



LES PERCEPTIONS ET PRATIQUES DE CONSOMMATION DES *DIGITAL NATIVES* EN MATIÈRE DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS



SOMMAIRE

CONTEXTE ET OBJECTIFS

1. LES TYPES DE BIENS CONSOMMÉS PAR LES *DIGITAL NATIVES*

- 1.1 / Différences entre contenus matériels et immatériels
- 1.2 / Perception commune sur l'accès aux contenus
- 1.3 / Le critère financier restant malgré tout discriminant

2. LES USAGES ET ARBITRAGES ENTRE LES BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS

- 2.1 / Les enseignements transversaux
- 2.2 / Les pratiques spécifiques par type de bien dématérialisé
- 2.3 / Des nuances en fonction de l'âge

3. QU'EN EST-IL DE LA LICÉITÉ DES CONTENUS CONSOMMÉS ?

- 3.1 / Une consommation peu soucieuse du respect et de la licéité des contenus
- 3.2 / Quelle offre licite légale idéale ?

4. PISTES DE COMMUNICATION

CONCLUSIONS



CONTEXTE ET OBJECTIFS

- Les **15-24 ans**, que l'on a coutume de désigner par l'expression « *Digital natives* » (Prensky, 2009), représentent à la fois **les plus grands consommateurs de biens culturels dématérialisés** (91% d'entre eux en consomment contre 78% pour l'ensemble des internautes*) et ceux qui déclarent les **plus forts taux de pratiques illicites** (pour 61% d'entre eux vs 35 % pour l'ensemble*).
- Dans le cadre de sa mission d'observation et de façon à nourrir sa mission d'encouragement au développement de l'offre légale et ses actions de sensibilisation auprès du jeune public, l'Hadopi a donc souhaité étudier :
 - les **pratiques culturelles en ligne** de cette population ;
 - les **représentations** associées à ces pratiques, et notamment les **attitudes des 15-24 ans à l'égard de la licéité et du droit d'auteur**.
- Cette étude, confiée à **l'institut CSA**, réactualise l'étude « *Digital natives* » réalisée en 2013 et s'appuie également sur une méthodologie qualitative.
- L'étude porte sur les biens culturels dématérialisés suivants: musique, films, séries, jeu vidéo et livre.



* Selon la dernière vague du baromètre « Hadopi, biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français » (Septembre 2017)



RAPPEL DU DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE QUALITATIF EN TROIS TEMPS

- L'étude a été réalisée du **20 novembre au 7 décembre 2017**.
- L'échantillon était composé de **37 participants de 15 à 24 ans** :

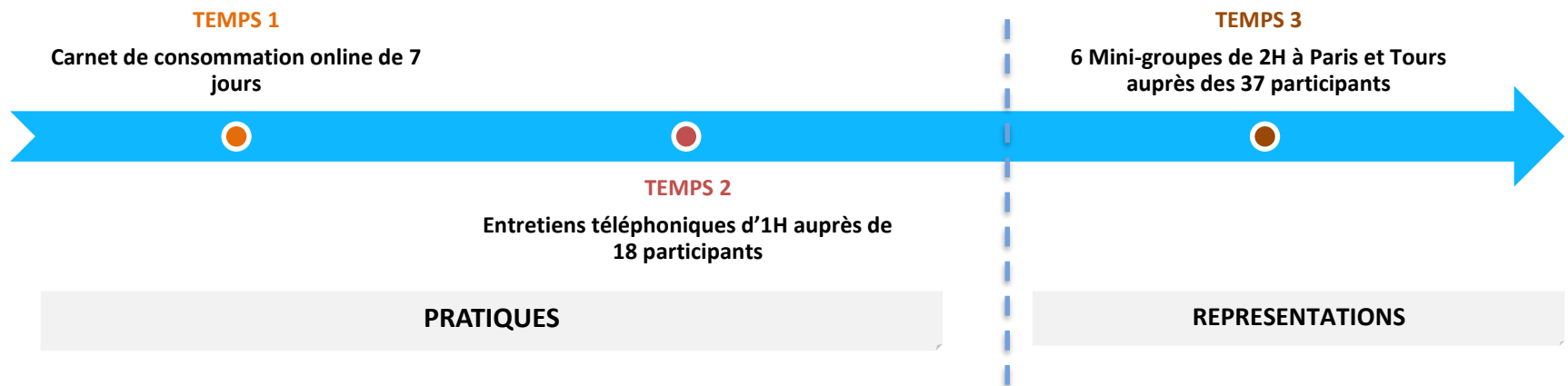
3 profils selon l'étape de vie et l'âge

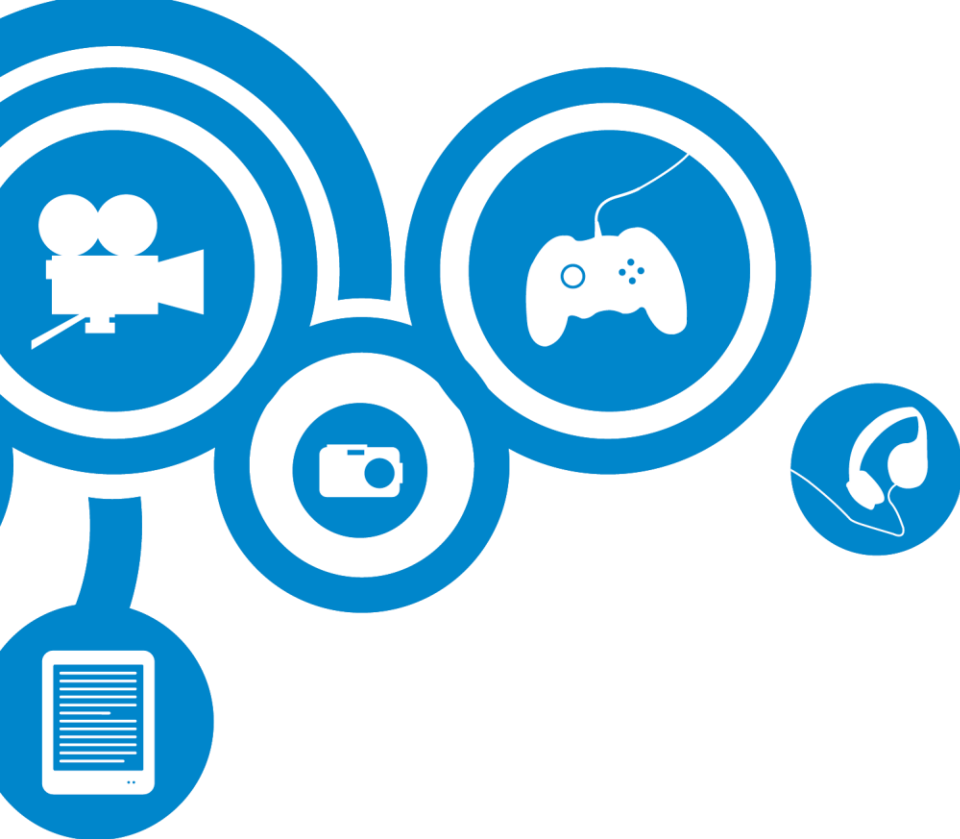
- ✓ les lycéens (15-18 ans)
- ✓ les étudiants de premier cycle (19-21 ans)
- ✓ les étudiants de second cycle et jeunes professionnels (22-24 ans)

Répartition

- ✓ Selon le lieu d'habitation: 50% en Ile-de-France, 50% à Tours
- ✓ Selon le sexe
- ✓ Selon la catégorie socio-professionnelle

- Il a été fait le choix d'une **méthodologie qualitative** en trois temps pour analyser en profondeur et comprendre les usages, attitudes et représentations de cette population de 15-24 ans :





PRÉAMBULE SUR LES CIBLES



DES USAGES ET POSTURES DES *DIGITAL NATIVES* COLORÉS PAR LEUR CLASSE D'ÂGE

Les digital natives se subdivisent en **trois classes d'âges** inscrites dans une **progressive indépendance** synonyme d'évolutions :

- Des usages de consommation des biens culturels
- Des relations et attitudes adoptées à l'égard de l'autorité et le respect des normes (licéité)



Les ADOLESCENTS

15 – 18 ans



Les JEUNES ADULTES

19 – 21 ans



Les JEUNES ADULTES

22 – 24 ans

**Progressive émancipation
de l'autorité parentale**

Progressive prise d'indépendance financière



DES ADOLESCENTS DÉPENDANT DE L'AUTORITÉ ET DES FINANCEMENTS DE LEURS PARENTS

Les ADOLESCENTS



15 – 18 ans

Ils s'emparent des contenus culturels digitaux comme d'un **OUTIL** pour **S'AUTONOMISER** à l'égard de leurs parents

Ils développent une **culture de la débrouille** qui consiste à consommer **malin/gratuit** et « **dissimulé** » du regard parental vs. bien matériels et tangibles payés par ces derniers.

Ils pérennisent l'habitude héritée de l'enfance* d'un **accès facile, immédiat et gratuit via YouTube** à la musique et aux séries, sur Smartphone la plupart du temps.

Ils revendiquent une **POSTURE** de **TEST** et de **CONFRONTATION** à l'autorité

Ils témoignent d'un appétit débordant d'**expérimentation** de tous les possibles et **notamment des pratiques illicites...**

... en toute **indépendance**, au travers de l'instauration d'un « **jeu** » de cache-cache, qu'ils jugent **peu risqué**.

« C'est de notre âge de transgresser... on veut pouvoir faire ce qu'on veut, quand on veut, essayer les choses par nos propres moyens, être détaché des parents ... découvrir par soi-même... c'est aussi expérimenter ce qui est illégal... C'est comme les enfants, tant qu'on n'est pas chopé, on continue » (15 -18 ans; Tours)

* Étude Hadopi : « *Exploration des pratiques culturelles dématérialisées des très jeunes consommateurs* », 2017



ET DES JEUNES ADULTES EN SITUATIONS TRANSITOIRES D'ÉMANCIPATIONS PROGRESSIVES

Les JEUNES ADULTES



19 - 21 ans



22 - 24 ans

Ils cherchent à **OPTIMISER LES BÉNÉFICES** qu'ils tirent des biens culturels via un usage plus varié

Les **modes d'accès et types de contenus consultés sont diversifiés** dans le cadre des études et/ou du nouveau métier exercé.

Le Smartphone reste le couteau suisse du quotidien, mais les écrans plus conséquents du foyer sont davantage investis pour des raisons de **confort physique** (en l'absence de besoin de dissimulation au regard parental).

Ils revendiquent une **POSTURE D'INDIVIDU MATURE**, capable de prendre la décision éclairée **de collaborer**, ou non, avec l'autorité / licéité

Les étapes clés du premier emploi et du logement indépendant les instituent progressivement dans un statut d'adulte indépendant et responsable.

Dans ce contexte, la lassitude à l'égard des inconforts d'accès aux contenus illicites, génère une appétence pour les plateformes payantes agrémentées de services d'optimisation / fluidification de l'expérience de consommation.



1. LES TYPES DE BIENS CONSOMMÉS PAR LES *DIGITAL NATIVES*



1.1 / DIFFÉRENCES ENTRE CONTENUS PHYSIQUES ET DÉMATÉRIALISÉS



DES CONTENUS CULTURELS PHYSIQUES MAJORITAIREMENT PEU CONSOMMÉS

Les biens culturels matériels **acquis durant l'enfance** sont le plus souvent **délaissés** : ils sont jugés **peu pratiques**

Lorsque le contenu est particulièrement valorisé / apprécié il **est acheté** (CD, DVD de musique films, jeux) :



- Dans une logique de **stockage** d'un souvenir
- Dans une logique de **soutien**, quasi symbolique pour encourager les petits/jeunes artistes : qui débutent, et gagnent peu d'argent

« A part certains films que j'aime beaucoup que je veux garder, mais dans ce cas je vais les acheter en format DVD » (22 – 24 ans, Paris)

« Les films et séries j'achète si vraiment j'aime beaucoup » (19-21 ans, Tours)

« Bah les séries je les achète pas du tout. Les films, j'ai pas mal de DVD, j'adore les Disney, c'est tout bête. Mes films préférés je les ai en DVD. Les CD, à l'époque j'avais les baladeurs CD, j'en ai gardé quelques uns » (19-21 ans, Tours)

« Franchement, dans les 2 dernières années j'ai acheté les albums de Drake parce que je voulais une date de concert. Je me dis que s'ils font plus d'argent avec les ventes d'albums ils auront une date de concert, c'est pour encourager le label » (22 – 24 ans, Tours)



Y COMPRIS LES PLUS VALORISÉS

Des sorties au cinéma ou en concerts très valorisées par les *digital natives* ...

Parce qu'elles constituent des « **expériences totales** », de dépaysement et de partage, émotionnellement plus intenses que les consommations de biens culturels dématérialisés.

« Le cinéma c'est la première fois qu'on voit un film, l'actualité est mieux, on est plusieurs dans la salle, on peut commenter avec nos amis... C'est une histoire de qualité sonore et visuelle, on ressent plus le film, pareil la télé c'est plus fort que la tablette » (15 -18, Tours)

« Pour écouter de la musique je préfère être posé chez moi dans mon canapé, mais si je veux me défouler, je vais dans les concerts c'est parfait, et pareil qu'au ciné, y'a une ambiance, tout le monde est là pour ça. » (19-21 ans, Paris)

En revanche, **des livres papier TOUJOURS préférés** aux dématérialisés : plus simples à saisir et à annoter et moins fatigants à utiliser

... Mais un coût et des contraintes trop élevés pour être supportés au quotidien

En premier lieu le coût **financier**, très élevé en comparaison des contenus culturels dématérialisés

Mais aussi le coût **organisationnel**, compte-tenu du temps nécessaire pour se procurer les billets et se rendre sur place, à des horaires délimités et dans des lieux publics.

« Le ciné, j'aimerais bien y aller souvent, mais il n'y a pas forcément de films qui me plaisent et en plus il faut que je me déplace, que je sois là à telle heure etc... Alors que de télécharger un film sur Internet ou de le regarder sur mon appli, c'est instantané, et ça me coûte rien » (22 – 24 ans, Paris)



EN PARALLÈLE, UNE CONSOMMATION QUOTIDIENNE DE CONTENUS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS QUI SATISFAIT DEUX DE LEURS EXIGENCES



Une banque de données complète

Un **accès à la totalité des contenus culturels** : musique, films ou séries (en très mineur les jeux vidéos)

Constamment renouvelés avec les dernières sorties

Et peu encombrants à consommer (dans le cloud ou la mémoire des supports)

La possibilité d'un choix « sur mesure »

Des contenus culturels parmi lesquels **zapper, piocher, butiner**, en fonction de ses goûts personnels... eux-mêmes en évolution au gré des sorties de biens culturels et de l'évolution des goûts des *digital natives*

Un choix personnalisé calqué sur les préférences évolutives des consommateurs (vs. achat à la pièce de contenus indivisibles tels que les CD).



AU-DELÀ, DES CONTENUS QUI OFFRENT AUX *DIGITAL NATIVES* UN ACCÈS DÉMOCRATISÉ À LA CULTURE

Un ACCÈS
LIBRE,
DIRECT...

Un accès en toute autonomie aux contenus culturels désirés (vs. dépendance à un médiateur indispensable pour les générations précédentes, qui achète les contenus ou les supports pour les consommer et qui les fait découvrir).

...
INSTANTANÉ
...

Une habitude acquise de « piocher » sur le net les réponses immédiates aux besoins de connaissance ou de consommation.

... EN
CONTINU ...

Un usage omniprésent, tout au long des journées, quel que soit le contexte, via des terminaux variés.

... ET
GRATUIT

Une gratuité qui gomme les différences de classes sociales en matière d'accès à la culture.



1.2 / PERCEPTION COMMUNE SUR L'ACCÈS AUX CONTENUS



LES *DIGITAL NATIVES* SONT HABITUÉS À PAYER PEU POUR CONSOMMER LEURS CONTENUS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS ...

Les *digital natives* ont pris l'habitude d'accéder directement et gratuitement à la plupart des contenus qu'ils consomment

A côté des offres payantes de contenus culturels dématérialisés licites, ils optent pour les options gratuites illicites

« Quand j'ai le choix entre le gratuit et le payant je choisis le gratuit. Avec un salaire ça changerait pas beaucoup. C'est pas quelque chose que j'envisage. C'est peut-être parce que j'ai l'habitude » (22 -24 ans, Paris)

« On a grandi, on n'a jamais payé pour ça. Comme si demain on devait payer pour de l'air. Dans mon entourage, si je dis que j'ai un accès à un album de musique comme ça, ils vont me dire: « c'est débile ! » J'ai jamais payé pour une musique. Si demain je dois payer je vais pas comprendre pourquoi » (19 - 21 ans, Tours)

Il leur arrive néanmoins d'utiliser des forfaits à bas prix, payés soit par leurs parents, soit par eux

En complément de ces contenus culturels gratuitement consommés, certains ont des abonnements d'autant moins chers qu'ils en partagent le prix avec leurs proches

« Pour l'instant je suis toute seule sur mon abonnement Netflix, on me l'a offert pour mon anniversaire, et je le partage avec personne car tout le monde autour de moi l'a déjà, mais sûrement bientôt je vais le faire, pour faire participer mon père ou ma sœur » (22 – 24 ans, Paris)



... ET CE DEPUIS TOUJOURS

Un accès aux contenus culturels dématérialisés dès leur plus jeune âge, de contenus illicites et licites

Via un ou plusieurs membres de leur famille (frères et sœurs, parents)

« Avant je regardais les films et les séries... Des trucs mais par le biais d'autres gens » (15-18 ans, Paris)

« Avant mon père téléchargeait énormément et je regardais ses films et j'écoutais les musiques de mon frère » (22 – 24 ans, Paris)

Puis une initiation aux techniques d'accès à ces biens culturels licites et/ou illicites

Via leurs proches (grand frère ou sœur ou parents, oncle ou tante) ; ou plus rarement par leurs pairs

« C'est mon frère qui me l'a fait connaître. Au début oui, j'avais déjà entendu, ça me faisait peur d'y aller » (15 – 18 ans, Tours)

Depuis ils les mobilisent et transmettent à leur tour le fruit de leurs pratiques ou de celles de leurs proches à ceux qui n'y parviennent pas

Ils fournissent les contenus culturels licites et illicites à leur petit frère / sœur, parent, père ou mère peu familiers du digital, pairs

« Ma mère ça la fatigue de devoir apprendre tous les trucs sur lesquels il faut pas cliquer, fermer les pubs. C'est moi qui le fais » (15-18 ans, Paris)

Les premières étapes de ce processus d'apprentissage / transmission **ne distingue pas les contenus licites et illicites**.
C'est uniquement à l'adolescence que les digital natives réalisent le caractère illicite de leurs pratiques

* Étude Hadopi : « Exploration des pratiques culturelles dématérialisées des très jeunes consommateurs », 2017



DANS CE CONTEXTE ILS PEINENT À ACCEPTER L'IDÉE DE DEVOIR PAYER POUR CES CONTENUS

Les *digital natives* **n'envisagent pas de payer plus cher** cet **accès quasi illimité aux biens culturels dématérialisés** qu'ils connaissent et considèrent comme un acquis depuis leur enfance.

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

Parce qu'ils sont **habitués à consommer une très grande quantité** de biens culturels

Ils considèrent que leurs moyens limités ne leur permettraient pas de payer mais aussi tout simplement par habitude.

Parce qu'ils **ne souhaitent pas réduire leur pouvoir d'achat**

Ils craignent l'apparition d'un **nouveau poste de dépense** pour accéder à des contenus qu'ils ont toujours eu gratuitement ou à moindre frais



MÊME SI L'ON CONSTATE DES NUANCES EN FONCTION DE L'ÂGE

LES ADOLESCENTS (15 à 18 ans)



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

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

« La personne qui télécharge tout le temps elle adore les films et musiques... les séries tendances dont tout le monde parle. Elle est à la page, ses amis pensent qu'elle est cool, maligne... Elle est populaire » (15-18 ans, Tours)

« Netflix et Spotify c'est intéressant les exclusivité, mais après je trouve que ça fait cher l'abo pour ce que c'est. Ces séries on peut les retrouver en streaming derrière » (15-18 ans, Tours)

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

« C'est pas utile de payer sauf si c'est urgent (et qu'on n'a pas le temps d'y accéder gratuitement). C'est mettre de l'argent dans le vent. Maintenant j'ai un abonnement Netflix depuis quelques semaines, j'ai beaucoup de séries que j'ai pas besoin de télécharger les 20 épisodes, les avoir d'un coup, les regarder comme ça, c'est assez facile. C'est assez bien. » (19-21 ans, Tours)

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

« Quand on est plus jeune on n'a pas forcément d'argent pour payer ses besoins. Quand on grandit 10 euros par-ci, c'est pas grave, surtout qu'on a l'assurance d'avoir la série sous titrée, HD, qui sort le jour même. C'est pas hors de prix. » (22-24 ans, Paris)



1.3 / LE CRITÈRE FINANCIER RESTANT MALGRÉ TOUT DISCRIMINANT



UN ACCÈS QUI RESTE POUR PARTIE SOCIALEMENT INÉGAL

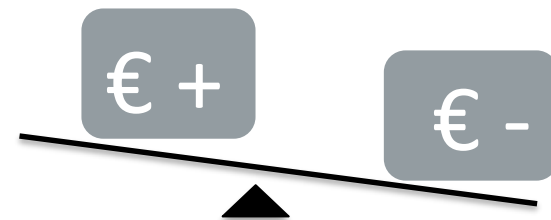
Même si le **capital culturel des parents tend à moins impacter** les usages de consommation des contenus culturels dématérialisés de leurs enfants

« Internet est la plus grosse bibliothèque aujourd'hui de biens culturels ou autres, c'est très simple à acquérir. Avant un ado aurait dû acheter des CD avec ses parents, maintenant il dit je vais sur l'ordi, ou il va sur YouTube et c'est fini » (19-21 ans, Tours)

le **capital financier des parents** des *digital natives* reste prépondérant dans l'influence de la consommation de leurs enfants :

- D'une part, sur la **nature** des contenus culturels consommés
- D'autres part, sur **l'étendue** des contenus accessibles

Les contenus licites étant le plus souvent payants et donc uniquement souscrits par les plus aisés





DE FAIT, UN CAPITAL FINANCIER AISÉ QUI FAVORISE UNE CONSOMMATION MIXTE DE CONTENUS : LICITES ET ILLICITES



Les ADOLESCENTS



Ils consomment pour partie des biens culturels dématérialisés licites via les **abonnements souscrits par leurs parents**

En parallèle, ils **consomment également des contenus illicites et gratuits**.

Ils éprouvent une certaine **fierté** à « **se débrouiller** » par eux-mêmes pour consommer malin et gratuit. Par ailleurs, ils tirent un certain plaisir à « tester les limites » en transgressant les règles.

Au final, ils **consomment prioritairement des biens culturels illicites**

Les JEUNES ADULTES*



Ils **conservent leur consommation licite** via les plateformes d'abonnement payantes (financés par leurs parents ou eux-mêmes).

En parallèle **leur consommation de biens culturels illicites baisse** à mesure qu'ils se lassent des désagréments induits par ce type de consommation.

Dans la pratique, ils **utilisent prioritairement les plateformes de contenus licites qu'il jugent plus confortables**. En mineur, lorsque les plateformes licites ne proposent pas le contenu recherché, ils se reportent sur de l'illicite.

* Plus les jeunes adultes sont âgés, plus ils sont attirés par la consommation de type licite / payante



QUAND UN FAIBLE CAPITAL FINANCIER FAVORISE LA CONSOMMATION EXCLUSIVE DE CONTENUS ILLICITES ET GRATUITS



Les ADOLESCENTS



Ont **uniquement accès aux contenus culturels gratuits**, la plupart du temps **illicites**, en l'absence d'abonnement aux contenus culturels licites par les parents.

Ils **partagent** avec leurs parents la **culture de la débrouille** synonyme d'un '**consommer gratuit**' le plus souvent possible.

Certains* **parents basculent dans une consommation de contenus illicites** via l'exemple de leurs enfants, en dépit de leur intégration préalable de l'interdit moral.

*Une pratique observée qualitativement mais non mesurée

Les JEUNES ADULTES



Ils ont une **attrait pour les plateformes de contenus payantes** :

- Par appétence pour les services associés qui optimisent l'expérience consommateur
- Par abandon de la posture de défis à l'égard de l'autorité

Mais, **par contrainte budgétaire, ils se rabattent sur les contenus gratuits, le plus souvent illicites** ; et pour la musique sur la version gratuite des plateformes licites (ex: Deezer gratuit).



AU FINAL, DEUX FIGURES IDÉALES TYPIQUES DE CONSOMMATEURS APPARAISSENT, EN FONCTION DE L'ÂGE ET DU NIVEAU DE CAPITAL FINANCIER

A une extrémité, La figure du consommateur agile

(Les plus jeunes et/ou peu aisés financièrement)

- Expert il détient et tire parti de son savoir faire pour consommer gratuitement les contenus que les autres paient
- Il regarde de haut ceux qui acceptent de payer

« [Le portrait stéréotypé de la personne qui ne consomme pas de contenus illégaux sur Internet?] : Quelqu'un de plus de 40 ans qui n'a pas grandi avec Internet et qui n'a pas les capacités et ne pratique pas internet comme les jeunes »; « Il a peur d'avoir un virus, il ne sait pas prendre des risques »; « [Ses amis pensent de lui ?] Qu'il n'est pas « fute-fute », ils se disent que c'est bête de payer pour quelque chose qu'elle pourrait avoir gratuitement »; « Il doit se faire arnaquer de temps en temps. Il va prendre en VOD alors que le Replay est juste à côté » (19-21 ans, Tours)

A l'autre extrémité, La figure du consommateur hédoniste

(Les plus âgés , financièrement aisés)

- Adeptes des contenus culturels dématérialisés pour se ressourcer ils sont soucieux de préserver leur temps et leur énergie. Ils valorisent fortement les services d'optimisation de leur confort d'utilisation.
- Ils dévalorisent le recours systématique aux contenus dématérialisés illicites, qu'ils jugent de plus en plus complexes et chronophages d'accès

« [Le portrait de la personne qui ne consomme que des contenus illégaux?] : « un adolescent en surpoids »; « Le stéréotype du « geek », qui sait pas trop quoi faire de sa vie », « il n'a pas de sous, il a pas de bonnes notes... il est un peu perdu »; « il a pas trop d'amis ou plutôt ses amis sont virtuels. Il s'identifie beaucoup à la culture internet »; « c'est son kiffe de détourner les lois » (22 – 24 ans, Paris)



EN BILAN

Les *Digital natives* consomment essentiellement des biens culturels dématérialisés qui satisfont leurs besoins de **diversité** et de **personnalisation** des contenus.

Au-delà ils apprécient tout particulièrement le fait d'accéder gratuitement à tous ces contenus, dont une large part se trouve être illicite.

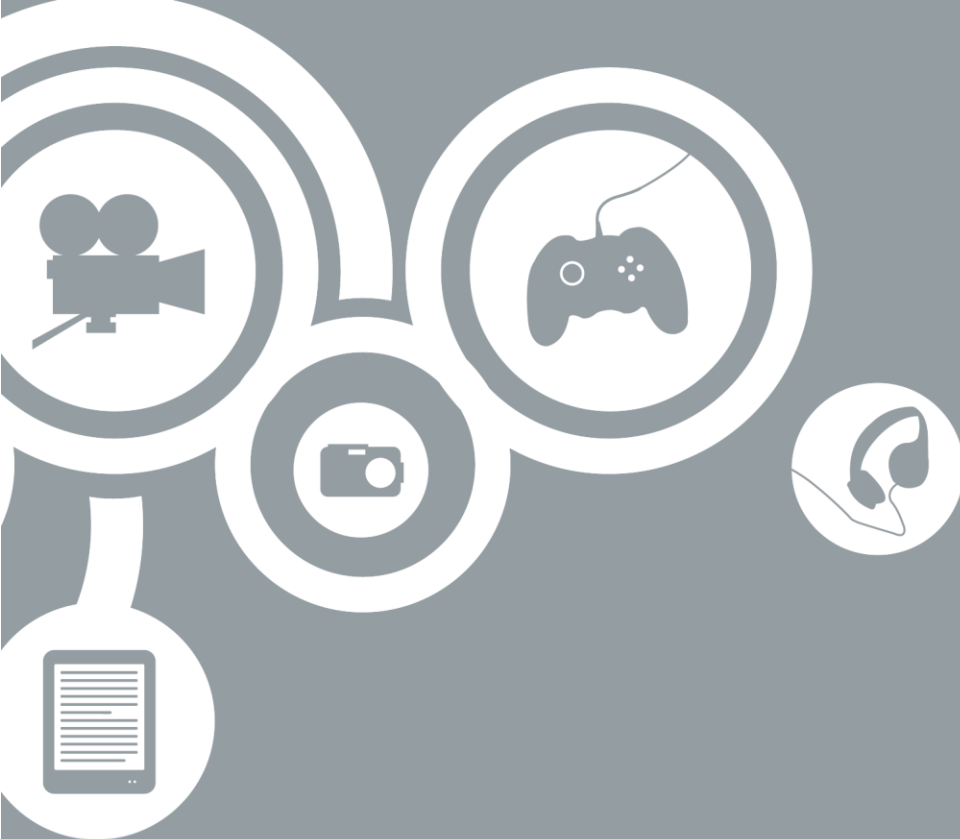
L'accès immédiat à des contenus gratuits démocratise l'accès aux contenus culturels. **Cependant**, les inégalités sociales demeurent dans la mesure où seuls les plus aisés peuvent s'offrir des abonnements payants licites en complément.

Tout au long de leur vie, les *digital natives* ont été habitués à accéder gratuitement à une grande quantité de contenus culturels illicites (quelle que soit leur consommation de contenus licites par ailleurs).

Il leur est par conséquent toujours difficile d'envisager les choses autrement, et de se mettre à payer pour accéder à ces contenus culturels.



2. LES USAGES ET ARBITRAGES ENTRE LES BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS



2.1 / LES ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX



LES *DIGITAL NATIVES* ALTERNENT PLUSIEURS TYPES DE RECHERCHE VIA DES PORTES D'ENTRÉES VARIABLES POUR ACCÉDER AUX CONTENUS

Au début de la recherche

Lorsqu'ils savent a priori ce qu'ils souhaitent consommer, ils procèdent par essai / erreur pour localiser le contenu recherché (films ++)

Lorsqu'ils ignorent ce qu'ils souhaitent consommer, ils utilisent des services d'aide (Playlists, résumés, suggestions)

« Quand je vais voir un film sur internet c'est pas pour du lèche vitrine, je sais ce que je vais voir avant de le regarder » (22-24 ans, paris)

Puis ils alternent entre différentes portes d'entrées

Via **Google** en prenant les premières références ou plus rarement des noms de sites
➔ Transverse

Via **You**Tube**** et/ou des applications sur Smartphone pour un accès accéléré
➔ Adolescents +



Via un abonnement, pour bénéficier des services d'aides
➔ Jeunes adultes +



« Au départ je mettais juste le nom du film et streaming sur la barre et je tombais sur ces sites-là, alors j'y suis resté car ce sont toujours ceux qui tombent en premier » (15-18 ans, Tours)

« Spotify a changé ma façon de prendre la musique, avant fallait passer par l'ordi, synchroniser, ça prenait 10 min pour 3 musiques. Là je l'ai directement en quelques secondes sur mon téléphone » (15-18 ans, Tours)

NETFLIX

CANAL+





PAR LA SUITE, ILS COMBINENT PLUSIEURS MODES D'ACCÈS AUX CONTENUS, AVEC UNE INTENSITÉ VARIABLE

Des moins
pratiqués...



... aux plus
fréquents

De la main
à la main



En
pair à pair



En
téléchargement
direct



En
streaming





LE PARTAGE DE DONNÉES DE LA MAIN À LA MAIN EST UTILISÉ DE MANIÈRE TRÈS PONCTUELLE

Des *digital natives* peu enclins à pratiquer ce mode de partage

Un mode de transmission le plus souvent dédié aux consommateurs qui peinent à trouver et accéder eux-mêmes aux contenus qu'ils souhaitent consommer



Avec pour exception :

Des films échangés à l'occasion de soirées partagées entre pairs

« Oui, ça m'arrive de partager les films par clé usb : quand on se voit avec des amis on ramène le pc pour les soirées films et on s'échange les films » (22 – 24 ans, Paris)

Des fichiers acquis de manière complexe / innovante transmis aux amis

« Mon ami qui a la flemme de télécharger un album d'un artiste, mon père l'a déjà fait, je vais lui passer la clé USB pour qu'il l'ait (15 – 18 ans, Paris)

Des fichiers audio directement communiqués d'un appareil mobile à un autre

« Des fois, mais plus pour des musiques, par clé usb ... Par exemple quand un ami met sa musique à la cafet' au lycée, ça m'arrive de lui demander s'il peut me passer la musique sur une clé usb » (15-18 ans, Tours)



UNE PARTIE DES *DIGITAL NATIVES* PRATIQUE LE PAIR-À-PAIR LE PLUS SOUVENT SANS LE SAVOIR



La notion de *pair-à-pair* est inconnue et incomprise de ceux qui la pratiquent

A deux exceptions près, les *digital natives* décrivent leurs pratiques de pair-à-pair comme s'il s'agissait de téléchargements classiques.

Un logiciel certes mis en place sur l'ordinateur mais dédramatisé : installé par un tiers ou fortuitement, sans qu'ils ne s'en soient rendu compte, ou perçu comme un simple lecteur de 'vidéo'.

«Le uTorrent C'est mon frère encore qui m'a téléchargé ça sur mon PC fixe.» (15-18 ans, Paris)

Tous sont convaincus que leurs pratiques sont peu risquées parce qu'elles ne relèvent pas de l'échange concret de contenus

« [Sur les sites c'est du peer-to-peer ou du téléchargement direct?] Ça me parle pas du tout ces choses. Je pense que c'est du téléchargement direct. [Le peer-to-peer c'est du partage]. Ah non moi je partage pas mes fichiers, je savais même pas qu'on pouvait faire ça. Non je le ferais pas. je trouve ça bizarre de partager les fichiers. je comprends pas le contexte... j'aurais un peu peur, je sais pas pourquoi. c'est un peu moi la base du truc, du coup je me dis... si on me retrouve... je préfère télécharger pour moi et que ce soit que pour moi... je trouverais ça un peu bizarre de mettre sur un site les films que j'ai téléchargé » (22 – 24 ans, Paris)

Au-delà, consciemment ou non, le pair-à-pair est de moins en moins utilisé par les *digital natives* qui pratiquent moins le téléchargement au profit du streaming



LES *DIGITAL NATIVES* DÉLAISSENT LE TÉLÉCHARGEMENT EN FAVEUR DU STREAMING



Les progrès techniques ont rendu le *streaming* plus attractif que le téléchargement :

- Avant tout parce que le streaming **est plus facile / immédiat d'accès**. Les contenus sont rapidement chargés et il est possible de les consommer sans pâtir de bugs, difficultés dans le visionnage de contenus lourds tels que les films
- Par ailleurs le *streaming* permet de **ne pas encombrer / surcharger la mémoire** de stockage des appareils
- Enfin le *streaming* **est jugé moins risqué** en termes de virus / *malwares* et de sanction pénale. Bien qu'ils gèrent facilement ces risques, les *digital natives* préfèrent une solution, gratuite, qui leur évite d'avoir à être vigilants.

Dans ce contexte, la balance des risques encourus / bénéfices obtenus est revue en faveur du *streaming*

« J'ai utilisé Cacaoweb et zone de téléchargement après. Il n'y a pas longtemps j'ai revu Ugly Betty et j'ai tout vu en streaming et il n'y avait aucun problème, c'était très bien. Maintenant ça fait 2 ans que je télécharge plus presque, déjà le fait que c'est illégal, on a peur de se faire choper, puis ça peut apporter des virus... » (22 – 24 ans, Tours)



TOUTEFOIS LE TÉLÉCHARGEMENT RESTE PRATIQUÉ DANS DES CONTEXTES SPÉCIFIQUES



Une pratique de prédilection en cas

- De consommation de contenus **lourds**, combinés à un réseau défaillant, ou une heure de forte écoute (plus présent à Tours)
- De **mauvaise connexion** à Internet qui nécessite un pré-chargement de contenus (ex: dans le métro)
- De souhait **de maîtrise** du rythme de diffusion (possibilité de faire des pauses, fractionner la visualisation)
- De **petits forfaits datas** (notamment chez les adolescents, dont les parents détiennent un faible capital financier)

« Par exemple, quand je vais sur Zone Téléchargement je peux choisir entre un lien pour le streaming et un lien pour le téléchargement. D'habitude je clique sur « streaming ». Mais il m'arrive de choisir le lien « téléchargement » si je ne suis pas sûre d'avoir le temps de le regarder en entier, que je vais devoir interrompre la lecture du film pour la reprendre plus tard » (19-21 ans, tours)

« Il faut payer pour le temps sur Internet aussi, on a un désavantage là-dessus... je n'ai pas Internet illimité donc ça n'est pas dans mon intérêt de faire du streaming » (15 -18 ans, Tours)



ENFIN, DEPUIS 2013 LA PRATIQUE DU *STREAM-RIPPING* S'ACCROIT VIA LE RECOURS AUX CONVERTISSEURS

Tous ont progressivement adopté ce nouveau mode d'accès qui présente de très nombreux atouts à leurs yeux

- La **rapidité** accrue d'accès aux contenus et de chargement des contenus
- La possibilité de les consulter **hors ligne** sans risque d'être identifié par l'Hadopi
- La possibilité de consommer et charger des contenus en **mobilité**

Un usage enfin facilité par l'apparition d'application nouvelles génération plus fluides, qui font l'économie du passage par l'ordinateur

« (Amérigo) J'ai une application sur mon téléphone, qui permet, n'importe quelle vidéo qui se met en route, ça copie le lien et ça se met dans le téléphone », j'ai une flèche, je clique dessus, ça met en téléchargement et je l'ai sur mon téléphone ». (15-18 ans, Paris)

Il s'est par ailleurs tout particulièrement développé auprès des adolescents car

- Ils privilégient les usages en mobilité sur leur Smartphone de contenus pré-chargés consultables en hors ligne
- Ils sont avant tout en attente de services gratuits qui leur offrent un accès plus immédiat aux contenus qu'ils souhaitent consommer.

« J'ai une application sur l'Apple Store que j'ai téléchargé et qui me permet de télécharger sur YouTube ou d'autres sites, ça s'appelle Amerigo, je vais sur Youtube et ça télécharge le lien et je peux l'écouter sans réseau »; « Moi j'en ai une c'est le même principe mais c'est Videolite, c'est le même principe » (15 – 18 ans, Tours)



DEPUIS 2013, DIFFÉRENTES ÉVOLUTIONS CONJONCTURELLES ONT MODIFIÉ LA DONNE

Des évolutions techniques identifiées par les *digital natives* qui ont permis d'optimiser leur expérience client vers

Plus de fluidité

- Développement de la fibre et de la 4G
- Le bon qualitatif du streaming (possibilité de consulter des contenus lourds tels que des films sans coupure)

Plus de confort

- L'augmentation des providers et de la qualité des services
- L'apparition de la diffusion multi-support

Des évolutions contractuelles et financières, peu conscientisées mais qui ont démocratisé l'accès aux contenus licites et payants sur internet

- L'inclusion d'abonnements dans les offres de téléphonie mobile
- L'apparition du partage de compte
- La baisse du coût des abonnements



2.2 / LES PRATIQUES SPÉCIFIQUES PAR TYPE DE BIEN DÉMATÉRIALISÉ



UNE HIÉRARCHISATION DES TYPES DE CONTENUS CONSOMMÉS PAR LES *DIGITAL NATIVES* TRANVERSE

Les *DIGITAL NATIVES* consomment **au quotidien de la musique** et des **séries**



Ils visionnent fréquemment des **films**,
de une à plusieurs fois par semaine



Et ils ont une consommation **sporadique**
de **lecture et de jeux vidéos**
(parmi les interviewés de cette étude)





LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE MUSIQUE (1/4)

Quels contextes et modalités d'écoute ?

Un contenu qui rythme le quotidien à la fois sacralisé et banalisé, consommé **souvent** et en **grande quantité**, à **tous les moments** de la journée, **seul ou en groupe**



« Après je vais au lit, j'écoute de la musique via Deezer, j'écoute aussi en home-cinéma avec le portable branché en Bluetooth. C'est un home cinéma avec un DVD, TV, c'est en 5 points, 5 enceintes. L'écran c'est mon téléphone, J'envoie le son » (22-24 ans, Paris)

« En soirée, on met pour l'ambiance, il y a forcément de la musique. Il y a quelqu'un qui a un téléphone avec une Playlist, qui se connecte en Bluetooth à une enceinte. La plupart du temps la personne a déjà préparé sa Playlist pour lui ou elle-même ou Deezer » (15 -18, Tours)

Une consommation « **multi-support** » selon la praticité, la mobilité ou la qualité de son

- Chez tous en mobilité, dans les transports en commun sur le *Smartphone*
- Chez beaucoup à domicile via des supports d'écoute qui offrent un son amplifié potentiellement écouté à plusieurs et de meilleure qualité (enceinte, ordinateur)
- Plus ponctuellement lors de soirées via le *Smartphone* et des enceintes



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE MUSIQUE (2/4)

Quels supports et modes d'accès* ?

LES ADOLESCENTS (15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES (19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES (22 à 24 ans)



Streaming							
Youtube, Deezer Spotify	Itunes Dailymotion		Youtube, Deezer Spotify	Tunnelradio Soundcloud		Youtube, Deezer Spotify	Apple Music Trackmusic Dailymotion
Applications & convertisseurs							
Playtube Videolite (LTE) Imusic	Amerigo Youtube MP3 FLVTO Clipconvertisseur		Amerigo Youtube MP3 FLVTO				
Pair-à-pair							
			MP3 Rocket Torrent				

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE MUSIQUE (3/4)

Quels services de confort valorisés / attendus ?

1. Des services de conseil / tri des musiques (playlists, suggestion personnalisée)

Leur consommation intensive de musique suppose

- Une banque de données particulièrement fournie pour éviter l'ennui
- Des outils pour les aider à « faire le tri » parmi cette masse de données

2. Des partenariats avec des artistes, qui offrent un accès préférentiel à leur actualité musicale, pour se différencier des offres concurrentes

« Quand j'ai commencé sur Spotify, j'allais sur mes contacts, les amis qui sont abonnés, et je regardais les albums qu'eux écoutent, et ensuite j'écoutais, sur leur profil, et ensuite je téléchargeais. Ensuite Spotify nous propose des albums qui peuvent nous plaire en fonction de votre profil, et ça me plaît bien, donc le matin je regarde un type d'album que Spotify me propose, et je découvre » (22 – 24 ans, Paris)

« Je suis allé vers Apple parce que dans les artistes que j'aime il y en a beaucoup qui ont des partenariats avec Apple music. Par exemple Drake, pendant 2 ou 3 mois après la sortie de son album il était dispo que sur Apple music et pas sur le site auquel j'étais abonné ! ça veut dire que moi j'ai dû attendre 3 mois pour pouvoir écouter son album juste à cause de ce partenariat. Comme ça s'est répété avec d'autres artistes comme Dr. Dre, je me suis dit, bon voilà, je vais aller sur Apple music » (22 – 24 ans, Paris)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE MUSIQUE (4/4)

Quid du licite et de l'illicite ?

D'un côté les *digital natives* consomment moins de contenus musicaux illicites parce que les plateformes licites les **satisfont** :

- Pour un coût limité, un accès rapide aux nouveautés, aux exclus, aux services additionnels
- Ou via des solutions gratuites légèrement moins confortables d'utilisation et pas toujours aussi exhaustives mais dont ils se satisfont.

« Spotify a changé ma façon de prendre la musique, avant fallait passer par l'ordi, et fallait synchroniser, ça prenait 10 min pour 3 musiques, alors que là je l'ai directement en quelques secondes sur mon téléphone. Et l'actualité c'est pareil, avec une appli j'ai tout. » (19 – 22 ans, Tours)

Parallèlement à cette bonne pratique, l'apparition de la pratique de *stream-ripping*, particulièrement prononcée chez les adolescents tend à installer chez eux de nouvelles habitudes de consommation.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE SÉRIES (1/3)

Quels contextes et modalités de visionnage ?

Chez eux, sur leur TV ou leur ordinateur, en soirée ou en weekend. Un temps relativement long, qui doit représenter un moment de détente.

Des séries françaises et étrangères, des séries grand public et des créations originales... -> **Des consommateurs éclectiques, qui rentrent par les genres / thématiques qu'ils affectionnent.**

Plateforme payante, *streaming*, *replay*, téléchargements : toutes les solutions sont utilisées pour regarder les séries qu'ils affectionnent quand et où ils le souhaitent. → **Des consommateurs malins qui mettent à profit leurs compétences digitales**

Un objet particulièrement important et investi pour cette génération car il est l'un des plus féconds en termes d'échange, de partage et de suivi.

« Avec les amis on s'invite une fois par mois pour regarder des aventures, comme Iron Man. J'adore Iron Man, Spider Man. » (15 -18, Tours)

« Je vais sur Netflix pour regarder les épisodes de mes séries préférées. C'est ce que je fais le plus souvent, les films aussi. Quand j'ai du temps, mon frère me dit, rattrape-moi dans les épisodes, les mangas aussi, je regarde avec lui, avec eux ou sans eux. » (15-18 ans, Paris)

« Séries : à plusieurs. Je sais qu'avec ma colocataire on a commencé une série sur Netflix qu'on essaie de suivre un peu. On regarde aussi avec des amis de temps en temps, la sortie, Games of Thrones, on essaie de regarder, avec ma sœur on essaie de continuer une série. Quand je suis seule ou le midi quand je rentre, ça prend le temps de bien manger, le soir aussi, un petit épisode de série, un moment de partage ou quand je suis seule. » (19-21 ans, Tours)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE SÉRIES (2/3)

Quels support et modes d'accès* ?

LES ADOLESCENTS
(15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES
(19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES
(22 à 24 ans)



Streaming		
Séries streaming Netflix Papystreaming K-streaming Cacaoweb	Séries streaming Netflix Papystreaming Cacaoweb Full stream	Moesstreaming Netflix Papystreaming DPstream SKstream
Téléchargements directs		
Zone de téléchargement / Liberty Land	Zone de téléchargement / Liberty Land Extrême download	Zone de téléchargement / Liberty Land Torrent 411
Pair à pair		
	Torrent 411	Cpasbien Torrent

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE SÉRIES (3/3)

Quid du licite et de l'illicite ?

Netflix est érigée en plateforme de référence car elle offre de nombreux atouts pour les *Digital Natives* :

- une offre variée et des contenus exclusifs qualitatifs
- Un prix accessible, d'autant plus lorsqu'il est partagé avec ses proches/amis pour en réduire le coût (pratique très répandue)
- La possibilité de le visionner sur ses différents écrans

Pour autant cette offre d'audiovisuel est jugée parcellaire (comme toutes celles de vidéos) et est complétée par des sites de consommation illicites

Quels services de confort valorisés / attendus ?

Netflix dispose en outre d'un autre atout en soi mais aussi vs les autres plateformes : son caractère ergonomique qui facilite la sélection de contenus en cas de panne d'inspiration : recommandations, les plus regardés, les « parce que vous avez regardé »

« Quand je sais pas quoi regarder, je me dirige vers Netflix. Netflix c'est ce que je regarde et ce que j'aime, je regarde ce qu'ils me proposent, je regarde les résumés et en 5 min je trouve un truc qui va me satisfaire. c'est des amis qui m'ont fait connaître » (22 – 24 ans, Paris)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE FILMS (1/3)

Quels contextes et modalités de consommation ?

Un loisir de **DÉTENTE** cité en parallèle des séries

... mais **consommé moins fréquemment** que ces dernières

Le **grand écran** est **privilegié** (écran de télévision familial relié par un câble HDMI à l'ordinateur, grand écran d'ordinateur...) VS l'écran d'ordinateur qu'on regarde depuis son lit



Ou sur *Smartphone*
(adolescents)

En solo ou en duo la plupart du temps



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE FILMS (2/3)

Quels support et modes d'accès* ?

LES ADOLESCENTS (15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES (19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES (22 à 24 ans)



Streaming					
Voirfilms	Neflix		Cinemay		Voirfilms
Openload	Papystreaming		Streamiz	Netflix	Openload
Filmenstreaming	K-streaming		FimsVF	Papystreaming	Papystreaming
Sokrostream	Cacaoweb*		Filmsentreaming	Cacaoweb	Youwatch
Streamcomplet			Streamcomplet	Full stream	Fetayo
Privox			Vkstreaming		
Youwatch			Filmscomplets		NetfliX
					DPstream
					SKstream
Téléchargements directs					
Zone-Téléchargement / Liberty Land			Zone-Téléchargement / Liberty Land		Zone de téléchargement / Liberty Land
			Extrême download		Torrent 411 *
Pair à pair					
			Torrent 411		Cpasbien
					Torrent

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.

** Protocole P2P permettant un visionnage en streaming.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE FILMS (3/3)

Quid du licite et de l'illicite ?

Les offres payantes de films restent spécialisées et restreintes (du fait des exclusivités négociées par les plateformes et de la chronologie des médias) vs l'exhaustivité des plateformes de musique qui proposent généralement tous les titres, tous les albums et tous les artistes et surtout tous le même contenu.

Dans ce contexte, même les souscripteurs d'offres vidéos payantes complètent leurs contenus vidéos par de l'illicite (surtout chez les jeunes adultes de CSP +)

Quels que soient les abonnements payants par ailleurs détenus, tous les *digital natives* consomment des films de manière illicite.

Tous utilisent 2 à 3 sites de films illicites, pour trouver les références qu'ils souhaitent consommer :

- soit parce qu'elles sont absentes de leur offre payante,
- soit parce qu'ils consomment exclusivement des films gratuits.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE LIVRES ET MANGAS (1/4)

Quels contextes et modalités de lecture ?

Les *digital natives* rencontrés lisent peu voire pas du tout.

Lorsqu'ils lisent des contenus dématérialisés ils se cantonnent la plupart du temps à de courts contenus.

Ils les lisent sur leur Smartphone, ou leur tablette la plupart du temps ; et occasionnellement sur leur d'ordinateur afin :

- De se détendre (livres ou mangas)
- D'apprendre (livres scolaires/ pour les études)
- De préparer leurs achats (par la consultation préalable d'extraits ...)

« [Pour la lecture, le manga, vous le lisez sur quel écran ?] Souvent sur le téléphone quand je suis dans le bus, mais sur l'ordinateur aussi. » (19-21 ans, Tours)

Les quelques lecteurs de livres, privilégient le papier qu'ils jugent plus confortable : moins de fatigue des yeux, possibilité de l'annoter, ...

et qui en outre a l'avantage de ne pas dépenser la batterie de leurs appareils

« Lire ça prend de la batterie sur le portable, le livre papier on l'aura toujours dans son sac. Sur le portable c'est moins pratique. » (15- 18 ans, Paris)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE LIVRES ET MANGAS (2/4)

Quels contextes et modalités de lecture ?

Les applis et les sites, essentiellement licites, sont identifiés sur la recommandations d'amis ou de plateformes de discussions compte-tenu du caractère moins partagé de ce type de contenu :

« Je connais ces sites par des amis qui en parlent et des fois je vois sur des plateformes de discussions, des jeux vidéo » (19-21 ans, Tours)

Avec un recours occasionnel à des contenus illicites pour les mangas

« Le manga c'est que en version scan sur internet, sur des sites un peu communautaires, où il y a une équipe qui traduit chaque semaine et livre les traductions des sorties » (19-21 ans, Tours)

Les mangas sont essentiellement consultés en *streaming* : Ils passent par des applis ou des sites de lecture sans utiliser la fonctionnalité de bibliothèque et ne conservent pas les contenus lus.

« Les versions papiers de Manga, c'est assez vieux, ce sont essentiellement des cadeaux. Maintenant c'est surtout sur Internet. Je regarde juste. Sur certains sites il faut télécharger mais je préfère juste lire. Je vais sur Manga reader, manga japsan ... C'est la même chose. Il y a des choix différents. Certains sont spécialisés. Des fois dans Google directement. » (19-21 ans, Tours)

Les livres sont conservés dans des applications dédiées le temps d'être lus puis sont jetés (vs constitution d'une bibliothèque qui recense les lectures progressives)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE LIVRES (3/4)

Quels support et modes d'accès aux livres ?*

LES ADOLESCENTS
(15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES
(19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES
(22 à 24 ans)



Streaming			
Animemanga		Fullstream Crunchyroll Gumgumstreaming DragonballsuperVOST	Manganews Mymanga.io Manga reader Manga fox Jam scan
			Dpstream Scan.fr
Plateformes d'achat			
Amazon / kindle ibooks		Amazon / kindle ibooks	Google books
Les applications			
Wattpad Squid			Novelupdates

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE MANGAS (4/4)

Quels support et modes d'accès aux mangas ?*

LES ADOLESCENTS
(15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES
(19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES
(22 à 24 ans)



Streaming

Animemanga

Fullstream
Crunchyroll
Gumgumstreaming
DragonballsuperVOST

Manganews
Mymanga.io
Manga reader
Manga fox
Jam scan

Dpstream
Scan.fr

Téléchargements

Ussu.com (magazines)

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE JEUX VIDÉOS (1/3)



Quels contextes et modalités de jeux ?

Un loisir pratiqué de manière sporadique, une pratique qui tend à s'amoinrir avec l'âge (plus présente chez les adolescents)

Il permet une évasion totale via l'immersion qu'il offre.

« Dans le jeu ce qui fait sa force c'est qu'on est acteur ! c'est super fort. Des fois on s'en fout de l'histoire et c'est hyper cool on se défoule. Mais des fois il y a une histoire et c'est le joueur qui crée l'histoire, c'est complètement fou ! » (19 – 21 ans, Paris)

Il constitue un moment de partage important, que les joueurs soient physiquement réunis ou non.

Des jeux vidéos pratiqués sur Smartphone (jeux casual, stratégies ...) sur console de salon et portable et ordinateur.

« Le plus souvent c'est chez moi dans ma chambre, le soir surtout, voire la nuit. Avec qui ça dépend, parfois c'est avec ma copine, elle aime pas trop mais ça peut arriver, j'ai des amis avec qui je joue. Avec mon père, mon frère... ça dépend, l'autre fois on était trois sur mon ordinateur car c'était un jeu sur ordi. Ou bien des fois on joue à distance. [Mais alors quand vous jouez seul, c'est en réseau ou seul ?] c'est complètement varié, je peux passer une nuit entière à jouer avec des potes sur Internet et je peux passer une nuit entière en solo, pas sur Internet » (19 – 21 ans, Paris)

« Les jeux vidéo comme il y a plusieurs plateformes, je joue avec des amis, Warcraft avec le PC, on joue avec toute la planète, les Chinois, les Américains. Ordi, PS3 et téléphone. PS3 en ligne avec un copain, un Fifa à deux. Je suis rarement seul. » (22-24 ans, Paris)



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE JEUX VIDÉOS (2/3)



Quid du licite et de l'illicite ?

En majeure, un achat des jeux **sur des plateformes légales payantes dédiées** :

- Des jeux qualitatifs et récents
- Faciles d'accès pour le tout venant (vs. geek)
- Opérationnels (qui permettraient un usage en ligne et donc en réseau)

« Je téléchargeais des jeux vidéos illégalement avant mais le truc c'est qu'on ne peut pas se connecter à tout ce qui est Internet. On peut jouer tout seul mais pas en ligne avec des amis ou des inconnus. C'est ça l'intérêt de l'acheter » (22 – 24 ans, Tours)

Un usage bien installé, via les plateformes les plus connues de téléchargement légales, sous la forme d'un abonnement qui offre un vaste choix de contenus

« Sur console c'est de plus en plus dématérialisé, et sur PC c'est presque que dématérialisé. en console j'ai pas mal de jeux en CD mais beaucoup de dématérialisé, et en PC j'ai que du dématérialisé »

« Il y a une communauté énorme sur Steam et on peut se rejoindre avec les amis via Steam, pour jouer en ligne, c'est une sorte de FB pour les jeux. quand on achète un jeu sur Steam, c'est que sur ordi, et même en version physique c'est soit la version console ou soit la version PC. » (19 – 21 ans, Paris)

En outre, tous notent une trop grande complexité à se procurer des contenus illégaux : virus, difficulté à trouver les plateformes et impossibilité de jouer en ligne.

Seuls les petits jeux *casual* sur *Smartphone* donnent lieu de temps à autre à quelques téléchargements illégaux via des sites/applis.



LES PRATIQUES DE CONSOMMATION DE JEUX VIDÉOS (3/3)

Quels support et modes d'accès ?*

LES ADOLESCENTS (15 à 18 ans)



LES JEUNES ADULTES (19 à 21 ans)



LES JEUNES ADULTES à 24 ans)



Téléchargements de jeux *casual*, applications gratuites

Jeux.fr		Jeux.fr Jeux flash The best 3000		Jeux.fr The best 3000
---------	--	--	--	--------------------------

Plateformes internet d'achat de jeux licites en ligne

Steam		Instant gaming Steam Battle.net Blizzard		Steam
-------	--	---	--	-------

Jeux téléchargés en ligne

		Piratebay Torrent 411		
--	--	--------------------------	--	--

*Sont indiquées ici les principales plateformes citées dans le cadre de notre étude qualitative sans toutefois que ces mentions aient vocation à informer sur la représentativité des usages en la matière.



2.3 / DES NUANCES EN FONCTION DE L'ÂGE



D'UNE FAÇON GÉNÉRALE, LES USAGES ÉVOLUENT AVEC L'ÂGE



Les ADOLESCENTS
de 15 à 18 ans



Les JEUNES ADULTES
de 19 à 24 ans



- Des attentes prioritaires distinctes, synonyme d'usages distincts en matière de contextes de consommation
- Des types de contenus qui se diversifient et des goûts pour les contenus qui évoluent / se précisent
- Un ordre de priorisation différent lors de l'arbitrage entre les contenus



LES ADOLESCENTS PRIORISENT LA GRATUITÉ DES CONTENUS ET LES USAGES EN MOBILITÉ



- Ils consultent les biens culturels dématérialisés avant tout en mobilité et sur leur Smartphone

« En rentrant de cours j'ai écouté ma Playlist habituelle de musique sur mon application Vidéolite. Une fois chez moi je l'ai écouté environ 1 h et j'écouterai encore avant de dormir j'étais seul chez moi. Je l'écoute sur mon iPhone car c'est plus pratique et en même temps je peux parler avec mes amis ou rester sur les réseaux sociaux » (15 – 18 ans, Paris)

- Ils recourent massivement aux applications gratuites qui fluidifient leurs recherches et leur permettent de consulter leurs données **hors ligne**
- Tous aspirent à trouver des contenus récents et plébiscitent le large choix et contenus *main stream*
- La musique omniprésente, à tous les moments de la journée, seul ou à plusieurs et ils privilégient les séries aux films

« Après les cours je regarde aussi des séries dans la semaine sur Netflix et j'étais seul dans le bus ou dans mon lit principalement sur Smartphone car c'est plus pratique » (15 – 18 ans, Tours)

Exemples de contenus cités dans les carnets de consommation





DANS LE DÉTAIL, LEUR PARCOURS D'ARBITRAGE PROCÈDE EN QUATRE ÉTAPES



1

Parmi tous les sites gratuits ils en excluent le petit nombre des sites qu'ils **évaluent particulièrement dangereux**

- Risque de virus et *malware* (*alerte de l'antivirus, très gros nombre de pop-up, etc.*)
- Risques d'être identifiés et sanctionnés (téléchargements, etc.)

2

Ils sélectionnent en priorité

- Les contenus **gratuits** et acceptent en contrepartie des désagréments (publicités intempestives, liens inopérants, etc.)
- Les applications qui leur permettent de **télécharger gratuitement** les contenus via le *stream-ripping*

3

Ils privilégient **par la suite** les sites **qui leur offrent les SERVICES LES PLUS PRATIQUES** (playlist de musique, sur les sites de films / séries : choix entre des liens de streaming et de téléchargement pour choisir le mieux adapté en fonction de leur connexion à l'instant « t » de l'écoute)

4

Pour les adolescents, le **confort de l'interface** de consommation n'est qu'un **critère secondaire**.

Entre deux options **toutes choses égales par ailleurs** (gratuites et pratiques) ils choisissent les sites

- Qui **ont un minimum de publicité**
- Dont **l'interface est la plus intuitive**



LES JEUNES ADULTES PRIORISENT LA PRATICITÉ ET LE CONFORT (1/2)



Les jeunes adultes se sont lassés des désagréments liés aux contenus illicite et sont à la recherche de services qui optimisent leur confort de consommation

- Des **playlists** à la carte
- Des **propositions** de **nouveautés indexées sur leurs goûts**
- Des **sélections** avec lecture **aléatoire** de morceaux selon les **goûts de l'utilisateur**
- La possibilité de **partager / échanger avec d'autres consommateurs** (connus ou non) et de **suivre** la consommation de musique de **ses contacts**
- Le pré-chargement d'une chanson, d'un album **en exclusivité**, avant les autres
- La fonctionnalité de pré-télécharger pour des consultations ponctuelles en mobilité

« Au début, on se dit : c'est génial que ce soit gratuit ! Après... à force d'avoir mille pubs en même temps, d'avoir des coupures en plein milieu du film, que ça mette ou ça met 1000 ans à télécharger. ça dépend mais il y a souvent des trucs qui vont pas » (22 – 24 ans, Tours)



LES JEUNES ADULTES PRIORISENT LA PRATICITÉ ET LE CONFORT (2/2)



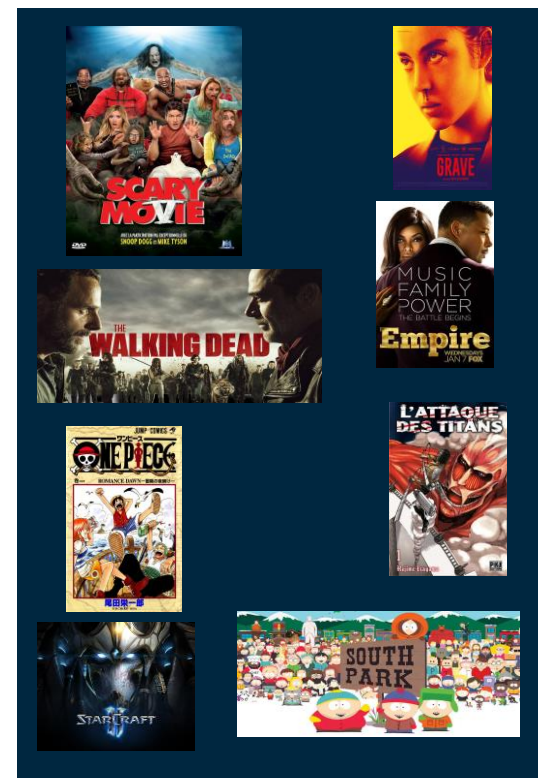
Ils sont attirés par des usages de plus en plus confortables, sédentaires et privilégient donc par conséquent :

- Des écrans plus grands avec de meilleures qualités de son/image
- Les offres payantes avec services qui permettent d'optimiser le confort d'utilisation (sans tous disposer des revenus nécessaires pour les souscrire)
- L'ordinateur, bien que le *Smartphone* reste leur couteau suisse du quotidien

Ils diversifient les types de contenus qu'ils consultent (en y ajoutant des vidéos et des lectures) et certains commencent à s'intéresser à des contenus plus « pointus ». Les films et séries sont moins souvent regardés, et les films sont priorisés

«En passion j'ai le cinéma, la musique ainsi que les jeux vidéo (autant fantaisie que science-fiction), assez éclectique pour la musique, majoritairement rock/métal mais aussi jazz/funk/blues, classique, rap, reggae... (...) Les images ci-dessous me représentent, par l'imaginaire (cf. Dune la première image), ainsi que le mélange musical avec la deuxième et troisième image (cf. Moebius avec une référence de Hendrix dans la statue, et le groupe Stoned Jesus que j'affectionne par un son très relatif à l'imaginaire) ». (22 – 24 ans, Tours)

Exemple de contenus cités dans les carnets de consommation





DANS LE DÉTAIL, LEUR PARCOURS D'ARBITRAGE PROCÈDE EN TROIS ÉTAPES



1

Ils sélectionnent en premier lieu les sites ou les applications, **les plus confortables à utiliser** en raison

- *De playlists* en cas d'absence d'inspiration
- D'une ergonomie intuitive
- De l'absence publicités devant être fermées
- Des écrans partagés

2

Dans un deuxième temps ils optent pour des sites ou des applications qui offrent **les contenus les plus qualitatifs**

- En termes de son
- De netteté de l'image
- D'accès à des nouveautés / exclusivité des contenus

3

Enfin, lorsqu'ils ne trouvent pas les contenus qu'ils cherchent sur les applications licites qu'ils détiennent, ils se tournent vers les sites illicites et à l'instar des adolescents ils commencent par exclure les sites gratuits qu'ils évaluent trop dangereux

- Risque de virus et *malware* (alerte de l'antivirus, très gros nombre de pop-up, etc.)
- Risques d'être identifié et sanctionné (téléchargements nombreux, etc.)



BILAN

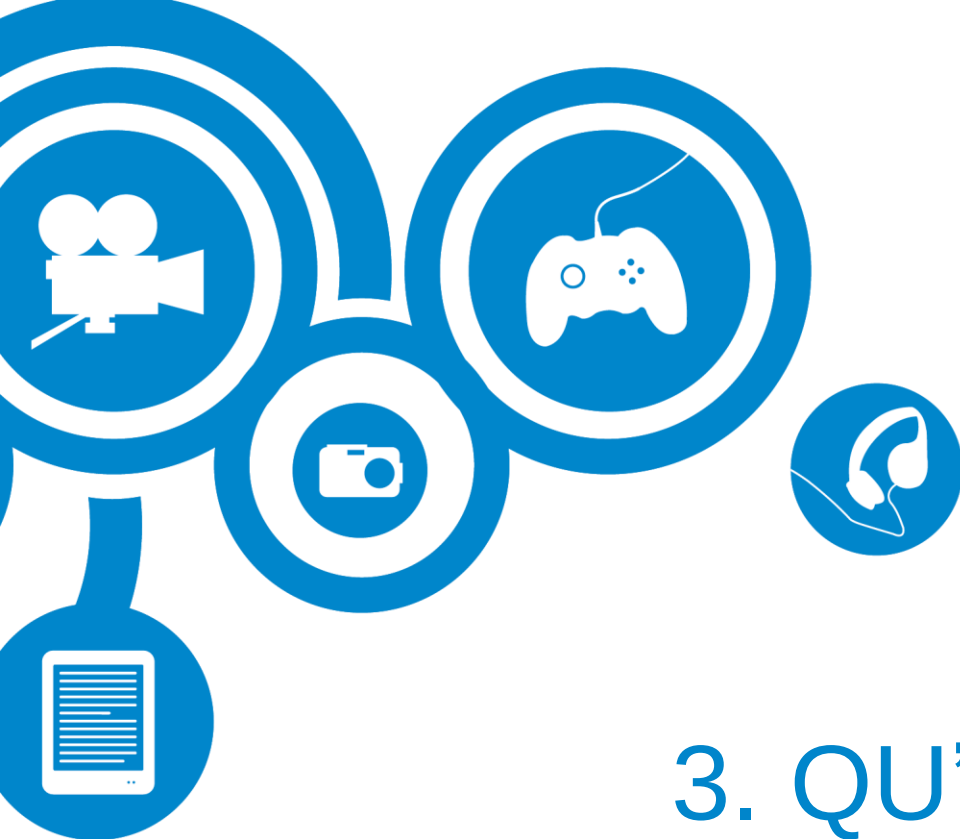
Les pratiques mises en œuvres par les *digital natives* révèlent une double évolution en matière de licéité de leurs consommation.

D'un côté ils tendent à délaisser les pratiques illicites de téléchargement et de pair-à-pair.

Et de l'autre ils développent une nouvelle pratique, le *stream-ripping*, qui favorise le développement de la consommation de contenus illicites chez les plus jeunes.

Enfin, les contextes d'usage, types de contenus consommés et parcours d'arbitrage entre les contenus varient avec l'âge

- Les plus jeunes faisant primer les sites et application gratuites pour des usages en mobilité; avec des contenus centrés sur la musique et les séries
- Les plus âgés privilégiant les usages sédentaires et les sites et applications qui offrent le meilleur confort d'utilisation qui se trouvent être licites ; avec une diversification des contenus



3. QU'EN EST-IL DE LA LICÉITÉ DES CONTENUS CONSOMMÉS ?



3.1 / UNE CONSOMMATION PEU SOUCIEUSE DU RESPECT ET DE LA LICÉITÉ DES CONTENUS



LES *DIGITAL NATIVES* ONT CONSCIENCE DU CARACTÈRE ILLICITE DE LEUR CONSOMMATION DE BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS

Ils n'avaient peu / pas conscience du caractère illicite de leurs pratiques dans leur enfance*

« C'est une compréhension avec l'âge. Au début on croit que tout est autorisé, facile, après quand on grandit on comprend ce que c'est le téléchargement illégal. On comprend quel site est autorisé » (19 -21 ans, Tours)

**Une pratique observée dont la prédominance chez les moins fortunés devra être quantitativement testée*

Mais depuis quelques années, ils en sont devenus pleinement conscients

« Quand je recherche un dessin animé ou un film je vais le télécharger. Je sais que c'est pas bien... » (22 – 24 ans, Paris)

« Je sais que c'est clairement illégal » (15 – 18 ans, Paris)

« Torrent 411 c'est illégal C'est juste un partage de données. Tu peux te faire attraper par Hadopi, la police du téléchargement » (22-24 ans, Paris)



MAIS ILS ÉPROUVENT PEU, VOIRE PAS DE FREINS À ENFREINDRE LE RESPECT DES LOIS

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



LES *DIGITAL NATIVES* CONNAISSENT LA NOTION DES DROITS D'AUTEURS DANS LES GRANDES LIGNES

1

Le frein moral de culpabilité est levé

Ils en restituent spontanément les principes de fonctionnement

- Rétribuer le travail des professionnels qui créent, produisent et fournissent les biens culturels
- Pour les motiver / leur permettre de vivre de leur art

Leur sensibilité à la question de la rétribution des artistes qui varie avec l'âge :

- Un discours qui est défié par principe par les plus jeunes...
- ... tandis que les plus âgés tendent à reconnaître la nécessité de les rétribuer sur le principe
- ... sans pour autant que cela n'entrave leur consommation dans la pratique



MAIS ILS ONT UNE REPRÉSENTATION DICHOTOMIQUE DU DROIT D'AUTEUR QUI LES INDUIT EN ERREUR

1

Le frein moral de culpabilité est levé

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



ZOOM SUR LES MÉCANISMES DE VALORISATION DE LA DIMENSION CRÉATIVE DES DROITS D'AUTEURS

1

Le frein moral de culpabilité est levé

D'un côté, tous évaluent légitime le principe selon lequel que tout travail mérite salaire...

« Si c'est nous qui produisons la chose ça nous embêterait que quelqu'un le regarde en streaming car on ne gagnerait rien du tout » (22 – 24 ans, Tours)

« Les droits d'auteur c'est la propriété intellectuelle... ne pas la payer c'est du vol : quelqu'un a investi pour pouvoir réaliser son projet et nous on vient on le prend » (22 – 24 ans, Paris)

« Ça sert à faire vivre l'artiste, le créateur » ; « C'est important pour les petits réalisateurs, les petits chanteurs qui font des petits concerts » (19 – 21 ans, Tours)

... A fortiori lorsqu'il s'agit de « petits artistes », encore non lancés

- Parce que la mise en danger en cas de non paiement (ne peut pas percer/vivre) est jugée plausible
- Dès lors apparaît une volonté d'encouragement en payant pour partie sa consommation

« Les artistes indépendants, je fais attention. Il faut participer... » (19-21, Tours)

« Titanic en streaming ça va pas leur poser de gros problèmes, mais le film hyper petit qui est sorti il y a pas longtemps je préfère participer » (22 – 24 ans, Tours)

→ Mais les digital natives en ont peu l'occasion dans la mesure où ils consomment quasi exclusivement les contenus des grosses productions

« ...mais les tous petits j'en consomme peu ... et de toute manière c'est pas ce qu'on trouve sur Internet » (19-21, Tours)



ZOOM SUR LES MÉCANISMES DE REJETS DE LA DIMENSION INDUSTRIELLE DES DROITS D'AUTEURS

1

Le frein moral de culpabilité est levé

D'un autre côté, les droits d'auteurs sont jugés peu légitimes parce que potentiellement dommageables à la culture ...

Du point de vue des *digital natives*, les sommes faramineuses d'argents générées par les grosses productions ont pour effet pervers de favoriser les (re)productions peu audacieuses mais rentables et donc d'appauvrir la créativité

« [Si on imagine la planète sur laquelle les droits d'auteurs est particulièrement forte?] ; Tout est formaté... ils ont un discours policé, moins engagés dans leur art, dans leur cause, c'est plus des artistes TF1 comme on voit chez Arthur... la culture est très médiatisée, très monétisée aussi, toute production culturelle est dans le but de faire du bénéfice » (22 – 24 ans Paris)

« [Si on imagine la planète sur laquelle les droits d'auteurs n'existent pas ?] « les artistes sont très extravertis parce qu'ils savent que personne va les protéger, ils sont pas formatés » (22 – 24 ans, Paris)

... A fortiori lorsqu'il s'agit de « gros » : artistes qui ont déjà rencontré le succès ou maison de production importante

La rémunération de ces profils est considérée comme un vecteur d'accroissement des inégalités : destiné à enrichir encore davantage les plus riches

D'autant plus lorsque ces sommes sont perçues par des acteurs qui ne sont pas directement les créateurs/interprètes avec lesquels ils n'ont pas tissés de lien affectif impliquant

« L'artiste a un petit pourcentage. C'est la maison de disque qui s'enrichit. »

« L'argent il va pas que pour l'artiste, il va que pour Spotify » (19-21 ans, Paris)

« Georges Lucas et tout ils sont blindés grâce aux films, et on se dit bon ils ont pas besoin d'argent, tu télécharges ça va rien leur changer » (15 – 18 ans, Paris)



LES APPELS À PAYER D'AVANTAGE POUR SAUVEGARDER LA CRÉATIVITÉ SONT MIS À DISTANCE

1

Le frein moral de culpabilité est levé



Tous les digital natives jugent le scénario catastrophe d'une création appauvrie peu crédible

- Parce qu'ils ont l'impression que les pratiques de consommation qu'ils ont adoptées depuis toujours n'ont pas tari la source de créativité
- Ils en veulent pour preuve l'offre pléthorique de contenus culturels qu'ils consomment, tous les jours, sans cesse variés et renouvelés

« Ça fait des années que les gens téléchargent illégalement et ils ont prévu le trou » (19-21, Tours)



ILS JUGENT LA STIGMATISATION DE LEURS PRATIQUES DE CONSOMMATION ILLÉGITIME

1

Le frein moral de culpabilité est levé

Ils ont le sentiment de **participer à un nouveau système économique qui reconnaît déjà la dimension créative** les droits d'auteurs en offrant

Une **reconnaissance** via la comptabilisation du nombre de vues, notamment sur YouTube, indépendamment de la licéité des contenus consommés → pour établir leur popularité et les sommes qui leurs sont reversées

« Pour faire la promotion d'un film, ils parlent du nombre de films téléchargés... Les limites de temps ou la publicité, ça donne de l'argent » (19 – 22 ans, Tours)

Des tremplins pour les nouveaux artistes, ou **une caisse de résonance** pour les buzz des artistes installés

« Pour pouvoir aller au concert il faut connaître le chanteur, c'est grâce à Internet que je découvre les chanteurs. Je vais pas payer 60 € voir quelqu'un que j'ai jamais vu ni entendu » (22 – 24 ans, Paris)

Par méconnaissance des mécanismes de fonctionnement des droits d'auteurs ; ils considèrent « juste » le non paiement des droits d'auteurs aux artistes accomplis et riches

Un raisonnement systématique à l'égard des films et séries associés à de grosses productions nécessairement rentables (qu'ils consomment le plus)...

... Assoupli à l'égard des chanteurs, plus facilement considérés dans leur individualité

« J'ai pas de sensibilité pour les droits d'auteurs pour les films et séries qui sont des prod très rentables, ils s'en sortent, je passe carrément outre, je m'en fiche. Par contre j'ai une sensibilité plus forte pour la musique. En musique c'est plus basé sur l'indépendant, y'a des gens qui produisent eux-mêmes » (19-21 ans, Tours)



ENFIN, EN DERNIER RECOURS ILS REJETTENT LA RESPONSABILITÉ DE LA SITUATION SUR AUTRUI

1

Le frein moral de
culpabilité est levé

Sur les personnes qui stockent les contenus illégaux et les partagent

« Perso je trouve pas ça illégal car je le diffuse pas. et si c'est illégal, c'est pas à moi qu'il faut s'en prendre mais à celui qui le diffuse... mais c'est pas moi ! » (15 – 18 ans, Tours)

« Le streaming je pense pas que ce soit ok mais on se sent pas coupable car on télécharge pas le film, on l'a pas sur l'ordi, donc on se sent moins dans l'illégalité. » (Tours, 22 – 24 ans)

« Moi, je trouve que télécharger illégalement comme ça, c'est pas respecter le travail de l'artiste, alors que le streaming, il y a de l'argent reversé. Je n'ai pas volé le pain de l'artiste. » (Paris, 22 – 24 ans)

Sur les créateurs/possesseurs de contenus qui ne protègent pas efficacement leurs données

« Je sais pas comment dire... S'ils tiennent à leur argent qu'ils bannissent ces sites. Pour moi ils en ont pas tellement besoin de l'argent s'ils laissent ces sites-là ». (15 – 18 ans, Paris)





LES DÉSAGRÉMENTS ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DE CONTENUS ILLICITES CONNUS DE TOUS...

2

Le frein pratique est contourné / jugé négligeable

Trois difficultés d'accès aux contenus illicites susceptibles de freiner les pratiques des consommateurs

Le **temps** de recherche/accès aux contenus

« Sur les abonnements on a un accès immédiat, c'est direct » (15-18 ans, Tours)

Les **publicités** intempestives et les contenus pornographiques

« Quand on télécharge ou qu'on va sur du streaming, comme c'est des sites illégaux, y'a beaucoup de spam et de pub » (19-21 ans, Tours)

Le risque d'accéder à des contenus de **mauvaise qualité**

« L'inconvénient c'est que parfois il y a des liens morts, du coup faut en trouver un autre » (19- 21 ans, Paris)

Tous s'estiment et s'autoproclament aptes à identifier les contenus illicites

Leur diagnostic est établi à la lumière d'**indicateurs multiples**, qu'ils croisent entre eux, (nom des sites, indication « Vevo » sur Youtube, ergonomie de l'interface, gratuité, etc.)

« La qualité du site, l'adresse, c'est pas des .com ou des .cc, des adresses bizarres, ça se voit que c'est un hébergement qui est douteux » (22 – 24 ans, Tours)

Mais cette connaissance recèle des limites. Certains indicateurs sont exacts et d'autres partiellement ou complètement erronés. A l'arrivée, certains sites sont mal catégorisés (tout particulièrement YouTube, qui brouille les perceptions en mêlant des contenus licites et illicites)



... ET GÉRÉS PAR L'ADOPTION DE STRATÉGIES DE CONTOURNEMENT

2

Le frein pratique est contourné / jugé négligeable

Des vigilances pour réduire le désagrément :

- En s'équipant en logiciels anti-publicités ou en fermant rapidement les différentes fenêtres pop-up
- En fréquentant plusieurs des sites illicites alternatifs de références pour challenger la qualité des contenus, pour trouver la meilleure qualité

« Des fois ils ont pas forcément le film en bonne qualité, et je veux voir si d'autres sites ont une qualité supérieure. C'est surtout la qualité de l'image, si elle est nette ou pas » (Tours, 15-18 ans)

« J'utilise Adblock, même si tout récemment, nous sommes obligés de le désactiver pour télécharger sur la page » (22-24 ans, Tours)

Et une posture d'acceptation au regard du gain émotionnel d'accès au contenu désiré

Une indulgence de fait, à l'égard de ces quelques désagréments

« Par complexité, certaines personnes comme ma mère peuvent se tourner vers le payant légal, par design, meilleure qualité. Mais je trouve toujours d'assez bonnes qualités. Ça me dérange pas les pubs, voilà » (15 – 18 ans, Paris)

« Je m'en fiche. Clairement, quand je vais sur ce genre de sites, c'est pour avoir ce que je veux. Si je l'ai rapidement, le reste je m'en fous. Même si c'est compliqué, cliquer sur pas mal de liens avant d'arriver ça me dérangera pas. C'est souvent ce qu'il se passe. » (22 – 24 ans, Tours)



AVEC TOUTEFOIS UNE NUANCE EN FONCTION DE L'ÂGE

2

Le frein pratique est contourné / jugé négligeable



Les ADOLESCENTS

15 – 18 ans



Les JEUNES ADULTES

19 – 21 ans



Les JEUNES ADULTES

22 – 24 ans



Les plus jeunes s'arrangent facilement de ces désagréments...

...Quand ils sont pour les plus adultes et les plus en capacité de payer de vrais leviers à l'abonnement pour accéder à des contenus fluides et de meilleure qualité.



LES RISQUES DE VOL / DÉTÉRIORATION DU MATÉRIEL SONT CONTOURNÉS

3

Les deux freins des risques sont contournés / relativisés

Les consommateurs jugent le risque d'un virus/malwares ; vol de données personnelles faible

- Ils sont équipés d'antivirus
- Sont peu nombreux à s'être concrètement confrontés au problème
- Ont pris l'habitude de ne pas fréquenter de sites suspects



« Je vais directement sur Zone Téléchargement et je télécharge directement. Jamais eu de problème ou de virus... J'ai un antivirus gratuit: ils sont devenus très performants » (19-21 ans, Tours)

« C'est différent à chaque fois, je tape sur le premier ou le second site que je trouve. Il y a pas un site particulier. Je regarde si le site paraît pas louche. Par exemple un truc où le bouton de téléchargement n'est pas clair ou l'antivirus marque que le site n'est pas clair je vais pas dessus. » (22 – 24 ans, Tours)

« Je privilégie le même site parce que sur Google on sait pas sur quoi on tombe avec les virus. Sur Zone de téléchargement ça fait un an et demi que je l'utilise. C'est fiable, il n'y a pas de problème. Même des virus, on n'en a pas, je reste sur le même site. Maintenant que j'ai trouvé un bon site je le garde. » (19-21 ans, Tours)



LA CRAINTE DE SANCTION S'ESTOMPE A LA FAVEUR DU TEMPS ET L'EXPÉRIENCE

3

Les deux freins des risques sont contournés / relativisés

Une dizaine de participants a expérimenté la réception d'une lettre Hadopi leur étant adressée ou adressée à un de leurs proches

« Mon frère a déjà reçu une lettre quand on télécharge trop. Ça l'a fait réfléchir mais il continue » (15-18 ans, Paris) ; « J'ai reçu un mail comme quoi fallait arrêter car sinon amende. » (15-18 ans, Tours)

La plupart d'entre eux se remémore la peur éprouvée

De prime abord, la lettre a un effet dissuasif. A fortiori chez les adolescents, dont les parents alarmés par la lettre avaient interdit la poursuite de consommations illégales

« Quand j'étais jeune ma mère avait reçu un courrier de la loi, qu'on risquait d'avoir des poursuites. Ma mère nous a interdit de continuer. J'ai recommencé quand je suis partie de chez mes parents » (Tours, 19- 21)

Dans un second temps, ils reprennent leur consommation illicite

Partant du principe qu'ils n'auront de réels ennuis qu'au bout de trois lettres ils reprennent leur consommation... en ayant pris soin de s'organiser pour contourner plus efficacement la loi : appel d'un « ami » qui fait ce qu'il faut sur son ordinateur ; achat d'un VPN ; adoption d'autres modes de consommation (utilisation du streaming)

« Aujourd'hui mon optique, j'aurais un avertissement. Si on continue on paie une amende. J'attends d'avoir l'avertissement » (15 -18, Tours)

« Je continue parce que j'ai un pote à moi qui a fait en sorte que mon adresse IP ne soit pas visible. Et puis c'est quand on veut télécharger qu'ils mettent ça et comme je le fais plus trop... » (Tours, 22 – 24 ans)



BILAN

Même si les *Digital natives* sont conscients du caractère illicite de leurs pratiques cet élément n'entre pas en considération au moment de choisir entre les différents contenus : **ils utilisent les sites et contenus licites et illicites de manière indifférenciée.**

Ils ne se sentent pas coupables de leurs pratiques et se sont organisés pour être exposés au minimum aux désagréments et risques de sanction et de virus / *malwares*, *vol de données personnelles*; associés à leurs pratiques.



3.1 / QUELLE OFFRE LÉGALE IDÉALE ?



A LA LUMIÈRE DE CES USAGES, L'OFFRE IDÉALE DE DEMAIN REPREND LES ATOUTS CUMULÉS DES PLATEFORMES PAYANTES LES PLUS PLÉBISCITÉES

Un abonnement, partageable, à un prix accessible, et offrant de nombreux services servant l'expérience de visionnage

- L'ergonomie de Netflix,
- Les playlists suggérées de Deezer et Spotify
- Les écrans partagés de Netflix
- Les exclusivités de I-music
- Les applications pour un usage en mobilité (type My Canal)
- La possibilité de « capturer » en direct les musiques appréciées (des convertisseurs dernière génération type Amerigo)
- La possibilité de les écouter hors connexion (de Netflix, Spotify et Deezer)
- Une haute qualité de contenus
- Des contenus actualisés au fur et à mesure des sorties
- Des offres originales sur le modèle de Netflix et CANAL
- Des contenus à consulter en *streaming* pour un accès rapide et qui ne pose pas de problème de stockage
- La possibilité de télécharger certains contenus pour des besoins ponctuels (ex: télécharger un film en prévision d'un long voyage en TGV)



4. SENSIBILISER LES JEUNES PUBLICS AU DROIT D'AUTEUR: PISTES DE COMMUNICATIONS



PISTES DE COMMUNICATION

Ont été présentées aux participants de l'étude différentes communications (émises par des marques, plateformes légales ou institutions en France et à l'étranger) porteuses de messages de sensibilisation au droit d'auteur et d'incitation à une consommation légale des biens culturels.

Il a été fait le choix de présenter une sélection d'annonces représentant une diversité d'approches de ces sujets, tant en termes de messages, que de tonalités et de formats.

Sont présentés dans cette partie les enseignements issus de l'analyse des réactions des participants à ces communications.



4.1– LES PISTES DE COMMUNICATION SUGGÉRÉES À L'ANALYSE



3 GRANDES PISTES DE COMMUNICATION APPARAISSENT

L'ATTENTE TRANSVERSE D'ARGUMENTS...

NOUVEAUX

Qui délivrent des connaissances / informations jusqu'alors inconnues

CONCRETS

Qui permettent d'évaluer la situation et qui soient crédibles / tangibles

... ET 3 LEVIERS D'INCITATION À CONSOMMER DES CONTENUS LICITES...

1 / DISSUADER

Par l'instauration de sanctions certaines et immédiates

2/ INFORMER

Pour déconstruire les représentations erronées sur les droits d'auteur

3/ INCITER AU LICITE

Par la valorisation de l'expérience consommateur

... INDEXÉS SUR DES PROFILS

A destination des
ADOLESCENTS

A destination des
JEUNES ADULTES

A destination des
JEUNES ADULTES



PISTE DE SUGGESTION DE COMMUNICATION DISSUASIVE DESTINÉE AUX ADOLESCENTS



Les adolescents **sont inscrits dans une logique de « jeu » et confrontation avec l'autorité et le risque** par principe.

Le **levier de la sanction certaine et immédiate** serait susceptible de **transformer l'évaluation du rapport coût/bénéfices** des pratiques de consommations illicites de contenus culturels → un risque fort qui dissuade en dépit de l'attractivité des bénéfices.

SANCTION CERTAINE ET IMMÉDIATE

« Au départ une amende, si tu continues, la prison... à part la peur, rien ne va nous arrêter » ; « Montrer qu'il y a vraiment des risques et mettre la valeur des amendes, des trucs vrais, tant qu'il y a pas de preuves on va se dire que c'est fictif » ; « Si on voyait la tristesse du mec qui est en prison on comprendrait... on pourrait se dire que ça pourrait nous arriver à nous » (15-18 ans, Paris)

EFFET INTENSE

« Un spot dramatique, sérieux qui nous fasse réfléchir et prendre du recul, comme la sécurité routière. Pour qu'on comprenne il faut une conséquence vraiment violente. La vie qui bascule... C'est le choc qui réveille, pas la douceur » (15-18 ans, Tours)
« Comme les accidents de la route, ils mettent des vrais cas de mecs accidentés et tout et ça choque » (15-18 ans, Paris)

CONCRET ET VIVANT SOUS LA FORME DE TÉMOIGNAGE

« Qu'on nous dise : si on fait ci ou ça, on voit les conséquences, mais qu'on nous montre la vraie vie » ; « Des jeunes qui racontent ce qui leur est arrivé. Qu'il téléchargeaient trop de films, qu'ils ont eu une amende et que ça s'est mal passé avec ses parents » (15-18 ans, Tours)
« Prendre des vrais cas de personnes qui se sont fait chopper, demander un témoignage de cette personne » (15-18 ans, Paris)



PISTE DE SUGGESTION DE COMMUNICATION INFORMATIVE DESTINÉE AUX JEUNES ADULTES



INFORMER

Quelle tonalité ?

Les jeunes adultes souhaitent qu'on les considère comme des adultes **matures** capables de décisions éclairées à la condition de détenir toutes les informations nécessaires pour le faire. C'est donc avant tout sous la forme d'information / conseil qu'ils souhaitent être adressés.

« Je préfère quand le message est apporté comme un conseil que comme une prévention » (22-24 ans, Paris)

« Parler sur le ton du conseil et expliquer qu'on n'est pas gagnants à télécharger... je te donne l'info et tu en fais ce que tu veux » (22 – 24 ans, Tours)

Quel message sur le fond ?

Une communication qui leur fournirait les **éléments de compréhension sur le mode de fonctionnement des droits d'auteurs** → Afin de modifier leurs convictions actuelles (selon lesquelles il est illégitime de demander aux consommateurs de respecter les droits d'auteurs des grosses productions)

Par exemple il pourrait s'agir d'expliquer le circuit suivi par l'argent : versé aux grosses productions puis réinvesti pour financer de jeunes artistes

Sous quelle forme ?

Il serait porteur d'utiliser les **ressorts de la mise en abyme du contenu culturel qui s'auto-défend** et du **porte-parole populaire pour générer un engagement affectif**.

« Un témoignage d'un artiste qui peine à ça. Il dit ce qu'il a besoin, ses galères du quotidien pour monter le projet... il faut que ce soit concret... Celui qui est déjà arrivé n'est pas touchant quand il dit qu'il galère » (19-21 ans, Tours)



AU-DELÀ, UNE OFFRE LICITE ATTRACTIVE IDÉALE QUI FERA ÉVOLUER LEURS PRATIQUES



INCITER

Des offres qui **valorisent l'expérience consommateur**, via des services complémentaires :

Une Offre complète

Qui ne nécessiterait pas d'être complétée par des contenus illicites

Qui offre un accès à tous types de contenus via des onglets

Un prix réduit

De l'ordre de 10 euros, par ailleurs financé par quelques publicités qu'il serait possible de passer après quelques secondes

Facile à stocker

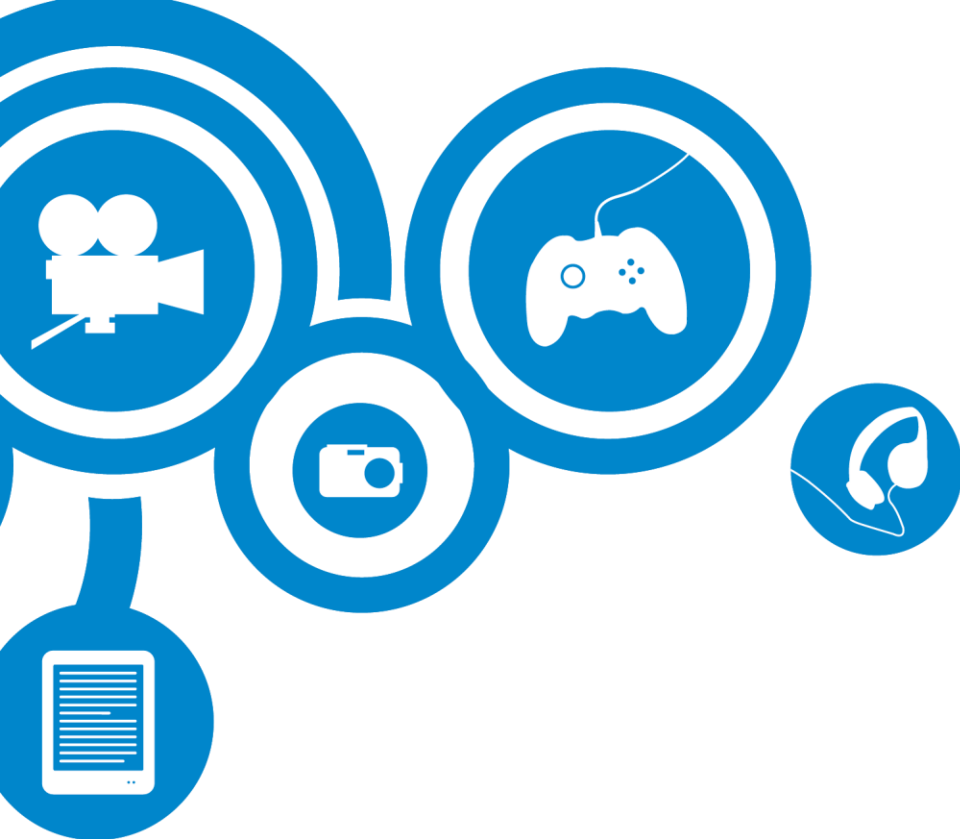
Application/consultation en *streaming* pour limiter le poids sur les terminaux, avec des options de téléchargement en cas de mauvaise connexion

Facile à consulter

Avec des contenus organisés de manière intuitive, qui soient faciles d'accès (via des entrées multiples pour satisfaire tous les besoins, qu'il s'agisse d'accéder rapidement à un titre pré-identifié ou de recherche sans idée préalable).

Facile à utiliser

Des services qui optimisent l'expérience (*playlist*, choix des sous-titres, possibilité de télécharger pour regarder hors connexion, Identifiants pour listes et conseils personnalisés, Communauté d'échanges d'avis, etc.)



CONCLUSIONS



LES « DIGITAL NATIVES »: UN NOM DE GÉNÉRATION UNIQUE POUR DES RÉALITÉS MULTIPLES

Un effet d'âge: de 15 à 24 ans, apparaissent des variations importantes dans les usages...

- **La consommation de biens culturels dématérialisés des 15-18 ans est à mettre en rapport avec leur désir d'autonomie:** ils sont à la recherche d'un accès facile, immédiat et surtout gratuit aux biens culturels, sans intervention des parents. Ils développent pour cela une culture de la « *débrouille* » ou du consommer malin et n'hésitent pas à recourir aux sites illicites.
- **A l'inverse, les jeunes adultes (19-24 ans) ont déjà acquis une certaine autonomie financière.** Ils ont des usages à la fois plus diversifiés et marqués par **l'attente d'un certain confort lié aux offres légales. Ils expriment en effet une certaine lassitude à l'égard des inconvénients liés aux pratiques illicites** (recherche fastidieuse de l'œuvre, publicités multiples et exposition aux virus, etc.). Les formules d'abonnement en particulier les séduisent par l'expérimentation fluide qu'elle propose (facilité d'accès, recommandations, possibilité de partager ses playlists, accès hors connexion, exclusivités, etc.).



LES « DIGITAL NATIVES »: UN NOM DE GÉNÉRATION UNIQUE POUR DES RÉALITÉS MULTIPLES

...Mais aussi de milieu social

- La dématérialisation réduit dans une certaine mesure les différences socio-culturelles dans l'accès aux biens culturels, en permettant à tous un accès relativement aisé aux œuvres. Néanmoins, l'appartenance sociale - le niveau de revenus du foyer en particulier - peut entraîner des pratiques différentes à l'issue du lycée.
- Les adolescents (15-18 ans), quelle que soit la catégorie sociale de leur foyer, consomment en priorité de manière illicite, par volonté voire fierté à pouvoir « se débrouiller » sans payer.
- On constate plus de différences chez leurs aînés. Les 19-24 ans issus des familles plus favorisées, ont déjà pu expérimenter les avantages de l'offre légale au sein de leur foyer et adoptent dès qu'ils le peuvent les formules d'abonnement, avec recours aux sites illicites en cas d'indisponibilité de l'œuvre recherchée. A l'inverse, les 19-24 ans issus de catégories sociales moins favorisées, ont tendance à privilégier une consommation gratuite, qu'elle soit légale (via les offres *freemium* de sites tels Deezer ou Spotify) ou illégale.



UNE VALORISATION DE LA CRÉATION MAIS UN REJET DU « SYSTÈME »

Des pratiques illicites conscientes et assumées

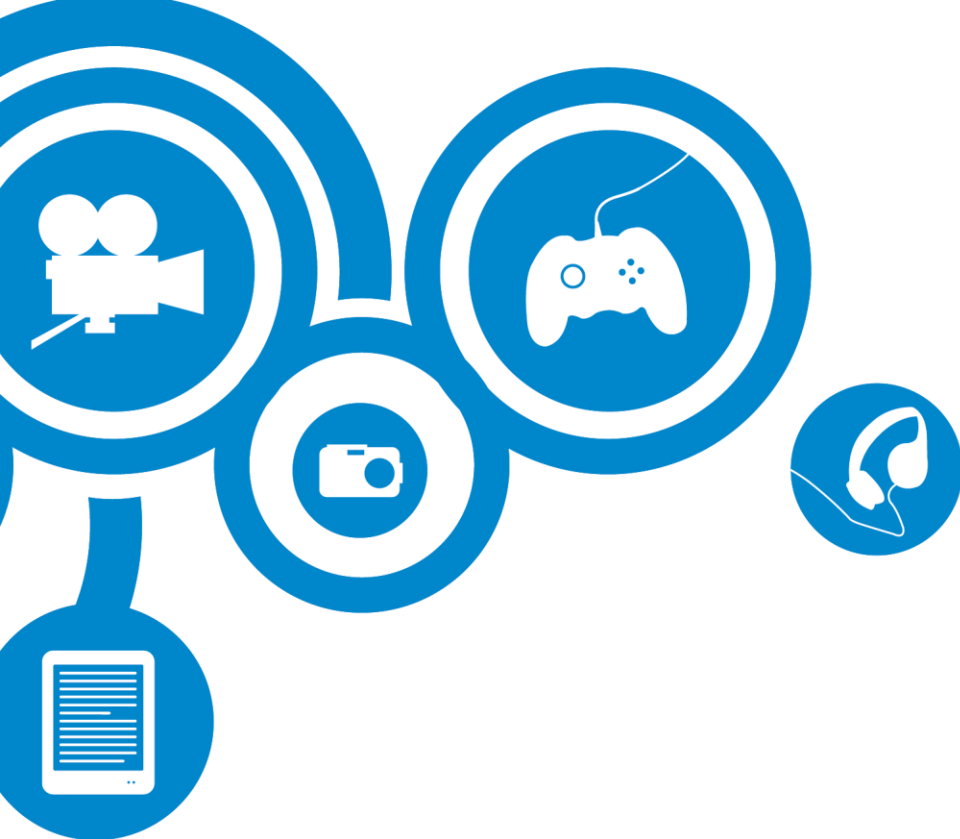
- Les 15-24 ans interrogés ont le plus souvent conscience du caractère illicite de leurs pratiques culturelles en ligne. Ils connaissent la notion de droit d'auteur et savent en restituer les principes essentiels.
- Ils ont néanmoins une vision paradoxale de la création: s'ils valorisent la protection des petits artistes et la rétribution de leur travail, ils rejettent l'enrichissement à outrance des artistes et les grosses productions (qu'ils consomment pourtant massivement), peu compatible pour eux avec la notion de création véritable.
- Ils ont de plus le sentiment de participer à un autre modèle économique : celui de l'attention et sa rémunération « au nombre de vues » dont YouTube est l'acteur le plus emblématique. Ils considèrent qu'il s'agit d'une opportunité pour les artistes de faire connaître leurs créations, avec des retombées positives sur la vente de billets de concerts notamment.
- Dès lors, le financement de la création par l'achat leur paraît secondaire, voire illégitime et leurs pratiques illicites peu condamnables.



UNE SENSIBILISATION À LA CRÉATION À ADAPTER SELON LES ÂGES

Des attentes de messages concrets

- Invités à imaginer ce qui pourrait les inciter à davantage consommer de manière légale, les plus jeunes (15-18 ans), encore à un âge où on teste l'autorité, se disent davantage en attente de sanctions fortes et concrètes (amendes, témoignages notamment) pour les inciter à une réévaluation du rapport risques/ bénéfices qui serait davantage susceptible de freiner leurs pratiques illicites.
- A l'inverse, les jeunes adultes (19-24 ans), se déclarent davantage sensibles à des démarches informatives, expliquant la chaîne de la création et les modes de rémunération des artistes.
- Au-delà et pour tous les profils, l'attractivité des plateformes légales paraît susceptible de faire basculer ces jeunes adultes vers des plateformes qu'ils apprécient déjà pour la simplicité et le confort qu'elles offrent : face à la gratuité de l'illicite, le bénéfice utilisateur doit être mis en avant pour justifier l'acte d'achat.



ANNEXE



CRÉDITS : LES ICÔNES UTILISÉS DANS CE RAPPORT PROVIENNENT D'UN SITE

www.adobestock.com



[highwaystarz](#)

AdobeStock_76146675



[Nichizhenova Elena](#)

AdobeStock_155946561



[YakobchukOlena](#)

AdobeStock_108255032



[Wayhome studioa](#)

AdobeStock_164402109



AdobeStock_91103114

[Andrey Popov](#)



[carloscastilla](#)

AdobeStock_45548312



[sdecoret](#)

AdobeStock_90742514



[Leowolfert](#)

AdobeStock_84204333



[vege](#)

AdobeStock_83143074



[lil_22](#)

AdobeStock_37561377



[strichfiguren.de](#)

AdobeStock_92746386



[edisainer](#)

AdobeStock_82381389



[Beboy](#)

AdobeStock_27790600



[Tombaky](#)

AdobeStock_129299082