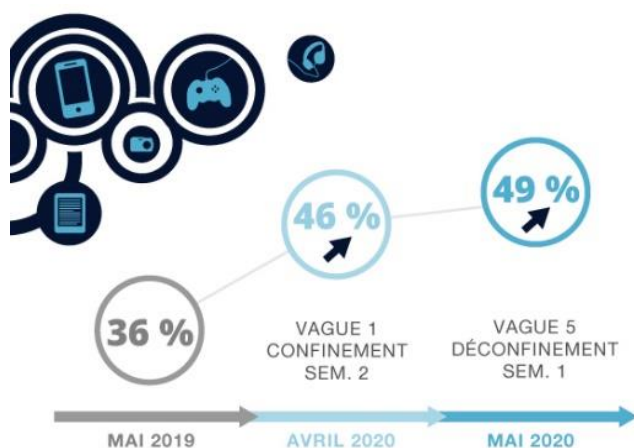


## Période de confinement – Consommation culturelle BILAN post confinement (étude réalisée les 19 et 20 mai 2020)

**Selon un sondage Hadopi, les offres de vidéo à la demande ont séduit les consommateurs et semblent avoir gagné des abonnés de manière durable, alors que la consommation des autres biens culturels baisse pour revenir à son niveau antérieur**

Initiée par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur Internet, la cinquième et dernière vague du baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement\**, réalisée une semaine après la fin de cette période exceptionnelle, révèle une baisse attendue de la consommation en ligne et le retour progressif au niveau observé avant le confinement. Les taux de consommation dématérialisée des biens culturels redeviennent ainsi équivalents à ceux observés en 2019, à l'exception notable des films qui sont consommés par 52 % des internautes français, contre 47 % en 2019.

Durant ces huit semaines de confinement, les offres de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) semblent d'ailleurs avoir gagné des abonnés de manière durable pour atteindre un nouveau palier : 49 % des internautes interrogés déclarent posséder un abonnement de ce type contre 36 % il y a un an.



Base : panel représentatif de 1 051 personnes.  
Étude réalisée via l'omnibus de l'IFOP les 19 et 20 mai 2020.

Une semaine après le début de la phase de sortie progressive du confinement, les internautes français sont encore 85 % à consommer au moins un bien culturel en ligne (contre 81 % en 2019). Si la part de ces internautes continuant de consommer des œuvres culturelles de

manière plus intensive qu'avant la période de confinement reste importante, elle s'avère moindre que lors de la dernière semaine de confinement (58 % contre 64 % lors de la dernière semaine de confinement). 9 % des consommateurs de biens culturels en ligne affirment souhaiter continuer à consommer davantage d'œuvres culturelles dématérialisées après le déconfinement.

La consommation illicite de biens culturels sur internet se situe à un niveau proche de celui observé à la même période en 2019 : 25 % contre 26 % en 2019.

Les sites de *streaming* (49 %) et les convertisseurs (32 %) restent les moyens privilégiés par les internautes pour accéder de façon illégale à des biens culturels en ligne.

La période de confinement a incontestablement favorisé la consommation culturelle sur internet, considérée par les internautes français comme la première activité indispensable à leur équilibre pendant cette période inédite. A l'issue de la période de confinement, 42 % des internautes français considèrent toujours cette pratique comme indispensable, devant le sport (41 %) et les activités manuelles (40 %).

#### **\*Note méthodologique**

5<sup>e</sup> vague : Etude quantitative en ligne de type omnibus réalisée pour l'Hadopi par l'Ifop, les 19 et 20 mai 2020, auprès d'un échantillon national de 1051 individus, représentatif (selon la méthode des quotas) des internautes français de 15 ans et plus.

#### **Pour rappel :**

Début du confinement le mardi 16 mars 2020.

Réalisation de la 1<sup>ère</sup> vague les 26 et 27 mars 2020

Réalisation de la 2<sup>ème</sup> vague les 8 et 9 avril 2020

Réalisation de la 3<sup>ème</sup> vague les 22 et 23 avril 2020

Réalisation de la 4<sup>ème</sup> vague les 6 et 7 mai 2020

Début de la phase 1 du déconfinement le lundi 11 mai 2020

#### **A 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 presse**

Caroline Cesbron

06 22 17 34 46 / 07 63 72 48 93

[caroline.cesbron@hadopi.fr](mailto:caroline.cesbron@hadopi.fr)