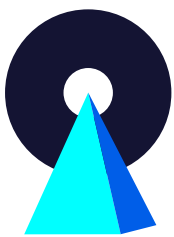


L'essentiel



Renforcement des pratiques légales : 63 % des internautes abonnés à une offre payante, hausse de la propension à payer

Après deux années marquées par la crise sanitaire, l'année 2022 montre une forme de « retour à la normale » avec la réapparition des tendances observées avant la crise : hausse de la consommation de biens culturels dématérialisés, progression des abonnements et de la propension à payer et recul de la consommation illicite.

Des signaux globalement positifs pour l'offre légale cette année, qui s'inscrivent dans un contexte mar-

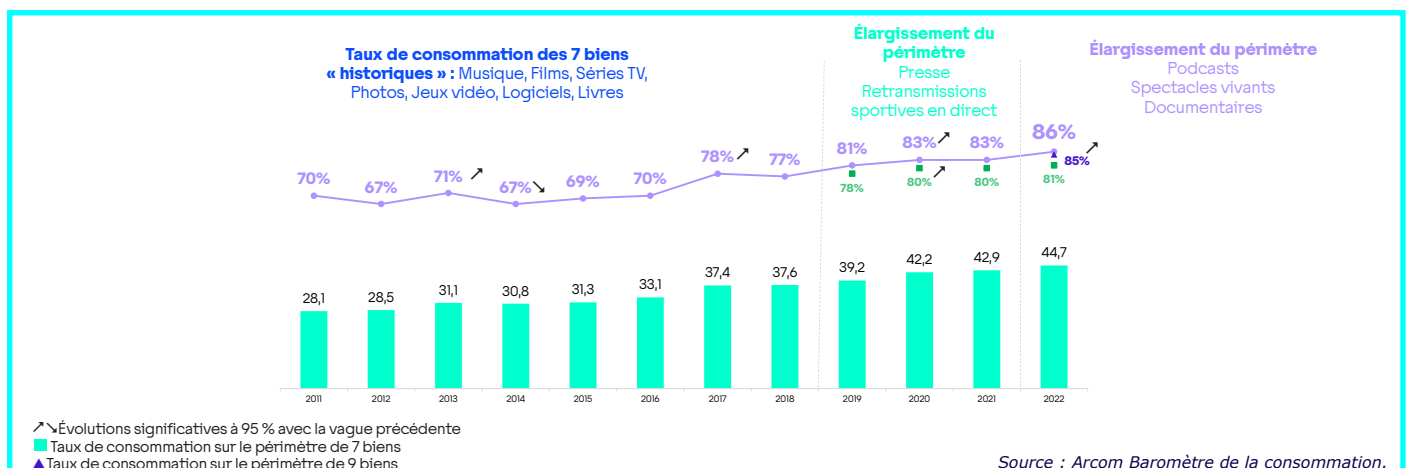
qué par la mise en œuvre de nouvelles mesures de lutte contre le piratage, permettant entre autres le blocage des sites miroirs des sites illicites proposant des contenus culturels, mais aussi les sites illicites de retransmissions sportives et la poursuite des actions judiciaires entreprises par les titulaires de droit.

La consommation des biens culturels dématérialisés poursuit sa progression

En 2022, 86 % des internautes français de 15 ans et plus ont consommé au moins un bien culturel dématérialisé au cours des 12 derniers mois sur le périmètre des douze biens culturels dématérialisés de cette édition, soit une hausse de deux points

à périmètre constant par rapport à l'année 2021 (83 % de consommateurs pour les neuf biens culturels observés historiquement). Cela représente près de 45 millions d'individus.

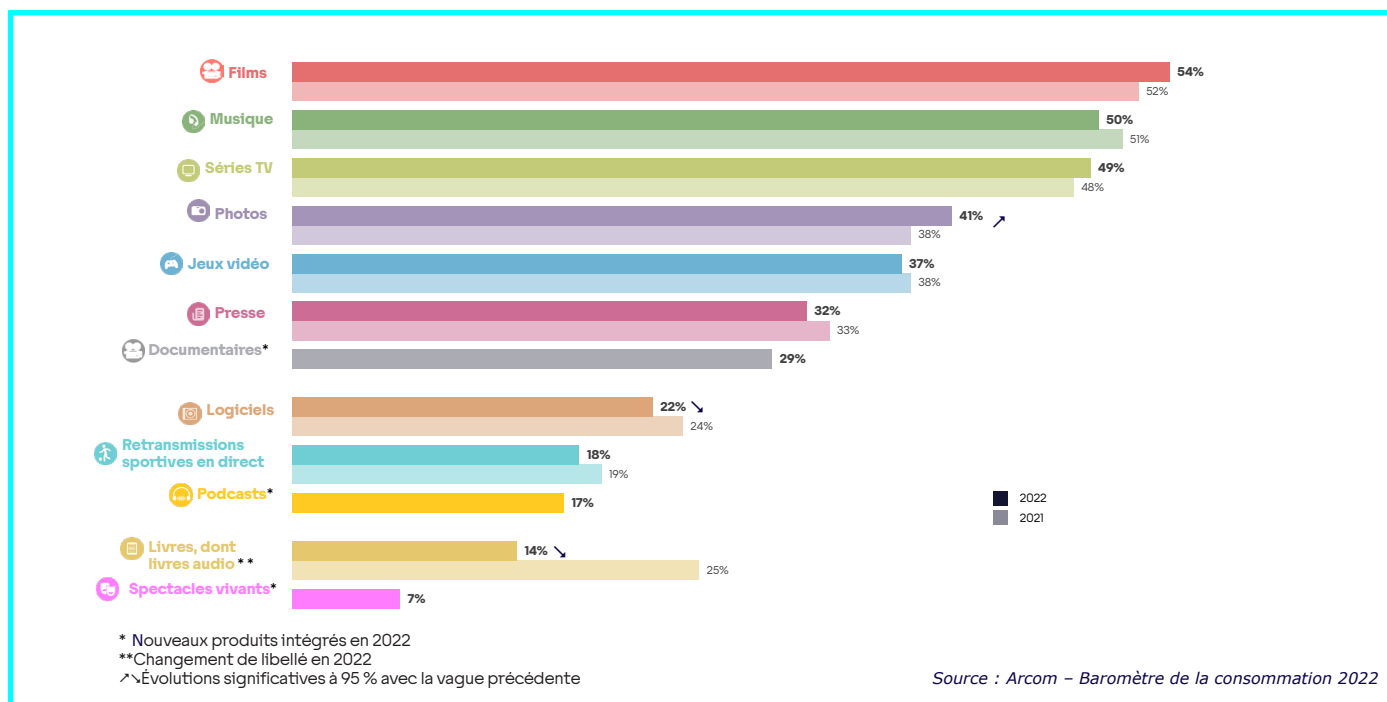
Figure 1 : Évolution depuis 2011 de la consommation dématérialisée au cours des 12 derniers mois par bien culturel - Base : Internaute de 15 ans et plus



Les films (54 % des internautes), la musique (50 %) et les séries TV (49 %) demeurent le trio de tête des biens culturels les plus consommés par les internautes. La photo est le bien qui marque la plus forte progression par rapport à l'année précédente (+3 points), tandis que les logiciels perdent des consommateurs (moins 2 points), évolution peut-être en lien avec une présence à domicile moins importante en 2022.

Incluse depuis cette année dans le périmètre d'observation, la consommation en ligne de documentaires (29 %), de podcasts (17 %) et plus encore de spectacles vivants (7 %) concerne un public plus confidentiel. Ils se classent respectivement 7^e, 10^e et 12^e en termes de taux de pénétration des consommateurs des douze biens culturels dématérialisés étudiés.

Figure 2 : Taux de consommation de biens culturels dématérialisés au cours des 12 derniers mois - Base : Internaute de 15 ans et plus



La propension à payer et le taux d'abonnés sont en hausse

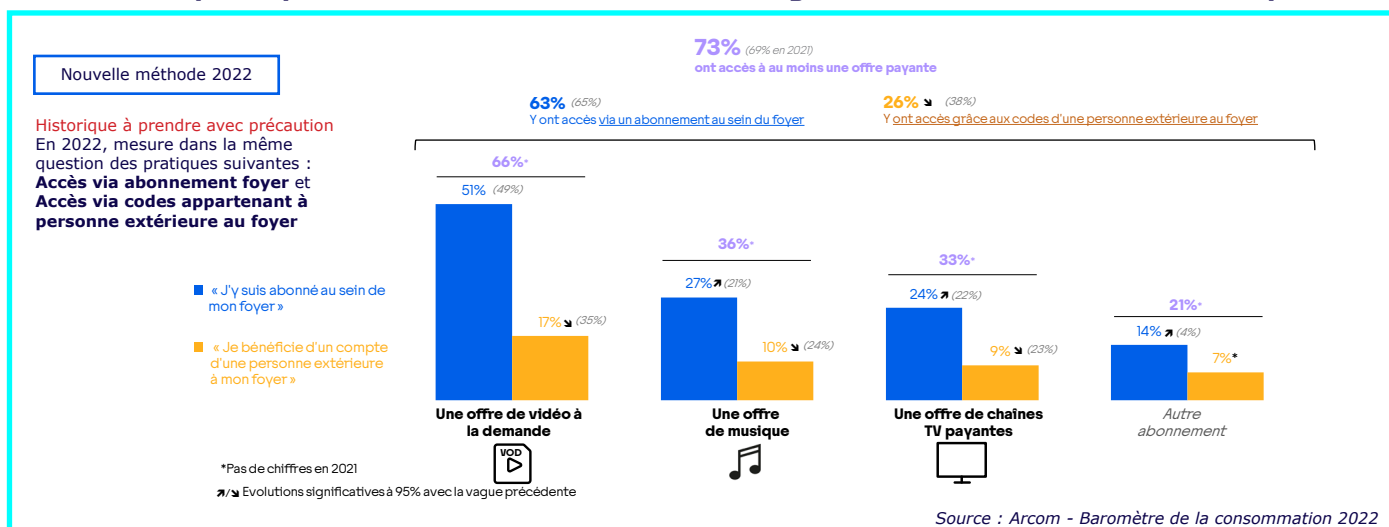
Après une période de stabilité en 2020 et 2021, les usages exclusivement licites repartent à la hausse en 2022. Ils concernent 62 % des internautes, et près des trois quarts (73 %) des consommateurs de biens culturels dématérialisés. Les 40 ans et plus représentent le public le plus enclin à ces usages vertueux (65 % d'entre eux), tandis que les 15-24 ans ne sont que 12 % à avoir consommé exclusivement de façon licite sur les 12 derniers mois.

L'abonnement payant à un service de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), de musique ou de TV payante est le mode d'accès majeur à la consommation légale. **Près des trois quarts (73 %) des internautes français ont accès à au moins un abonnement payant, que ce soit au sein de leur foyer ou en bénéficiant des codes d'une personne extérieure à leur foyer.** Plus particulièrement, 63 % des internautes ont accès à ces abonnements au sein de leur foyer.

L'accès à un abonnement à un service de VàDA est le plus fréquent : les deux tiers des internautes (66 %) y ont accès, et la moitié (51 %) au sein de leur foyer, un chiffre stable par rapport à l'an dernier, après plusieurs années de hausse.

L'accès à un abonnement à **une offre de musique** concerne un peu plus d'un tiers des internautes (36 %), avec une progression notable concernant les abonnements au sein du foyer (27 % des internautes, + 6 points). Il devance ainsi l'abonnement à une offre de télévision payante, qui concerne un tiers des internautes (33 %).

Figure 3 : Accès aux abonnements payants à des offres de chaînes de TV payantes, VàDA et musique au sein du foyer ou par les codes d'accès de son entourage – Base : Internaute de 15 ans et plus



Note de lecture : 51 % des internautes sont personnellement, ou l'un des membres de leur foyer, abonnés à une offre de VàDA / 17 % des internautes accèdent à une offre VàDA sans y être, personnellement ou une personne de leur foyer, abonné.
Comparaison avec les années précédentes non statistiquement fiable du fait de changement méthodologique en 2022.

Au-delà du développement de l'abonnement, c'est plus généralement la propension à payer qui progresse en 2022. La consommation payante concerne ainsi 60 % des consommateurs de biens culturels numériques (+3 points à périmètre constant), confirmant la tendance observée depuis plusieurs années.

La progression du nombre de consommateurs payants pour des biens culturels dématérialisés induit une hausse du panier moyen, qui s'établit à

21 € par mois en incluant les consommateurs de manière gratuite. À périmètre constant, ce chiffre progresse significativement de 2 €.

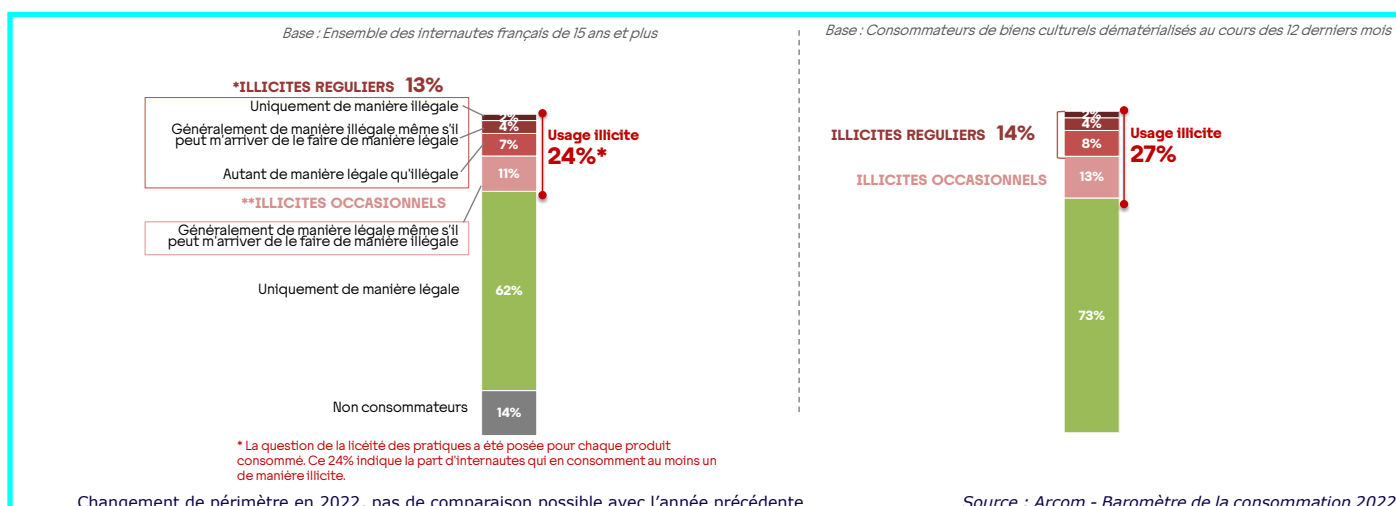
En revanche, **les dépenses moyennes des seuls consommateurs payants restent stables à 32 € par mois** (soit en considérant le panier moyen à partir du premier euro dépensé).

La consommation illicite recule et concerne 24 % des internautes français

En 2022, près d'un quart des internautes (24 %) déclare avoir consommé au moins un bien culturel dématérialisé de façon illicite au cours des 12 derniers mois, soit 27 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés. À périmètre constant,

la consommation illicite affiche une baisse significative puisqu'elle recule de 4 points par rapport à l'année 2021. Cela concerne notamment la consommation illicite régulière qui perd 3 points.

Figure 4 : taux de consommation illicite de biens culturels au cours des 12 derniers mois



Cette baisse de la consommation illicite s'observe pour plus de la moitié des biens observés. C'est notamment le cas pour trois des catégories de contenus audiovisuels (films, séries et sport), qui étaient en 2021 les plus consommées de manière illicite par leurs consommateurs.

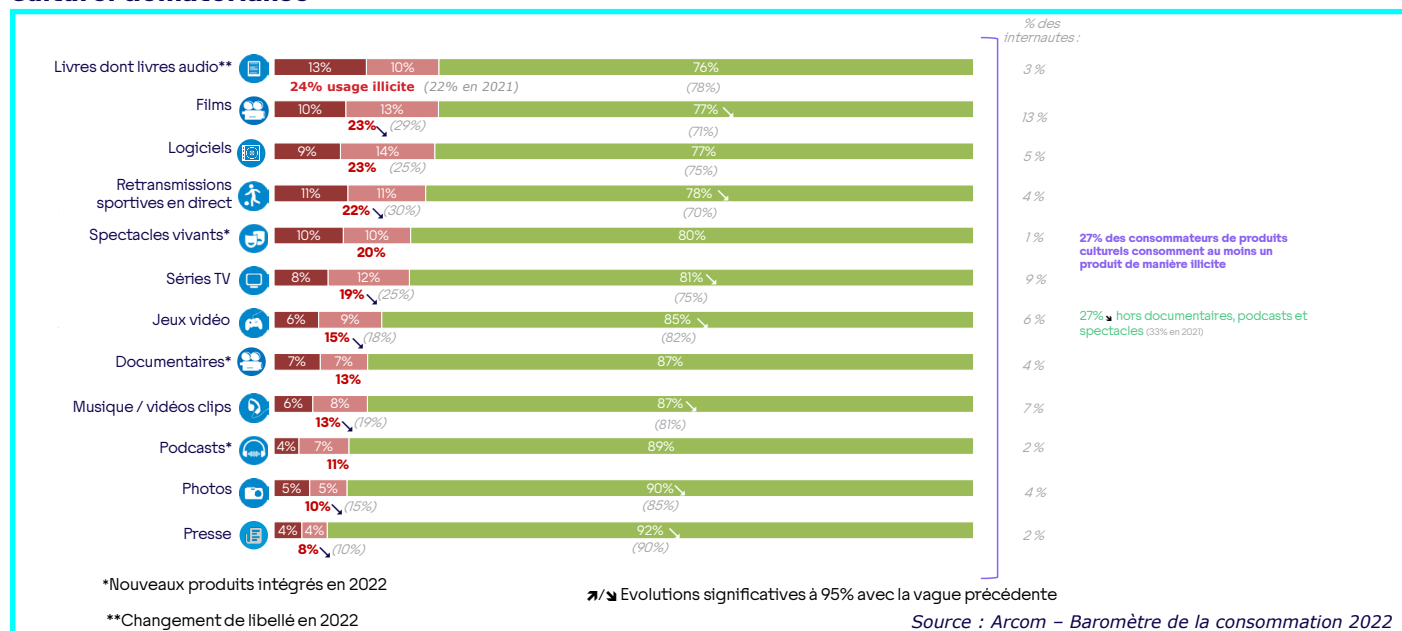
Les pratiques contrefaisantes en matière de films et de séries reculent (moins 6 points chacune) et concernent désormais respectivement 23 % et 19 % des consommateurs. Un net recul s'observe également pour la **consommation illicite de musique** qui baisse elle aussi de 6 points (13 %) en lien avec la hausse des abonnements.

S'agissant des modes d'accès, le **streaming et le téléchargement direct restent les plus fréquemment utilisés** pour la consommation illicite par respectivement 55 % des consommateurs illicites (+5 points à périmètre constant) et 42 %. Ils sont suivis par le pair à pair qui

concerne lui un peu plus d'un quart (27 %, taux stable) des internautes en 2022 et les réseaux sociaux (27 % également, -7 points à périmètre constant).

Le recours à **l'IPTV**, que ce soit par un boîtier ou depuis une application concerne plus d'un consommateur illicite sur cinq (21 %). **Le live streaming, enfin, est en fort recul cette année, en lien avec le recul de la consommation illicite de sport** : 11 % des consommateurs illicites y ont recours, 8 % à périmètre constant par rapport à 2021, en recul de 8 points. Les écarts entre les deux périmètres montrent néanmoins que le sport n'est pas le seul concerné et que le piratage en *live* touche également d'autres catégories de biens telles que le spectacle vivant.

Figure 5 : Taux de consommation illicite par catégorie de bien – Base : Consommateurs de chaque bien culturel dématérialisé



Les pratiques d'accès détourné à l'offre légale prennent de l'ampleur

Au-delà des modes d'accès illicites couramment utilisés, se développent de nouvelles pratiques, illicites permettant d'accéder de manière détournée aux offres légales.

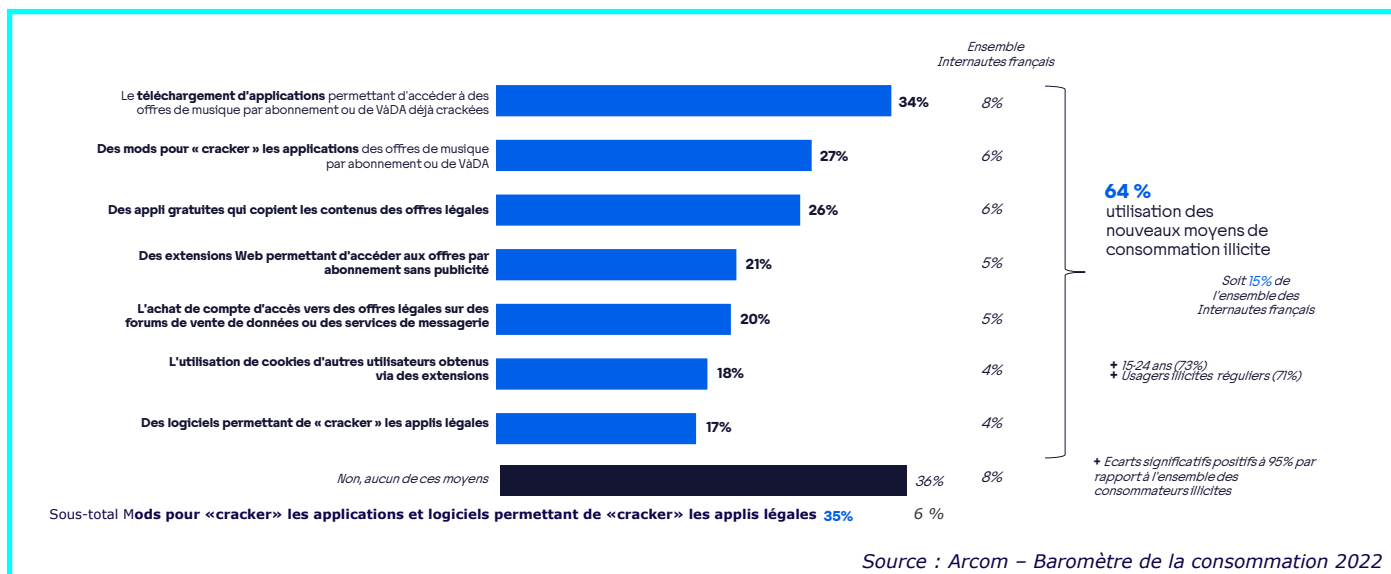
En 2022, 64 % des internautes ayant consommé au moins un bien culturel illégalement sur internet, l'ont fait à l'aide d'au moins un nouveau mode d'accès illicite à des services légaux, soit 15 % de l'ensemble des internautes français. Ces nouveaux modes peuvent être regroupés en deux catégories :

- l'accès à des applications et des services légaux « crackés » (c'est à dire dont le code du logiciel a été modifié) ou copiés, téléchargés depuis des *appstores* alternatifs (34% des consommateurs illicites), le recours aux mods, soit des extensions aux

codes d'une application permettant notamment d'outrepasser la procédure d'identification de l'utilisateur (27% des consommateurs illicites), les applications gratuites copiant les contenus des services légaux (26%) et les extensions de navigateur proposant un accès gratuit et sans publicité aux offres légales (21%).

- les méthodes liées aux détournements de compte, telles que l'achat de compte tiers (20%) ou l'utilisation de cookies d'autres utilisateurs obtenus grâce à des extensions (18%).

Figure 6 : utilisation des nouveaux moyens de consommation illicite - Base : internautes français ayant consommé au moins un bien culturel illégalement au cours des 12 derniers mois



Ces nouvelles formes de consommation illicite des contenus en ligne, d'une grande variété, peuvent néanmoins être regroupées en deux catégories :

- l'accès à des applications et des services légaux *crackés* ou copiés. Cette pratique consiste à télécharger des applications et des services dont le code a été modifié afin d'y accéder sans payer et d'utiliser leurs fonctionnalités payantes gratuitement ;
- l'accès à des comptes utilisateurs usurpés vers des sites légaux (par l'achat de comptes ou l'utilisation de cookies).

Ces différents méthodes de consommation illicites sont mis à disposition des internautes à travers des *appstores* alternatifs. Pour les internautes les plus technophiles, il est possible de télécharger des logiciels et de procéder au craquage d'une application soi-même.

Elles appellent à une vigilance particulière en raison de leur impact direct sur l'offre légale.

Enseignements clés

- La consommation des biens culturels dématérialisés poursuit sa progression en 2022 et concerne 86 % des internautes ;
- L'abonnement payant à un service de VàDA, de musique ou de TV payante demeure un mode d'accès majeur à la consommation légale, 73 % des internautes ayant accès à un abonnement, que ce soit au sein de leur foyer (63 %) ou grâce aux codes d'accès de leur entourage. L'abonnement à des offres de musique au sein du foyer gagne 7 points par rapport à 2021 (27 % des internautes) ;
- La consommation illicite recule et concerne 24 % des internautes ; la consommation illicite des films, des séries, les deux catégories de biens culturels les plus soumis au piratage, est notamment en recul ;
- Le *streaming* demeure la pratique la plus répandue parmi les consommateurs illicites, utilisée par 55 % d'entre eux. On observe en parallèle une progression de pratiques illicites alternatives, permettant l'accès de manière détournée aux services légaux comme le recours aux applications *crackées*, que 19 % des internautes français déclarent avoir déjà utilisé.

Méthodologie / Étude conduite en deux phases :

- phase de cadrage pour déterminer le profil sociodémographique des internautes par deux vagues de l'omnibus téléphonique Ifop, du 18 au 25 mars 2022, 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 menée par l'Ifop auprès d'un échantillon national représentatif de 5 000 internautes français âgés de 15 ans plus interrogé en ligne du 26 avril au 17 mai 2022 (représentativité assurée par le profil issu de la phase de cadrage). Ajout de trois nouvelles catégories de bien culturels dématérialisés dans le périmètre de cette édition : le documentaire, le podcast et le spectacle vivant.

Pour aller plus loin www.arcom.fr

Directeur de la publication :
Roch-Olivier Maistre
© Direction de la communication - Arcom

@Arcom_fr

@ArcomFR

@Arcom