

Conference 2019 @
Marsouin

@ Recherche sur la société
 numérique et l'innovation

Pratiques culturelles en ligne des jeunes internautes

Comparaison des pratiques des internautes de 8-14 ans et de 15-24 ans

Raphaël Berger (Directeur des études et de
 l'offre légale, Hadopi)



Méthodologie et sources de données

Données issues des études suivantes réalisées par l'Hadopi depuis 2017 :

- Les pratiques culturelles en ligne des 8-14 ans, étude quali, 2017 et étude quanti, 2018
- Les perceptions et pratiques de consommation des "digital natives" en matière de biens culturels dématérialisés, étude quali, 2018
- Baromètre des Usages, 2018
- Stratégies d'accès aux œuvres dématérialisées 2018, étude quali quanti, 2017

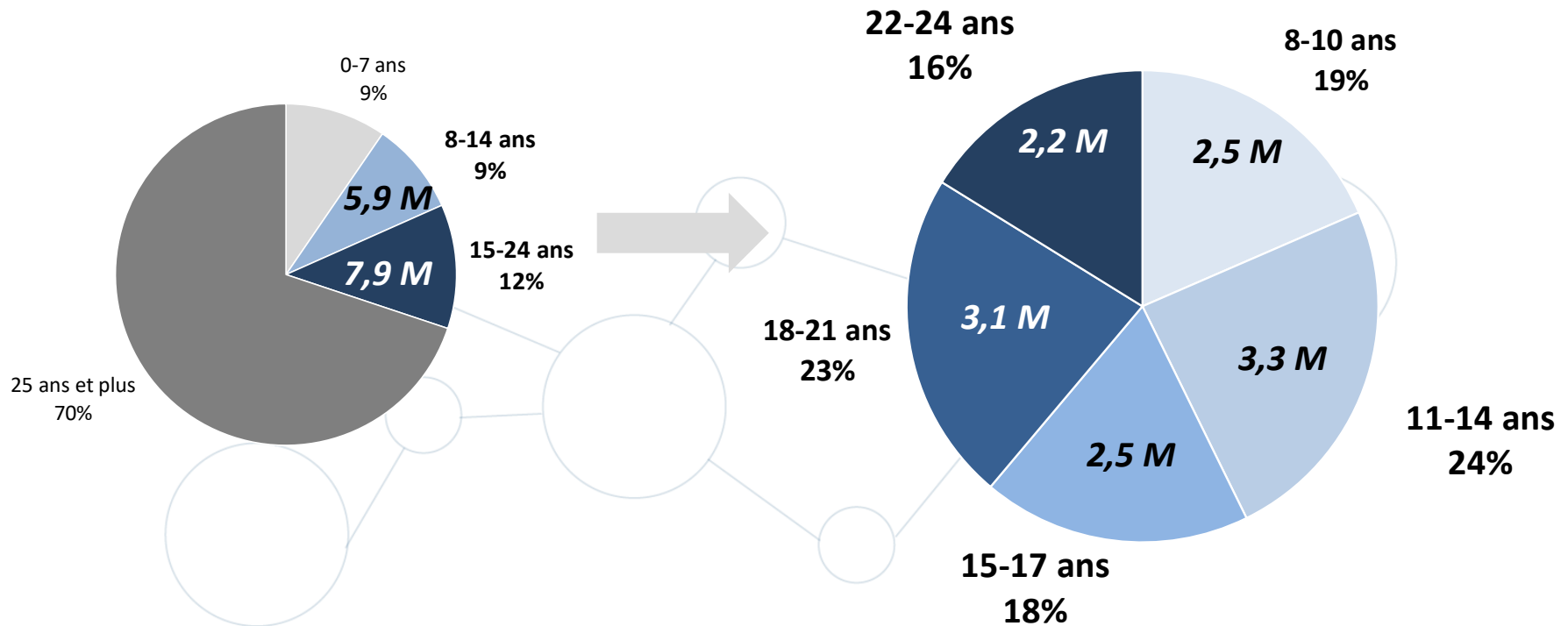


Toutes les études sont disponibles en ligne sur
<https://www.hadopi.fr/ressources/etudes>



Les jeunes internautes : de qui parle-t-on ?

Répartition de la population française en 2017



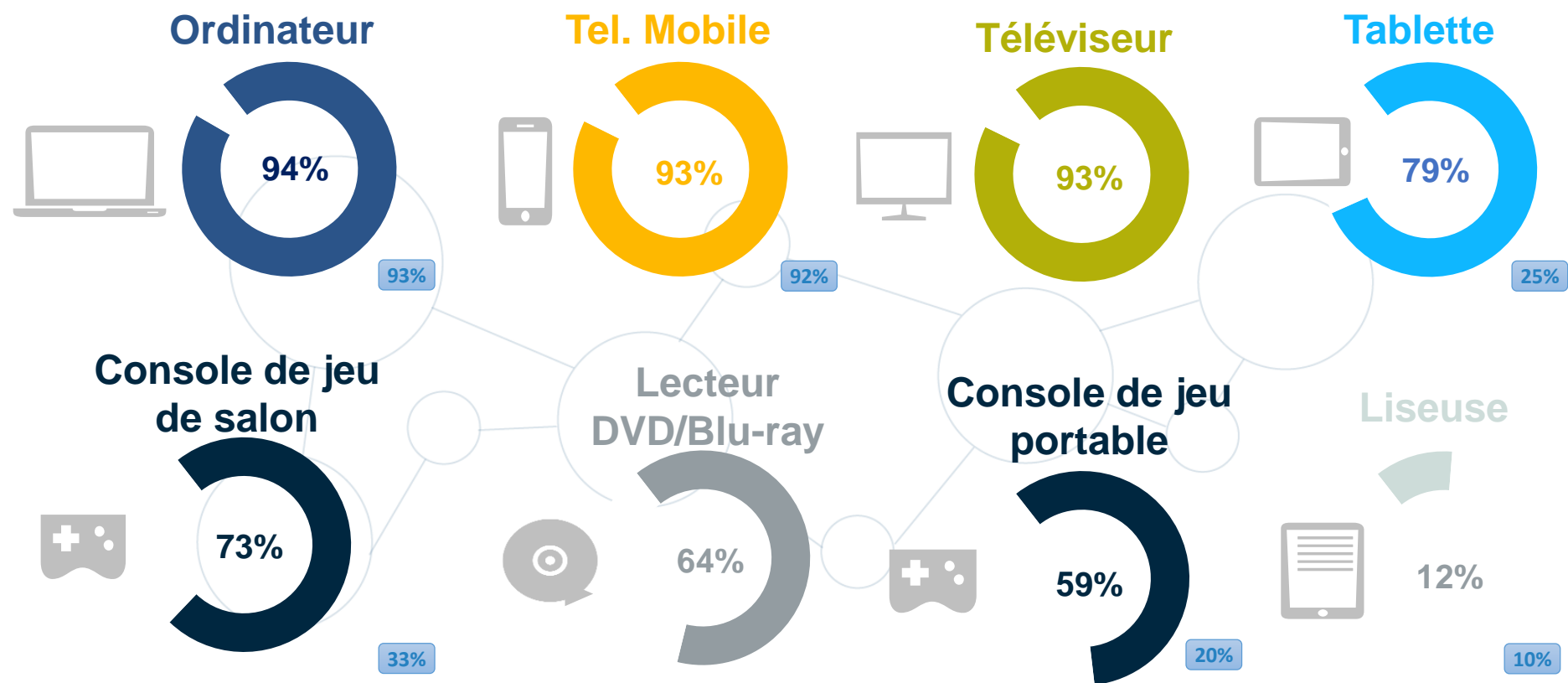
➔ **Les 8-24 ans : 13,8 millions d'individus, 21 % de la population**

Source : INSEE



Les 8-14 ans vivent dans des foyers sur équipés...

8-14 ans



Rappel BU8
Base : Internautes 15+

Question : Au total dans votre foyer, pouvez-vous nous indiquer les équipements dont vous disposez et en état de fonctionner parmi ceux listés ci-dessous ?
Base : Ensemble des internautes de 18 ans et plus parents d'enfants de 8 à 14 ans

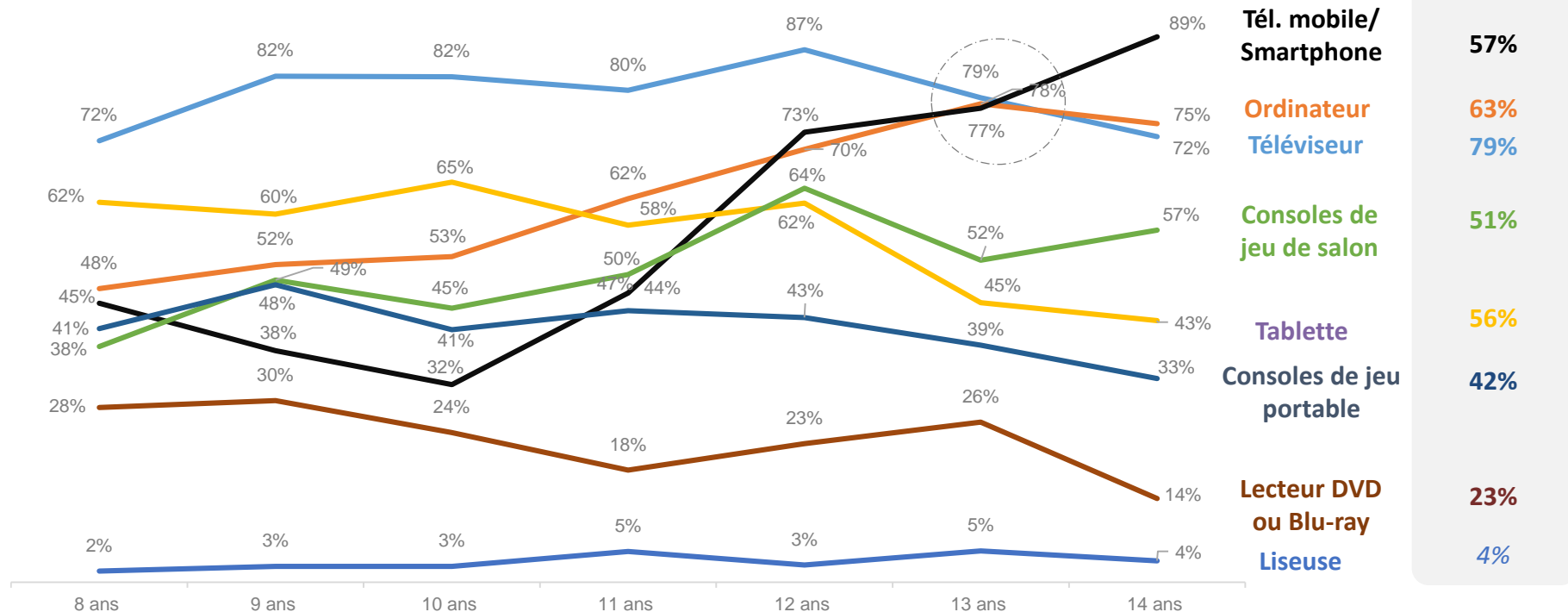
Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, 2018



8-14 ans

...et s'équipent peu à peu en smartphone

Usage des équipements audiovisuels par les enfants selon l'âge



Question : Parmi ces équipements, lesquels utilises-tu régulièrement ? - Base : Ensemble des enfants internautes 8-14 ans (n=1506)

- ➔ Âge moyen usage tél. mobile/Smartphone 11,7 ans
- ➔ Age moyen possession: 12,4 ans

88 % des 15-24 ans disposent d'un smartphone

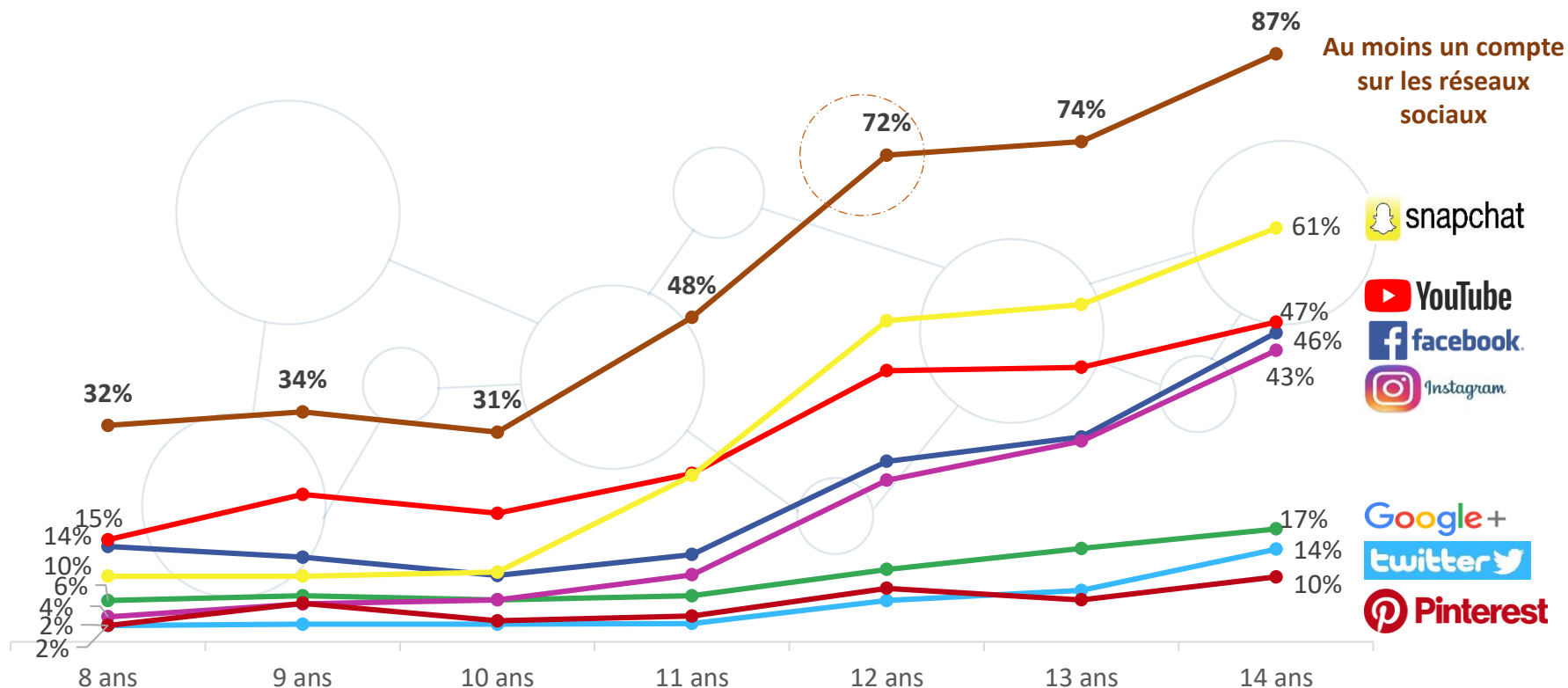
Sources : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans / baromètre des usages 2018



L'inscription sur les réseaux sociaux progresse avec l'âge...

8-14 ans

Inscription sur les réseaux sociaux selon l'âge



Question : Es-tu inscrit(e) sur les sites et réseaux sociaux suivants ?

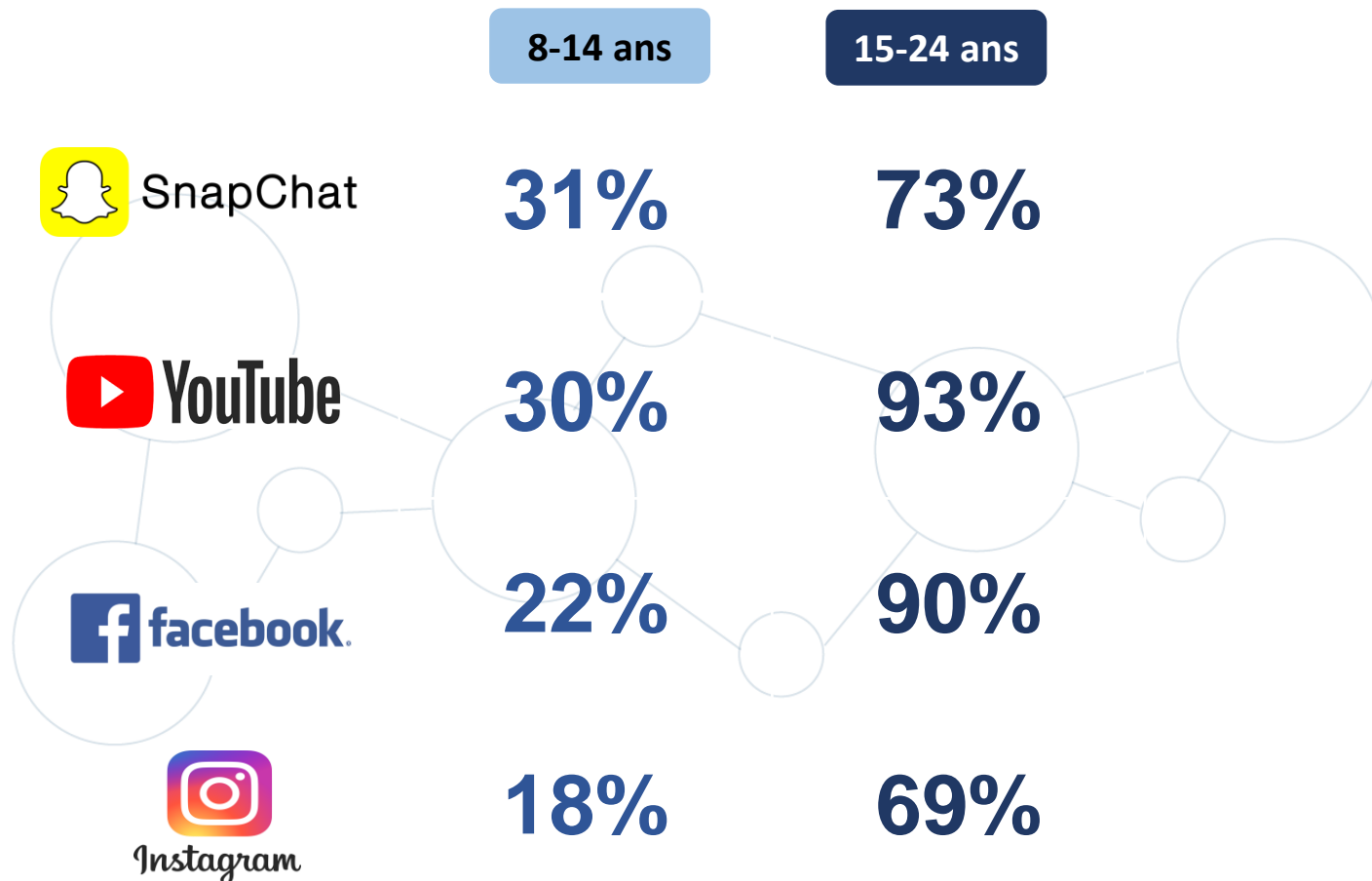
Base : Ensemble des enfants internautes 8-14 ans (n=1506)

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, 2018



...et deviennent des usages massifs pour les 15-24 ans

Taux d'inscription sur les réseaux sociaux / audience



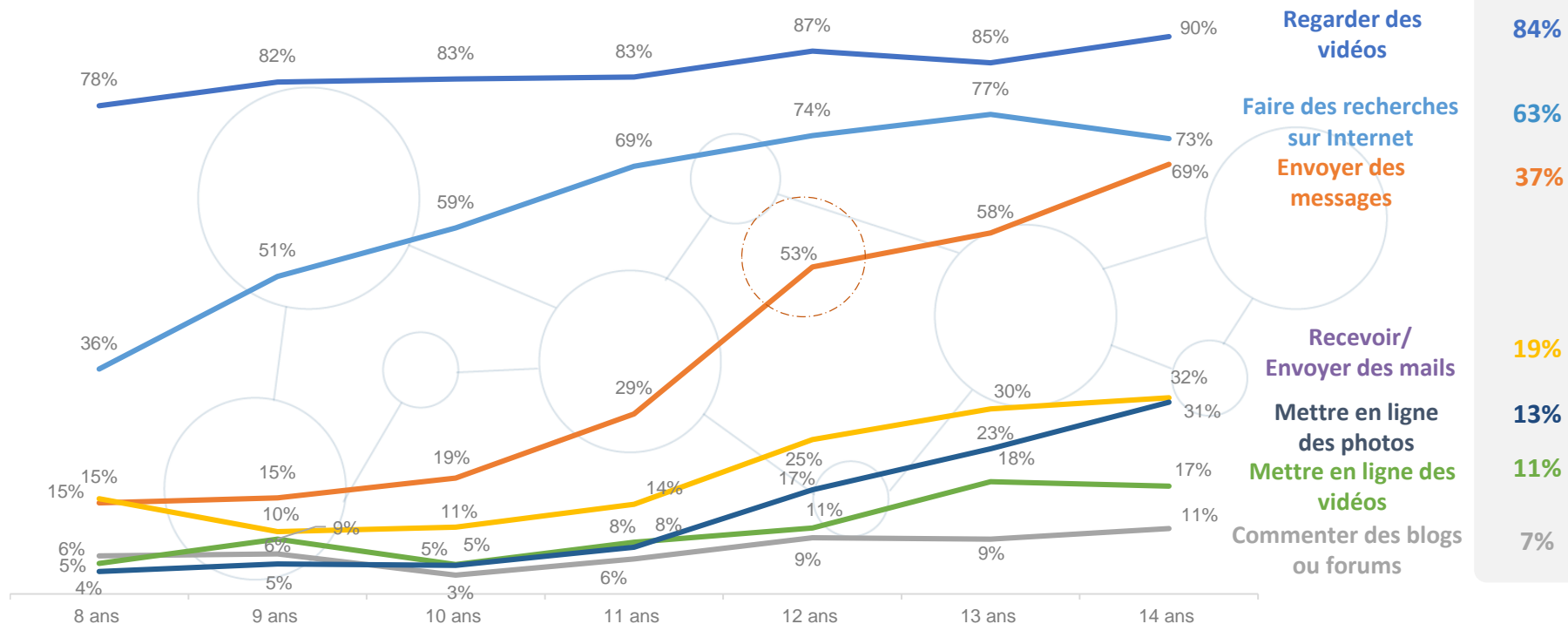
Sources : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, 2018 / mesure d'audience Médiamétrie, avril 2018



Avec l'âge les activités en ligne des enfants se diversifient

8-14 ans

Activités pratiquées sur Internet par les enfants selon l'âge



Question : Parmi les activités suivantes lesquelles pratiques-tu sur Internet quel que soit l'écran (ordinateur, téléphone mobile ou tablette) ?

Base : Ensemble des enfants internautes 8-14 ans (n=1506)

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, 2018



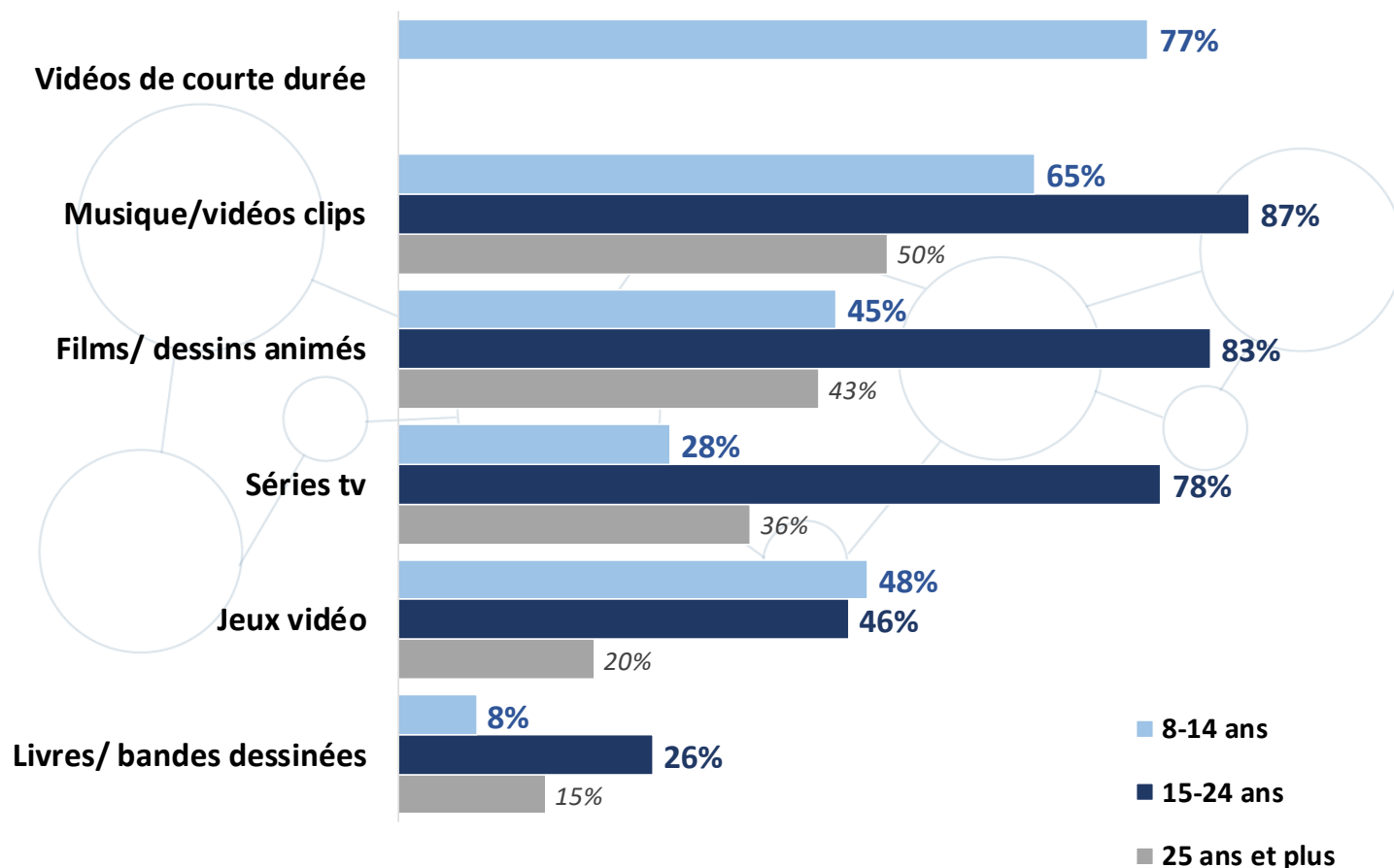
Des pratiques culturelles en ligne massives

Consommation globale de
biens culturels en ligne

8-14 ans
98 %

15-24 ans
97 %

25 ans et plus
73 %



Sources : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans / baromètre des usages 2018



Les plateformes favorisent le streaming

8-14 ans

Mode d'accès aux œuvres en ligne

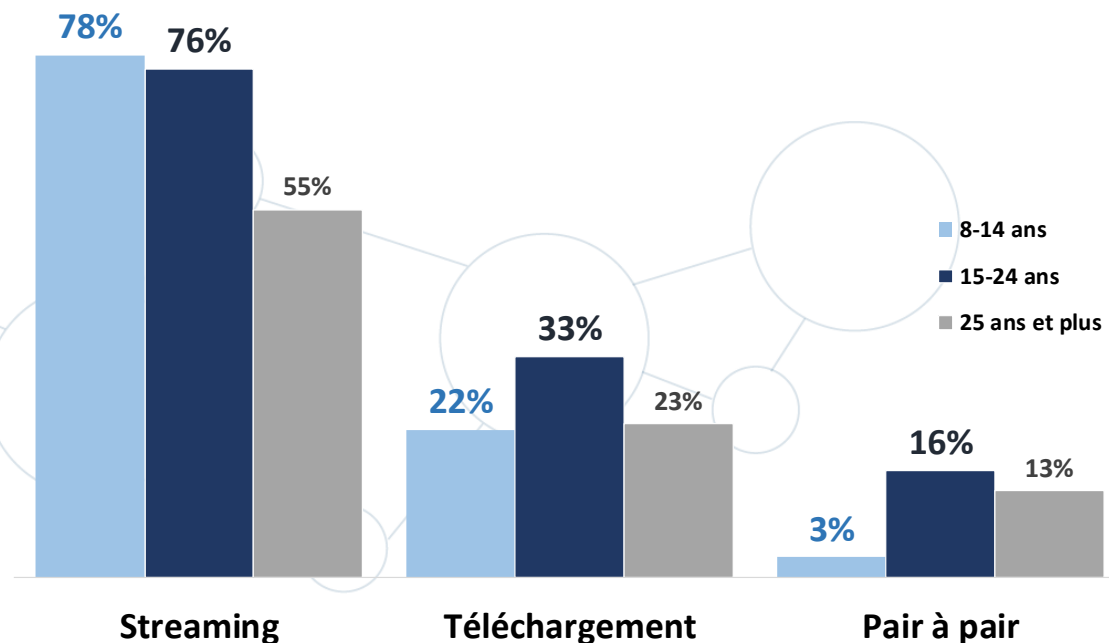


La plateforme la plus utilisée par les 8-14 ans

81%

Une fréquentation quotidienne pour

40%



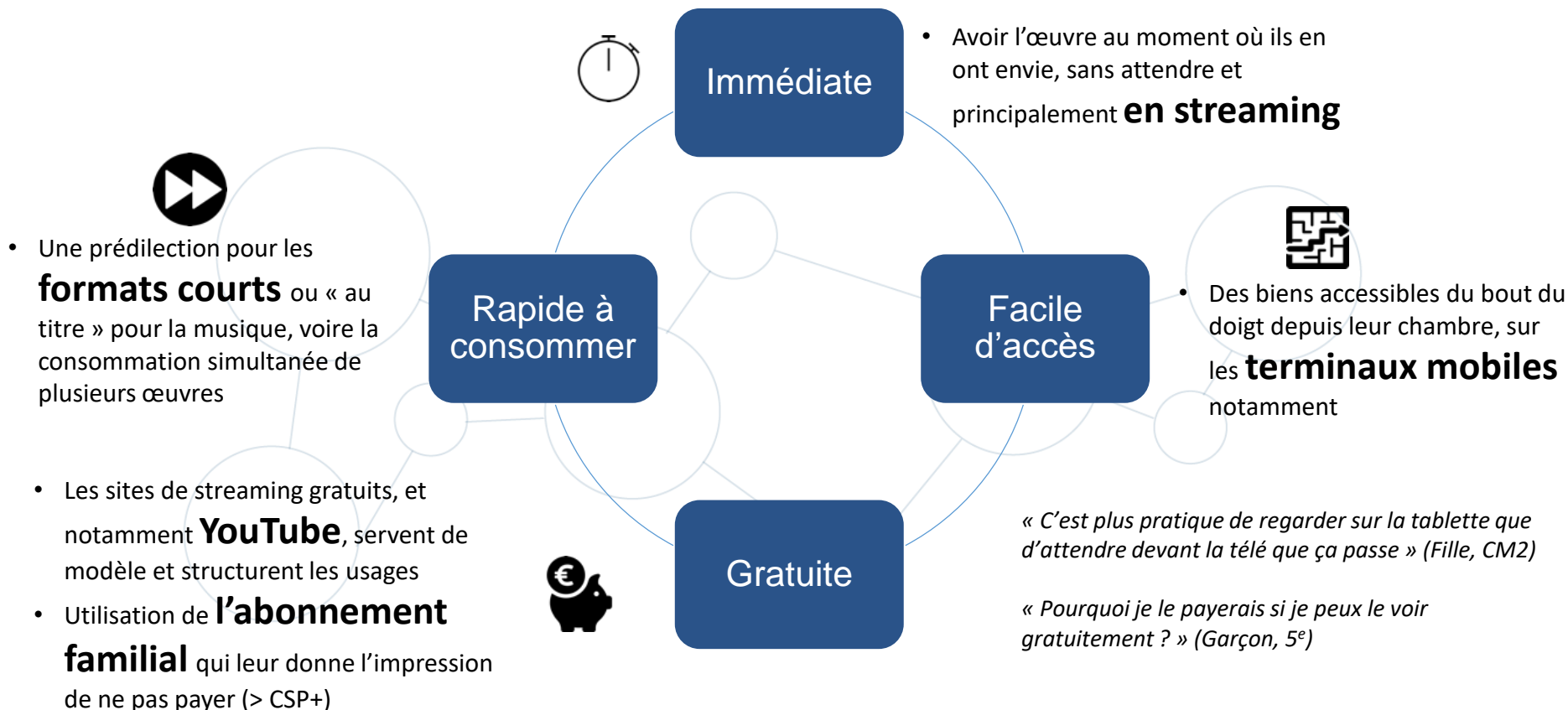
8-14 ans : mode d'accès général

15 - 24 ans et 25 ans et plus : mode d'accès utilisé au moins une fois par semaine

Sources : Hadopi, Stratégies d'accès 2018, avril 2018 / les pratiques culturelles des 8-14 ans



Au final, un effet *smartphone* : l'ère de la *fast* culture pour les jeunes consommateurs



➔ **Des biens culturels pour la plupart dévalorisés pour les plus jeunes consommateurs (8-14 ans)**

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, étude quali, 2017



15-24 ans

Une propension à payer pour des contenus en ligne qui évolue selon l'âge

La **perspective de payer pour tous les biens culturels qu'ils consomment** leur semble invraisemblable

Consommation d'une très grande quantité de biens culturels

Volonté de ne **pas réduire leur pouvoir d'achat**

Mais des nuances par tranche d'âge

LES ADOLESCENTS (15 à 18 ans)



Fiers, ils revendiquent leur agilité pour accéder aux contenus culturels sans payer.

Ils jugent « ringard » de payer pour consommer des biens culturels par ailleurs en libre accès

LES JEUNES ADULTES (19 à 21 ans)



Ils sont tiraillés entre **leur habitude du tout gratuit et leur intérêt grandissant pour des abonnements** par lassitude de la débrouille

LES JEUNES ADULTES (22 à 24 ans)



Ils **revendiquent également** leur habileté pour consommer gratuitement

Mais en parallèle, valorisent les plateformes licites et payantes qui proposent des services additionnels susceptibles d'enchanter leur expérience utilisateur

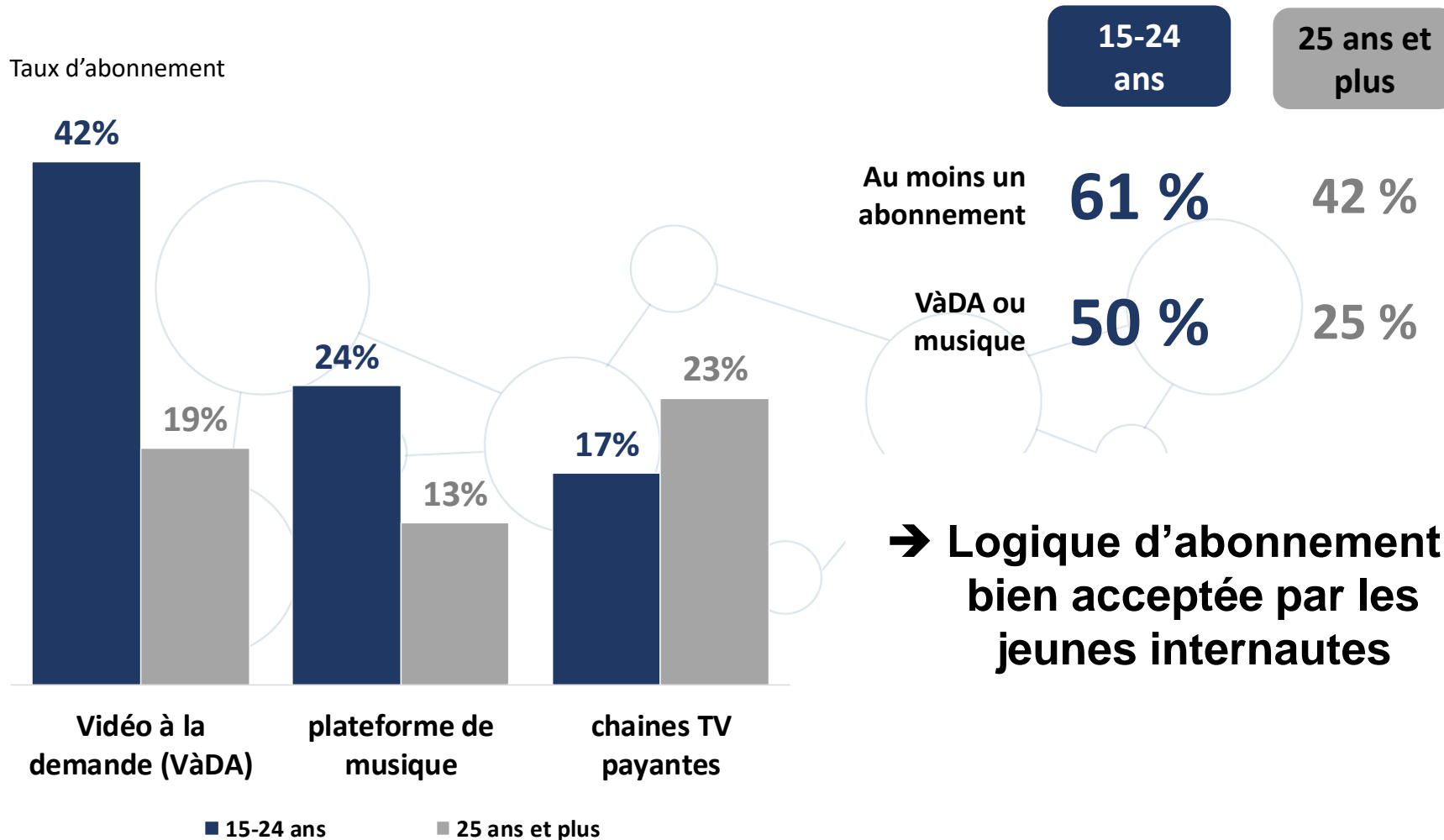
Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 15-24 ans, 2017



Une plus forte propension à payer des 15-24 ans

15-24 ans

Taux d'abonnement



Sources : Hadopi, baromètre des usages



peu, voire pas de freins à enfreindre le respect des lois

15-24 ans

1

Le frein moral de culpabilité éprouvée à ne pas respecter des droits d'auteur...

Est levé

- Par la conviction que leurs pratiques n'entravent pas le processus créatif
- Par un rejet de la stigmatisation de leur mode de consommation, jugé peu légitime
- Par transfert de la faute sur des tiers

2

Le frein pratique de complexification de l'accès aux contenus

Est **contourné** par l'instauration de gestes réflexes pour minimiser la gêne éprouvée

Est jugé **négligeable par les plus jeunes** parce que considéré comme une contrepartie acceptable de l'accès gratuit aux contenus culturels convoités

3

Les deux freins de risques

- de détérioration du matériel via virus, malwares etc. d'une part
- De sanction d'autre part

Tous deux sont relativisés à la faveur du temps et de l'expérience

Tous deux sont contournés via l'adoption de précautions d'usages et de stratégies de dissimulation et d'évitement

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 15-24 ans, 2017



Une représentation dichotomique du droit d'auteur qui les induit en erreur

15-24 ans

Les *digital natives* ont une conception des droits d'auteur particulière :

D'une part la CRÉATION

L'acte de créer par l'artiste, qui est **valorisé, et ce d'autant plus** :

- Qu'il est considéré dans son individualité (chanteur vs équipe de tournage d'un film)
- Qu'il est considéré comme un semblable : un(s) « monsieur / madame » tout le monde qui peine pour gagner sa vie ; qui « mérite » et a financièrement besoin que son travail soit rétribué

Et d'autre part LE CIRCUIT DE RÉTRIBUTION ÉCONOMIQUE

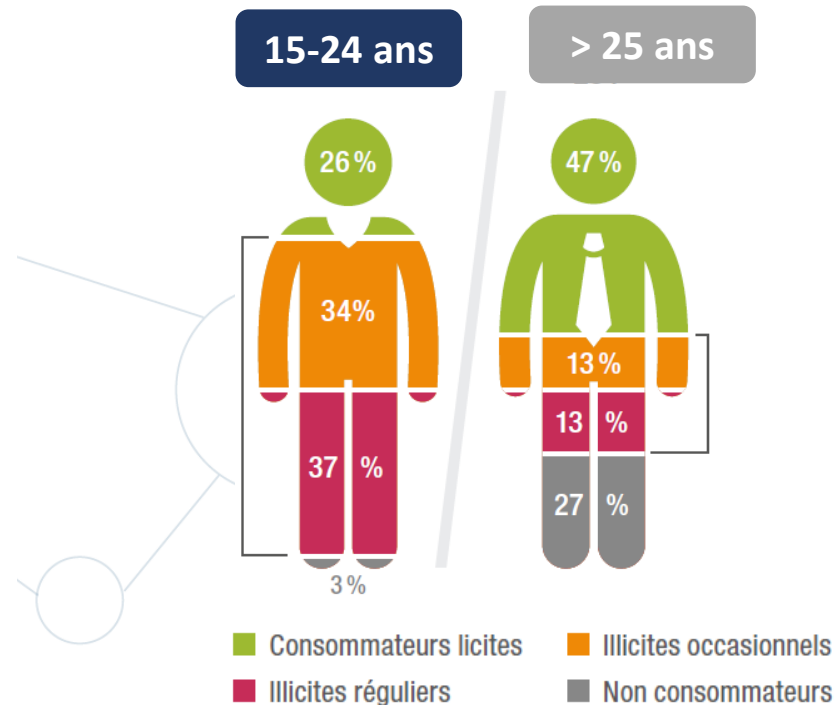
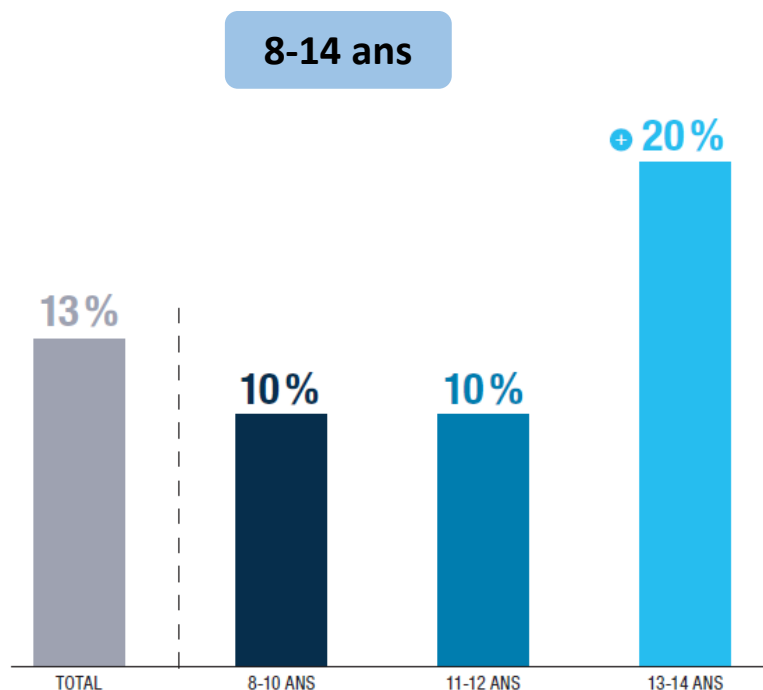
Les droits qui financent l'industrie sont jugés illégitimes et rejetés au motifs :

- D'un niveau de vie très élevé (producteur / financier/ maisons de disques très riches) qui contraste avec le niveau de vie des consommateurs
- D'une illégitimité perçue de ces acteurs à revendiquer la rétribution de la création produite par l'artiste

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 15-24 ans, 2017



Les enjeux (1/2) : la lutte contre les usages illicites



- **32 % des enfants 8-14 ans n'ont jamais entendu parler de la différence** entre sites **licites** et **illicites**
- Les **enfants de parents aux pratiques illicites** ont une **probabilité trois fois plus élevée d'avoir des pratiques illicites**

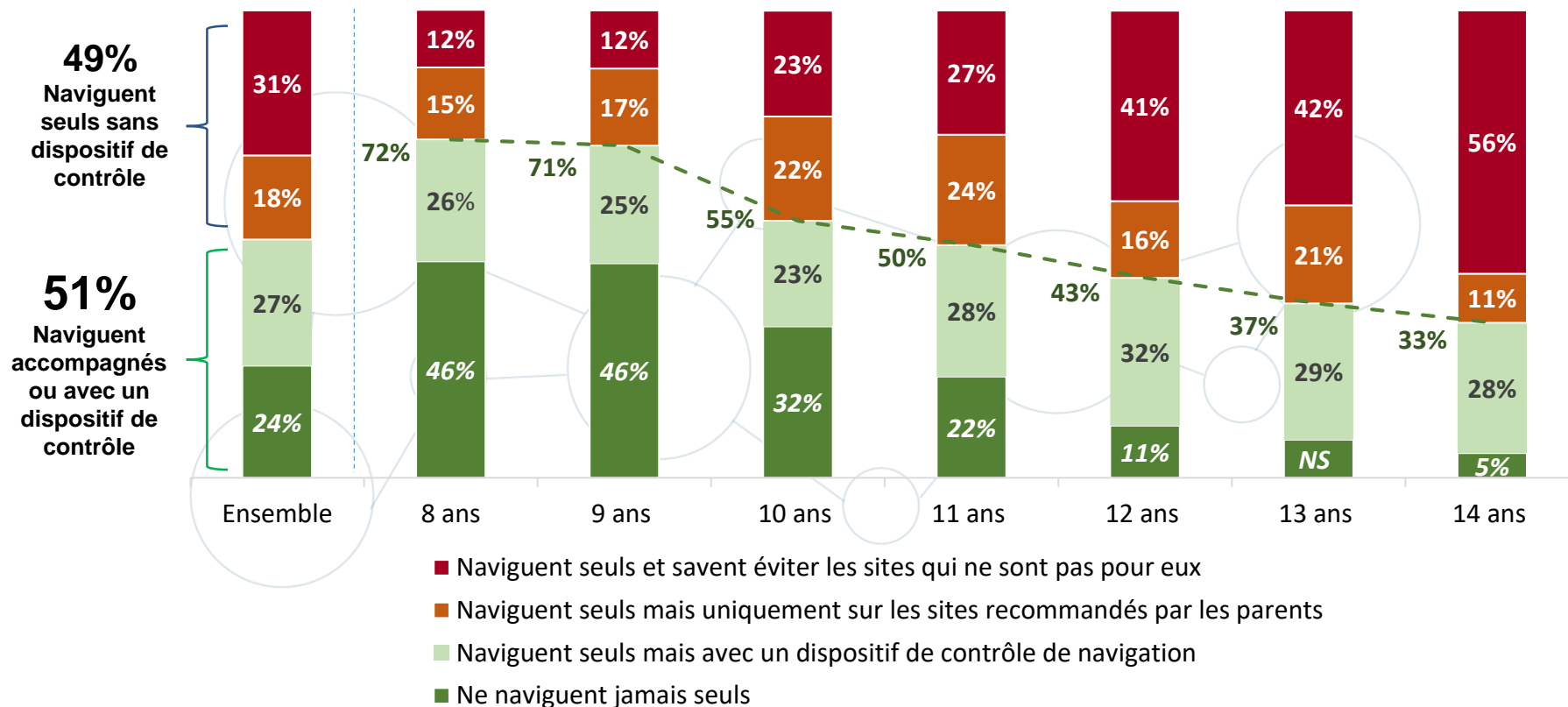


Les enjeux (2/2) : éducation des jeunes internautes

8-14 ans



Encadrement de la navigation Internet des enfants



Question : Parmi les situations suivantes, laquelle correspond le plus à votre enfant ?
Base : Ensemble des internautes de 18 ans et plus parents d'enfants de 8 à 14 ans

Source : Hadopi, les pratiques culturelles des 8-14 ans, 2018

Conference 2019 @
Marsouin

@ Recherche sur la société
numérique et l'innovation

Merci de votre attention