs des biens
culturels sur Internet



- Les plus importants consommateurs de **biens culturels** de l'échantillon.
- Ils sont beaucoup plus nombreux que l'ensemble à **consommer presque tous les types de biens culturels testés**. Ce, à une **fréquence plus élevée** que la moyenne.
- Ils consomment en revanche **moins de livres sur Internet** que la moyenne.

Mode de consommation de ces produits culturels

Gratuit / Payant

- Ils consomment généralement leurs produits culturels **plus de manière gratuite** que la moyenne.
- Comptent parmi les internautes les moins dépensiers de l'échantillon.



Licite/illicite

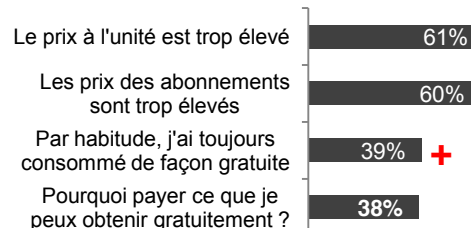
- Ils consomment nettement plus que la moyenne ces produits de façon **illicite**, en mixant les 2 modes (licite et illicite)



Nature de la consommation de produits culturels sur Internet

Freins et moteurs de la consommation licite

Freins à consommer de manière licite



- A l'image de l'ensemble des internautes, **le prix** des produits légaux les poussent à contourner la loi.
- La consommation illicite semble être **un réflexe** pour eux qui ont toujours considéré que **les biens culturels dématérialisés n'avaient pas de coût**.

Moteurs de la consommation licite

- Plus enclins que la moyenne à consommer de manière licite afin d'obtenir **un produit conforme à leur attente** et de **meilleure qualité**, offrant des **garantie de sécurité** (absence de virus) à condition que le **contenu leur plaise vraiment**.



LES CULTURELS LÉGAUX

7%

Des internautes

Profil socio démo

Une population **plus âgée** que la moyenne

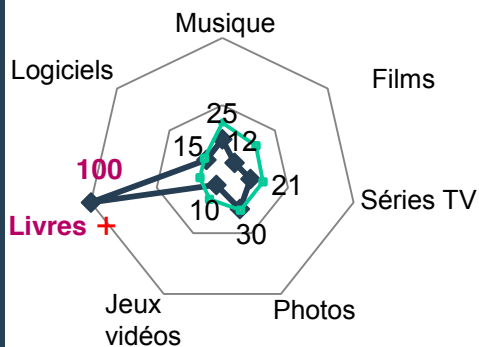
47 ans

Usage d'Internet et équipement High Tech

- Une utilisation **d'Internet dans la moyenne**. Ils fréquentent **moins les réseaux sociaux et achètent moins de logiciels sur Internet** que l'ensemble.
- Peu équipés en matériel High Tech, ils sont plus dotés que la moyenne d'un **livre électronique**.
- Une connexion Internet un peu **moins souvent sécurisée** que la moyenne.

Consommation de biens culturels sur Internet

% de consommateurs des biens
culturels sur Internet



- Ils consomment tous **des livres sur Internet**, à une fréquence moyenne.
- En retrait sur les autres biens culturels, notamment la musique, les films, séries TV et jeux vidéos.

Mode de consommation de ces produits culturels

Gratuit / Payant

- Ne déclarent pas de mode de consommation clairement privilégié entre le gratuit et le payant. En mineur, ils consomment davantage la musique de façon exclusivement payante que la moyenne.
- Malgré le peu de produits culturels consommés, leur panier moyen est en phase avec celui de la moyenne de l'échantillon.



Licite/illicite

- De manière générale, ils consomment nettement plus que la moyenne les produits de **façon licite**.



Nature de la consommation de produits culturels sur Internet

Freins et moteurs de la consommation licite

Freins à consommer de manière licite :

base de consommateurs illégaux trop faibles pour être exploitée.

Moteurs de la consommation licite

- Ils consommeraient davantage de façon légale par **respect pour les auteurs** et pour **être en conformité avec la loi**. A l'image de l'ensemble des internautes.