



## Sexe, Media et Société

### La grande enquête MARC DORCEL / IFOP 2009

Paris, le 9 septembre 2009. A l'occasion du 30<sup>ème</sup> anniversaire des vidéos Marc Dorcel, leader européen de la production de films pour adultes, l'Ifop a réalisé la première grande enquête sur les comportements et les pratiques des Français en matière de films pornographiques. Les études dans ce domaine étant rares, voir inexistantes à cette échelle, ce sondage constitue une véritable enquête de référence, qui permet de faire le point sur des usages et des modes de consommation qui ont beaucoup évolué ces dix dernières années. Riche en surprises et en enseignements, cette enquête bat en brèche certaines idées reçues sur la pornographie.

- **Le film X n'est plus aujourd'hui réservé à une minorité de mâles frustrés mais apparaît, au contraire, comme un phénomène intégré à la vie quotidienne des Français**
  - ✓ **Avec l'émergence des chaînes câblées et la démocratisation d'Internet, l'accès aux contenus pour adultes s'est largement banalisé.** La quasi-totalité des personnes interrogées (89%) admettent avoir déjà visionné un film X, plus de huit femmes sur dix (83%) reconnaissant en avoir déjà vu un, que ce soit dans son intégralité ou seulement quelques extraits.
  - ✓ **Et chez ces personnes qui ont déjà vu un film X, le visionnage de films pornos est loin d'être exceptionnel voir accidentel...** Au contraire, on note une consommation régulière chez une forte proportion d'entre elles : une sur deux en regardent de manière occasionnelle (48%), près d'une sur cinq (18%) en regardent au moins une fois par mois.
  - ✓ **Le cœur de cible du marché reste le public masculin :** 29% des hommes (contre 5% des femmes) visionnent un film X une fois par mois, cette proportion montant à 43% chez les hommes de moins de 35 ans. De même, cette consommation régulière est sensiblement plus forte chez les personnes insatisfaites de leur vie sexuelle (28%) que chez celles qui en sont satisfaites (17%).
  - ✓ **Mais cette consommation n'est pas forcément corrélée à un manque d'activité sexuelle.** En effet, l'étude révèle que la consommation occasionnelle de films X est plus élevée chez les personnes en couple (48%) que chez les célibataires (45%). Et qu'elle soit occasionnelle ou régulière, c'est chez les personnes ayant le plus fréquemment des rapports sexuels que cette consommation est la plus forte.
- **L'accès aux œuvres pornographiques est de plus en plus dématérialisé mais les Français ne les visionnent pas forcément seuls ou dans l'intimité de leur domicile**
  - ✓ **Les sites Internet gratuits (45%) constituent désormais le principal moyen d'accès aux films,** devant Canal Plus (35%) et les DVD achetés (22%) ou empruntés (24%) à des proches. Chez les hommes, les jeunes se distinguent par un recours plus régulier aux sites web et au téléchargement illégal (41%). A l'inverse, les plus de 50 ans ont plus l'expérience des salles de projection ou des films diffusés sur une chaîne Cinéma.
  - ✓ **Aujourd'hui, le web est aussi le principal outil pour se procurer des DVD (44%),** devant les vidéo-clubs (33%) ou les sex-shops (14%). Cependant, le vidéo-club reste le moyen de distribution privilégié des catégories les plus aisées et les plus âgées de la population tout en faisant jeu égal avec le web chez les personnes en couple.
  - ✓ **Si les films X sont avant tout visionnés dans l'intimité de son domicile (86% des Français ont déjà regardé un film X chez eux), certains l'ont expérimenté dans des lieux plus originaux. Ainsi, 11% des hommes en ont déjà vu sur leur lieu de travail** et 30% dans une chambre d'hôtel.
  - ✓ **Enfin, le visionnage des films X n'est plus une expérience honteuse et solitaire mais une affaire de couple.** Si consommer des films pornographiques en solo est un acte particulièrement répandu (67%) – en particulier chez les hommes (84%) –, une majorité de Français en a déjà visionné en couple (57%). Les femmes notamment, admettent plus facilement les voir avec leurs partenaires (59%) que toutes seules (50%).

- **Le rôle de la pornographie dans la découverte de la sexualité reste limité mais le X peut apparaître comme un stimulant dans le couple, y compris pour les femmes...**
  - ✓ **L'âge moyen du premier visionnage restant élevé** (24 ans en moyenne) en raison du poids des seniors dans la population<sup>1</sup>, le rôle de la pornographie dans l'apprentissage de la sexualité est globalement limité (35%). Aujourd'hui, son impact sur le désir sexuel n'en est pas moins réel (44%), y compris chez les femmes : près d'un tiers (32%) reconnaissent que leur visionnage augmente leur désir.
  - ✓ **On note aussi une forte disposition des femmes à regarder un film X avec leur partenaire** si celui-ci le leur demandait : deux sur trois y seraient disposées (67%) – soit une proportion à peine moins forte que chez les hommes (77%) – même s'il faut noter que 30% d'entre elles le feraient seulement pour faire plaisir à leur partenaire (30%).
  - ✓ **Pour une grande partie des Français, regarder ce genre de films peut avoir sa place dans le couple.** En effet, leur visionnage susciterait du désir au sein du couple (37%), libérerait la parole sur le sexe et nourrirait les fantasmes (34%). Les effets négatifs – tels que la gêne ou le dégoût – restent minoritaires, y compris chez les femmes où ils sont cités dans une proportion à peine supérieure à la moyenne.
  - ✓ **Enfin, près d'un Français sur trois ayant regardé un film X (31%) a déjà fait l'amour devant ce type de films** (36% chez les personnes vivant en couple). Et pour certains, ils leur ont donné des idées pour expérimenter des choses différentes... Ainsi, 38% des Français ayant vu un film X ont déjà essayé de reproduire des scènes ou des positions vues dans un film pornographique.
  
- **Les Français maintiennent une distance entre le X et la réalité tout en exprimant une préférence pour des films esthétisés aux scénarios élaborés**
  - ✓ **Le discours des Français sur le X est distancié** : quelque soit leur sexe ou leur âge, ils considèrent dans leur très grande majorité (84%) que la sexualité présentée dans les films X est éloignée des pratiques sexuelles des français. Ainsi, y compris les jeunes hommes (81% des moins de 35 ans) savent que cela reste du cinéma et que ce n'est pas la réalité.
  - ✓ **Les films X sont jugés « excitants » par une majorité de répondants (69%), y compris par les femmes (61%).** Mais une majorité de Français ne les trouvent pas moins « ridicules » (59%), « dégradants » (58%) et « amusants » Enfin, environ un Français sur quatre juge ces films « naturels » (26%) et « sains » (21%).
  - ✓ **Les Français sont plutôt attirés par le Pornochic®**, c'est-à-dire des productions à l'esthétique et aux scénarios plus élaborés. En effet, si le physique des acteurs ou des actrices est le critère le plus important dans le choix d'un film X (62%) – notamment pour les hommes (73%) – le prix arrive au second rang (51%) avec le scénario (48%) et le thème du film (48%).
  - ✓ **Parmi les principaux critères de satisfaction d'un film X, on retrouve d'ailleurs la présence de beaux acteurs ou actrices (64%), devant le scénario (56%), la lingerie (50%), le nombre de scènes X (48%) et la beauté des décors (46%).** Les femmes attachent, elles, plus d'importance au scénario (55%) alors que les hommes sont plus soucieux du nombre de scènes X ou de la lingerie.

**Désormais, le X n'est plus limité aux sex-shops et à leur public de célibataires. Le cinéma pour adultes est aujourd'hui un phénomène de masse, répandu dans tous les milieux. Plus de vingt ans après le 1<sup>er</sup> film X diffusé à la TV, il n'est plus honteux d'aimer le porno et de le dire. Offrant aux couples un moyen de casser la routine en redonnant du piment à sa vie sexuelle, la pornographie a changé. Longtemps réservée à un public quasi exclusivement masculin, elle s'est orientée vers un public plus « mixte », voir « conjugal », qui aspire à un contenu plus « haut de gamme ». S'adressant aussi bien aux hommes qu'aux femmes cette nouvelle pornographie, plus esthétisée, fait partie intégrante de la sexualité des couples.**

<sup>1</sup> Il faut rappeler que les personnes âgées de plus de 50 ans avaient difficilement accès à des films X dans leur jeunesse, sachant que jusqu'au début des années 80 – où la diffusion des cassettes VHS et des premiers films X sur Canal + en a largement démocratisé l'accès –, la diffusion de films pornographiques était limitée à des salles spécialisées auxquelles l'accès était interdit aux mineurs (c'est-à-dire aux moins de 21 ans jusqu'en 1974).



## Méthodologie

Etude réalisée par l'IFOP pour MARC DORCEL SA.-Échantillon de 1016 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région. Les questionnaires ont été administrés via internet du 30 juin au 2 juillet 2009.

**Précision sur la méthode d'administration utilisée :** *En raison du caractère intime du sujet abordé, l'Ifop a fait le choix d'une méthode auto-administrée par ordinateur. Celle-ci permet de lever le biais qu'implique la présence d'un enquêteur et de libérer la parole des personnes qui n'auraient pas souhaité aborder certains sujets devant un enquêteur ou en présence d'une personne du ménage si l'entretien se déroulait devant un tiers.*

## A propos de MARC DORCEL

Créée en 1979, la société MARC DORCEL est spécialisée dans la production, la réalisation et la diffusion de films pour adultes. Résolument novateur, MARC DORCEL est à l'origine de la plupart des grands moments du "X" en Europe au cours des trente dernières années :

- Premier film "X" européen filmé en vidéo (1980)
- Première vidéo "X" diffusée sur une chaîne TV (Canal +, 1986)
- Première superproduction européenne reconnue aux USA (AVN 1995)
- Premier contrat d'exclusivité avec une comédienne dans le "X" européen (Laure SAINCLAIR, 1996)
- Premier service Français de Video On Demand (2002)
- Première TV haut de gamme paneuropéenne pour adultes (DORCEL TV, 2006)
- Premier concept store sexy en France ouvert à tout public (DORCEL STORE, 2006)

Occupant une place à part, MARC DORCEL s'est toujours affirmé par la production de programmes "haut de gamme" distingués par de nombreuses récompenses ("Hot d'Or" ou "Awards" à Cannes, Paris, Las Vegas,...). Par leurs spécificités, ses films s'adressent en particulier à un large public d'adultes-qui y trouvent, en plus d'un plaisir évident, une source d'inspiration pour alimenter leur imaginaire et leurs fantasmes.

**A l'occasion de cette enquête réalisée auprès de 1 016 Français âgés de 18 ans et plus, l'Ifop a mesuré la notoriété des films pour adultes MARC DORCEL. Les résultats révèlent qu'un Français sur deux (50%) connaît les films MARC DORCEL ne serait-ce que de nom. Deux fois plus connu par les hommes (68%) que par les femmes (34%), le leader européen de la production de films pour adultes obtient des niveaux de notoriété record chez les hommes de moins de 50 ans (74% chez moins de 35 ans, 82% chez les 35-50 ans), les homosexuels (72%), les habitants de la Région parisienne (56%) et les personnes vivant en couples (51%).**

## A propos de l'Ifop

L'Ifop est depuis 1938 le pionnier sur le marché des sondages d'opinion et des études de marché, au croisement de l'actualité politique et économique, des sciences humaines et du marketing. L'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses quatre implantations à Paris, Toronto, Buenos Aires et Shanghai. Site web : [www.ifop.com](http://www.ifop.com)

### Contacts Presse

MARC DORCEL SA

Ifop

Dolly Tresallet

François Kraus

01 45 67 93 20

01 45 84 14 44

[dolly@dorcel.com](mailto:dolly@dorcel.com)

[francois.kraus@ifop.com](mailto:francois.kraus@ifop.com)

## Les femmes et le cinéma X : les clichés ont la vie dure

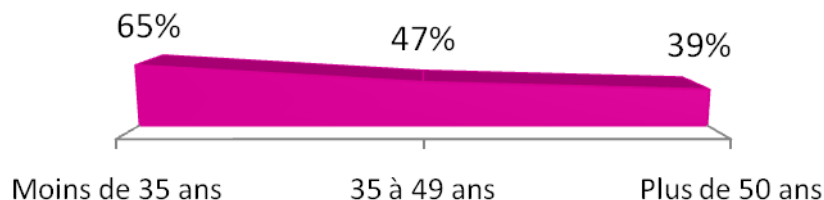
Bien plus ouvertes sur ce sujet qu'on ne pourrait le croire, les françaises sont des consommatrices et amatrices avérées du cinéma pornographique : **83% ont déjà vu un film X**, dont 41% dans son intégralité ou presque. Et parmi elles, on note que **29% ont une consommation occasionnelle ou régulière de films X**.

### L'expérience en matière de consommation de films X seule

	TOTAL Oui	Oui, et dans son intégralité ou presque	Oui, mais seulement des extraits	Non, jamais
<b>Ensemble des Femmes</b>	<b>83</b>	41	42	17
<i>Moins de 35 ans</i>	<b>84</b>	33	51	16
<i>35 à 49 ans</i>	<b>86</b>	47	39	14
<i>50 ans et plus</i>	<b>80</b>	44	36	20

De plus en plus, la pornographie devient pour les femmes **une expérience personnelle et intime**. Contrairement aux hommes qui sont très nombreux à reconnaître en avoir déjà vu seuls (à 84%), les femmes admettent plus facilement les voir avec leurs partenaires (59%) que toutes seules (50%), sachant que cette proportion croît plus la personne interrogée est jeune :

### La consommation de films pornographiques seule



Près d'une femme sur quatre estime que **la pornographie a participé à la découverte et l'apprentissage de sa sexualité**. Cet élément est d'ailleurs à lier avec le fait qu'une forte proportion d'entre elles a été initiée à la pornographie par leur partenaire (37% contre 14% chez les hommes).

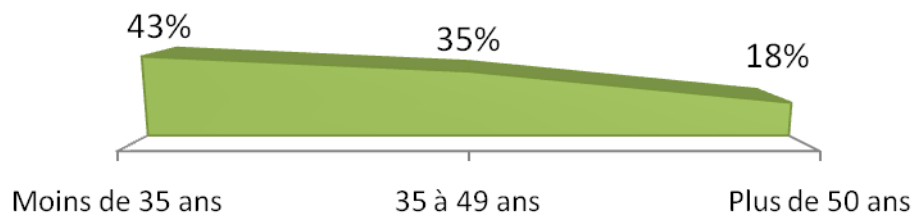
**Pour les françaises, le film X trouve aujourd'hui sa place au sein du couple** : plus de deux femmes sur trois se disent disposées à regarder un film X avec leur partenaire (67%). **Le cinéma pour adultes participe également à pimenter la sexualité des françaises** : une femme sur quatre a déjà tenté de reproduire des scènes ou des positions vues dans un film et une sur cinq (20%) aimerait filmer ses ébats, sans pour autant diffuser la vidéo.

## Le cœur de cible : les hommes

Cœur de cible du marché de la production pour adultes, **les hommes ont déjà, dans leur quasi-totalité (97%), visionné un film X**, que ce soit dans son intégralité (76%) ou seulement quelques extraits (21%).

Principaux consommateurs de films X, **nombreux sont les hommes qui ont en une consommation mensuelle (29%)**, cette proportion étant d'autant plus forte que le répondant est jeune :

### La consommation mensuelle de films X chez les hommes



**Consommant beaucoup plus de X en solo (84%) qu'avec leur partenaire (55%), les hommes en visionnent parfois dans des lieux originaux** : 11% en ont ainsi déjà vu un sur leur lieu de travail et 30% dans une chambre d'hôtel.

Le rôle de la pornographie dans l'apprentissage de la sexualité est deux fois plus important pour les hommes (47%) que pour les femmes (23%). De même, les films X ont un impact sur leur désir sexuel beaucoup plus fort (55%) que chez les femmes (32%).

**On note aussi une forte disposition des hommes à regarder un film X avec leur partenaire** si celle-ci le leur demandait (77%).

**Enfin, près d'un homme sur trois ayant regardé un film pornographique (31%) a déjà fait l'amour devant ce type de films.** Et pour certains, ils leur ont donné des idées pour expérimenter des choses différentes... Ainsi, **49% des hommes ayant vu un film X ont déjà essayé de reproduire des scènes ou des positions vues dans ces films** (contre 26% des femmes).

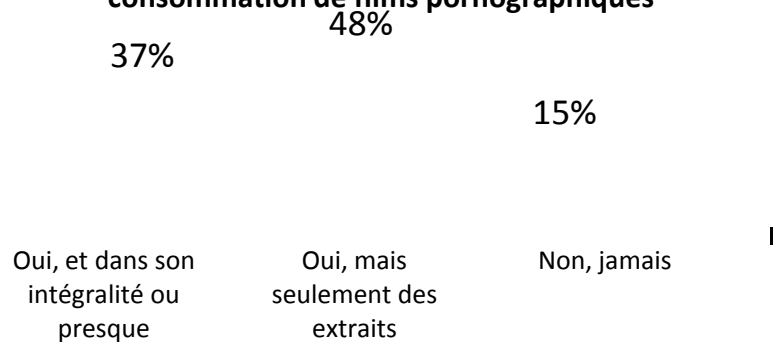
**Près d'un homme sur dix (14%) aimerait tourner dans un film X**, sachant qu'ils sont un sur trois (33%) à s'être ou à souhaiter se filmer durant leurs ébats. **Enfin, un homme sur cinq (20%) aimerait ou a déjà fait l'amour avec sa partenaire via une webcam.**

Lorsqu'ils visionnent un film X, la présence de beaux acteurs ou actrices est le critère de satisfaction le plus important des hommes (76%). La satisfaction des hommes dépend aussi beaucoup du nombre de scènes X (61%), du scénario (59%), de la lingerie (56%) ou de la présence de scènes de fellation (51%). En revanche, y compris pour eux, la présence d'autres pratiques est secondaire.

## Les jeunes adultes et le cinéma X : un public demandeur mais peu rémunérateur

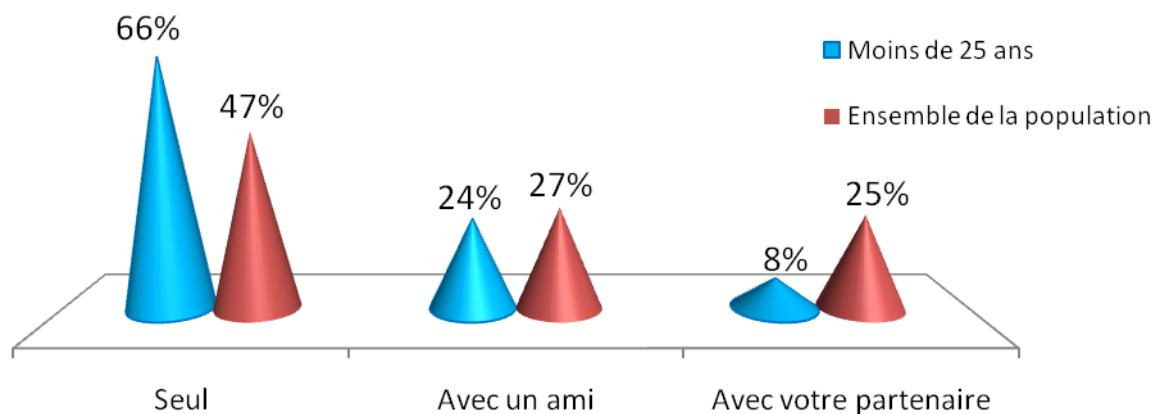
Chez les moins de 25 ans, l'univers pornographique n'est **pas confidentiel** : la quasi-totalité d'entre eux (85%) a déjà visionné un film X. Toujours au stade de l'initiation, **la plupart se sont contentés pour le moment de ne visionner que des extraits** et non l'intégralité de films. Passé 25 ans, la tendance s'inverse et plus nombreux sont ceux à avoir déjà vu un film en entier.

### L'expérience des moins de 25 ans en matière de consommation de films pornographiques



En moyenne, les moins de 25 ans ont découvert le cinéma X plus tôt que leurs aînés, **vers 16 ans environ**. Et pour les deux tiers d'entre eux (63%), ils ont vu leur premier film « au bon âge » et non « trop jeune » (37%).

### Les circonstances du premier visionnage d'un film pornographique



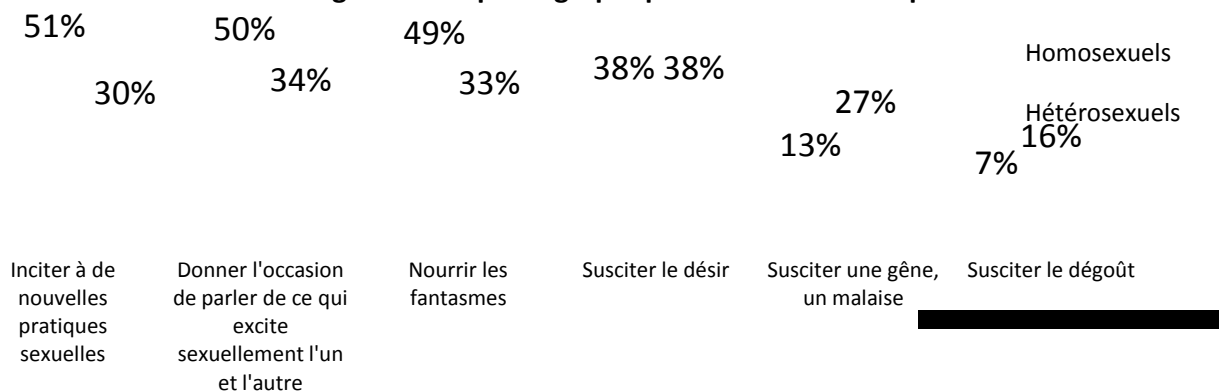
Ce public est constitué de **consommateurs assidus** (23% regardent un film X au moins une fois par mois) qui **navigent sur Internet** et qui sont **habitués aux contenus gratuits** que ce soit par le biais de sites gratuits (60%) et par téléchargement illégal (25%)

## Un public sans tabou et gros consommateur : les homosexuels

Sur le plan de la consommation, les homosexuels **achètent et louent davantage** que les hétérosexuels et se déplacent également plus dans les sexshops que les hétérosexuels pour se procurer des films.

Les homosexuels sont également **davantage réceptifs** que les hétérosexuels, plus disposés à intégrer la pornographie au sein de leur couple.

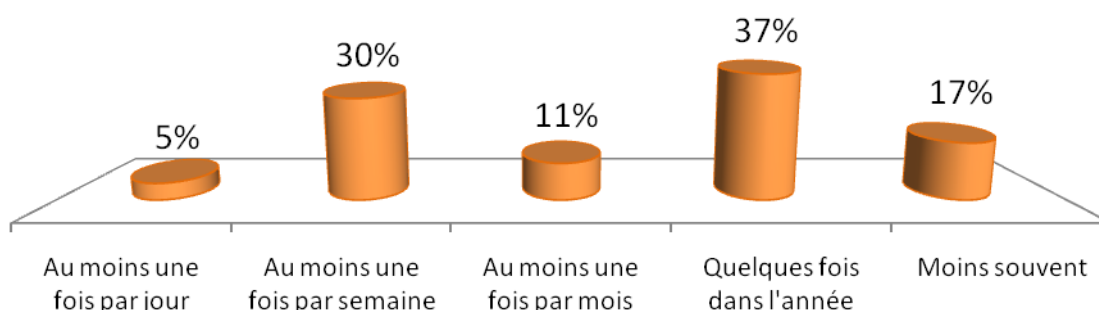
### Les effets du visionnage de films pornographiques sur la vie de couple



En moyenne, les homosexuels ont découvert le cinéma X plus tôt que les hétérosexuels, vers 21 ans, et ils **lui attribuent plus facilement un rôle dans la découverte et l'apprentissage de leur vie sexuelle** (67%, contre 33% chez les hétéros).

Les homosexuels sont des **consommateurs aussi réguliers que décomplexés** : la **totalité des homosexuels interrogés affirme avoir déjà regardé un film X**, et plus d'un sur trois en visionne au moins un par semaine.

### La fréquence de consommation de films pornographiques chez les homosexuels

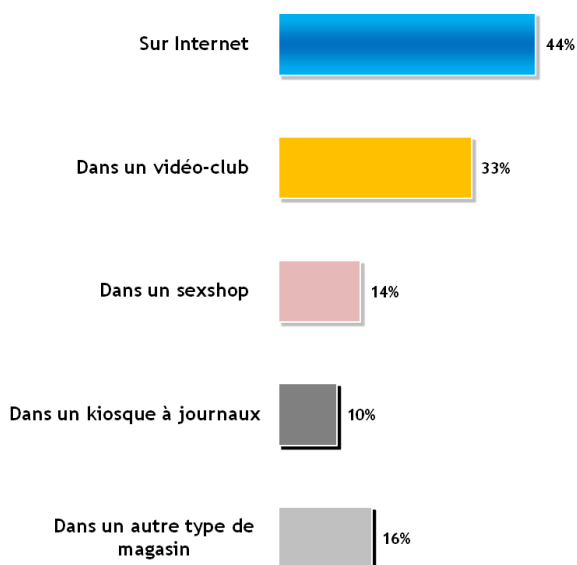


## Des modes de consommation de plus en plus dématérialisés

**Les sites Internet gratuits (45%) constituent désormais le principal moyen d'accès aux contenus X, loin devant Canal Plus (35%) et les DVD achetés dans le commerce (22%) ou empruntés à des proches (24%).** La consommation à partir de chaînes thématiques est, elle, plus limitée mais on note qu'elle est presque aussi élevée sur des chaînes X spécialisées (15%) que sur des chaînes cinéma (18%).

Dans le détail, les jeunes se distinguent par un recours plus régulier aux sites web gratuits (77%) et au téléchargement illégal (41%) mais aussi à des services de type VOD (18%) ou pay-per-view (10%). A l'inverse, les plus de 50 ans ont plus l'expérience des salles de projection ou des films diffusés sur une chaîne Cinéma (27%). Les 35-50 ans en visionnent, eux, plus par le biais de Canal Plus ou de DVD achetés.

Lorsqu'ils achètent ou louent un **DVD X**, les Français privilégient la discrétion en se tournant principalement vers Internet (44%), avant les vidéoclubs (33%) et les sex-shops (14%). Le vidéoclub reste toutefois le moyen de distribution préféré des catégories les plus âgées et les plus aisées.



Pour les Français, **il existe des critères objectifs qui conditionnent leur choix de films X** : il s'agit en premier lieu de la **beauté** des acteurs et des actrices (62%) indiquent que ce critère est important), en second lieu du **prix** (51%) et en troisième lieu du **scénario** et de l'histoire du film ainsi que sa **thématique** (48%).

De la même façon, les personnes interrogées attestent de **l'existence de critères objectifs de satisfaction** : la beauté des acteurs et des actrices tout d'abord (64%), puis le scénario (56%), la lingerie (50%), le nombre de scènes de X (48%) et enfin les décors (46%). Visionnant des films X pas toujours dans la même optique, les hommes et les femmes se distinguent par des attentes différentes. Les femmes attachent ainsi davantage d'importance au scénario, tandis que les hommes sont plus soucieux de la beauté des actrices, du nombre de scènes de X ou de la présence de scènes de fellation.

Enfin, **les parents préservent leurs enfants de la pornographie**. Les enfants étant confrontés de plus en plus jeunes à la pornographie via des sites illégaux, les parents mettent majoritairement en place sur leur équipement informatique des moyens de protections des mineurs : code d'accès parental (52%) ou logiciel de filtrages parental (37%).