

Période de confinement – Consommation culturelle

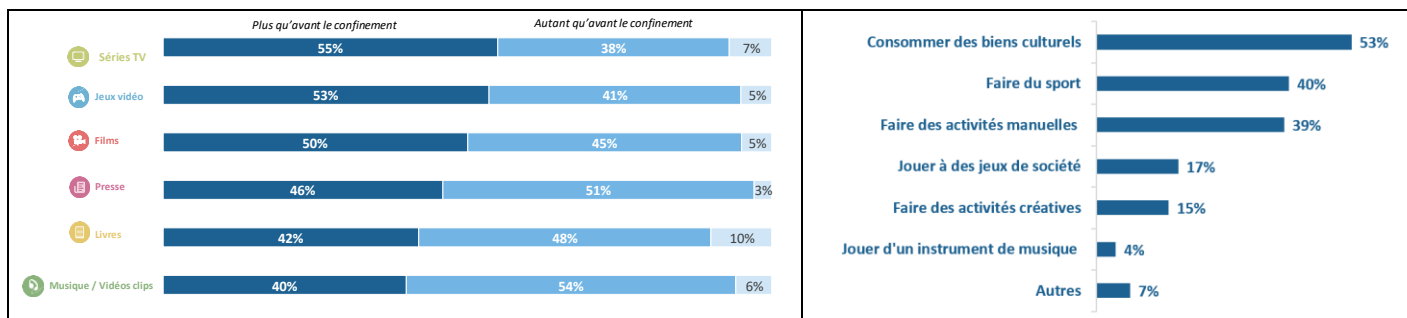
53 % des internautes français placent la consommation des biens culturels en tête des activités indispensables en période de confinement

Réalisée par l'Hadopi, le baromètre sur *Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement** révèle une intensification de la consommation de biens culturels avec 62 % de consommateurs de biens culturels qui déclarent consommer plus de ces biens depuis le confinement. 53 % des internautes français interrogés placent la consommation des biens culturels (écouter de la musique, regarder des films, des séries, jouer à des jeux vidéo, lire des livres notamment numériques ...) en tête des activités indispensables à l'équilibre personnel en période de confinement, suivie par la pratique du sport (40 %) et les activités manuelles (39 %). Dans la situation actuelle de confinement, l'accès à des biens culturels dématérialisés apparaît donc comme une nécessité pour les Français.

Si la part des internautes français déclarant consommer des biens culturels dématérialisés évolue relativement peu - 84 % contre 81 % en 2019 - d'après le Baromètre de la consommation 2019 réalisé par l'Hadopi, on observe **une intensification de la consommation** dans la période actuelle : plus de la moitié des consommateurs de biens culturels (62 %) déclarent en consommer plus qu'avant le confinement.

C'est en particulier le cas de plus de la moitié des **consommateurs de séries (55 % disent en regarder plus** en ligne depuis la période de confinement), des **joueurs de jeux vidéo (53 % déclarent jouer plus)**, des **internautes visionnant des films (50 % font état d'une consommation plus importante)**.

C'est aussi, dans une moindre mesure, le cas des personnes écoutant de la musique sur internet qui en consomment plus (40%) et des lecteurs de livres numériques qui en lisent plus (42%) depuis le début de la période de confinement.



***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 1050 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