

Hadopi

Paris, le 17 novembre 2021

Baromètre de la consommation 2021

49 % d'internautes abonnés au sein de leur foyer à un service de VàDA en 2021, soit une hausse de 27 points en trois ans (22 % en 2018)

En 2021, la consommation de biens culturels dématérialisés se stabilise et concerne 83 % des internautes, soit près de 43 millions de consommateurs.

Le nombre d'abonnés à des offres de musique, de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) ou de TV payante, continue de progresser et concerne près des deux tiers des internautes (65 %). La VàDA est la plus utilisée, avec près d'un internaute abonné sur deux, un chiffre qui a plus que doublé depuis 2018.

27 % des internautes déclarent des pratiques de consommation illicite. La consommation illicite, qui atteint un niveau semblable à celui de 2020, devient cependant plus régulière.

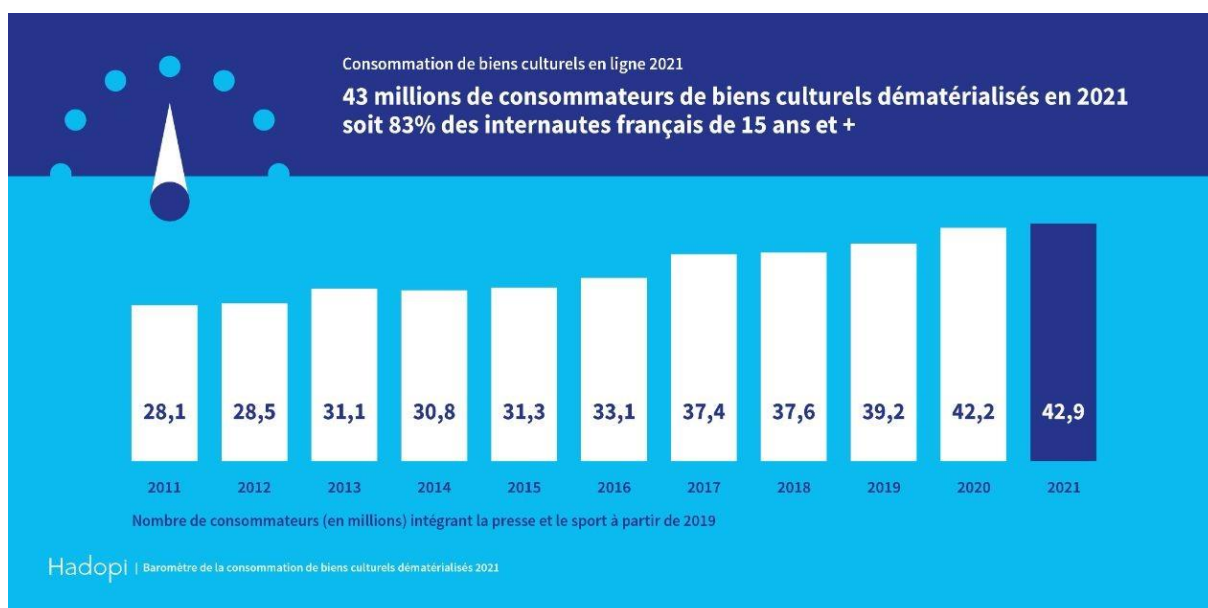
La consommation illicite de musique et surtout de sport est en hausse, certainement en lien avec la reprise des compétitions sportives.

Les pratiques alternatives se développent : le réglage de DNS en particulier concerne un internaute sur cinq (19 %).

En 2021, la consommation de biens culturels dématérialisés concerne 83 % des internautes (stable par rapport à 2020), soit 43 millions de consommateurs

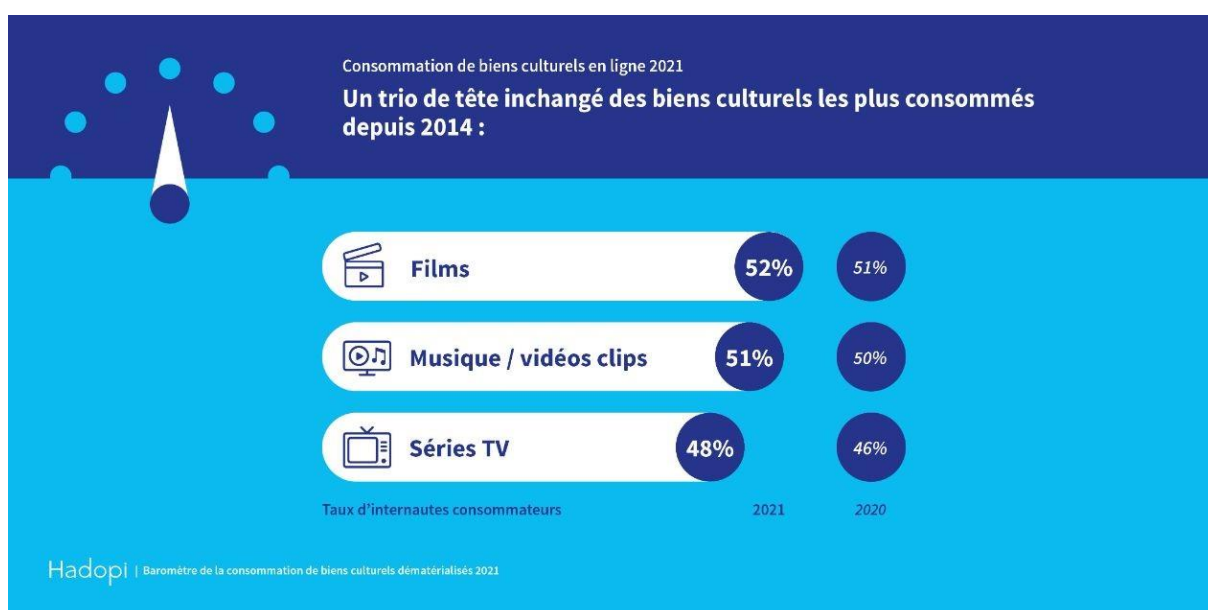
En 2021, 83 % des internautes français de 15 ans et plus ont consommé au moins un bien culturel dématérialisé, soit près de 43 millions de consommateurs.

En dix ans, le nombre de consommateurs a ainsi augmenté de 15 millions d'individus.



Le trio de tête des biens les plus consommés demeure le même depuis 2014

Environ un internaute sur deux consomme des films (52 %), de la musique (51 %) et des séries TV (48 %). La consommation de retransmissions sportives, qui avait reculé en 2020 suite à l'arrêt des compétitions sportives, repart à la hausse, retrouvant son niveau d'avant-crise (19 %, +2 points).

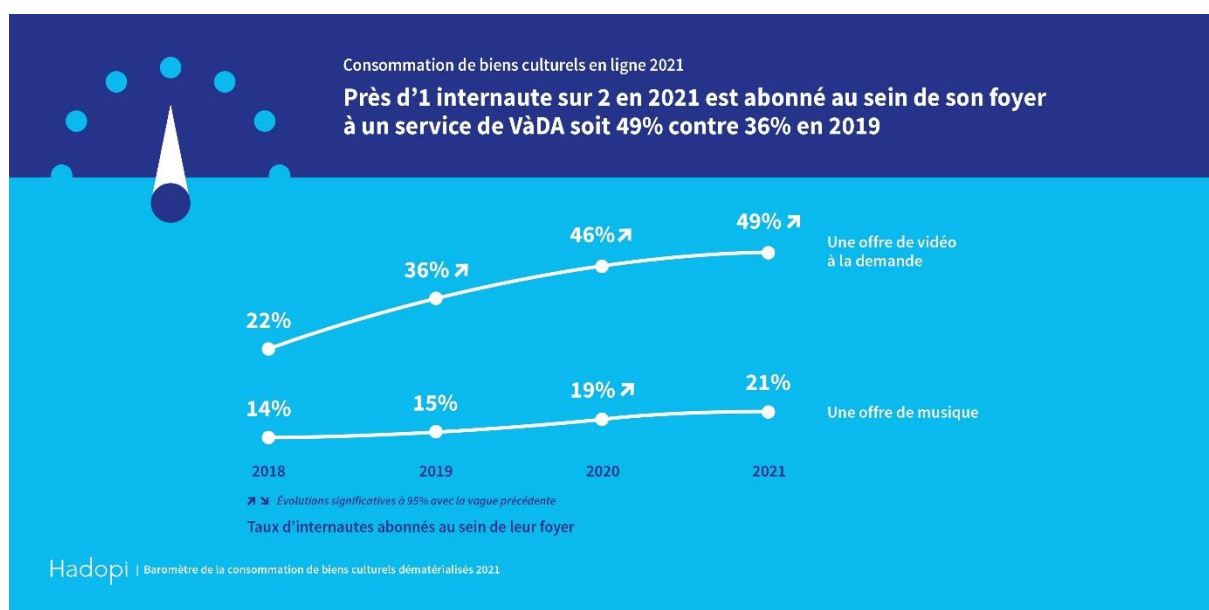


Le nombre d'abonnés à un service de VàDA continue de progresser et concerne près d'un internaute sur deux soit 49 %

Le nombre d'internautes français ayant accès à au moins un abonnement payant (de musique, de VàDA ou de TV payante) au sein de leur foyer progresse encore en 2021 et concerne désormais près des deux tiers d'entre eux (65 %, soit 72 % des consommateurs de biens culturels en ligne).

En particulier, le taux d'internautes abonnés au sein de leur foyer à un service de VàDA a plus que doublé depuis 2018 (+27 points) et concerne près d'un internaute sur deux (49 %), faisant de la VàDA un mode d'accès majeur aux contenus audiovisuels. Si cette progression ralentit en 2021, le multi-abonnement se développe et associe le plus souvent une offre de VàDA à une offre de musique ou de TV payante (23 % des internautes, +6 points en deux ans).

Les offres de musique poursuivent également leur progression, sans doute accentuée par la fermeture des salles de spectacles durant le 1er semestre 2021 : un internaute sur cinq (21 %) a aujourd'hui accès à un abonnement de musique au sein de son foyer (+2 points par rapport à 2020 et +6 points par rapport à 2019).



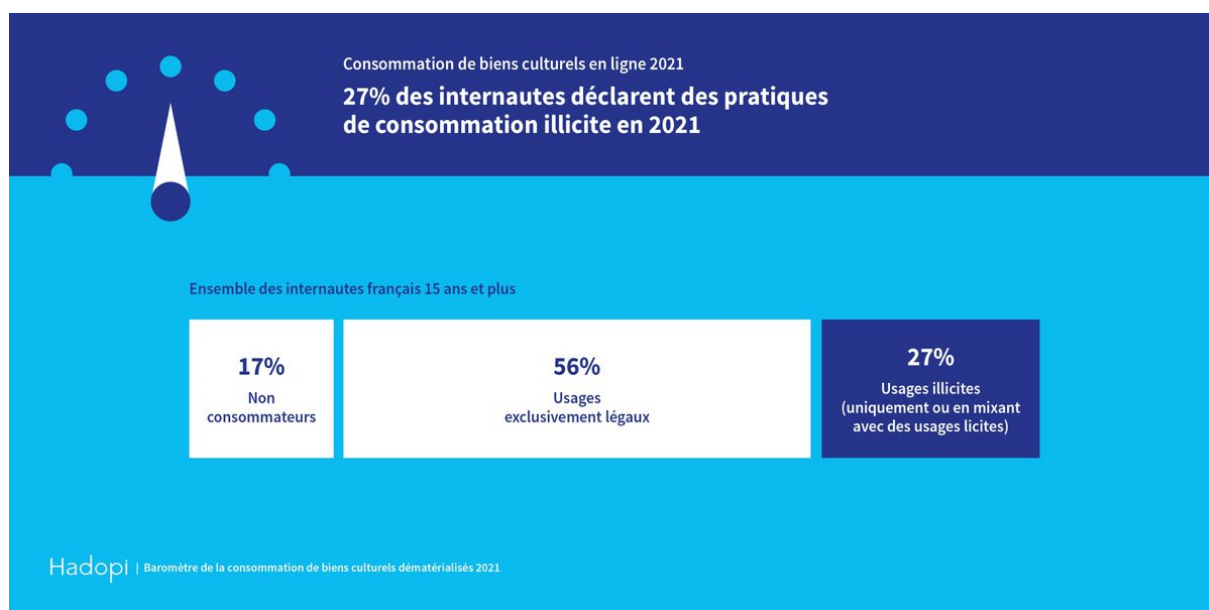
En 2021, 27 % des internautes français déclarent avoir consommé au moins un bien culturel dématérialisé de manière illicite, soit un tiers (33 %) des consommateurs de biens culturels dématérialisés.

L'année 2021 reste encore marquée par la crise sanitaire, avec un taux de profils illicites réguliers en hausse : 15 % des internautes (+3 points) ont cette année recours aux sites illicites autant ou plus souvent qu'aux services légaux ; 12 % des internautes ont des pratiques illicites occasionnelles (-2 points) et consomment généralement de manière légale.

Plus particulièrement, la consommation illicite de musique progresse (+1 point parmi les internautes et +3 points chez les consommateurs de musique) et retrouve un niveau proche de 2019. Les retransmissions sportives dont la consommation illicite avait reculé avec l'arrêt en 2020 des compétitions sportives, retrouvent également leur niveau d'avant-crise (6 % des internautes, +2 points parmi les internautes et +5 points chez les consommateurs de sport en ligne).

Les pratiques alternatives se développent : un internaute sur cinq (19 %) a déjà réalisé des réglages de DNS, dont 5 % qui le font régulièrement

L'accès aux biens culturels peut également passer par le recours à des pratiques alternatives, permettant un accès détourné aux offres légales ou qui contournent la loi. Par exemple, le changement de DNS (*Domain Name System*) est pratiqué par 19 % des internautes (dont 5 % régulièrement) et peut permettre d'accéder à des noms de domaine bloqués par le fournisseur d'accès internet suite à une action en justice d'un ayant droit.



MÉTHODOLOGIE / Étude conduite en deux phases

- détermination du profil sociodémographique des internautes via la réalisation de deux vagues de l'omnibus Ifop, les 17-19 et 24-26 mars 2021 auprès d'un échantillon de 2 014 individus âgés de 15 ans et plus, représentatif de la population française (représentativité assurée par la méthode des quotas) ;
- étude quantitative en ligne réalisée par l'Ifop du 19 avril au 10 mai 2021 auprès de 5 033 individus représentatifs des internautes français âgés de 15 ans et plus (représentativité assurée à partir du profil issu de la phase de cadrage).

À PROPOS DE L'HADOPI

Depuis 2009, l'Hadopi agit en faveur de la protection et de la diffusion de la création sur internet. Elle lutte contre le piratage en ligne de l'ensemble des œuvres culturelles protégées par un droit d'auteur dans les domaines de l'audiovisuel, de la musique, du livre numérique ou du jeu vidéo. Chaque jour, l'Hadopi accompagne les internautes vers des usages culturels responsables et respectueux du droit d'auteur.

Contact Hadopi

Caroline Cesbron

+33 6 22 17 34 46

caroline.cesbron@hadopi.fr