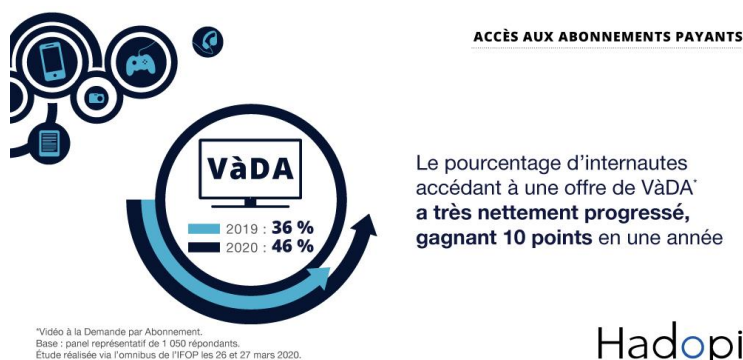


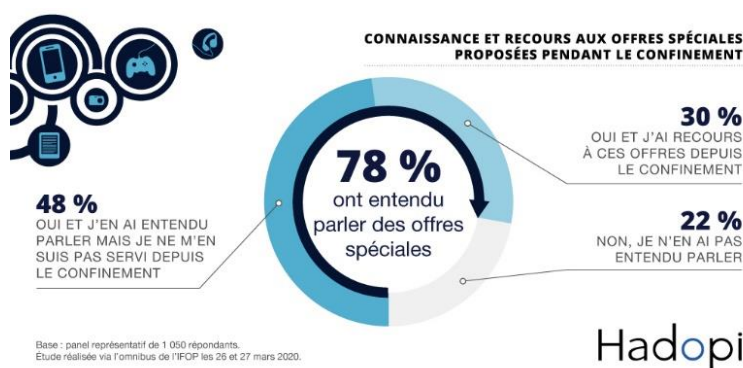
Période de confinement – Consommation culturelle

Le nombre d'utilisateurs d'un service payant de vidéo à la demande en hausse de 10 points

Initié par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur internet, le baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement** révèle que **46 % des internautes français déclarent accéder à un abonnement payant de vidéo à la demande (VàDA) pendant la période de confinement, contre 36 % en 2019, soit un gain de 10 points.** Ce sont aussi 17 % des internautes qui indiquent qu'ils accèdent à un abonnement à une offre musicale contre 15 % en 2019 et 21 % qui disent accéder à une offre payante de télévision contre 23 % en 2019.

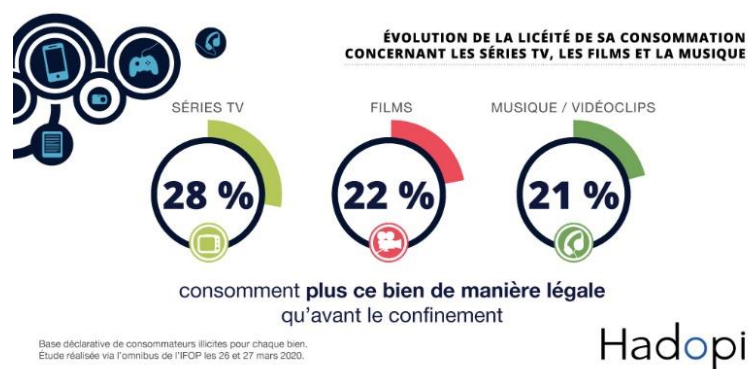
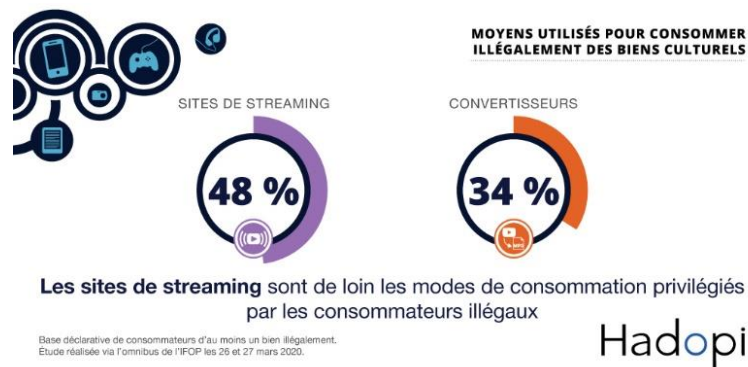


Ce baromètre permet, en outre, de constater que **78 % des internautes ont eu connaissance des offres spéciales mises à disposition, en raison du confinement, par les opérateurs en matière culturelle** et que 30 % y ont eu recours. Parmi ceux qui disent avoir augmenté leur consommation d'offres culturelles en ligne sur la période, 37 % ont déclaré avoir eu recours à ces offres spéciales.



S'agissant de l'accès illicite aux œuvres culturelles en ligne, les sites de *streaming* apparaissent privilégiés par 48 % des internautes ayant des pratiques de consommation illicite d'au moins un bien culturel. 34 % de ces consommateurs illicites ont recours à des convertisseurs, 23 % à des sites de téléchargement direct (*direct download*) et 14 % à des réseaux pair à pair (*peer to peer*). 26 % des consommateurs illicites disent avoir augmenté leur consommation légale d'au moins un bien culturel sans augmenter leur consommation illégale. Si 69 % indiquent n'avoir pas changé la nature de leur consommation concernant les six biens

culturels étudiés (musique, films, séries, jeux vidéo, livres et presse en ligne), ces consommateurs illicites sont 5 % à déclarer avoir augmenté leur consommation d'au moins un bien culturel.



Selon ce même baromètre, 53 % des internautes français placent la consommation des biens culturels en ligne en tête des activités indispensables en période de confinement et 62 % des consommateurs de biens culturels déclarent en consommer plus qu'avant le confinement.

Accéder à l'étude complète

***Note méthodologique**

Etude quantitative en ligne de type omnibus réalisée par l'Ifop, les 26 et 27 mars 2020, auprès d'un échantillon national de 1 050 individus, représentatif (selon la méthode des quotas) des internautes français de 15 ans et plus.

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