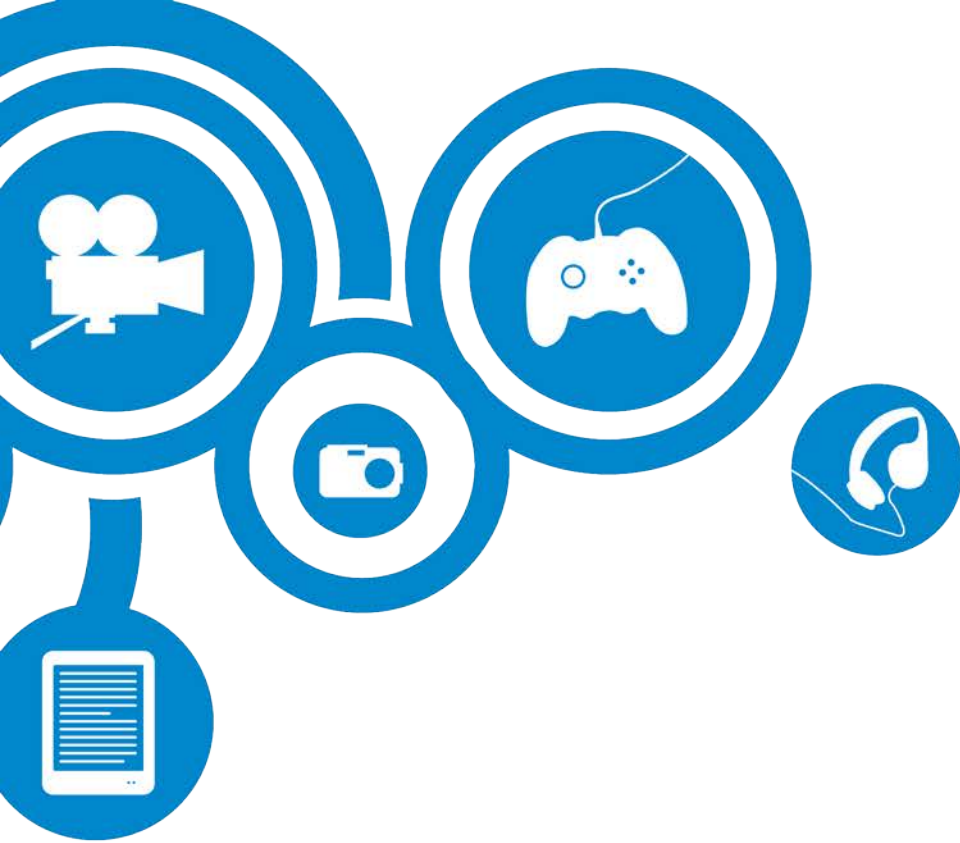


HADOPI, BIENS CULTURELS ET USAGES D'INTERNET : PRATIQUES ET PERCEPTIONS DES INTERNAUTES FRANÇAIS

- ÉTUDE QUANTITATIVE -



1. MÉTHODOLOGIE



OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

- **Dans le cadre de sa mission légale d'observation des usages licites et illicites, l'Hadopi publie deux baromètres annuels – le baromètre des usages et le baromètre de l'offre légale - permettant de renseigner les indicateurs prévus par le décret n°2011-386 du 11 avril 2011 et de mesurer l'évolution des usages de biens culturels dématérialisés ainsi que les freins et motivations à ces pratiques.**
- La réalisation du baromètre des usages a été confiée en 2016 et pour cette nouvelle vague 2017 à l'institut Médiamétrie. Cette étude quantitative ad hoc a été conduite en ligne auprès d'un échantillon national représentatif de 1 543 internautes âgés de 15 ans et plus.
- La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (données de cadrage issues de l'Observatoire des Usages Internet 2016, Médiamétrie) sur les critères suivants : sexe, âge, PCS individu, région, catégorie d'agglomération et fréquence de connexion à Internet.
- Le terrain s'est déroulé du 13 avril au 2 mai 2017. Cet étalement du terrain sur vingt jours a été mis en place volontairement afin de bien panacher les profils de répondants (des plus réactifs pour répondre à une enquête en ligne aux moins réactifs, des internautes les plus réguliers aux plus occasionnels), tout en permettant un remplissage régulier et homogène des quotas fixés.



L'ANALYSE STATISTIQUE DES DONNÉES

Clés de lecture des résultats

+ / -

Écarts significatifs à 95% **vs l'ensemble ou entre deux cibles** (ex : internautes déclarant un usage *illicite* de produits culturels en ligne vs internautes déclarant un usage *licite*)

↗ / ↘

Évolutions significatives à 95% **entre les résultats de mai 2016 et ceux d'avril/mai 2017**

Les écarts significatifs sont indiqués pour les résultats au global et sur les cibles internautes aux usages licites et internautes aux usages illicites.

X%

Résultats présentant un **effectif brut compris entre 15 et 60 répondants**

X%

Résultats présentant un **effectif brut de moins de 15 répondants**

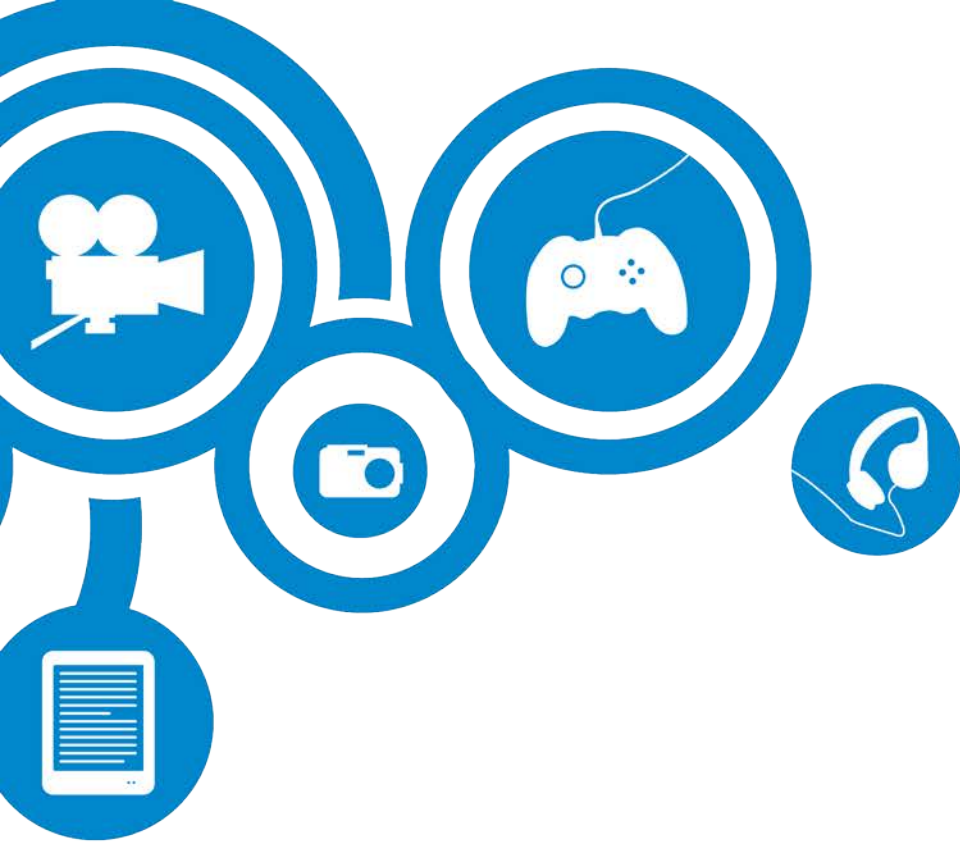


La sous-population désignée comme les « **internautes aux usages illicites** » correspond aux internautes ayant **des usages mixtes licites et illicites** et des **usages illicites exclusifs**.



PROFIL DE L'ÉCHANTILLON INTERROGÉ

	Ensemble (1 543)	<i>Rappel</i>	
		BU6 - Mai 2016	BU5 - Mai 2014
SEXE			
Homme	50%	50%	48%
Femme	50%	50%	52%
AGE			
15 à 24 ans	16%	16%	16%
25 à 39 ans	24%	23%	24%
40 ans et +	60%	61%	60%
CSP individu			
CSP +	30%	31%	27%
CSP -	29%	30%	30%
Inactifs	41%	40%	43%
IDF / PROVINCE			
Paris / IDF	19%	19%	18%
Province	82%	81%	82%
Catégorie de Commune			
Moins de 100 000 habitants	53%	54%	55%
Plus de 100 000 habitants	47%	46%	45%
Fréquence d'utilisation d'Internet			
Plusieurs fois par jour	66%	68%	79%
Une fois par jour	19%	17%	15%
Moins d'une fois par jour	15%	15%	6%



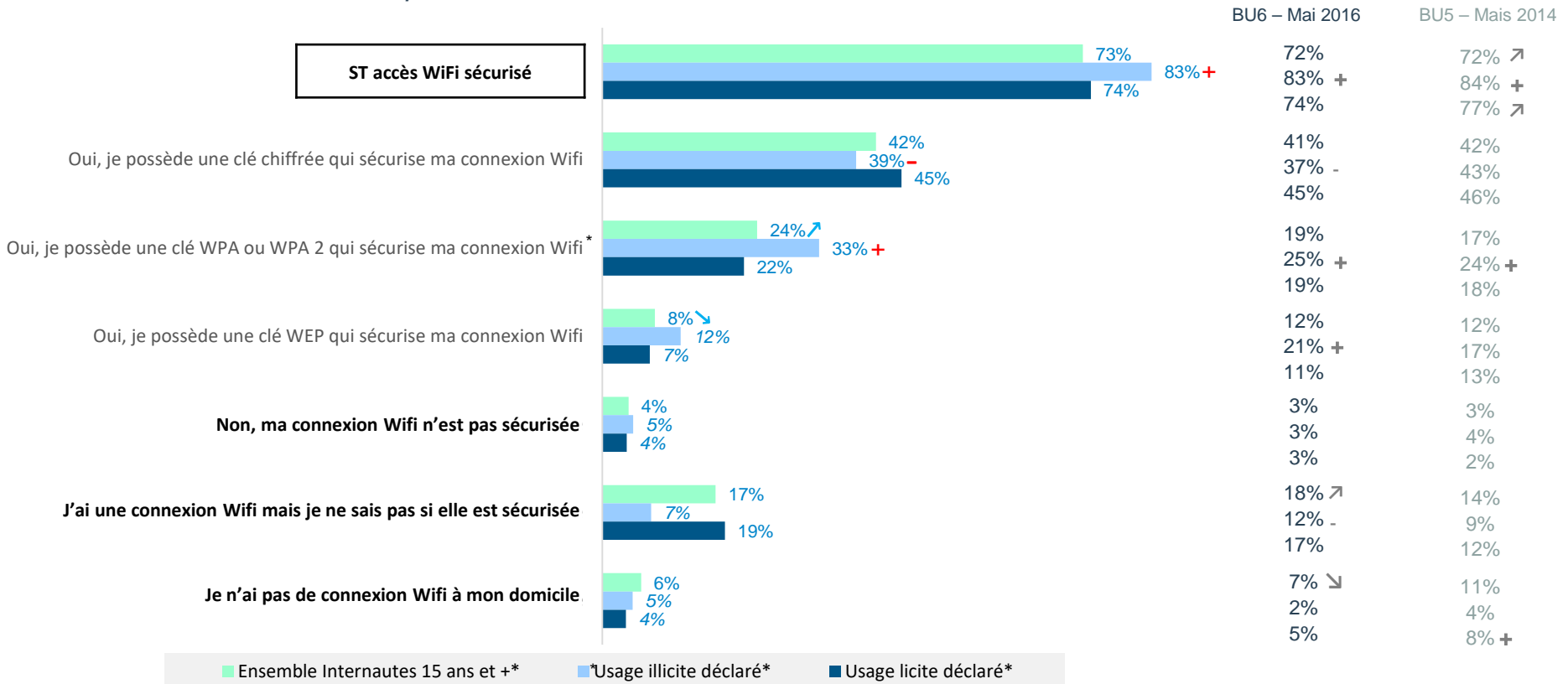
2. SÉCURISATION



UTILISATION D'UNE CONNEXION WIFI SÉCURISÉE À DOMICILE

Le taux de sécurisation des accès WIFI est stable par rapport à 2016. La propension à sécuriser l'accès Wifi reste plus importante chez les internautes déclarant des pratiques illicites de consommation de biens culturels.

Disposez-vous actuellement d'une connexion Wifi sécurisée à votre domicile ?



* Ajout de la mention WPA 2 pour cet item sur la vague 2017

** Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

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



UTILISATION D'UNE CONNEXION WIFI SÉCURISÉE À DOMICILE – SELON LES PROFILS

Comme en 2016, la sécurisation de l'accès Internet est plus fréquente chez les jeunes (15-39 ans) et les CSP+. Le concept de sécurisation de la connexion Internet reste moins bien connu des 40 ans et plus ainsi que des inactifs.

Disposez-vous actuellement d'une connexion Wifi sécurisée à votre domicile ?

	ENSEMBLE INTERNAUT ES 15 ANS ET +	HOMMES	FEMMES	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
ST Accès wifi sécurisé	73%	75%	71%	81% +	85% +	66%	81% +	74%	66% -	75%	73%
Oui, je possède une clé chiffrée qui sécurise ma connexion Wifi	42%	35% -	49% +	50% +	48% +	37% -	37% -	48% +	40%	40%	42%
Oui, je possède une clé WPA ou WPA2 qui sécurise ma connexion Wifi	24%	32% +	15% -	25%	28%	21%	33% +	20% -	19% -	26%	23%
Oui, je possède une clé WEP qui sécurise ma connexion Wifi	8%	8%	8%	6%	9%	8%	11%	6%	7%	9%	8%
Non, ma connexion Wifi n'est pas sécurisée	4%	5%	3%	2%	3%	5%	4%	3%	5%	3%	4%
J'ai une connexion Wifi mais je ne sais pas si elle est sécurisée	17%	15%	20%	10%	8%	23%	10%	18%	22% +	19%	17%
Je n'ai pas de connexion Wifi à mon domicile	6%	5%	7%	6%	4%	6%	5%	5%	7%	4%	6%

* Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

+/- Ecarts significatifs à 95% par rapport à l'ensemble



CONSCIENCE DE LA NÉCESSITÉ DE SÉCURISER SON ACCÈS INTERNET

82% des internautes sont conscients de la nécessité de protéger leur accès Internet. Une proportion qui connaît une légère diminution par rapport à 2016.

Rappel

Savez-vous qu'en tant qu'internaute, vous devez protéger votre accès à Internet afin d'éviter que cet accès ne soit utilisé à des fins malveillantes ?

BU6 – Mai 2016 BU5 – Mai 2014



Sont conscients de la nécessité de sécuriser son accès à Internet

82% des internautes de 15 ans et + sont conscients de la nécessité de sécuriser son accès à Internet



ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ANS ET +	HOMMES	FEMMES	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
82%	81%	83%	82%	84%	81%	81%	81%	83%	84%	81%

* Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

+/- Ecarts significatifs à 95% par rapport à l'ensemble



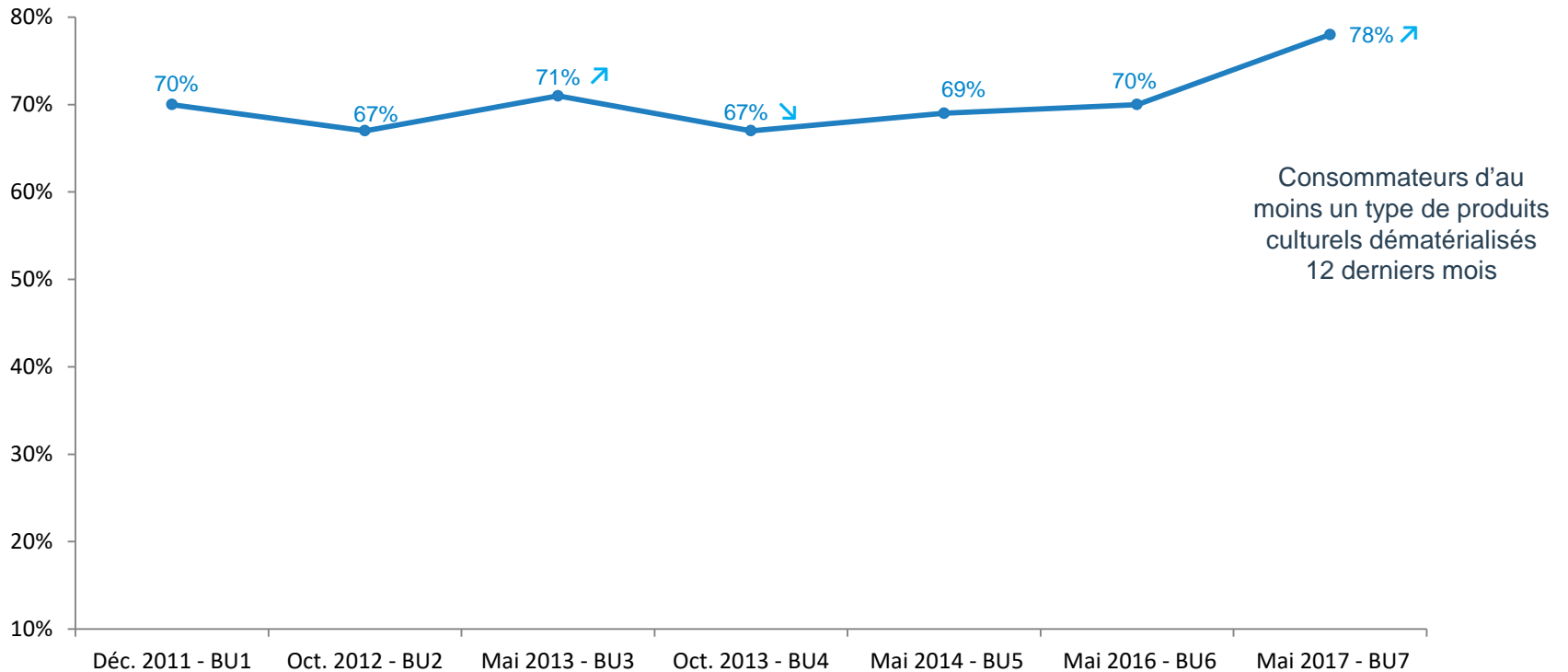
3. CONSOMMATION EN LIGNE DE BIENS CULTURELS



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

78% des internautes consomment au moins un type de biens culturels dématérialisés. Une proportion qui progresse de 7 points par rapport à 2016. Cette hausse est notamment favorisée par la progression de la consommation de musique et de vidéos/films.

Parmi les produits 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 ?



* Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

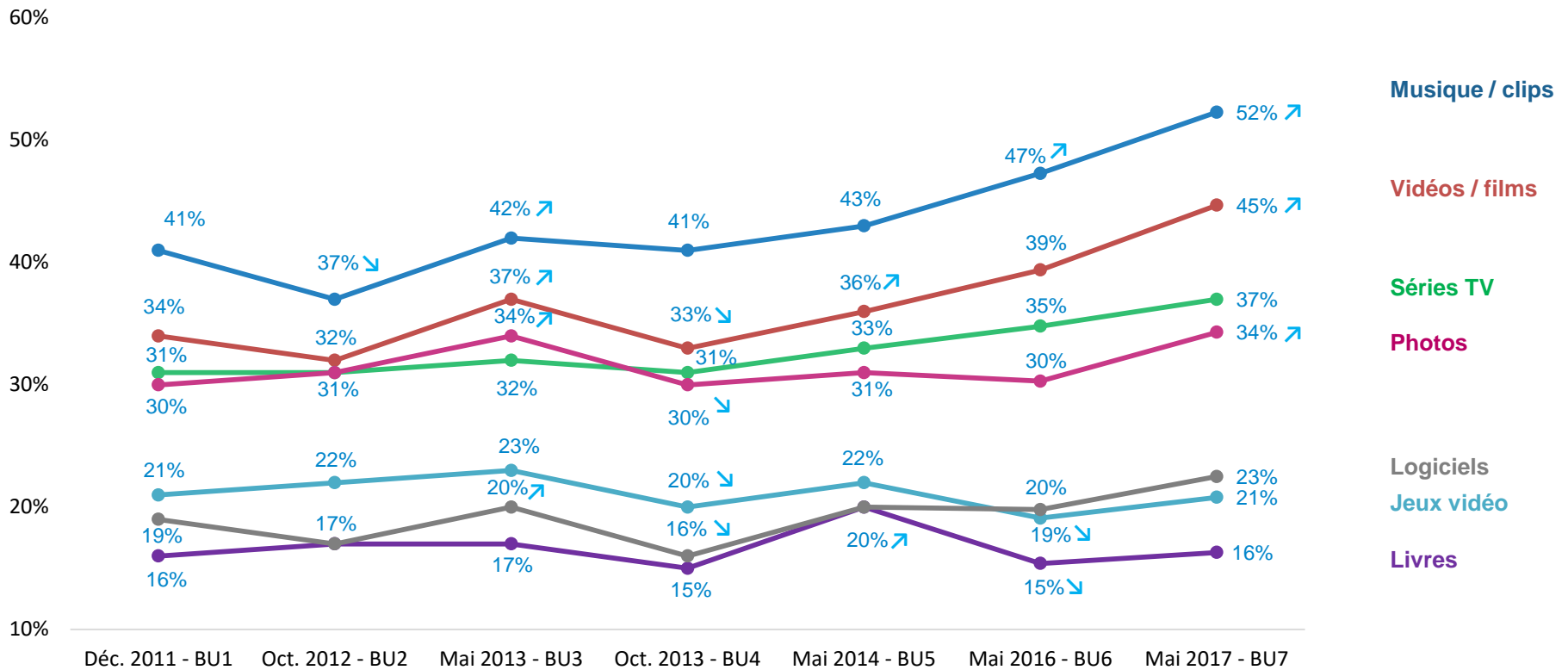
↑/↓ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



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

La musique, les vidéos/films et les séries TV restent les types de biens culturels les plus consommés. Les niveaux de consommation sont en hausse par rapport à 2016, poursuivant ainsi les tendances observées sur la vague précédente.

Parmi les produits 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 ?



* Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DES INTERNAUTES 15 ANS ET PLUS

La consommation hebdomadaire de musique, vidéo/films et séries tend à progresser tandis qu'elle est stable pour les autres catégories de biens culturels.

Parmi les produits 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 ?
A quelle fréquence consommez-vous sur Internet chacun des produits ou services culturels dématérialisés suivants ?

ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ANS ET +	% A CONSOMMÉ LE BIEN CULTUREL SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS	% A CONSOMMÉ LE BIEN AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE	% A CONSOMMÉ LE BIEN MOINS D'UNE FOIS PAR SEMAINE
Musique / Vidéos clips	52% ↗	34%	19%
Vidéos / Films	45% ↗	24%	21%
Séries TV	37%	23%	14%
Photos	34% ↗	16%	18%
Logiciels	23%	7%	15%
Jeux vidéo	21%	13%	8%
Livres	16%	5%	11%

Soit **78%** de consommateurs d'au moins un bien culturel sur Internet

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LA NATURE DE LA CONSOMMATION (LICITE OU ILLICITE)

Comme en 2016, la consommation de biens culturels est plus importante chez les internautes déclarant des pratiques illicites (mixtes licites / illicites ou exclusives).

*Parmi les produits 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 ?
A quelle fréquence consommez-vous sur Internet chacun des produits ou services culturels dématérialisés suivants ?*

	% A CONSOMMÉ LE BIEN CULTUREL SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS			% A CONSOMMÉ LE BIEN AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE			% A CONSOMMÉ LE BIEN MOINS D'UNE FOIS PAR SEMAINE		
	ENSEMBLE	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES ILLICITES	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES LICITES	ENSEMBLE	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES ILLICITES	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES LICITES	ENSEMBLE	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES ILLICITES	INTERNAUTES DÉCLARANT DES USAGES LICITES
Musique / Vidéos clips	52%	75% +	64% +	34%	52% +	39% +	19%	24% +	24% +
Vidéos / Films	45%	74% +	49% +	24%	46% +	23%	21%	28% +	26% +
Séries TV	37%	68% +	37% +	23%	48% +	19%	14%	20% +	18% +
Photos	34%	49% +	42% +	16%	29% +	17% +	18%	20%	25% +
Logiciels	23%	36% +	25% +	7%	13% +	8%	15%	23% +	18% +
Jeux vidéo	21%	31% +	25%	13%	16% +	17%	8%	15% +	8%
Livres	16%	23%	20%	5%	7% +	6%	11%	15% +	15% +

+/- Ecarts significatifs positifs à 95% entre les individus déclarant un usage illicite/licite et l'ensemble

* Base: Individus déclarant consommer des biens culturels sur Internet de façon illicite vs de façon licite



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LES PROFILS

La consommation de biens culturels en ligne reste plus forte chez les hommes, les jeunes (15-39 ans), les CSP+ et les Parisiens.

Parmi les produits 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 ?

	% A CONSOMMÉ LE BIEN CULTUREL SUR INTERNET AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS										
	ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ANS ET +	HOMME	FEMME	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
Musique / Vidéos clips	52% ↗	54%	51%	74% +	66% +	41% -	62% +	56% +	43% -	53%	52%
Vidéos / Films	45% ↗	46%	44%	63% +	64% +	32% -	56% +	47%	34% -	51% +	43% -
Séries TV	37%	33% -	41% +	63% +	53% +	24% -	45% +	38%	31% -	40%	36%
Photos	34% ↗	33%	36%	53% +	39%	27% -	35%	36%	33%	34%	34%
Logiciels	23%	29% +	16% -	35% +	24%	19% -	25% +	21%	22%	27%	22%
Jeux vidéo	21%	25% +	17% -	34%	29% +	14% -	24% +	25% +	15% -	21%	21%
Livres	16%	16%	17%	18%	20%	15%	21%	16%	13% -	18%	16%
AU MOINS UN BIEN CULTUREL CONSOMMÉ	78%	81% +	74% -	91% +	90% +	69% -	89% +	80%	68% -	91%	77%

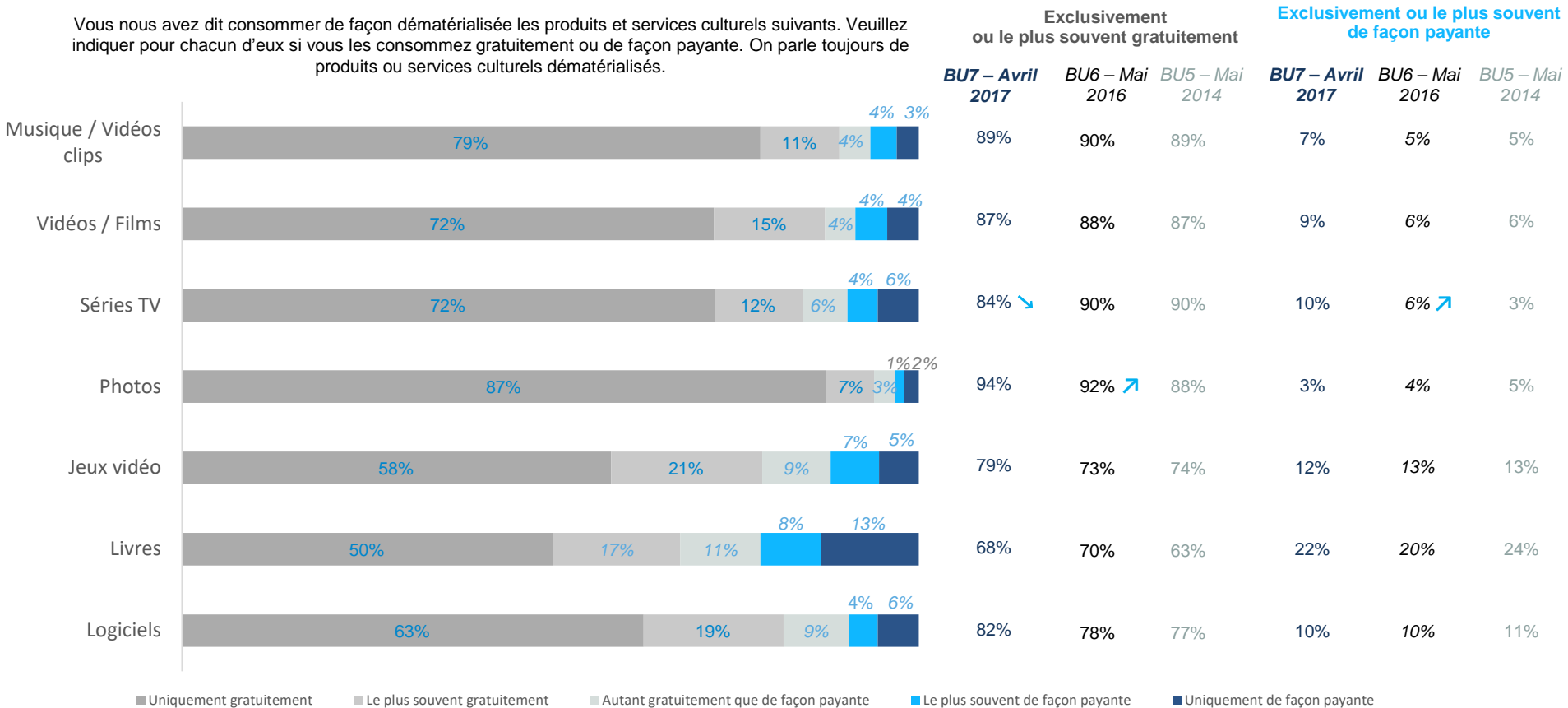
↗ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente +/- Ecart significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LE MODE DE CONSOMMATION (GRATUIT OU PAYANT)

Comme en 2016, les internautes privilégient largement la consommation gratuite des biens culturels dématérialisés. La consommation payante reste minoritaire et concerne principalement les livres et, dans une moindre mesure, les jeux vidéo, les logiciels et les séries TV.

Vous nous avez dit consommer de façon dématérialisée les produits et services culturels suivants. Veuillez indiquer pour chacun d'eux si vous les consommez gratuitement ou de façon payante. On parle toujours de produits ou services culturels dématérialisés.



* Base: Individus ayant consommé au moins un bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

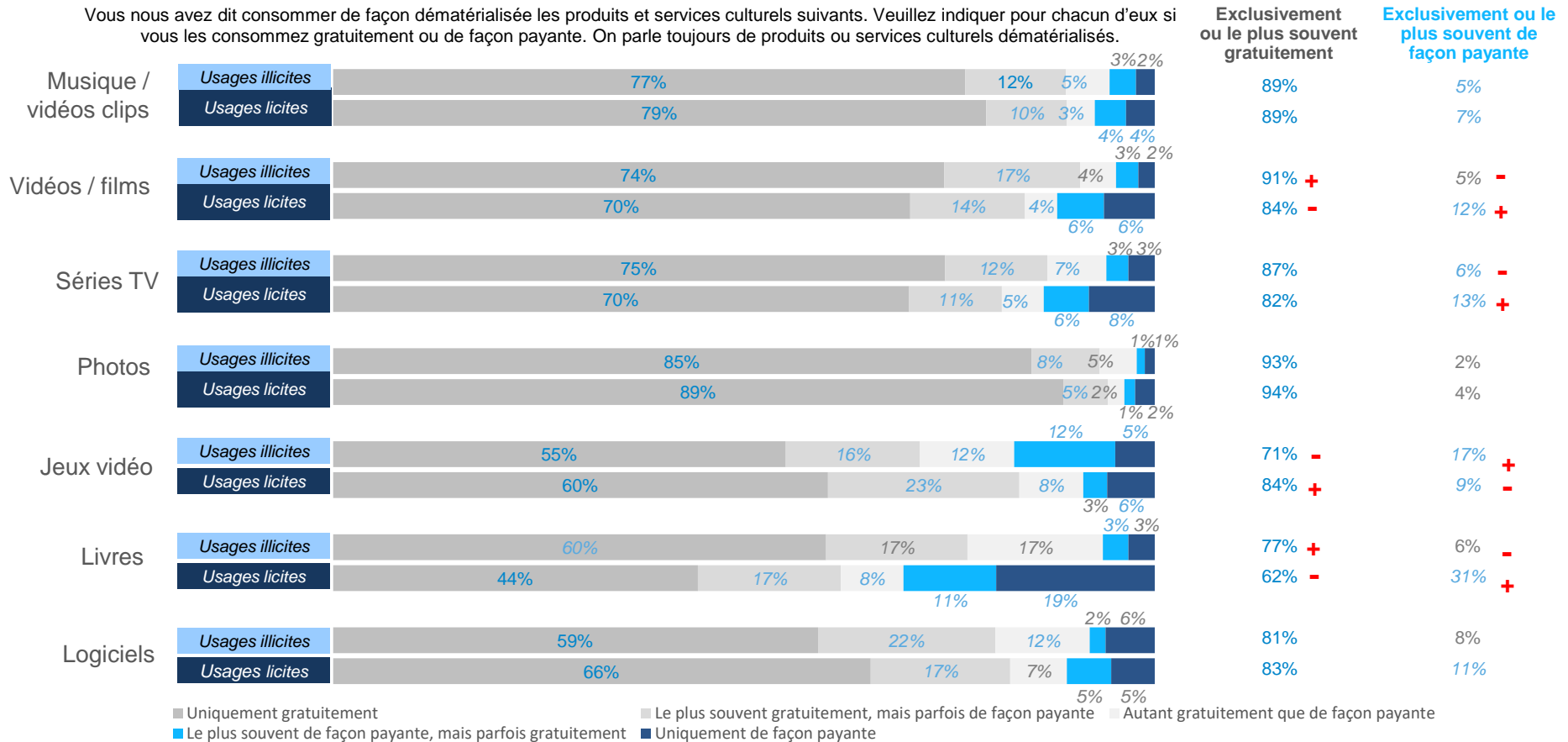
↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente +/- Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble



CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS EN LIGNE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LE MODE DE CONSOMMATION (GRATUIT OU PAYANT)

Les internautes privilégient la consommation gratuite des biens culturels, qu'ils déclarent des usage licites ou illicites. Toutefois, les internautes déclarant des pratiques licites sont plus nombreux à consommer de façon payante. Les jeux vidéo font exception à la règle : les internautes aux pratiques illicites sont plus nombreux à déclarer une consommation payante.

Vous nous avez dit consommer de façon dématérialisée les produits et services culturels suivants. Veuillez indiquer pour chacun d'eux si vous les consommez gratuitement ou de façon payante. On parle toujours de produits ou services culturels dématérialisés.



■ Uniquement gratuitement ■ Le plus souvent gratuitement, mais parfois de façon payante ■ Le plus souvent de façon payante, mais parfois gratuitement ■ Uniquement de façon payante

* Base: Individus consommateurs de biens culturels au cours des 12 derniers mois

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



DÉPENSES MENSUELLES POUR DES BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS : PANIER MOYEN

En 2017, le montant du panier moyen mensuel en biens culturels dématérialisés atteint 14 €, poursuivant une tendance à la baisse observée depuis 2015. Le panier moyen des internautes déclarant des pratiques illicites connaît une baisse significative entre les deux vagues et descend en dessous du panier moyen des internautes aux pratiques exclusivement licites.

De façon générale, quel montant dépensez-vous en moyenne chaque mois pour votre consommation de produits ou services culturels dématérialisés sur Internet ?

Rappel vagues précédentes

Mai 2016 / Mai 2014

	ENSEMBLE INTERNAUTES 15 ANS ET +*	USAGE ILLICITE DÉCLARÉ*	USAGE LICITE DÉCLARÉ*	Ensemble Internautes 15 ans et +		Usage illicite déclaré		Usage licite déclaré	
				<u>BU6</u>	<u>BU5</u>	<u>BU6</u>	<u>BU5</u>	<u>BU6</u>	<u>BU5</u>
Panier moyen mensuel	14€	12€	15€	16€	19€	21€	20€	14€	18€
Panier moyen mensuel à partir d'un euro dépensé	27€	22€	31€	33€	31€	36€	36€	31€	30€

ATTENTION :

Cette question ne permet pas déterminer dans quelle mesure les achats sont effectués sur des plates-formes d'offres licites ou illicites

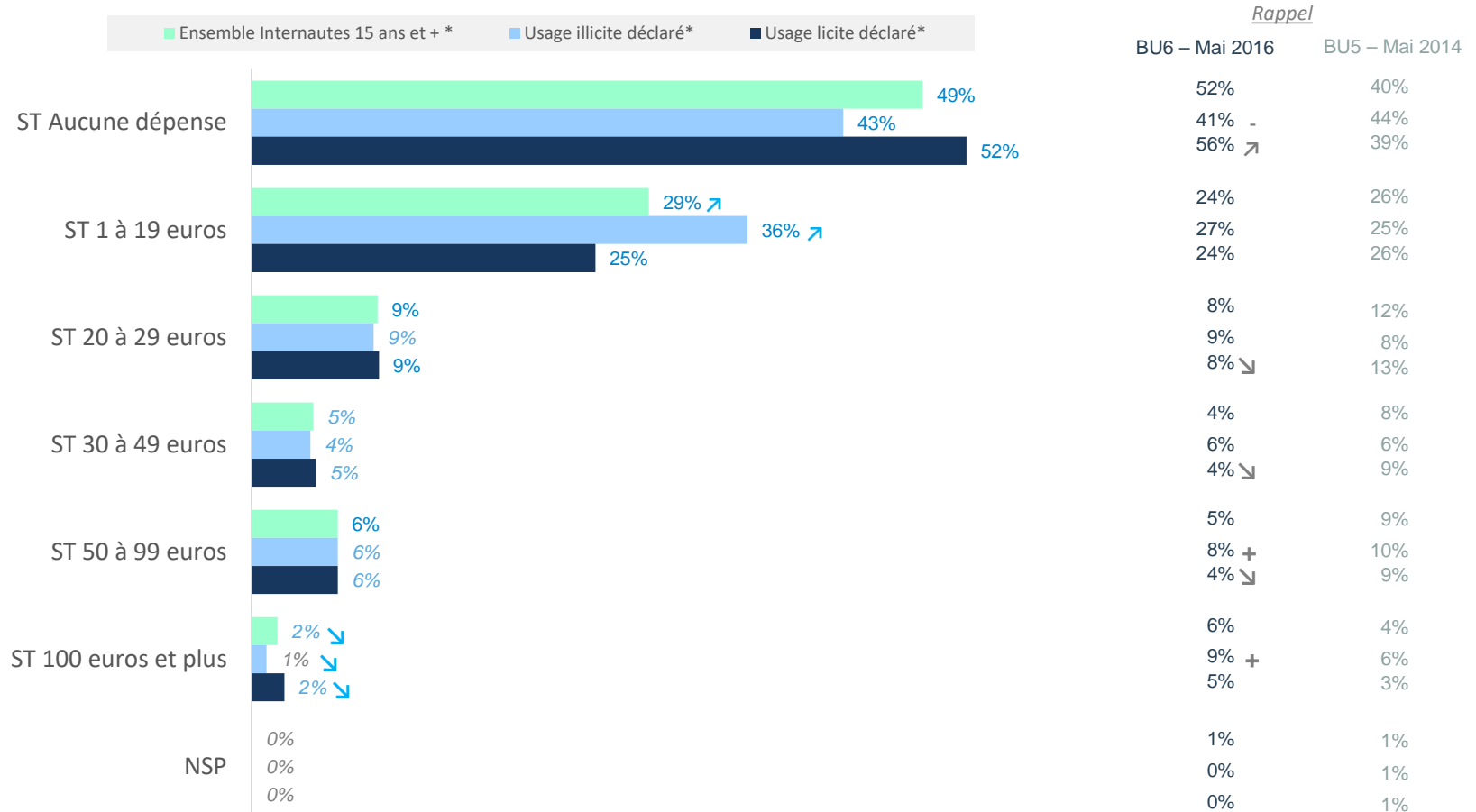
* Base: Individus ayant consommé au moins un bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois



DÉPENSES MENSUELLES POUR DES BIENS CULTURELS EN LIGNE

La proportion d'internautes ne déclarant aucune dépense est stable. La part des internautes déclarant dépenser de 1 à 19 € progresse tandis que la proportion de ceux qui dépensent le plus tend à diminuer.

De façon générale, quel montant dépensez vous en moyenne chaque mois pour votre consommation de produits ou services culturels dématérialisés sur Internet ?



↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente +/- Ecart significatif positif à 95% entre les individus déclarant un usage licite et les individus déclarant un usage illicite

* Base: Individus ayant consommé au moins un bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois



DÉPENSES MENSUELLES POUR DES BIENS CULTURELS EN LIGNE – SELON LES PROFILS

Les hommes, les 25-39 ans et les CSP+ restent les catégories de la population qui dépendent le plus pour des biens culturels en ligne, contrairement aux inactifs et aux femmes.

De façon générale, quel montant dépensez-vous en moyenne chaque mois pour votre consommation de produits ou services culturels dématérialisés sur Internet ?

	ENSEMBLE INTERNAUT ES 15 ANS ET +	HOMMES	FEMMES	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
ST Aucune dépense	49%	43% -	55% +	47%	44% -	53% +	39% -	50%	58% +	47%	50%
ST 1 à 19 euros	29%	31%	27%	29%	31%	28%	35% +	26%	25% -	27%	29%
ST 20 à 29 euros	9%	9%	9%	11%	10%	8%	8%	11%	9%	9%	9%
ST 30 à 49 euros	5%	4%	5%	4%	6%	4%	4%	5%	5%	5%	5%
ST 50 à 99 euros	6%	9% +	4% -	7%	8%	5%	11% +	6%	2% -	10% +	6% -
ST 100 euros et plus	2%	3%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	1%	2%	2%

PANIER MOYEN MENSUEL	14€	18€ +	10€ -	13€	17€	13€	20€ +	13€	9€ -	20€ +	13€ -
Panier moyen mensuel à parti d'un euro dépensé	27€	31€ +	22€ -	25€	30€	27€	32€ +	26€	22€	38€ +	25€ -

* Base: Individus ayant consommé au moins un bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

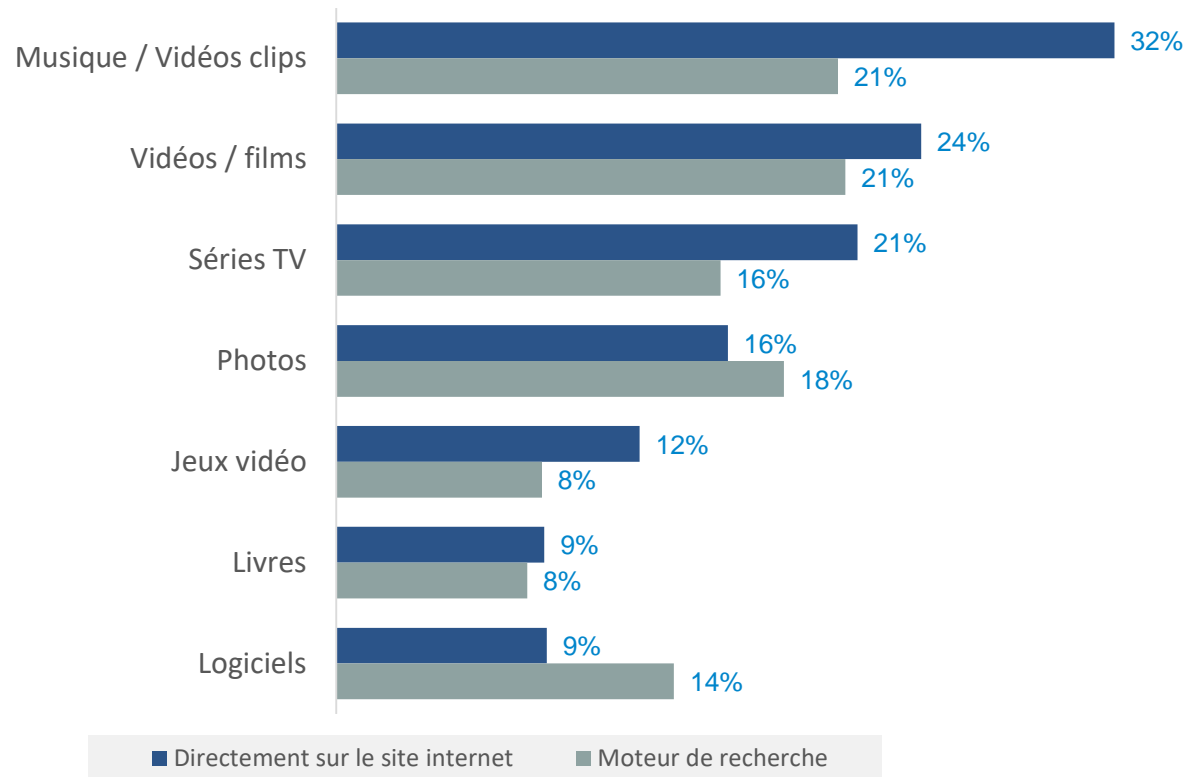
+/- Ecart significatifs à 95% par rapport à l'ensemble



MODE D'ACCÈS AUX BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS

Les internautes privilégient l'accès direct aux sites internet (sans passer par un moteur de recherche) pour accéder à de la musique, des vidéos/films, des séries TV et des jeux vidéos. Le moteur de recherche est en revanche préféré pour accéder aux photos et aux logiciels.

Et généralement, pour accéder à ces services et produits culturels est-ce que vous passez par un moteur de recherche (comme Google, Bing, ou Yahoo), ou allez-vous directement sur vos sites préférés?



* Base: Ensemble des internautes de 15 ans et plus

Note de lecture: 32% des internautes accèdent à la musique/ vidéo clips directement sur leurs sites préférés.



MODE D'ACCÈS AUX BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS

Le mode d'accès aux biens culturels varie peu selon la licéité des pratiques. Les internautes aux usages illicites sont significativement plus nombreux à privilégier le moteur de recherche pour accéder aux livres.

Et généralement, pour accéder à ces services et produits culturels est-ce que vous passez par un moteur de recherche (comme Google, Bing, ou Yahoo), ou allez-vous directement sur vos sites préférés?

	INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER CHACUN DES BIENS		USAGES <u>ILLICITES</u>		USAGES <u>LICITES</u>	
	SITE INTERNET	MOTEUR DE RECHERCHE	SITE INTERNET	MOTEUR DE RECHERCHE	SITE INTERNET	MOTEUR DE RECHERCHE
Musique / Vidéos clips	61%	39%	61%	39%	60%	40%
Vidéos / Films	53%	47%	55%	45%	52%	48%
Séries TV	58%	42%	61%	39%	54%	46%
Photos	47%	53%	50%	50%	45%	56%
Jeux vidéo	59%	41%	61%	39%	58%	42%
Livres	52%	48%	41% -	59% +	58% +	42% -
Logiciels	39%	62%	40%	61%	38%	62%

Base : Individus ayant déclaré consommer chacun des biens

+/- Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport aux individus ayant déclaré consommer chacun des biens



MODE D'ACCÈS AUX BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS SELON LES PROFILS

L'accès direct aux sites internet est plus marqué chez les 15-24 ans et les inactifs pour consommer de la musique.

Et généralement, pour accéder à ces services et produits culturels est-ce que vous passez par un moteur de recherche (comme Google, Bing, ou Yahoo), ou allez-vous directement sur vos sites préférés?

		ENSEMBLE	HOMME	FEMME	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
Musique / Vidéos clips	Site Internet	61%	60%	62%	70% +	61%	56%	59%	58%	66% +	60%	61%
	Moteur de recherche	39%	40%	38%	30% -	39%	44%	41%	42%	34% -	40%	39%
Vidéos / Films	Site Internet	53%	56%	51%	55%	52%	54%	51%	52%	57%	53%	54%
	Moteur de recherche	47%	44%	49%	45%	48%	46%	49%	48%	43%	47%	46%
Séries TV	Site Internet	58%	58%	58%	58%	53%	61%	56%	57%	61%	60%	57%
	Moteur de recherche	42%	42%	43%	42%	47%	39%	44%	43%	39%	40%	43%
Photos	Site Internet	47%	46%	47%	49%	43%	48%	51%	39% -	49%	55%	45%
	Moteur de recherche	53%	54%	53%	51%	58%	52%	49%	61% +	51%	45%	55%
Jeux vidéo	Site Internet	59%	62%	55%	57%	56%	64%	59%	58%	61%	53%	61%
	Moteur de recherche	41%	38%	45%	43%	44%	36%	41%	42%	39%	47%	39%
Livres	Site Internet	52%	63% +	41% -	37% -	37%	65%	45%	59%	53%	51%	52%
	Moteur de recherche	48%	37% -	59% +	63% +	63%	35%	55%	41%	47%	49%	48%
Logiciels	Site Internet	39%	41%	34%	36%	33%	42%	34%	42%	40%	46%	36%
	Moteur de recherche	62%	59%	66%	64%	67%	58%	66%	58%	60%	54%	64%

Base : Individus ayant déclaré consommer chacun des biens

+/- Ecart significatif positif/négatif à 95% par rapport aux individus ayant déclaré consommer chacun des biens



TYPES DE SITES FRÉQUENTÉS POUR LA CONSOMMATION DE PRODUITS CULTURELS EN LIGNE

La fréquentation des différentes catégories de sites (en déclaratif) est stable : 82% des internautes ayant déclaré consommer au moins un bien culturel ont cité des sites licites et 38% des sites illicites. Comme en 2016, la consultation de sites illicites est plus importante pour les films. Dans cette catégorie, Youtube est cité par 38% des répondants.

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).

BASE : INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER CHACUN DES BIENS*	ENSEMBLE			MUSIQUE / VIDÉOS CLIPS			FILMS**			SÉRIES TV		
	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014
Sous-total licite	82%	83%	87%	91%	91%	92%	35%	35% ↘	69%	50%	54%	57% ↘
Sous-total illicite	38%	38%	19%	2%	4%	5%	56%	60% ↗	24%	39%	35% ↗	26%
Sous-total gratuit	74%	74%	72%	74%	74%	74%	61%	64% ↘	72%	60%	59% ↘	72%
Sous-total payant	27%	24%	36%	9%	12%	16%	26% ↗	19%	17%	26% ↗	20% ↗	9% ↘
Sous-total mixte (gratuit et payant)	44%	43%	37%	29%	30%	33%	5% ↘	10%	5%	9% ↘	28% ↗	5%
Sous-total streaming	74%	73%	-	89%	89%	-	64%	65%	-	70% ↗	61%	-
Sous-total téléchargement	9%	9%	-	4% ↘	7%	-	9%	8%	-	7%	9%	-
Sous-total mixte (streaming et téléchargement)	15% ↘	23%	-	2%	2%	-	18%	16%	-	16% ↘	35%	-
Hors-sujet	50% ↗	37%	41%	12% ↗	6%	9%	18% ↗	14%	17%	19%	17%	16%
NSP	7%	5%	16%	1%	1%	3%	2%	2%	7%	2%	2%	8%

Note de lecture : 74% de l'ensemble des internautes consommant au moins un bien culturel ont cité au moins un site de streaming.

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

** L'item Vidéos/Films sur la vague 2016 devient Films sur la vague 2017 dans un souci de clarification de la question

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



TYPES DE SITES FRÉQUENTÉS POUR LA CONSOMMATION DE PRODUITS CULTURELS EN LIGNE (SUITE)

La fréquentation de sites licites tend à diminuer pour les photos et les jeux vidéos tandis qu'elle progresse pour les logiciels.

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).

BASE : INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER CHACUN DES BIENS*	ENSEMBLE			PHOTOS			JEUX VIDÉO			LOGICIELS			LIVRES		
	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014	BU7 2017	BU6 2016	BU5 2014
Sous-total licite	82%	83%	87%	27%	48% ↘	62% ↗	57% ↘	69%	68% ↘	74% ↗	35% ↘	68%	66%	71%	71%
Sous-total illicite	38%	38%	19%	0%	-	-	4%	3%	2%	6%	7%	3%	6%	5%	3%
Sous-total mixte (licite et illicite)	13%	-	-	29%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sous-total gratuit	74%	74%	72%	48%	53% ↗	46% ↗	18% ↘	30%	32%	40% ↗	16%	14%	10%	10%	8%
Sous-total payant	27%	24%	36%	2%	5%	15%	7%	8%	17% ↘	5%	4% ↘	21%	9%	6% ↘	62% ↘
Sous-total mixte (gratuit et payant)	44%	43%	37%	4%	4%	3%	42%	39% ↗	29%	37% ↗	14%	41%	55% ↗	3%	8%
Hors-sujet	50%	37%	41%	48%	6%	9%	40%	14%	17%	25%	17%	16%	30%	23%	22%
NSP	7%	5%	16%	5%	1%	3%	5%	2%	7%	3%	2%	8%	4%	6%	12%

Note : les évolutions sur les photos, jeux vidéo et logiciels peuvent être liées à des différences de traitement par rapport à la vague précédente (ajout de la catégorie licite / illicite pour les photos, certains sites qui ont changé de catégories).

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

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



TYPES DE SITES FRÉQUENTÉS POUR LA CONSOMMATION DE PRODUITS CULTURELS EN LIGNE SELON LA NATURE DE LA CONSOMMATION (ILLICITE OU LICITE)

Comme en 2016, les internautes déclarant globalement une consommation illicite consultent davantage des sites illicites quelle que soit la catégorie de biens culturels.

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).

BASE : INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER CHACUN DES BIENS*	ENSEMBLE		MUSIQUE / VIDÉOS CLIPS		FILMS		SÉRIES TV	
	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES
Sous-total licite	81%	82%	91%	91%	28%	41% +	42%	58% +
Sous-total illicite	60% +	27%	4%	1%	67% +	46%	50% +	29%
Sous-total gratuit	81% +	69%	81% +	70%	70% +	53%	62%	59%
Sous-total payant	31%	25%	9%	9%	22%	29% +	29%	24%
Sous-total mixte (gratuit et payant)	44%	44%	31%	27%	5%	5%	5%	12% +
Sous-total streaming	84% +	68%	90%	88%	66%	64%	69%	71%
Sous-total téléchargement	19% +	4%	5%	4%	17% +	2%	12% +	3%
Sous-total mixte (streaming et téléchargement)	15%	15%	1%	2%	13%	22% +	12%	20% +
Hors-sujet	57%	46%	13%	11%	16%	19%	20%	18%
NSP	7%	7%	0%	1%	1%	2%	2%	2%

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

+ Ecart significatif positif à 95% entre les individus déclarant un usage licite et les individus déclarant un usage illicite



TYPES DE SITES FRÉQUENTÉS POUR LA CONSOMMATION DE PRODUITS CULTURELS EN LIGNE SELON LA NATURE DE LA CONSOMMATION (ILLICITE OU LICITE) (SUITE)

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

BASE : INDIVIDUS AYANT DÉCLARÉ CONSOMMER CHACUN DES BIENS*	PHOTOS		JEUX VIDÉO		LOGICIELS		LIVRES	
	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES	USAGES ILLICITES	USAGES LICITES
Sous-total licite	35% +	22%	61%	55%	65%	81%	56%	72% +
Sous-total illicite	0%	0%	8%	2%	10%	3%	13%	1%
Sous-total mixte (licite/illicite)	29,8%	29,1%	-	-	-	-	-	-
Sous-total gratuit	53%	45%	20%	16%	43%	38%	21% +	4% +
Sous-total payant	2%	2%	9%	6%	7%	4%	8%	10%
Sous-total mixte (gratuit et payant)	4%	4%	43%	42%	30%	43%	44%	62%
Hors-sujet	45%	50%	35%	43%	29%	22%	30%	29%
NSP	4%	6%	6%	4%	4%	2%	6%	3%

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

+ Ecart significatif positif à 95% entre les individus déclarant un usage licite et les individus déclarant un usage illicite



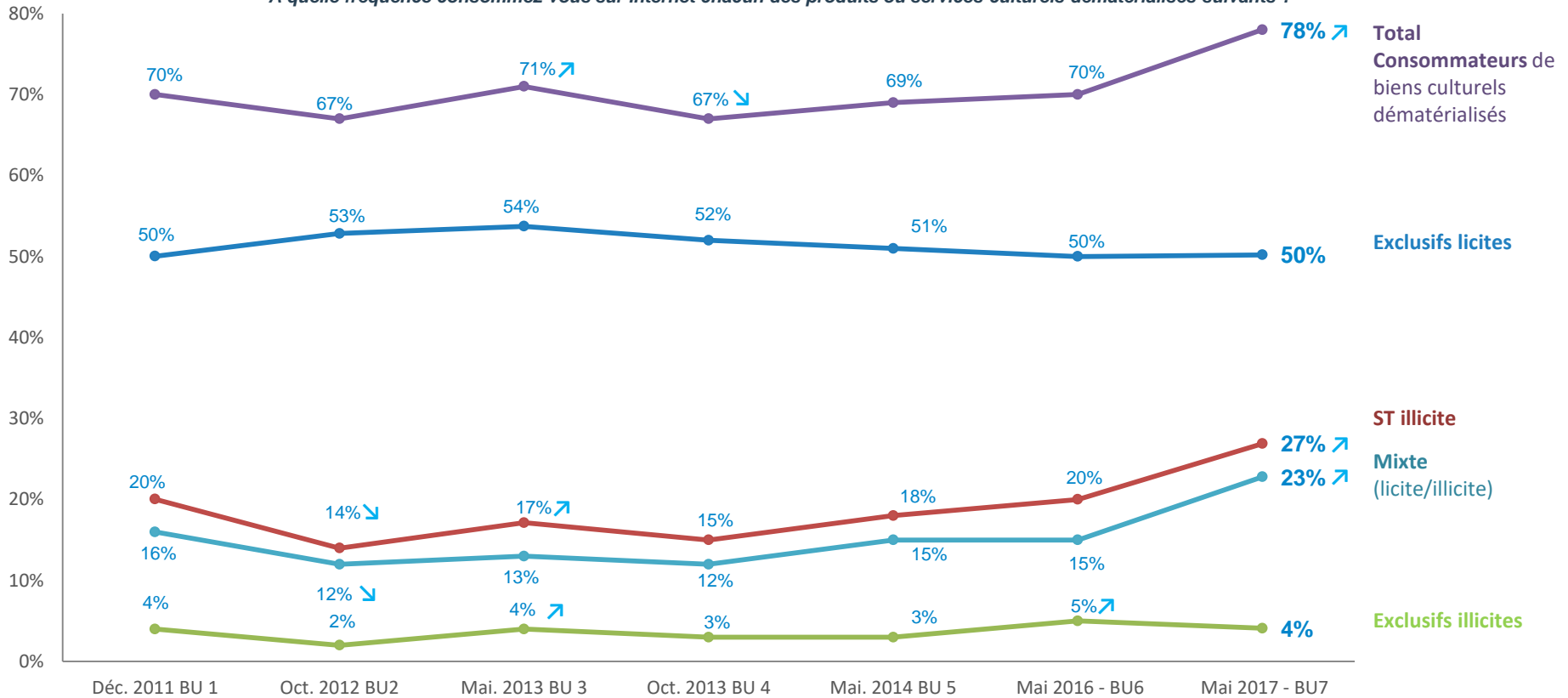
3. USAGES ILLICITES EN LIGNE DE BIENS CULTURELS



EVOLUTION DE LA CONSOMMATION LICITE/ILLICITE DÉCLARÉE DE BIENS CULTURELS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

En 2017, 27% des internautes déclarent des usages illicites, soit une hausse de 7 points par rapport à 2016. Cette progression est portée par l'augmentation des usages mixtes (licites et illicites) tandis que les usages exclusivement licites et illicites restent stables.

Parmi les produits 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 ?
A quelle fréquence consommez-vous sur Internet chacun des produits ou services culturels dématérialisés suivants ?

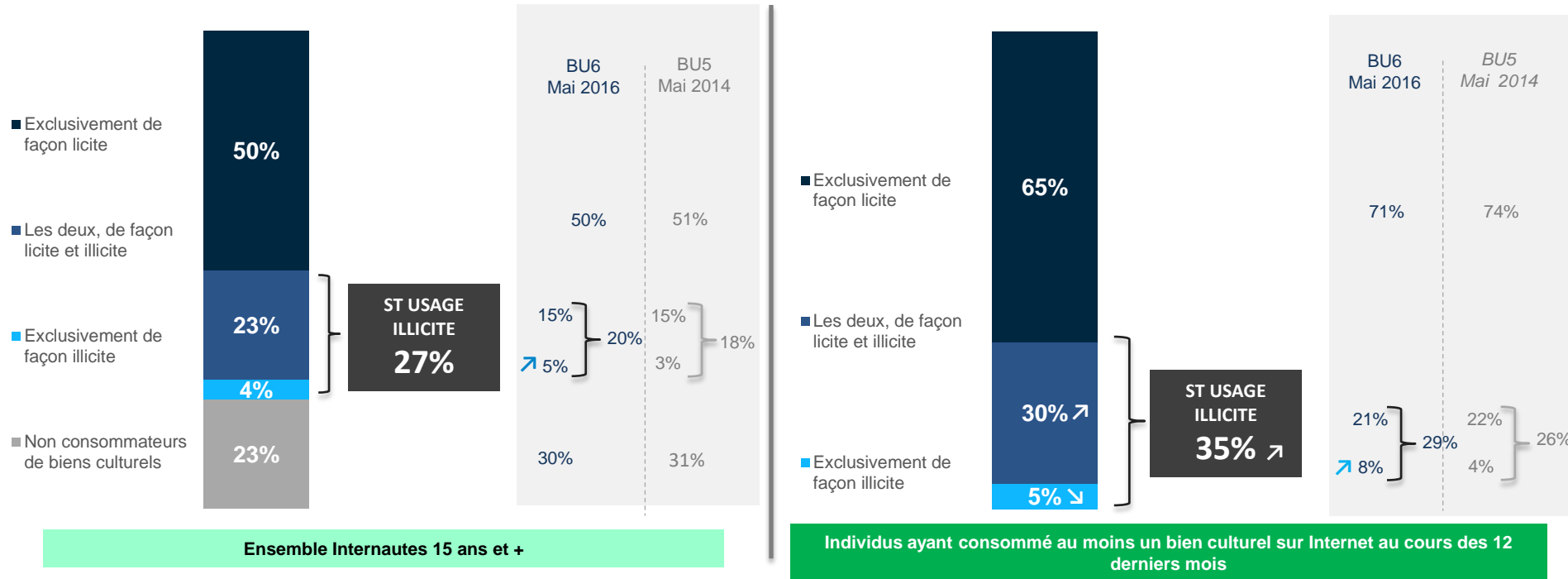




TAUX DE CONSOMMATION ILLICITE DE BIENS CULTURELS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Parmi les individus ayant consommé au moins un bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois, la proportion de ceux déclarant des pratiques illicites progresse de 6 points, notamment portée par les usages mixtes licites et illicites. Cette hausse poursuit la tendance observée sur les vagues précédentes.

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 :





TAUX DE CONSOMMATION ILLICITE DÉCLARÉE DE BIENS CULTURELS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LES PROFILS

La consommation illicite est plus marquée chez les jeunes (15-24 ans) et les CSP+. La différence en termes de genre tend à s'effacer avec une proportion comparable entre hommes et femmes. La consommation mixte licite/illicite connaît une progression importante, notamment chez les 15-39 ans et les femmes.

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 :

	ENSEMBLE*	HOMME	FEMME	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
Exclusivement de façon licite	65%	67%	63%	39% -	54% -	80% +	58% -	67%	71% +	61%	66%
Les deux, de façon licite et illicite	30%	28%	31%	51% +	39% +	17% -	36% +	28%	25% -	32%	29%
Exclusivement de façon illicite	5%	5%	6%	11% +	7%	3%	6%	6%	4%	7%	5%
ST consomment de façon illicite	35% ↗	33%	37% ↗	61% ↗ +	46%	20% ↗	42% ↗ +	33%	29% -	39% ↗	34% ↗
BU6 Mai 2016	Exclusif licite	68% -	75% +	48% -	61% -	86% +	66% -	73%	75% +	73%	71%
	Mixte, licite et illicite	23%	19%	43% +	22%	11% -	21%	21%	21%	19%	22%
	Exclusif illicite	9%	7%	8%	17% +	3% -	13% +	13%	4%	9%	8%
	Total illicite	32% +	25% -	52% +	39% +	14% -	34% +	27%	25%	27%	29%
BU5 Mai 2014	Exclusif licite	71%	78%	53% - ↘	72%	86% +	72%	78% ↘	73%	74%	75%
	Mixte, licite et illicite	25%	18% ↗	40% + ↗	23%	13% -	24%	18% ↗	23%	19%	22% ↗
	Exclusif illicite	5%	4%	8%	6%	2% -	4%	4%	4%	7%	3%
	Total illicite	29%	22%	48% + ↗	28%	15% -	28%	22% ↗	27%	26%	25%

* Base : Individus ayant consommé au moins un type de bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

+/- Ecarts significatifs à 95% par rapport à l'ensemble



TAUX DE CONSOMMATION ILLICITE DÉCLARÉE DE BIENS CULTURELS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON LE TYPE DE BIEN

Les séries TV sont la catégorie de biens culturels la plus consommée de manière illicite, en progression de 10 points par rapport à 2016. On trouve ensuite les vidéos/films et les livres. Les niveaux de consommation illicite de photos et de logiciels progressent également.

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	65%	79%	60%	56%	85%	82%	76%	75%
Les deux, de façon licite et illicite	30% ↗	18% ↗	32% ↗	29% ↗	10%	11%	20%	14%
Exclusivement de façon illicite	5%	3%	9%	15%	6%	7%	4%	11%
ST consomment de façon illicite	35% ↗	21%	40%	44% ↗	15% ↗	18%	24% ↗	25%

	Exclusif licite	71%	82%	61%	66%	91%	80%	83%	74%
BU6	Mixte, licite et illicite	21%	12%	26%	21%	6%	16%	11%	22%
Mai 2016	Exclusif illicite	8%	6%	13%	13%	4%	5%	6%	4%
	Total illicite	29%	18%	39%	34%	10%	21%	17%	26%

* Base : Individus ayant consommé au moins un type de bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois

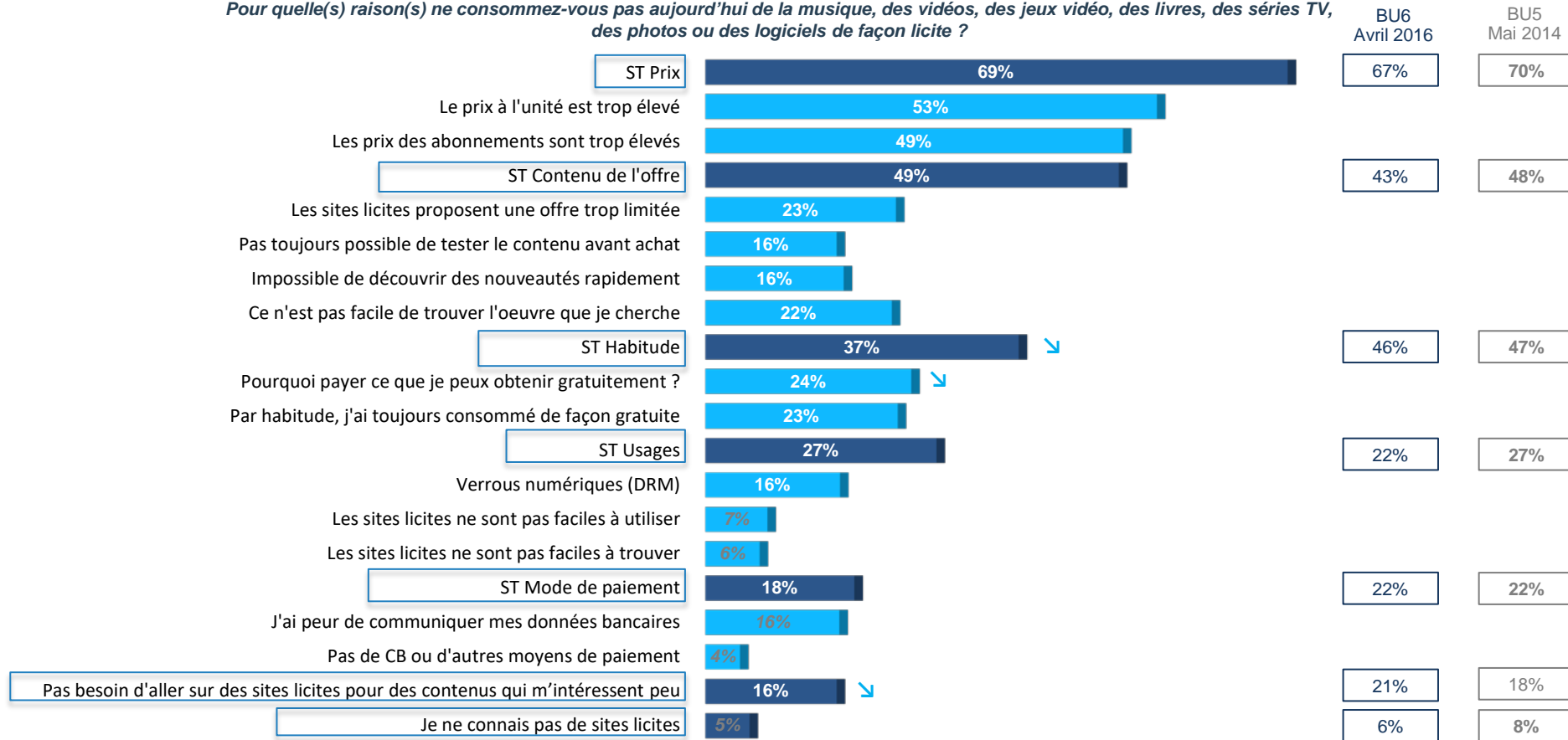
↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente



FREINS À LA CONSOMMATION LICITE DE BIENS CULTURELS EN LIGNE

Les raisons liées au prix restent le premier frein à la consommation licite (ce critère étant souvent mal évalué dans les enquêtes de satisfaction), devant les motifs liés au contenu de l'offre qui, comme les raisons liées aux usages, retrouvent leur niveau de 2014. On note une diminution des freins liés à l'habitude par rapport à 2016.

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas aujourd'hui de la musique, des vidéos, des jeux vidéo, des livres, des séries TV, des photos ou des logiciels de façon licite ?



* Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite



FREINS À LA CONSOMMATION LICITE SELON LES PROFILS

Les inactifs et les 15-24 ans sont les plus nombreux à évoquer le prix.

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas aujourd'hui de la musique, des vidéos, des jeux vidéo, des livres, des séries TV, des photos ou des logiciels de façon licite ?

	ENS*	HOMME	FEMME	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
ST Prix	69%	65%	72%	75%	61%	72%	60% -	71%	79% +	65%	70%
Le prix à l'unité est trop élevé	53%	53%	53%	58%	49%	54%	48%	52%	62% +	54%	53%
Les prix des abonnements sont trop élevés	49%	45%	54%	52%	48%	48%	42% -	55%	54%	45%	50%
ST Contenu de l'offre	49%	52% ↗	46%	48%	48%	52% ↗	54% ↗	44%	46%	48%	49%
Les sites licites proposent une offre trop limitée	23%	28% +	17% -	20%	21%	27%	22%	22%	24%	23%	22%
Pas toujours possible de tester le contenu avant achat	16%	15%	16%	15%	18%	13%	18%	13%	13%	16%	15%
Impossible de découvrir des nouveautés rapidement	16%	16%	16%	13%	19%	16%	21% +	14%	13%	19%	16%
Ce n'est pas facile de trouver l'œuvre que je cherche	22%	24% ↗	20%	20%	24%	22%	27% ↗ +	16%	20%	25%	21%
ST Habitude	37% ↘	34% ↘	40%	38% ↘	37%	36%	34%	43% ↘	36% ↘	37%	37% ↘
Pourquoi payer ce que je peux obtenir gratuitement ?	24% ↘	21% ↘	28%	25% ↘	23%	25%	21%	29% ↘	24% ↘	21%	25% ↘
Par habitude, j'ai toujours consommé de façon gratuite	23%	18% -	27% +	25%	25%	17%	20%	26%	24%	26%	22%
ST Usages	27%	28%	27%	22%	28%	32%	32%	25%	24%	28%	27% ↗
Les verrous numériques (DRM)	16%	20% +	12% -	11% -	15%	22%	19%	14%	14%	12%	17%
Les sites licites ne sont pas faciles à utiliser	7%	5%	10%	7%	10%	4%	11% +	6%	4%	8%	7%
Les sites licites ne sont pas faciles à trouver	6%	5%	8%	6%	8%	6%	6%	8%	6%	10%	6%
ST Modes de paiement	18%	13% ↘	23% +	15% ↘	13%	26%	17%	13%	23%	10% -	20% +
J'ai peur de communiquer mes données bancaires	16%	11% -	20% +	13% ↘	10%	25%	14%	12%	21%	9%	18%
Pas de CB ou d'autres moyens de paiement	4%	3%	6%	6%	4%	2%	4%	1%	8% +	1%	5%
Pas besoin d'aller sur des sites licites pour des contenus qui ne m'intéressent pas vraiment	16% ↘	19%	12% ↘	12%	15%	20%	16%	13% ↘	17%	21%	14% ↘
Je ne connais pas de sites licites	5%	3%	7%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	8%	4%

* Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite

+/- Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble



FREINS À LA CONSOMMATION LICITE SELON LES PROFILS – RAPPEL BU6 MAI 2016

Rappel

	Ens.*	Homme	Femme	15-24 ans	25-39 ans	40 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs	Paris	Province
ST Prix	67%	66%	67%	73% +	57% -	69%	59% -	63%	80% +	64%	67%
Le prix à l'unité est trop élevé	52%	52%	52%	59% +	44% -	51%	48%	43%	65% +	50%	52%
Les prix des abonnements sont trop élevés	53%	53%	55%	61% +	47% -	51%	46% -	51%	66%	44%	56%
ST Contenu de l'offre	43%	41%	46%	48%	46%	33% -	42%	39%	49%	45%	43%
Les sites licites proposent une offre trop limitée	21%	23%	19%	22%	24%	16%	19%	20%	26%	19%	22%
Pas toujours possible de tester le contenu avant achat	20%	22%	16%	24%	18%	15%	21%	15%	22%	23%	19%
Impossible de découvrir des nouveautés rapidement	15%	16%	12%	18%	15%	8%	14%	12%	18%	12%	15%
Ce n'est pas facile de trouver l'œuvre que je cherche	18%	14% -	24% +	23% +	15%	13%	13% -	16%	27% +	15%	19%
ST Habitude	46%	46%	46%	58% +	42%	35% -	30% -	62% +	54%	43%	47%
Pourquoi payer ce que je peux obtenir gratuitement ?	35%	35%	35%	46% +	30%	24% -	22% -	44% +	43% +	26%	37%
Par habitude, j'ai toujours consommé de façon gratuite	25%	25%	26%	33% +	24%	16% -	16%	33%	31%	28%	25%
ST Usages	22%	24%	20%	19%	23%	27%	26%	20%	19%	36% +	19% -
Les verrous numériques (DRM)	14%	16%	10%	8%	17%	18%	18% +	9%	12%	21% +	12% -
Les sites licites ne sont pas faciles à utiliser	5%	6%	5%	5%	7%	4%	7%	4%	4%	4%	6%
Les sites licites ne sont pas faciles à trouver	7%	6%	9%	9%	4%	8%	6%	8%	7%	12%	6%
ST Mode de paiement	22%	21%	23%	29% +	18%	16% -	19%	16%	31% +	16%	23%
J'ai peur de communiquer mes données bancaires	19%	18%	20%	25% +	15%	14%	17%	16%	24%	11%	21% +
Pas de CB ou d'autres moyens de paiement	5%	6%	4%	10%	3%	2%	2%	3%	12%	5%	5%
Pas besoin d'aller sur des sites licites pour des contenus qui ne m'intéressent pas vraiment	21%	22%	20%	21%	20%	24%	16% -	25%	26%	22%	21%
Je ne connais pas de sites licites	6%	6%	7%	8%	6%	4%	9%	3%	6%	8%	6%

* Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite



FREINS À LA CONSOMMATION LICITE PAR TYPE DE BIENS CULTURELS

Le prix est le premier frein évoqué quelle que soit la catégorie de biens culturels hormis pour les photos.

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas aujourd'hui de la musique, des vidéos, des jeux vidéo, des livres, des séries TV, des photos ou des logiciels de façon licite ?

	RAPPEL AU GLOBAL	MUSIQUE / VIDÉOS CLIPS	VIDÉOS / FILMS	SÉRIES TV	PHOTOS	JEUX VIDÉO	LOGICIELS	LIVRES
ST Prix	69%	72%	77%	70%	37%	61%	70%	69%
Le prix à l'unité est trop élevé	53%	61%	58%	51,7%	29%	49%	63%	63%
Les prix des abonnements sont trop élevés	49%	38% ↓	45%	42,8%	15% ↓	28%	35%	29%
ST Contenu de l'offre	49%	32%	43%	47%	40%	39%	31%	45%
Les sites licites proposent une offre trop limitée	23%	12%	19%	22%	15%	7% ↓	9%	23%
Pas toujours possible de tester le contenu avant achat	16%	6%	6%	7%	2% ↓	6%	15%	12%
Impossible de découvrir des nouveautés rapidement	16%	6%	9% ↓	15% ↓	13%	12%	2%	13%
Ce n'est pas facile de trouver l'œuvre que je cherche	22%	13%	19%	21%	17%	21%	11%	14%
ST Habitude	37% ↓	20% ↓	29% ↓	27% ↓	28%	20% ↓	13% ↓	15% ↓
Pourquoi payer ce que je peux obtenir gratuitement ?	24% ↓	11% ↓	18% ↓	15% ↓	11%	13%	10%	11% ↓
Par habitude, j'ai toujours consommé de façon gratuite	23%	13% ↓	16%	18%	22%	11% ↓	5% ↓	6% ↓
ST Usages	27%	17%	17% ↓	16%	29%	24%	20%	16%
Les verrous numériques (DRM)	16%	11%	9%	7%	10%	10%	11%	9%
Les sites licites ne sont pas faciles à utiliser	7%	4% ↓	6%	7% ↓	21% ↓	13%	7%	3%
Les sites licites ne sont pas faciles à trouver	6%	3%	4%	3%	1%	4%	4%	4%
ST Modes de paiement	18%	6% ↓	13%	9%	11%	10%	9%	9%
J'ai peur de communiquer mes données bancaires	16%	5%	12%	8%	8%	7%	5%	9%
Pas de CB ou d'autres moyens de paiement	4%	1%	2%	2% ↓	3%	3%	5%	0% ↓
Pas besoin d'aller sur des sites licites pour des contenus qui ne m'intéressent pas vraiment	16% ↓	15%	12%	10%	12%	8%	6% ↓	14%
Je ne connais pas de sites licites	5%	3%	6%	4%	18%	6%	2%	6%

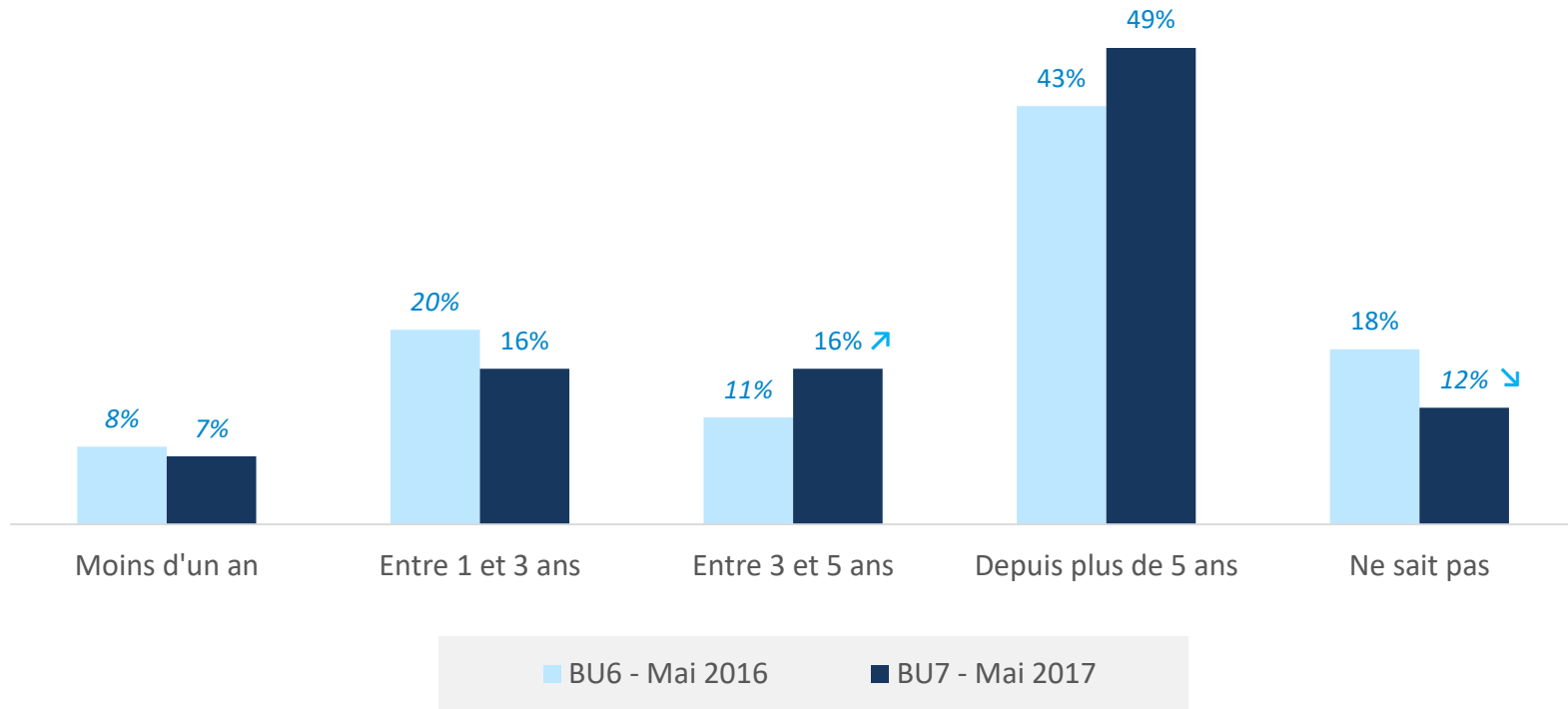
* Base : Individus ayant consommé au moins un bien de manière licite



ANCIENNETÉ DU RECOURS À LA CONSOMMATION ILLICITE

Près de la moitié des internautes consomment des biens culturels de manière illicite depuis plus de 5 ans. Pour ¼ des internautes, cette pratique remonte à plus de 3 ans.

Globalement, depuis combien de temps vous arrive-t-il de consommer des biens culturels dématérialisés de manière illégale ?



Base : Individus ayant déclaré consommer au moins un bien de manière illicite

↗ ↘ Evolutions significatives à 95% avec la vague précédente

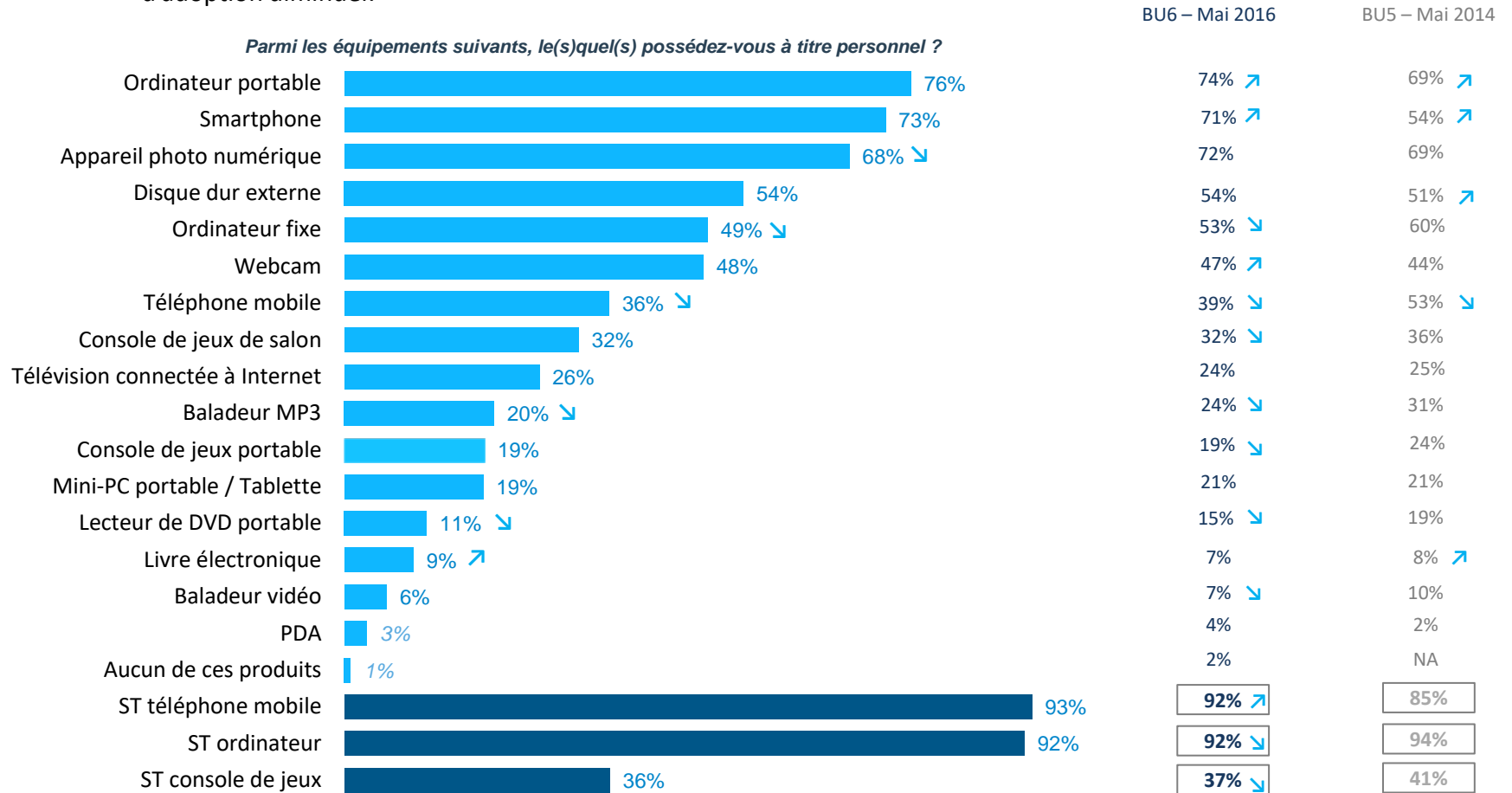


4. EQUIPEMENTS ET PRATIQUES DE CONNEXION À INTERNET



EQUIPEMENT HIGH-TECH À DOMICILE

L'ordinateur portable reste l'équipement le plus possédé, devant le smartphone. Celui-ci qui tend à supplanter l'appareil photo numérique, le téléphone mobile (hors smartphone) ou le baladeur MP3, équipements qui voient leur taux d'adoption diminuer.



* Base : Individus ayant consommé au moins un type de bien culturel sur Internet au cours des 12 derniers mois



EQUIPEMENT HIGH-TECH À DOMICILE SELON LES PROFILS

Les internautes consommant des biens culturels en ligne, que ce soit de manière licite ou illicite, ont tendance à être suréquipés par rapport à la moyenne des internautes.

Parmi les équipements suivants, le(s)quel(s) possédez-vous à titre personnel ?

	ENS. INTERNETUTES 15 ANS ET +	USAGE ILLICITE	USAGE LICITE	HOMME	FEMME	15-24 ANS	25-39 ANS	40 ANS ET +	CSP+	CSP-	INACTIFS	PARIS	PROVINCE
Ordinateur portable	76%	78%	80%+	76%	77%	78%	76%	76%	76%	78%	76%	82%+	75%-
Smartphone	73%	80%+	77%+	71%	75%	83%+	78%+	68%-	77%+	75%	69%-	76%	72%
Appareil photo numérique	68%	52%	78%+	68%	68%	50%-	63%-	75%+	68%	68%	69%	67%	68%
Disque dur externe	54%	58%+	57%+	58%+	50%-	42%-	56%	56%	59%+	52%	51%-	57%	53%
Ordinateur fixe	49%	39%	54%+	54%+	44%-	25%-	39%-	59%+	45%-	51%	51%	41%-	51%+
Webcam	48%	54%+	51%	48%	49%	47%	51%	48%	52%	48%	46%	51%	48%
Téléphone mobile	36%	26%	37%	38%	33%	19%-	32%-	42%+	34%	33%	39%+	36%	36%
Console de jeux de salon	32%	40%+	35%+	34%+	29%-	33%	48%+	25%-	38%+	45%+	17%-	31%	32%
Télévision connectée à Internet	26%	26%	29%+	27%	25%	20%-	25%	29%	30%+	25%	25%	27%	26%
Baladeur MP3	20%	24%+	23%+	20%	21%	21%	26%+	18%	22%	25%+	15%-	22%	20%
Console de jeux portable	19%	23%+	22%+	18%	20%	27%+	27%+	13%-	23%+	23%+	13%-	20%	19%
Mini-PC portable / Tablette	19%	21%	20%	18%	19%	17%	21%	19%	20%	16%	20%	17%	19%
Lecteur de DVD portable	11%	10%	12%	11%	11%	10%	10%	12%	12%	13%	9%-	16%+	10%-
Livre électronique	9%	12%+	12%+	10%	9%	8%	10%	9%	12%+	8%	8%	11%	9%
Baladeur vidéo	6%	9%+	6%	7%	5%	11%+	7%	4%-	7%	8%+	4%-	7%	6%
PDA	3%	6%+	2%	3%	3%	4%	6%+	2%-	5%+	3%	1%-	3%	3%
Aucun de ces produits	1%	0%	0%	1%	1%	3%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	1%
ST Téléphone mobile	93%	93%+	95%+	93%	93%	89%-	93%	94%	94%	93%	91%	94%	92%
ST Ordinateur	92%	86%-	94%+	91%	93%	84%-	86%-	96%+	87%-	93%	94%+	92%	92%
ST Console de jeux	36%	44%+	40%+	38%	34%	42%+	53%+	27%-	43%+	49%+	22%-	36%	36%

* Base : Ensemble internautes 15 ans et +

+/- Ecarts significatifs positifs/négatifs à 95% par rapport à l'ensemble

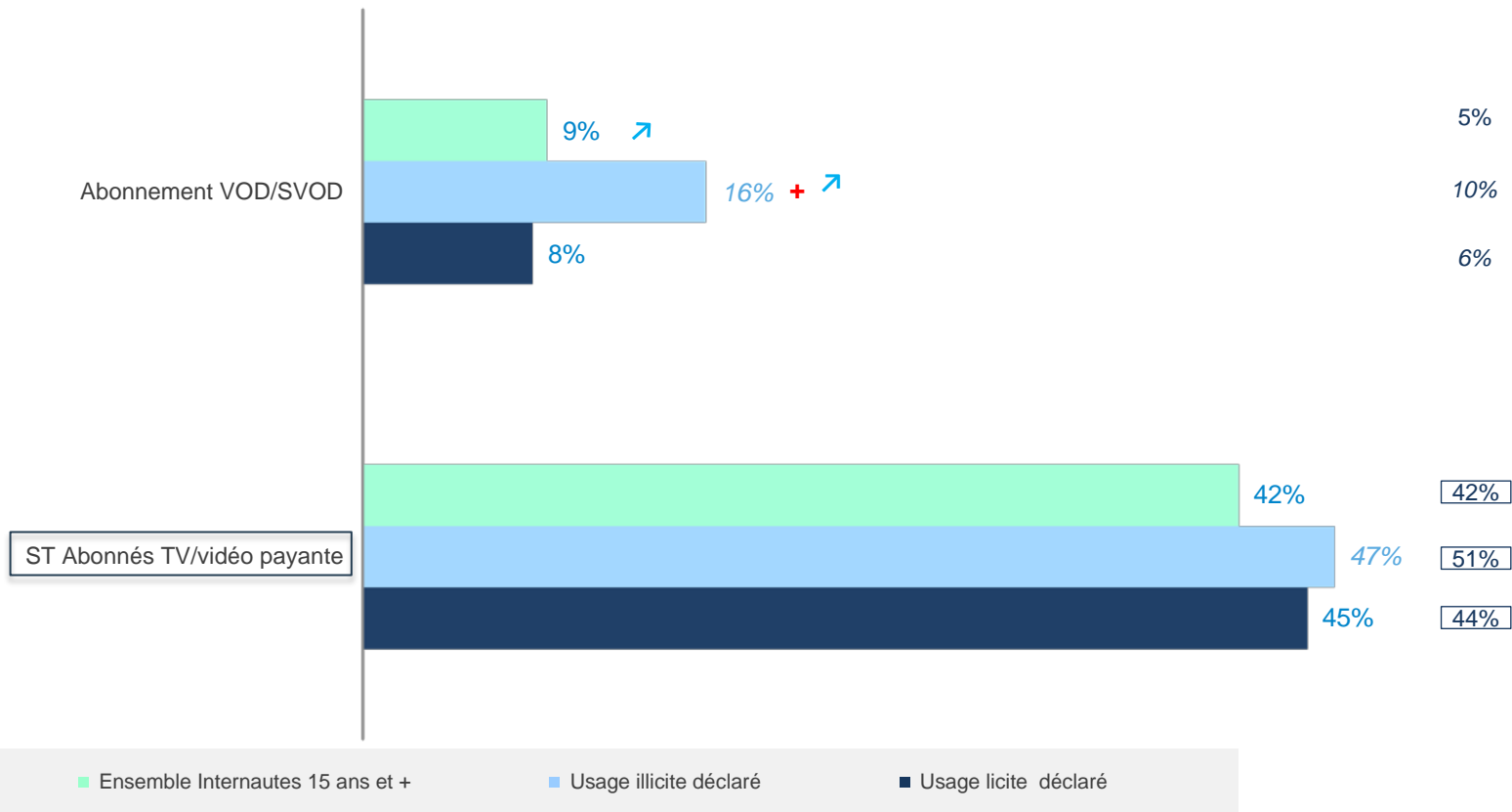


ABONNEMENT À UNE OFFRE DE TV / VIDÉO PAYANTE

Atteignant 42% des internautes, le taux d'abonnement à une offre de TV/Vidéo payante est stable par rapport à 2016. L'adoption des offres de VOD/SVOD est plus forte chez les internautes déclarant des usages illicites.

BU6 – Mai 2016

Dans votre foyer, disposez-vous des abonnements TV de vidéo suivants:



* Base : Ensemble des internautes de 15 ans et plus

+/- Ecart significatif positif/négatif à 95% par rapport à l'ensemble



ABONNEMENT À UN SITE OU UNE APPLICATION DE STREAMING MUSICAL

L'usage des plateformes de streaming musical est stable par rapport à 2016.

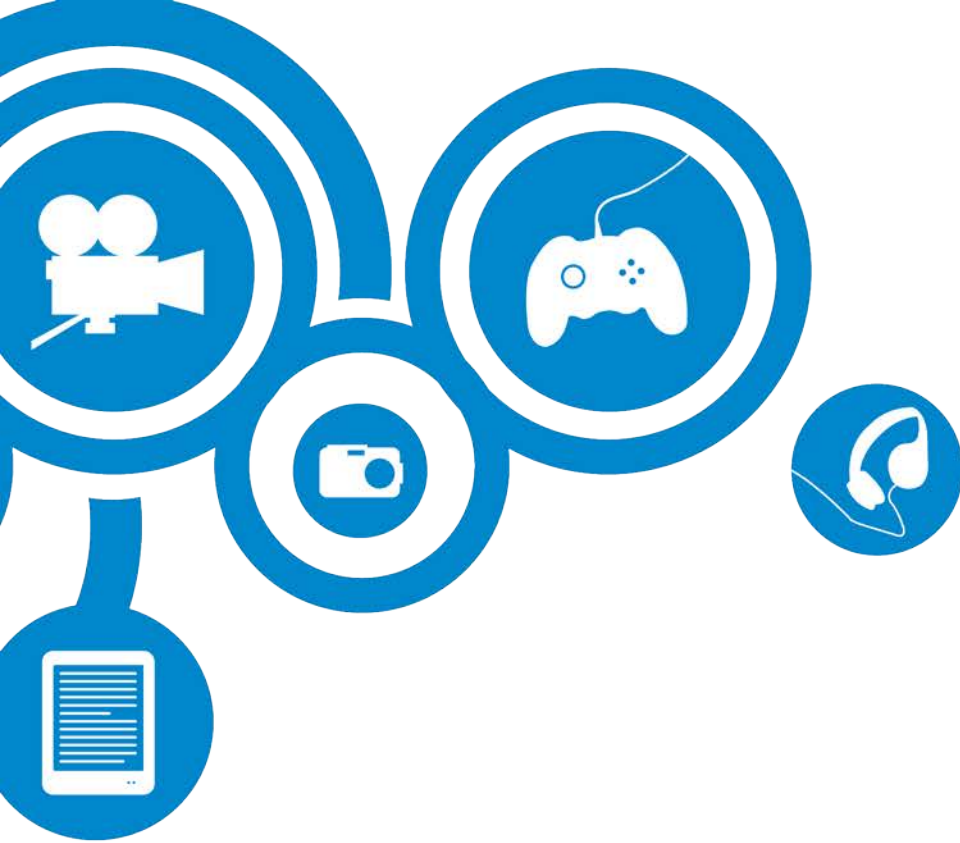
Après de quel site ou application de streaming musical avez-vous souscrit un abonnement ?



27% d'abonnés à au moins un site ou une application de streaming musical

Vs 26% en 2016

* Base : Ensemble des internautes de 15 ans et plus



6. CONCLUSIONS



CONCLUSIONS

La consommation culturelle dématérialisée poursuit sa progression et concerne près de quatre internautes sur cinq

Cette nouvelle vague du baromètre des usages montre une **progression de la consommation de biens culturels dématérialisés en 2017 par rapport à la même période en 2016.**

- **78 % des internautes déclarent avoir consommé des biens culturels dématérialisés sur les douze derniers mois**, contre 70 % au printemps 2016.
- Les principaux biens culturels dématérialisés voient leur consommation croître dans des proportions comparables, dans la poursuite de la tendance haussière se dessinant depuis 2013 : 52 % des internautes ont consommé de la musique en ligne (contre 47 % dans la précédente vague), 45 % des films ou vidéos (contre 39 % en 2016) et 37 % des séries télévisuelles (35 % en 2016).
- Cette progression des usages touche **tous les types de consommateurs, et plus particulièrement les populations moins consommatrices en ligne**, en particulier les individus âgés de 40 ans et plus (69 % de consommateurs en ligne, +8 points), ce qui montre une **généralisation croissante de la consommation de biens culturels dématérialisés.**



CONCLUSIONS

Des pratiques illicites touchant plus d'un tiers des consommateurs

- **La part des internautes déclarant avoir des pratiques mixtes, à la fois licites et illicites, est en hausse de huit points** (pour atteindre 23 % des internautes, les pratiques illicites mixtes et exclusives concernant au total 27 % des internautes de 15 ans et plus).
- **On constate donc un élargissement des pratiques illicites au sein de la population, mais qui coexistent avec des pratiques légales demeurant plus fréquentes selon d'autres études récentes menées par l'Hadopi*.**

* L'étude menée par l'Hadopi sur les risques encourus sur les sites illicites (juin 2017) montrait un taux de consommateurs illicites similaire (36 % des consommateurs). Néanmoins, parmi ces 36 %, 21 % déclaraient consommer le plus souvent de manière légale, même s'ils pouvaient adopter occasionnellement des pratiques illicites (10 % déclaraient partager leur consommation de manière équivalente entre le légal et l'illégal et seulement 5 % adoptaient essentiellement des pratiques illégales).



CONCLUSIONS

La hausse des pratiques illicites est notamment portée par les séries TV consultées principalement en *streaming*

- **Cette progression de la consommation mixte licite et illicite semble essentiellement reposer sur une plus grande consommation illicite des séries télévisées :**
 - ✓ **44 % des internautes consommant des séries TV en ligne y accèdent de manière illicite**, contre 34 % au sein de la vague précédente et 31 % en janvier 2017 selon le baromètre de l'offre légale.
 - ✓ En outre, en déclaratif, la **consultation de sites illicites de *streaming* pour le visionnage de séries progresse de neuf points en 2017.**

Il s'agira de vérifier si ces résultats correspondent à un effet saisonnier (récurrent au printemps ou lié à une sortie attendue par exemple) ou revêtent un caractère plus durable.

Ces résultats traduisent par ailleurs une plus grande diversité des pratiques des consommateurs de séries : on peut imaginer que ceux-ci, abonnés à une offre de SVOD ou familiers des offres de VOD, sont tentés de recourir à des moyens illégaux, notamment le *streaming*, pour accéder aux séries indisponibles sur leurs offres habituelles.



CONCLUSIONS

Des modes de consommation prêts à se diversifier

- **En 2017, les consommateurs déclarent nettement moins recourir à l'offre illicite « par habitude » :** seulement 37 % des répondants citent ce motif, contre 46 % précédemment, soit une baisse significative que l'on observe plus particulièrement auprès des 15-24 ans. Le **contenu de l'offre** (le catalogue notamment) est toujours perçu, lui, comme un frein important à une consommation licite (cité par 49 % des consommateurs illicites).
- **Le prix reste le premier frein perçu à la consommation légale,** cité par 69 % des consommateurs des biens culturels dématérialisés, un constat similaire à celui des précédentes éditions du baromètre (67 % en 2016, 70 % en 2015).
- **Les offres audiovisuelles par abonnement se développent significativement :** 9 % des internautes déclarent être titulaires d'un abonnement VOD ou SVOD, contre 5 % précédemment ; on note par ailleurs une stabilité de l'abonnement à des offres de *streaming* musical (26 % des internautes interrogés).
- Pour **trouver des films**, près d'un internaute sur deux préfère utiliser un **moteur de recherche** plutôt qu'un site « préféré », déjà identifié. À l'inverse, 61 % des consommateurs de musique privilégient leurs sites favoris pour en consommer.