



L'Essentiel

Les études de l'Hadopi en 10 minutes chrono - #10 - mai 2018

LES 15-24 ANS : UN RAPPORT PARADOXAL À LA CRÉATION, ENTRE VALORISATION DES « PETITS » ARTISTES ET REJET DU « SYSTÈME »

Nés dans un monde numérique d'abondance et de gratuité, les 15-24 ans partagent une vision paradoxale du droit d'auteur – entre valorisation de la création et rejet de son système de financement – et assument le passage à une économie de l'attention où désormais le nombre de vues généré prime sur toute considération.

Au-delà d'un effet générationnel, souvent désigné par l'expression « *digital natives* », l'analyse des usages

des jeunes de 15 à 24 ans fait apparaître une diversité de profils avec des pratiques culturelles en ligne qui varient, en fonction des étapes de vie et de l'âge, mais aussi du milieu social.

La sensibilisation des jeunes publics à l'importance du droit d'auteur et au respect de la création doit s'adapter, tant en termes de messages que de tonalités : le discours générationnel trouve ici ses limites.

MÉTHODOLOGIE

Étude qualitative réalisée par l'institut CSA, du 20 novembre au 7 décembre 2017 auprès de 37 participants de 15 à 24 ans, habitant pour moitié en Île-de-France et pour moitié à Tours :

- Échantillon découpé en trois groupes selon le cycle de vie : les lycéens (15-18 ans), les étudiants de premier cycle (19-21 ans), les étudiants de second cycle et jeunes professionnels (22-24 ans), avec pour chaque tranche d'âge une répartition par sexe, catégorie socio-professionnelle du foyer et ville d'habitation.
- Protocole d'étude en trois phases : remplissage quotidien de carnets de consommation sur les usages pendant une semaine, réalisation d'entretiens téléphoniques individuels semi-directifs d'une heure et conduite de 6 mini-groupes de 2 heures auprès de 4 à 6 participants à Paris et Tours.

L'étude portait sur la consommation des biens culturels dématérialisés suivants : musique, films, séries, jeux vidéo et livres numériques.

LES DIGITAL NATIVES : UN NOM DE GÉNÉRATION UNIQUE POUR DES RÉALITÉS MULTIPLES

Si l'on a coutume de désigner les 15-24 ans par l'expression de « *digital natives* » (Prensky, 2009), cette génération née avec le numérique recouvre en réalité des étapes de vie différentes qui se traduisent par des comportements et attentes spécifiques concernant la consommation de biens culturels dématérialisés, y compris en termes de licéité.

Un effet d'âge...

De 15 à 24 ans, apparaissent des variations importantes dans les usages. En particulier, la consommation licite augmente avec l'âge, en lien avec la

progression de l'aisance financière et une évolution du rapport à l'autorité et à la loi. **La consommation de biens culturels dématérialisés des 15-18 ans est à mettre en rapport avec leur désir d'autonomie.** Désireux d'accéder aux œuvres en toute indépendance, sans avoir à solliciter l'intervention de leurs parents, ils sont à la recherche d'un accès facile, immédiat et surtout gratuit aux biens culturels. Ils développent pour cela une culture de la « débrouille » ou du consommer malin et n'hésitent pas à recourir aux sites illicites, estimant que le « jeu en vaut la chandelle ».

« C'est de notre âge de transgresser. On veut pouvoir faire ce qu'on veut, quand on veut, essayer par nos propres moyens, être détaché des parents, découvrir par soi-même. C'est aussi expérimenter ce qui est illégal. C'est comme les enfants, tant qu'on ne se fait pas choper, on continue » (15-18 ans, Tours)

À l'inverse, **les jeunes adultes (19-24 ans)** qui peuvent avoir leur propre logement et qui ont souvent déjà fait l'expérience d'un premier stage ou

FIGURE 1 : UNE ÉVOLUTION DES USAGES ET POSTURES SELON L'ÂGE

LES ADOLESCENTS 15 - 18 ANS	LES JEUNES ADULTES 19 - 21 ANS	LES JEUNES ADULTES 22 - 24 ANS
<ul style="list-style-type: none"> • Gratuité ++ • Pratiques illicites ++ • Faible diversité des œuvres recherchées (œuvres grand public) • Musique et séries TV ++ • Usages en mobilité et Smartphone ++ 	<ul style="list-style-type: none"> • Gratuité ++ • Pratiques illicites mais lassitude de la « débrouille » • Intérêt grandissant pour les abonnements • Diversification des œuvres recherchées 	<ul style="list-style-type: none"> • Mixité gratuité et abonnements ++ • Recherche de confort et de services additionnels : partage de playlists, accès hors connexion, recommandations... • Variété des contenus (musique, films ++, séries, livres, jeux vidéo...) • Usages sédentaires et grands écrans ++
<p>PROGRESSIVE ÉMANCIPATION DE L'AUTORITÉ PARENTALE</p> <p>PROGRESSIVE PRISE D'INDÉPENDANCE FINANCIÈRE</p>		

d'un emploi, ont acquis une certaine autonomie, notamment financière. Ils se veulent plus matures dans leurs comportements et ont des usages à la fois plus diversifiés et marqués par **l'attente d'un certain confort lié aux offres légales. Ils expriment ainsi une certaine lassitude à l'égard des inconvénients liés aux pratiques illicites** : recherche fastidieuse de l'œuvre, publicités multiples et exposition aux virus, faible qualité de l'image et du son notamment.

L'offre légale, en particulier les formules d'abonnement, les séduit par l'expérimentation fluide qu'elle propose (facilité d'accès, recommandations, possibilité de partager ses playlists, accès hors connexion, exclusivités, etc.) et leur renvoie pour certains une image valorisante d'adulte responsable.

« Quand on est plus jeune on n'a pas forcément d'argent. Quand on grandit, 10 euros par-ci par-là, ce n'est pas grave, surtout qu'on a l'assurance d'avoir la série que l'on recherche, sous-titrée, en HD, qui sort le jour même. Ce n'est pas hors de prix. » (22-24 ans, Paris)

...Mais aussi de milieu social

Au-delà de l'âge et de la situation de vie, des différences importantes sont apparues au cours de l'étude selon la catégorie socio-professionnelle des participants. Ainsi, si les *digital natives* les plus jeunes, quelle que soit la catégorie sociale de leur foyer, consomment en priorité de manière illicite, par volonté voire fierté à pouvoir « se débrouiller » sans payer, il apparaît davantage de différences chez les jeunes adultes. En effet, la dématérialisation réduit dans une certaine mesure les différences socio-culturelles dans l'accès

aux biens culturels, en permettant à tous un accès relativement aisé aux œuvres. Néanmoins, l'appartenance sociale, le niveau de revenus du foyer en particulier, peut entraîner des pratiques différentes à l'issue du lycée. Les 19-24 ans issus des familles plus favorisées ont souvent eu accès via leurs parents à un abonnement et pu expérimenter les bénéfices d'un accès plus simple et étendu aux œuvres. Ils adoptent à leur tour, dès qu'ils le peuvent, davantage une consommation mixte, licite et illicite des contenus, avec recours aux sites illicites en cas d'indisponibilité de l'œuvre recherchée. À l'inverse, les 19-24 ans issus de catégories sociales moins favorisées, plus rarement abonnés à des offres légales au sein de leur foyer, montrent la même appétence pour la meilleure expérience de consommation que celles-ci proposent, mais ont tendance à privilégier une consommation gratuite, qu'elle soit légale (via les offres *freemium* de sites tels Deezer ou Spotify) ou illégale.

Au final, deux figures types de consommateurs émergent : le consommateur agile pour les plus jeunes et les moins aisés, et le consommateur hédoniste pour les plus âgés et les plus à l'aise financièrement.

FIGURE 2 : DEUX FIGURES TYPES DE CONSOMMATEURS ÉMERGENT, CORRESPONDANT À DIFFÉRENTS PROFILS DE CONSOMMATEURS « DIGITAL NATIVES ».

CONSOMMATEUR AGILE (les plus jeunes/PCS-)	CONSOMMATEUR HÉDONISTE (les plus âgés/PCS+)
<ul style="list-style-type: none"> • « Consommer malin » / se débrouiller sans les parents • Gratuité ++ • Pratiques illicites ++ • Œuvres grand public 	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche de confort et de bénéfice statutaire • Abonnements payants ++ • Pratiques mixtes, licites et illicites • Œuvres plus confidentielles et diversifiées
<p>Le consommateur agile a une perception négative du consommateur uniquement licite dont les pratiques s'opposent aux siennes : « Le portrait-robot de la personne qui ne pirate pas ? Quelqu'un de plus de 40 ans qui n'a pas grandi avec Internet. », « Il a peur d'avoir un virus, il ne sait pas prendre des risques » (19-21 ans, Tours)</p>	<p>À l'opposé de ce comportement hédoniste, le consommateur ayant uniquement des pratiques illicites est dénigré par ce profil : « Le portrait stéréotypé de la personne qui consomme uniquement des contenus illégaux ? Le stéréotype du geek qui ne sait pas trop quoi faire de sa vie. » « Il n'a pas de sous, il n'a pas de bonnes notes, il est un peu perdu » (22-24 ans, Paris)</p>

DES PRATIQUES ILLICITES ASSUMÉES QUI RENCONTRENT PEU DE FREINS

Contrairement à leurs cadets « *smartphone natives* » de 8 à 14 ans (étude Hadopi « sur les très jeunes consommateurs », 2017), qui ignorent très souvent que leurs pratiques peuvent être illégales et sont souvent peu informés sur le droit d'auteur, **les jeunes de 15-24 ans interrogés ont le plus souvent conscience du caractère illicite de leurs pratiques culturelles en ligne.**

« Torrent 411 c'est illégal. Tu peux te faire attraper par Hadopi. » (22-24 ans, Paris)

Ils s'estiment ainsi à même d'identifier les sites illicites, grâce à un faisceau d'indices, tels que le nom du site, l'indication « Vevo » sur Youtube, l'ergonomie de l'interface ou encore la gratuité. Ces indicateurs trouvent

toutefois leurs limites dans certains cas, les plateformes UGC (*User Generated Content*) en particulier peuvent brouiller les cartes.

« L'adresse, c'est pas des .com, c'est des .cc, des adresses bizarres, ça se voit que c'est un hébergement qui est douteux. » (22-24 ans, Tours)

Pratiquant le numérique au quotidien, les 15-24 ans ne sont pas freinés par la complexité d'utilisation des sites illicites et n'expriment pas de véritables craintes par rapport aux risques liés à ces sites (virus, publicités pornographiques, vol de données personnelles notamment), à la différence des 8-14 ans, moins habiles en ligne et plus frileux. Les 15-24 ans trouvent également davantage les parades aux nuisances potentielles : antivirus, bloqueurs de publicités, évitement des sites qui paraissent suspects par exemple. Les inconvenients rencontrés sont de plus

acceptés, notamment chez les plus jeunes de 15-17 ans, dans la mesure où ils leur permettent d'accéder gratuitement aux œuvres désirées. Ces nuisances constituent néanmoins une incitation à l'abonnement chez les plus âgés et les plus en capacité de payer.

Enfin, les 15-24 semblent avoir une bonne connaissance des risques légaux liés à leurs pratiques illicites : ils ont à l'esprit le risque de réception d'une recommandation de l'Hadopi, **mais estiment avoir le temps d'adapter leurs comportements,**

la sanction ne pouvant intervenir qu'au bout de trois recommandations. Ils se montrent également plus à même d'adopter des techniques de contournement telles que le VPN ou optent pour l'accès en *streaming* afin de ne pas prendre de risque.

*« Je regarde si le site paraît louche. Par exemple un site où le bouton de téléchargement n'est pas clair ou si l'antivirus m'indique que le site n'est pas fiable je ne vais pas dessus. »
(22-24 ans, Tours)*

UNE VALORISATION DE LA CRÉATION MAIS UN REJET PARTAGÉ DU « SYSTÈME »

Les 15-24 ans interrogés connaissent les notions de propriété intellectuelle et de droit d'auteur et savent en restituer leurs principes essentiels. Ils en ont néanmoins une vision paradoxale : d'un côté ils l'associent à la création et à la protection des petits artistes qu'ils valorisent. Les plus âgés notamment considèrent la figure du créateur de manière très positive et estiment que « tout travail mérite salaire ». De l'autre, ils rejettent le circuit de rétribution économique que cela suppose et qu'ils associent à l'enrichissement à outrance des artistes les plus connus, peu compatible pour eux avec la notion de création véritable.

« Petits » artistes contre « grosses » productions

Seule la rémunération et la protection des œuvres des « petits » artistes, considérés dans leur individualité (notamment pour la musique), leur paraît légitime. À l'opposé, ils associent les productions (de films en particulier), à de « grosses machines » très rémunératrices, pour lesquelles le piratage n'a pas de conséquences.

*« Si on regarde Titanic en streaming ça va pas leur poser de gros problèmes d'argent, mais pour le film hyper petit qui est sorti il n'y a pas longtemps, je préfère participer »
(22-24 ans, Tours)*

Tout argument moral sur la nécessité de respecter la création pour la protéger est ainsi mis à distance, jugé à la fois peu légitime pour les artistes qui gagnent déjà bien leur vie et peu crédible dans la mesure où les pratiques illicites qu'ils ont eux-mêmes adoptées depuis plusieurs années ne semblent pas avoir conduit à un appauvrissement de la création. Le droit d'auteur peut même apparaître à certains comme dommageable à la culture et à la création, en favorisant les grosses productions rentables au détriment des créations plus confidentielles. Cette posture de défense des « petits » artistes reste néanmoins plus théorique que pratique, les grosses productions – musicales, cinématographiques, audiovisuelles – restant massivement consommées par ces jeunes de 15-24 ans.

Une participation à l'économie de l'attention

Une telle distorsion de la réalité économique des industries culturelles est renforcée par le sentiment de participer par ailleurs à un autre modèle économique qui reconnaît la création : l'économie de l'attention dont YouTube est l'acteur le plus emblématique. Dans leurs perceptions, la comptabilisation du nombre de vues générées par un artiste sur YouTube permet ainsi d'en établir la popularité et les sommes à lui reverser.

De même, ils considèrent qu'il s'agit d'une opportunité pour les artistes, connus ou non, de faire connaître leurs créations, avec des retombées positives sur la vente de billets lors de leurs concerts notamment. Dès lors, le financement de la création par l'achat leur paraît secondaire, voire illégitime et leurs pratiques illicites peu condamnables.

*« Pour aller au concert il faut connaître le chanteur, c'est grâce à Internet que je découvre les chanteurs. Je ne vais pas payer 60 € pour quelqu'un que j'ai jamais vu ni entendu. »
(22-24 ans, Paris)*

Et ce d'autant que, s'ils ont conscience d'un risque de sanction par l'Hadopi – avec une évaluation coût/bénéfice de leur prise de risque – ils estiment que rien, ou peu, n'est fait contre les sites illicites eux-mêmes, qui restent accessibles à tous en ligne. Cela constitue pour eux un signe supplémentaire que le piratage porte finalement peu préjudice aux industries culturelles.

*« S'ils tiennent à leur argent qu'ils bannissent ces sites. Pour moi ils n'en n'ont pas tellement besoin de cet argent s'ils laissent ces sites-là ouverts. »
(15-18 ans, Paris)*

DES LEVIERS DE COMMUNICATION DIFFÉRENCIÉS À ACTIVER

La diversité des profils de consommateurs de biens culturels dématérialisés de 15 à 24 ans appelle à communiquer de manière différenciée pour les inciter à une consommation légale, respectueuse de la création. Diverses pistes de communication

et d'arguments ont été testées au cours de l'étude et permis d'identifier trois grands axes de communication, selon les profils d'âge.

Les plus jeunes (15-18 ans), encore à un âge où on teste l'autorité, sont

davantage en attente de sanctions fortes et concrètes (amendes notamment) pour les inciter à une réévaluation du rapport risques/bénéfices qui serait davantage susceptible de freiner leurs pratiques illicites. Invités à imaginer une com-

munication sur ce sujet, ils suggèrent des exemples, des témoignages, permettant de rendre palpables les risques et conséquences de leurs pratiques illicites.

« Montrer qu'il y a vraiment des risques et afficher la valeur des amendes, sinon tant qu'il y a pas de preuves, on va se dire que c'est fictif. » (15-18 ans, Paris)

À l'inverse, **les jeunes adultes (19-24 ans), se disent davantage sensibles à des démarches informatives, expliquant la chaîne de la création et les modes de rémunération des artistes**, de façon à valoriser leur statut d'adultes matures et responsables. Ils imaginent des témoignages d'artistes qui rendraient concrets leur difficulté à se financer et vivre de leur art.

« Le témoignage d'un artiste à la peine, qui raconte ce dont il a besoin, ses galères du quotidien pour monter son projet. Il faut que ce soit concret. Celui qui est déjà « arrivé » n'est pas touchant lorsqu'il parle de ses problèmes. » (19-21 ans, Tours)

Au-delà et pour tous les profils, c'est surtout l'attractivité des plateformes légales qui paraît susceptible de faire complètement basculer ces jeunes adultes vers des plateformes qu'ils apprécient déjà pour la simplicité et le confort qu'elles offrent : **face à la gratuité de l'illicite, le bénéficiaire utilisateur doit être mis en avant pour justifier l'acte d'achat.**

« L'abonnement a changé ma façon de consommer la musique, avant il fallait passer par l'ordinateur, synchroniser, ça prenait 10 min pour 3 morceaux. Maintenant, j'ai tout directement sur mon téléphone en quelques secondes. » (15-18 ans, Tours)

FIGURE 3 : LES LEVIERS DE COMMUNICATION POUR INCITER À UNE CONSOMMATION LÉGALE

L'ATTENTE TRANSVERSE D'ARGUMENTS...		
NOUVEAUX	CONCRETS	
Qui délivre des connaissances / informations jusqu'alors inconnues	Qui permettent d'évaluer la situation et qui soient crédibles / tangibles	
... ET LEVIERS D'INCITATION À CONSOMMER DES CONTENUS LICITES...		
1	2	3
DISSUADER Par l'instauration de sanctions crédibles et immédiates	INFORMER Pour déconstruire les représentations erronées sur les droits d'auteur	INCITER AU LICITE Par la valorisation de l'expérience consommateur
... INDEXÉS SUR DES PROFILS		
À destination des ADOLESCENTS	À destination des JEUNES ADULTES	À destination des JEUNES ADULTES

ENSEIGNEMENTS CLÉS

- Au-delà d'un socle commun de forte familiarité avec le numérique, résumé par l'expression de « *digital natives* », les jeunes de 15 à 24 ans forment une diversité de profils en termes d'âge, d'étape de vie, mais aussi de ressources financières.
- Les 15-24 ans ont des pratiques illicites fréquentes, à la fois conscientes et assumées.
- S'ils déclarent apprécier la création et soutenir les « petits » créateurs, ils rejettent l'industrie culturelle en tant que « système », à la fois par méconnaissance de son fonctionnement et par rejet des intérêts économiques qui leur paraissent peu compatibles avec l'idée de création.
- L'enjeu de protection de la création à l'ère numérique appelle des discours de sensibilisation à l'égard des jeunes publics, qui tiennent compte de la diversité de leurs profils et adaptent donc messages et tonalités aux âges concernés.

RETROUVEZ LE RAPPORT COMPLET DE L'ÉTUDE SUR LE SITE DE L'HADOPI

Derniers numéros parus :

- L'Essentiel #9 : La mixité des usages licites et illicites au cœur des stratégies d'accès aux musiques, films et série en ligne.
- L'Essentiel #8 : L'accès illicite aux biens culturels dématérialisés : un réseau d'influences structuré sur internet.
- L'Essentiel #7 : Le développement de la consommation de biens culturels dématérialisés par l'accès multisupport : un levier de consommation légale ?

Contactez-nous pour recevoir par courriel les avis de parution (10 numéros par an environ) : presse@hadopi.fr

Directeur de la publication : Denis Rapone / Contributeurs à ce numéro : Marianne Serfaty / Chargé de publication : Martin de Beaune / Réalisation : agencezebra.com

Hadopi

HAUTE AUTORITÉ POUR LA DIFFUSION DES ŒUVRES ET LA PROTECTION DES DROITS SUR INTERNET
4, rue du Texel - 75014 PARIS - www.hadopi.fr
Contact : presse@hadopi.fr @InsidOpi