

Hadopi

Carnets de consommation #2

Note de présentation

Carnets de consommation #2

Note de présentation

L'Hadopi a conduit une étude quantitative similaire à celle conduite en 2013, employant la méthode des carnets de consommation, permettant notamment de connaître le volume de biens culturels consommés sur Internet, de façon licite ou illicite, gratuite ou payante, en streaming ou en téléchargement. Cette note en présente les principaux résultats.

Étude du volume de consommation de biens et services dématérialisés

Compte tenu de la diversité des pratiques et de la quantité de contenus consommés, une telle évaluation s'avère particulièrement complexe. Cette étude, plaçant l'utilisateur au cœur de la méthodologie, y apporte une réponse.

Elle propose, plus généralement, une description fine de la consommation de biens culturels sur Internet sur une semaine de référence.

En effet, ces travaux permettent de préciser les modes d'accès employés : en streaming ou en téléchargement, de façon gratuite ou payante, de façon licite ou illicite, et principalement sur quels sites. Ils décrivent également les profils de consommateurs selon leur sexe, leur âge et leur CSP. Enfin, l'origine des œuvres (française ou internationale) est également renseignée et les plus consommées d'entre elles sont directement listées.

*Étude quantitative réalisée en juin
2014 par l'institut Opinion Way pour
l'Hadopi*

Hadopi
Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet



Carnets de consommation #2

Cadre

Livrable

Plus généralement, l'étude permet de caractériser la nature de cette consommation selon les types d'œuvres, les catégories de consommateurs et les modes d'accès.

Norme

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

Interviews

Les interviews ont été réalisées en ligne, auprès de l'Access Panel d'Opinion Way composé de 75 000 individus, entre le 17 et le 25 juin 2014.

12 256 internautes interrogés lors de la phase de recrutement

8 155 consommateurs de biens culturels dématérialisés, qualifiés pour prendre part à l'étude

7 836 participants au premier jour

5 985 ayant répondu durant 7 jours aux carnets de consommation

OBJECTIFS

Dans le cadre de sa mission légale d'observation des usages l'Hadopi (DREV, Département Recherche, Etudes et Veille) a confié à l'institut Opinion Way la conduite d'un « carnet de consommation » des biens culturels dématérialisés sur Internet, employant un questionnaire similaire à celui utilisé pour l'étude conduite en 2013.

Son objectif est d'évaluer le volume de la consommation de biens et services culturels dématérialisés sur Internet.

MÉTHODOLOGIE

La méthodologie employée est celle des carnets de consommation, c'est-à-dire des questionnaires en ligne à renseigner de façon quotidienne, durant 7 jours consécutifs ; chaque participant devant y noter sa consommation journalière de musique, films, séries, jeux vidéo, et livres/BD dématérialisée.

12 256 internautes âgés de 15 ans et plus ont été interrogés lors de la phase de recrutement. Parmi ces répondants, ont été sélectionnés les 8 155 consommateurs de biens numériques dématérialisés, c'est-à-dire consommant au moins une fois par an en streaming ou en téléchargement l'un des produits suivants : musique, film, série TV, livres/BD, jeux vidéo.

Sur ces 8 155 consommateurs de biens culturels, 7 836 ont accepté de prendre part à l'étude. Au bout des 7 jours consécutifs d'enquête, 5 985 personnes avaient correctement remplis l'ensemble des carnets de consommation. Ces 5 985 répondants sont représentatifs des consommateurs de biens culturels. La représentativité a été assurée à la fois au travers du recrutement sur quotas et au final par un redressement sur la base des critères de sexe, âge, région et CSP (ci-dessous).

Sexe : Homme (52%) / Femme (48%)

CSP Individu : CPS+ (35%) / CSP- (27%) / Inactifs (38%)

Région Habitation : Paris/IDF (19%) / Province (81%)

Âge : 15-24 ans (25%) / 25-39 ans (29%) / 40 ans et plus (46%)



CLÉS DE LECTURE

Modes de consommation

Il arrive de trouver, parmi les réponses apportées à la consommation d'un contenu en streaming, une part de supports correspondant davantage à des pratiques de téléchargement.

Volume

L'étude porte sur près de 6 000 consommateurs et 163 000 œuvres, ce qui permet une analyse conséquente, y compris sur les usages marginaux.

Méthode déclarative

Cette étude est basée sur les déclarations des répondants. L'exercice, mené sur une semaine pour les 6 000 sondés, incite à la précision. Néanmoins, de façon marginale, de probables erreurs d'appréciation ont été relevées pour la différence entre le streaming et le téléchargement (un téléchargement permettant une lecture progressive du contenu peut par exemple être perçu comme du « streaming »). La classification, réalisée a posteriori, le précise le cas échéant dans les fiches détaillant la consommation par bien culturel. Par ailleurs, certains participants de l'étude ont considéré comme « abonnement gratuit » la possession d'un compte utilisateur gratuit (par exemple sur YouTube ou Dailymotion).

Licéité des supports

Utilisant la même méthode que celle employée lors de la précédente étude, la classification des

sites, réalisée de façon manuelle a posteriori et dans un objectif exclusif d'analyse, différencie :

- Les sites donnant accès à des contenus et apparemment licites, c'est-à-dire proposant un accès autorisé à des contenus dont la licéité peut être supposée grâce à un faisceau d'indices, tels que la présence de mentions légales détaillées, de formulaire de signalement des abus en matière de droit d'auteur et de mentions relatives à la protection du droit d'auteur, le respect du délai de 4 mois après la diffusion du film en salle, ou plus généralement l'insertion dans un écosystème licite révélé par exemple par l'existence de partenariats ou d'autres activités culturelles ou médiatiques.

- Les sites donnant accès à des œuvres et apparemment illicites, c'est-à-dire proposant un accès non autorisé à des contenus protégés dont l'illicéité peut être supposée grâce à un faisceau d'indices tels que, par exemple, l'absence ou l'insuffisance des mentions légales, de formulaire de signalement des abus en matière de droit d'auteur, de mention des détenteurs des droits, la présence de films avant et/ou pendant la diffusion en salles.

Œuvres consommées

Les œuvres les plus souvent mentionnées par les utilisateurs sont indiquées à titre indicatif, pour illustrer et valider la cohérence des résultats. La méthodologie utilisée, et notamment sa limitation à une semaine d'étude, ne permet pas d'en déduire « un classement » des œuvres, mais donne une bon aperçu de la consommation culturelle dématérialisée à une période donnée (avec par exemple, un effet Coupe du Monde observable notamment avec la place de Shakira en musique).

Marge d'erreur

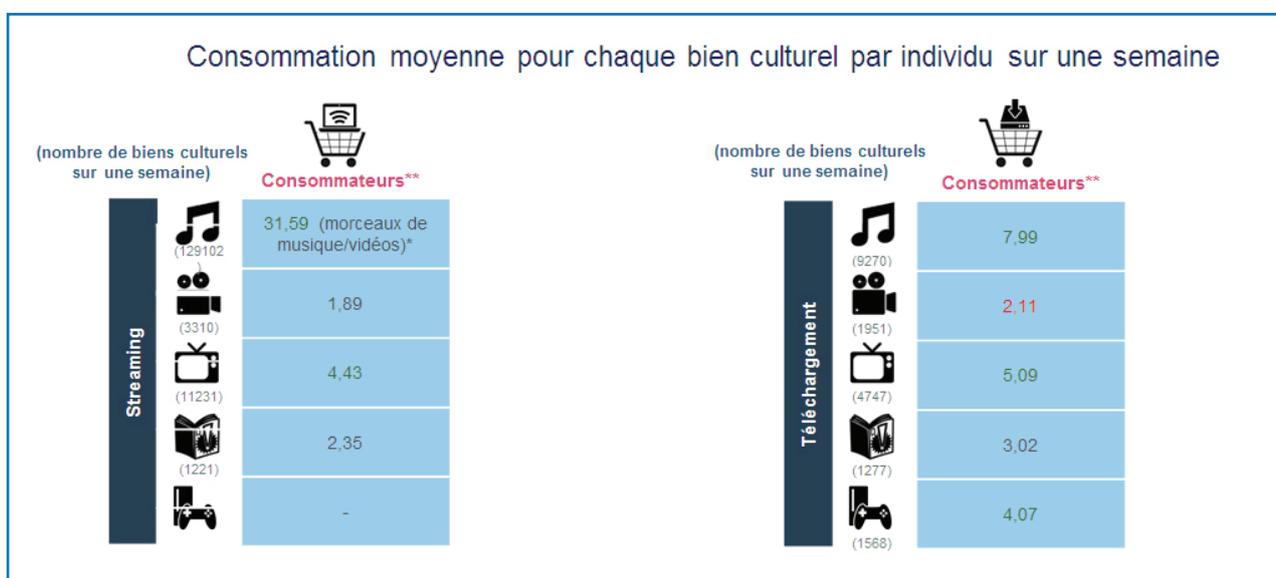
Les résultats de cette étude doivent être lus en tenant compte des marges d'erreur qui sont de 1,4 point pour résultat à 50% sur un échantillon de 6 000 répondants.



GÉNÉRAL

D'une façon générale, les résultats illustrent l'importance croissante du streaming, employé par 84% des consommateurs pour accéder des œuvres culturelles.

Si près d'un sondé sur deux (45%) déclare avoir un abonnement, ils ne sont que 14% à en avoir un payant. Par ailleurs, 62% des internautes interrogés n'achètent pas du contenu culturel dématérialisé à l'unité. Ainsi, une part importante des consommateurs n'a jamais consommé de façon payante. Pour autant, 31% de ceux qui n'ont jamais payé se disent prêts à le faire (et sont dans ce cas davantage favorable à un achat à l'unité (61%)).



Consommateurs/ Internautes

Pour rappel, les répondants sont représentatifs des consommateurs de biens culturels dématérialisés, et non des internautes en général.



Mode d'acquisition des biens culturels durant la semaine de référence

Consommateurs streaming						Consommateurs téléchargement					
(nombre d'actes décrits par semaine)						(nombre d'actes décrits par semaine)					
Streaming	Payant par abonnement	Payant à l'unité	Gratuit par abonnement	Gratuit sans abonnement	Non renseigné	Téléchargement	Payant par abonnement	Payant à l'unité	Gratuit par abonnement	Gratuit sans abonnement	Non renseigné
	6%	2%	13%	77%	2%		6%	18%	13%	62%	1%
	8%	8%	13%	70%	1%		7%	13%	14%	65%	1%
	4%	1%	10%	83%	2%		8%	3%	12%	76%	1%
	6%	24%	13%	56%	1%		9%	24%	14%	52%	1%
	-	-	-	-	-		9%	21%	7%	62%	1%

La musique est de loin le bien culturel le plus consommé (en moyenne plus de 31 titres en streaming et 8 en téléchargement). Cette consommation élevée s'explique par un accès par titre, et rejoint de façon similaire la consommation de séries, par épisode.

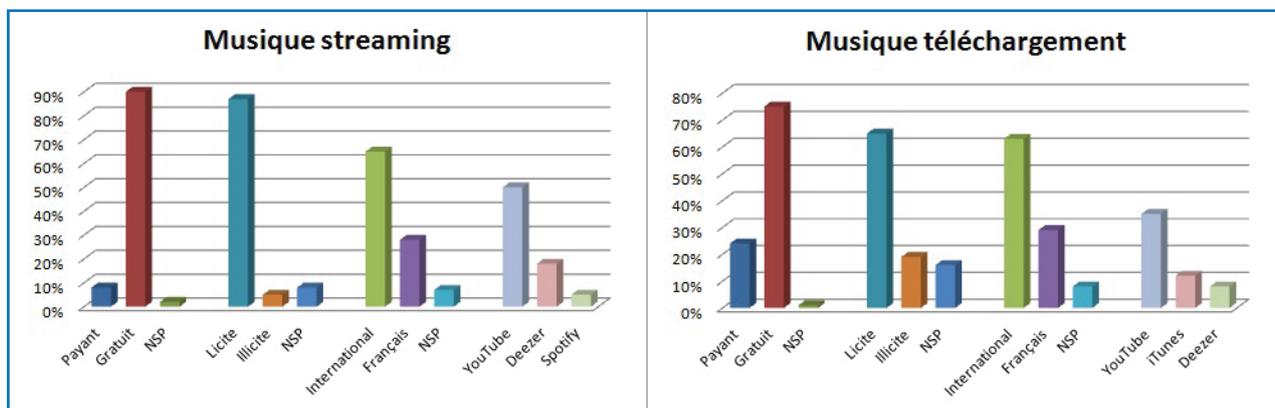
De manière générale et pour tous les types d'œuvres, l'accès gratuit est privilégié.

Le paiement concerne un peu plus le téléchargement, avec une préférence pour l'achat à l'unité.



MUSIQUE

La consommation de musique est majoritairement licite, gratuite, et YouTube est le point d'accès le plus employé.



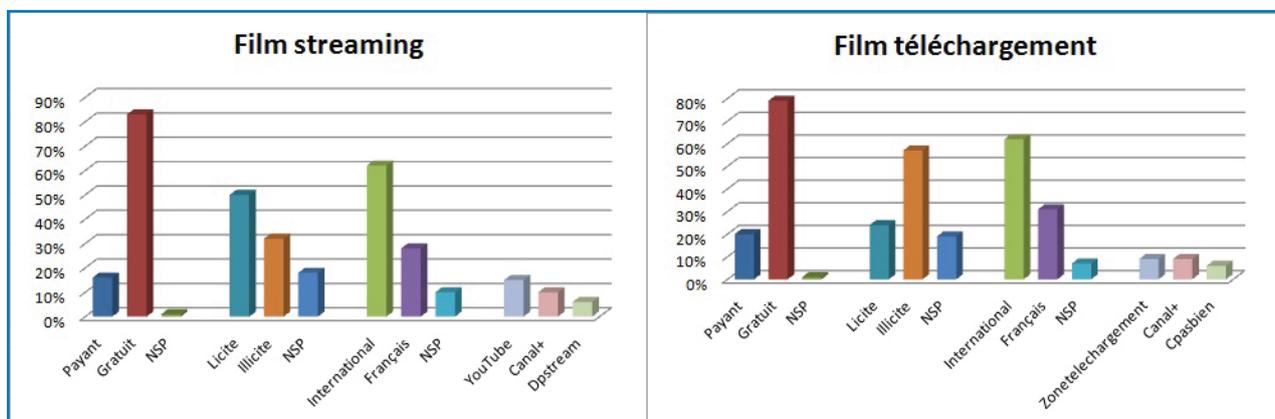
La forte représentation de YouTube au titre du téléchargement peut trouver différentes explications :

- La consommation à l'unité effectuée sur YouTube (un acte correspond à un titre), par opposition à des consommations comprenant potentiellement plusieurs titres, comme sur iTunes ou sur Deezer.
- Les pratiques de « ripping », qui permettent de télécharger les contenus diffusés en streaming.

Le pair-à-pair représente 9% des usages de téléchargement de musique.

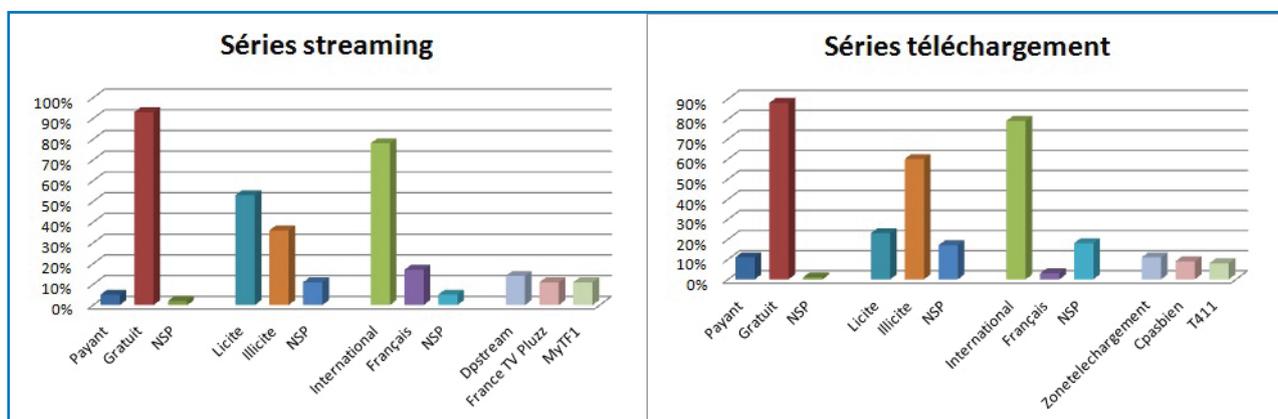
FILM

En streaming, la consommation licite représente la moitié des actes renseignés, tandis qu'en téléchargement, les pratiques sont majoritairement illicites.



SÉRIE

Si les séries sont davantage consommées en licite grâce notamment à la télévision de rattrapage, les usages illicites prédominent pour le téléchargement.



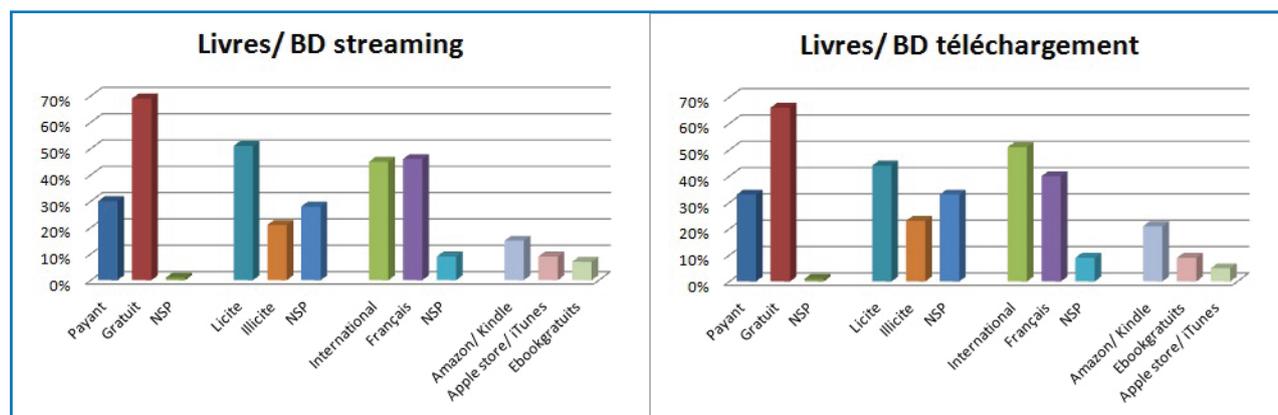
Tendance

La typologie de la consommation des séries est assez proche de celle des films.

L'attrait pour les contenus internationaux est particulièrement marqué, et pratiquement exclusif pour le téléchargement.

LIVRE/BD

Contrairement aux autres biens étudiés, les œuvres françaises sont consommées de façon importante. La consommation de livre/BD dématérialisée se fait davantage par le biais de plateformes licites qu'illicites, avec Amazon en tête.

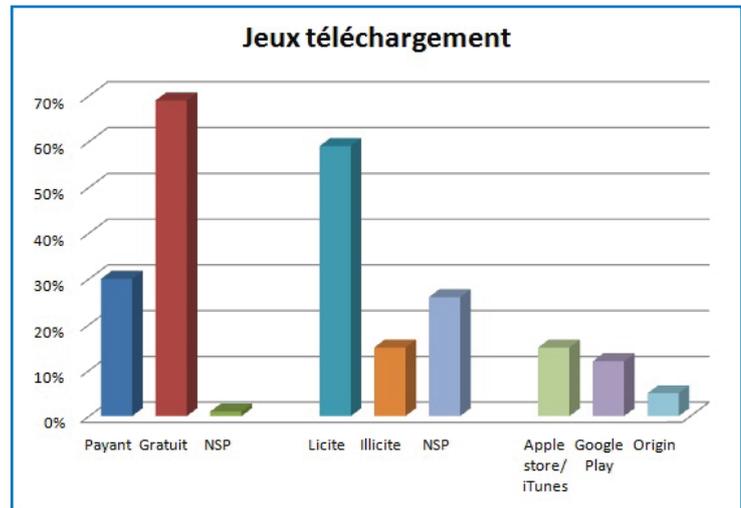


JEU VIDÉO

Méthodologie

Ils n'ont été étudiés qu'au regard des pratiques de téléchargement, notamment pour limiter les confusions sur les différents modes de consommation, proche de celle des films.

La consommation de jeu vidéo se fait majoritairement de façon licite et gratuite. Les deux principaux OS arrivent en tête des plateformes employées, illustrant l'importance de la consommation de jeux en mobilité.



Carnets de consommation #2

Points remarquables

MODE D'ACCÈS : LE STREAMING ET LA GRATUITÉ

L'accès en streaming est privilégié, principalement pour la musique (32 morceaux de musique écoutés en streaming en moyenne au cours de la semaine étudiée) et pour les séries TV (4,4 épisodes en moyenne). Avec toutes les précautions nécessaires à prendre pour ce genre d'étude où la saisonnalité est un facteur important pouvant fortement influencer les résultats, il est intéressant de noter que le téléchargement semble baisser en nombre de personnes ayant choisi ce mode d'accès par rapport à 2013. Quel que soit le type d'œuvre consommé, l'accès gratuit, recouvrant des solutions licites et illicites, est majoritaire.

Deux tiers des répondants n'achètent pas d'œuvres dématérialisées à l'unité. Près d'un consommateur sur deux déclare disposer d'un abonnement mais seulement un tiers d'entre eux le paye. Les abonnements « gratuits » recouvrent une réalité hétéroclite et révèlent une

certaine confusion de la part des répondants : on y retrouve Spotify et Deezer par exemple, mais aussi YouTube ou Facebook, dont la présence d'un compte utilisateur est parfois considérée comme un « abonnement gratuit ». Un tiers de ceux qui n'ont jamais payé se disent cependant prêts à le faire.

YouTube est la première plateforme d'accès à la musique, que ce soit traditionnellement en streaming ou en téléchargement, ce qui correspond à la pratique du « stream ripping » qui consiste à copier le contenu d'une œuvre streamée. C'est également la première plateforme d'accès déclarée pour le visionnage de films en streaming. On la retrouve également pour le téléchargement de films dans des proportions comparables à iTunes, ou pour le streaming de séries, dans des proportions similaires à M6 et Canal +.

TENDANCES SECTORIELLES : DE FORTES DISPARITÉS SELON LES BIENS CULTURELS CONCERNÉS

La musique reste le type de bien culturel dématérialisé le plus consommé (en taux de pénétration comme en volume), réussissant à garder un taux d'accès licite très élevé ; YouTube, Deezer, iTunes ou encore Spotify se dégagent nettement comme supports d'accès privilégiés.

La consommation de films et de séries en streaming est majoritairement licite et marquée par le recours à la télévision de rattrapage (pour les séries principalement) et aux offres VOD (pour les films, en plus de la télévision de rattrapage). En revanche le téléchargement en demeure majoritairement illicite, essentiellement opéré depuis des sites spécialisés de téléchargement direct.

Pour la musique et les films, les œuvres citées sont pour un tiers françaises, ce qui n'est le cas que d'une minorité de séries consommées (17% en streaming, 3% en téléchargement).

Pour les livres et les bandes dessinées (2 à 3 œuvres par consommateur et par semaine, selon le mode d'accès), la consommation illicite est à peu près équivalente à la consommation licite, pourtant nettement marquée par des plateformes proposant leur propre liseuse électronique comme Amazon et son Kindle ou la Fnac et la Kobo, iTunes étant aussi très souvent cité probablement grâce à la lecture sur smartphones et tablettes. Les œuvres françaises sont surreprésentées parmi les livres consommés (40 à 46%).

Les jeux vidéo, enfin, bénéficient d'un taux de consommation licite important, porté par quelques acteurs clefs. Ils sont téléchargés soit via l'OS du support pour les jeux en mobilité (Apple store/iTunes et Google Play en tête), soit par des acteurs incontournables des jeux sur PC : les éditeurs comme EA avec Origin et la plateforme phare qu'est Steam.

Pour en savoir plus :

www.hadopi.fr

www.offrelégale.fr

Hadopi
Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

