



Baromètre de l'innovation Janvier 2015

*Les pratiques culturelles des français et
leurs usages numériques*

Un baromètre BVA - Syntec numérique

Sondage réalisé par

Bva

pour le

Syntec
NUMÉRIQUE

DES ENTREPRISES
QUI CHANGENT
LE MONDE



Recueil

Enquête réalisée auprès de **2 échantillons** :

- **Un échantillon de Français** recrutés par téléphone et interrogés par Internet* les 8 et 9 décembre 2014.
- **Un échantillon d'éditeurs de logiciels** interrogés par Internet du 3 au 12 décembre 2014.



Echantillon

Français : un **échantillon de 1297 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus a été interrogé. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Editeurs : Un **échantillon de 93 éditeurs** de logiciels a été interrogé.

* Il ne s'agit pas d'un access panel.

Note sur les marges d'erreur

Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques. Le tableau ci-dessous présente les valeurs des marges d'erreur suivant le résultat obtenu et la taille de l'échantillon considéré :

Taille de l'échantillon	Intervalle de confiance à 95% selon le score					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture : Dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, pour un pourcentage obtenu par enquête de 20%, la marge d'erreur est égale à 2,5. Le pourcentage a donc 95% de chance d'être compris entre 17,5% et 22,5%.

L'œil du sondeur : Erwan Lestrohan

Réalisée par Internet auprès de 1297 Français âgés de 18 ans et plus, la vague de décembre du baromètre de l'Innovation s'est intéressée à la question des pratiques culturelles des Français et de la convergence, aujourd'hui ou à l'avenir, de ces pratiques avec le numérique. De nombreuses questions se posent notamment sur l'évolutions des modes de consommation des médias : dans quelle mesure le numérique et l'Internet offrent-ils des solutions de substitution à la TV, au DVD, au cinéma ? Dans quelle mesure les Français ont-ils recours à des solutions s'appuyant sur les outils numériques pour regarder des films, des séries, lire des livres, écouter de la musique ou consulter des journaux ? La transposition numérique de pratiques culturelles in situ (musées, expositions, concerts, conférences) recueillerait-elle d'un intérêt ?

Le replay sur Internet, pratique majoritaire des Français

Quand on les interroge sur les services auxquels ils peuvent accéder pour consommer des médias (programme TV, musique, films, séries, journaux, livres), les Français sont 64% à déclarer qu'ils utilisent, au moins de temps en temps, le visionnage d'émissions de TV en replay sur Internet. Ce chiffre important montre que **ce service est aujourd'hui ancré dans les pratiques de consommation-média de la majorité des Français** et on peut même encore lui prédire une **marge de progression** si l'on observe le score d'usage auprès des 18-24 ans (76%).

La consultation en ligne de livres et de journaux, le téléchargement et le streaming de musique, de films ou de vidéos : des usages adoptés mais non généralisés

D'autres usages semblent adoptés par les Français mais ne sont pas majoritaires dans la population. La **consultation en ligne d'éditions numériques de livres ou de journaux** est utilisée par 45% des Français, et plus intensément encore par des profils d'individus au **capital économique et culturel élevé** (revenus mensuels > 3500€ : 53%, individus ayant réalisé des études supérieures : 53%).

Une pratique comme le **streaming de musique de films ou de séries** est plus particulièrement prisée par les **publics technophiles classiques** (18-24 ans : 58%, cadres : 45%) et consommée par 33% de la population française. Concernant cette pratique, on peut considérer que **l'aspect payant ou parfois illégal des offres existantes bloque encore un peu le développement des usages**.

Avec seulement 26% d'utilisateurs, le **téléchargement de contenus** (musique, films, séries) est un service moins utilisé, **pâtissant plus fortement encore que le streaming, de son aspect illégal**.

Le téléchargement de livres ou la lecture de livres numériques, pratiques marginales

Enfin, **les usages liés à la lecture (en dehors des journaux ou ouvrages à consulter en ligne) semblent moins transposés au numérique**. Seuls 14% des Français déclarent utiliser de temps en temps le téléchargement de livres ou de journaux et 9% la lecture de livres numériques sur une liseuse, des résultats qui montrent une **préférence forte pour les supports traditionnels**.

L'œil du sondeur : Erwan Lestrohan

80% de Français potentiellement intéressés par une offre numérique de conférences, visites de musée et exposition, concerts

Quand on les sonde sur leur intérêt pour la possibilité de recourir au numérique pour visiter une exposition, participer à une conférence ou assister à un concert, les Français se montre très intéressés. 51% des Français pourraient être intéressés par une participation à une conférence sur un thème de culture générale sans se déplacer, depuis un ordinateur ou une tablette connectée à Internet. Cette possibilité recueille des taux d'intérêt plus fort encore chez les jeunes publics (18-24 ans : 62%) mais aussi au sein de populations plus technophiles (Franciliens : 70%, cadres : 64%).

La possibilité de visiter un musée, une exposition intéresserait 43% des Français et rencontre significativement plus d'intérêt chez une population ayant des problématiques de déplacement comme les 65 ans et plus (56%).

Enfin, 33% des Français seraient intéressés par la possibilité de pouvoir assister à un concert via Internet, un service qui recueille un intérêt plus net auprès de populations ayant plus de difficultés d'accès à l'offre culturelle dans ce domaine, les ruraux (38%) et les ouvriers (36%).

Au global, **80% des Français se montrent intéressés par au moins l'une de ces trois possibilités** (conférence, exposition/musée, concert) soit une possibilité de transposition au numérique de pratiques culturelles *in situ* qui rencontre un intérêt très favorable au sein de la population.

Les émissions de TV et les livres, des pratiques pour lesquelles les modes de consommations traditionnels restent ancrés dans les usages des Français

Quand on leur demande à quelle possibilité ils ont le plus recours pour regarder la télévision, les Français placent en premier lieu le visionnage en direct (79%). Une minorité d'entre eux a le plus régulièrement recours à, des modes de consommation alternatifs comme le replay via le programme interactif (20%) ou via une box, un device (17%) ou au visionnage sur un autre écran (ordinateur, tablette : 16%). La préférence pour une consommation traditionnelle est encore plus forte pour la lecture de livres. 85% des Français privilégient le plus régulièrement la lecture d'un livre au format traditionnel contre 5% ayant régulièrement recours à la lecture sur tablette et 5% sur une liseuse numérique.

Pour la musique, les films et les séries, le numérique revêt un intérêt marqué...même si les modes de consommations traditionnels restent privilégiés

Pour regarder un film ou une série, écouter de la musique, les Français restent encore attachés à des modes de consommations traditionnels de ces médias. Pour écouter de la musique, 63% privilégient l'écoute en CD mais **1/3 des Français se montrent également sensibles aux solutions numériques existantes** : 28% d'entre eux écoutent régulièrement de la musique téléchargée et 22% de la musique en streaming. Le constat est assez proche pour visionner des films et des séries. 65% des Français ont le plus fréquemment recours au visionnage à la TV en direct et 29% au DVD mais **36% d'entre eux pratiquent régulièrement le replay, une part importante regarde régulièrement des films et des séries téléchargés (17%) ou en streaming (14%) et 6% pratiquent la VOD.**

L'œil du sondeur : Erwan Lestrohan

*Au global, les résultats de notre baromètre montrent un **ancrage du numérique dans les pratiques de consommation culturelle des Français...qui reste cependant à consolider**. Si le replay semble entré dans les mœurs, des pratiques comme la consultation en ligne de supports (journaux, livres), le téléchargement ou le streaming sont adoptés mais pas encore généralisés alors que le téléchargement de livre ou la lecture de livres numériques restent encore des pratiques marginales. Pour regarder la TV, lire un livre, les modes consommations traditionnels de ces médias restent encore privilégiés alors qu'il se dessine un **éclatement des usages et une ouverture plus nette au numérique pour écouter de la musique ou regarder des films, des séries**. Si ces pratiques sont encore en cours de maîtrise ou d'évaluation par les Français, ils n'en demeurent pas moins que **la transposition au numérique de certaines offres culturelles recueillerait leur intérêt** : 80% des Français seraient intéressés par la possibilité de participer à une conférence, de visiter un musée ou d'assister à un concert sans se déplacer, via Internet.*

Des indicateurs au plus haut pour les éditeurs de logiciels numériques

En décembre 2014, 77% des éditeurs de logiciels numériques interrogés se sont déclarés plutôt plus confiants concernant l'avenir de la situation économique de leur entreprise (ou de leur secteur). **Ce taux d'optimisme économique est supérieur de 11 points à ce que nous avons mesuré en octobre et indique une confiance très importante des éditeurs** (la barre des 70% de confiance n'avait pas été atteinte depuis juillet 2011).

Sur le plan de l'état d'avancement de leurs objectifs, les éditeurs ont également fait part d'une situation très favorable. 16% se déclarent au dessus de leurs objectifs pour 2014 (+4pts en comparaison à décembre 2013), 34% se déclarent en dessous de leurs objectifs (contre 39% en décembre 2013) et 50% sont en ligne avec leurs objectifs (49% en décembre 2013) soit **des situations économiques globalement satisfaisantes et dans une tendance positive**.

En écho à cette forte confiance et à des situations économiques satisfaisantes, **les projections des éditeurs de logiciels numériques en termes d'embauche et d'investissement sont également très élevées** :

- 56% des éditeurs déclarent qu'ils ont prévu d'augmenter leurs effectifs cette année (+4 pts en comparaison à octobre, +10pts en comparaison à juin).
- 79% des éditeurs ont prévu des investissements sur de nouveaux projets dans le trimestre à venir soit le taux le plus haut jamais enregistré dans ce baromètre (et +7pts en comparaison à octobre).

Alors que l'interrogation du mois d'octobre avait déjà montré une évolution positive des opinions des éditeurs de logiciel numérique quant à l'évolution de leur activité, les données recueillies en décembre montrent non seulement un optimisme général mais également des prévisions d'embauche et d'investissement en forte hausse qui dénotent un dynamisme et une très bonne santé du secteur.

L'œil du délégué aux Affaires Juridiques

Mathieu Coulaud



Les outils numériques liés aux usages de culture et à la consommation de biens culturels sont nombreux et de plus en plus utilisés par les Français

Baromètre Syntec Numérique - BVA / Janvier 2015

Le replay d'émissions de télévision sur internet (ou catch up TV) entre progressivement dans les habitudes des foyers : 64 % des français déclarent utiliser ce service. La forte pénétration des offres triple play avec une box à domicile explique ce phénomène puisqu'elles permettent de connecter sa télévision à Internet et aux périphériques pouvant stocker des films ou de la musique (disque dur externe, Xbox, PlayStation notamment).

Cette utilisation des outils numériques rend de moins en moins pertinent le téléchargement illégal d'œuvres protégées par le droit d'auteur. Dès lors que l'accès à des émissions, des films, des musiques est permis légalement, il n'est plus utile de les pirater. Les outils numériques possèdent donc l'avantage de « désinciter » au piratage et de redonner une valeur aux contenus. Par exemple, en les mettant à disposition pendant une durée limitée sur les box.

En revanche, l'usage numérique du livre montre moins de maturité : seuls 9 % des Français déclarent utiliser une liseuse.

Pourtant, le secteur possède une marge de progression importante car il investit pour mettre ses catalogues au format numérique et le contrat d'édition à l'ère numérique a été signé par tous les acteurs de la filière en décembre 2014.

Mais surtout, 80 % des Français se déclarent intéressés par une offre numérique des conférences, visites de musée ou d'exposition et diffusion de concerts. L'appétence et la curiosité sont donc fortes. Il est certain que les innovations proposées par les entreprises du numérique rendent de plus en plus aisées ce type de pratiques. Le numérique devient un véritable vecteur de rayonnement de la culture, en tous lieux et à n'importe quelle heure. Par extension, les outils numériques deviennent un élément de maillage du territoire pour des lieux qui n'ont pas ou peu d'offres culturelles. Ils sont également un formidable outil de promotion pour les institutions culturelles, les musées et les organisateurs de spectacle.

Avec le numérique, le secteur culturel continue ainsi à innover et à proposer des offres permettant une consommation de biens culturels légale et diversifiée.

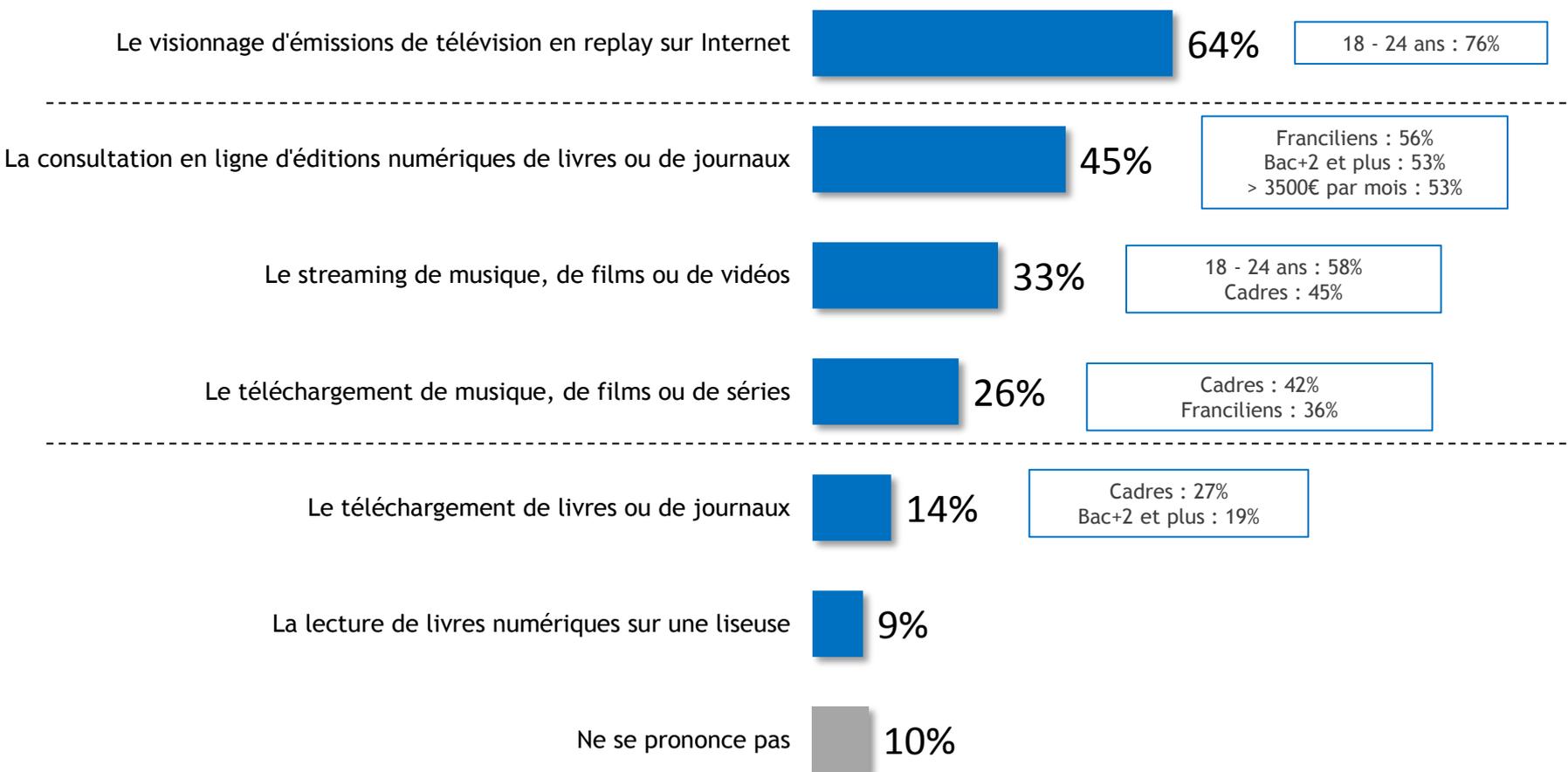
I - Résultats des questions d'actualité posées aux Français

Le replay sur Internet, pratique majoritaire chez les Français

La consultation en ligne, le streaming, le téléchargement, adoptés mais non généralisés

Le téléchargement de livres ou la lecture de livres numériques, pratiques marginales

○ Pour chacun des services suivants, lesquels utilisez vous, ne serait-ce que de temps en temps ? *



Une part significative de Français potentiellement intéressés par une offre numérique de conférences, visites de musée et exposition, concerts

- A propos des services suivant auxquels vous pourriez accéder sans vous déplacer, depuis un ordinateur ou une tablette connectés à Internet, diriez-vous qu'ils pourraient vous intéresser ?

Participer à une conférence sur un thème de culture générale

Franciliens : 70% / Cadres : 64%
18-24 ans : 62%



Visiter un musée, une exposition

65 ans et + : 56% / Femmes : 48%
Bac+2 et plus : 46%

18 - 24 ans : 37%



Assister à un concert

Communes rurales : 38%
Ouvriers : 36%

Franciliens : 30%

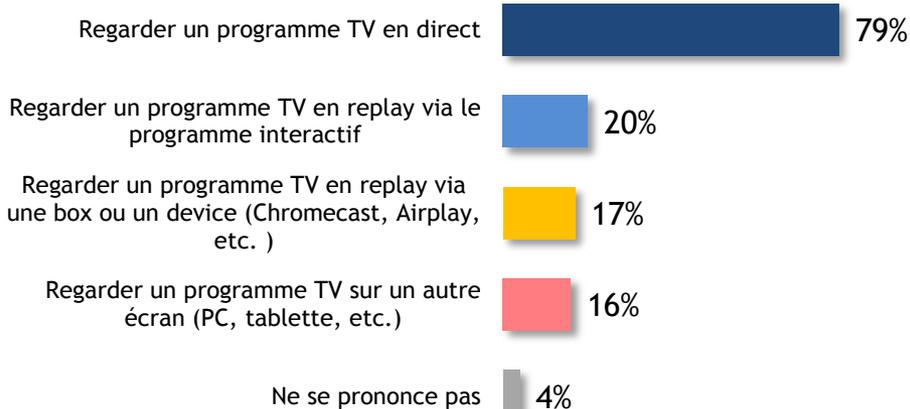


Part de Français intéressés par au moins une des 3 propositions :
80%

Des consommation de contenus culturels encore ancrés dans leurs usages traditionnels

Et, pour chacune des possibilités suivantes, pourriez-vous indiquer à laquelle vous avez le plus régulièrement recours, pour ... *

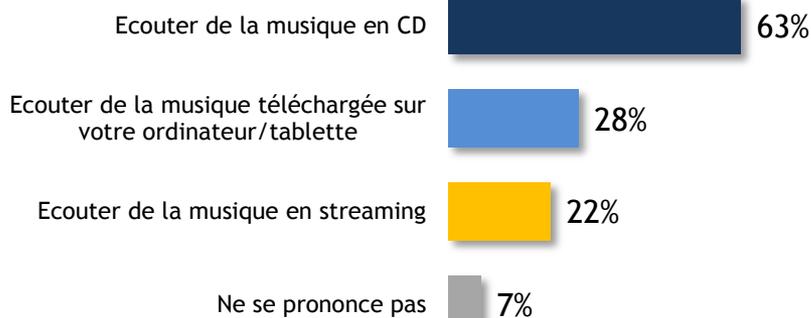
... regarder un programme TV



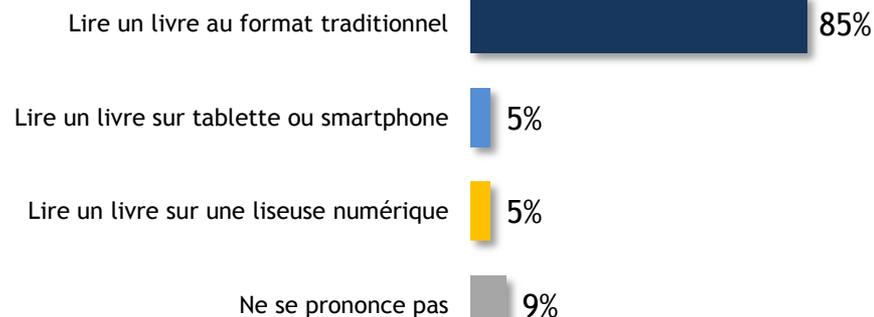
... regarder un film ou une série



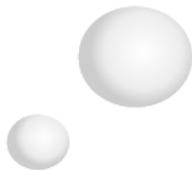
... écouter de la musique



... lire un livre

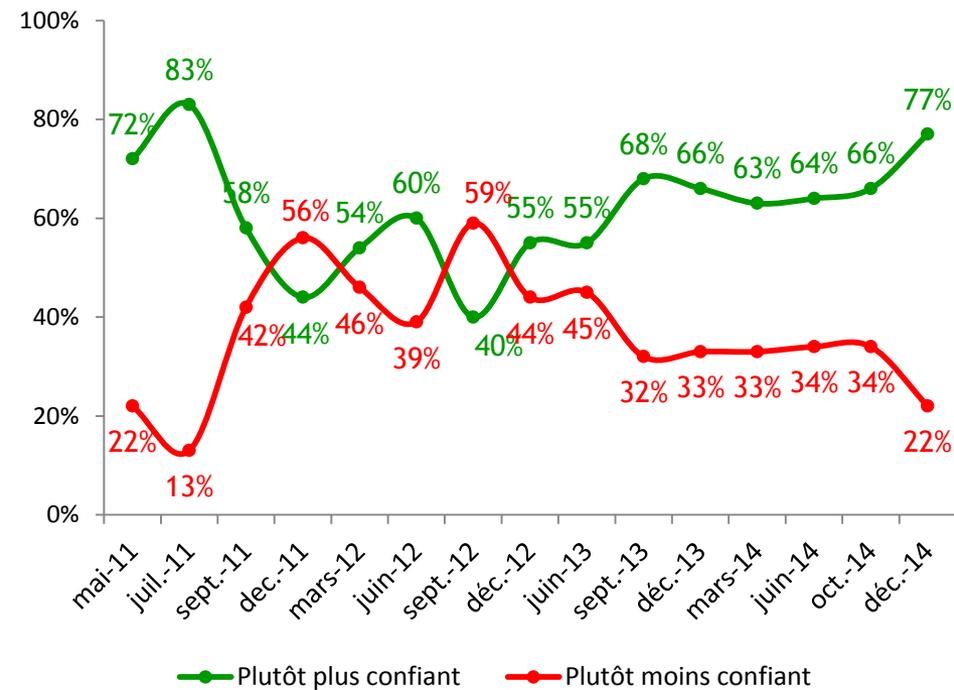
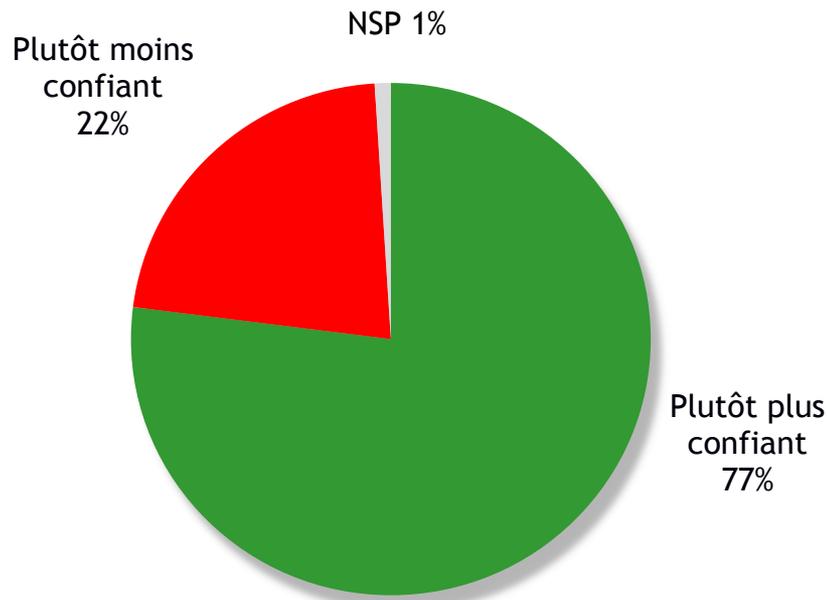


**II - Résultats des
questions
barométriques posées
aux éditeurs de
logiciels**



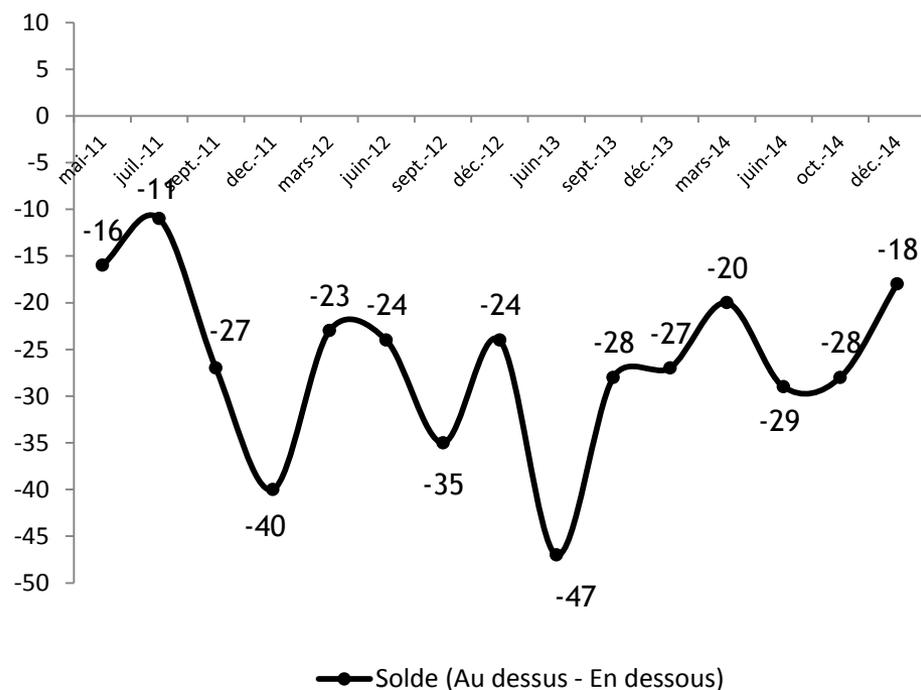
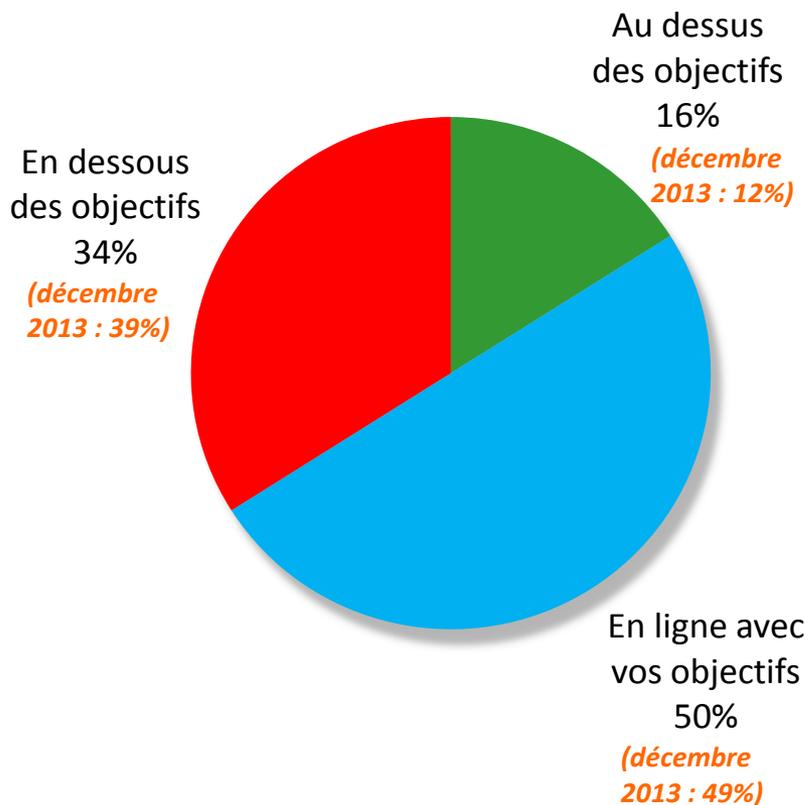
Moral économique : plus de 3 éditeurs sur 4 se disent plutôt plus confiants, un score jamais atteint depuis 3 ans

- Depuis ces trois derniers mois, êtes-vous plutôt plus confiant ou plutôt moins confiant concernant l'avenir de la situation économique de votre entreprise (ou bien, de votre secteur) ?



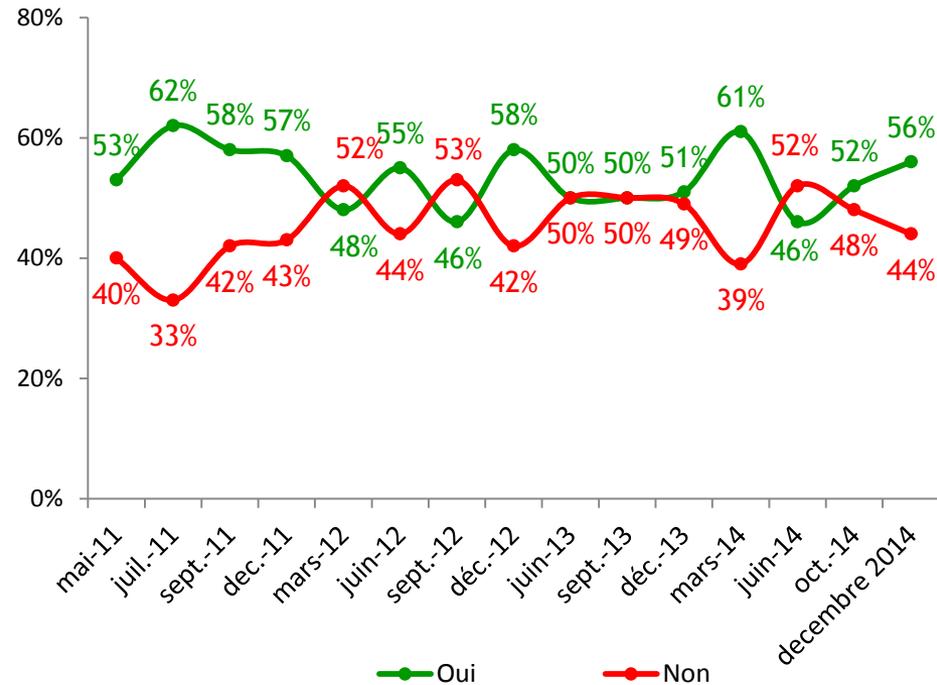
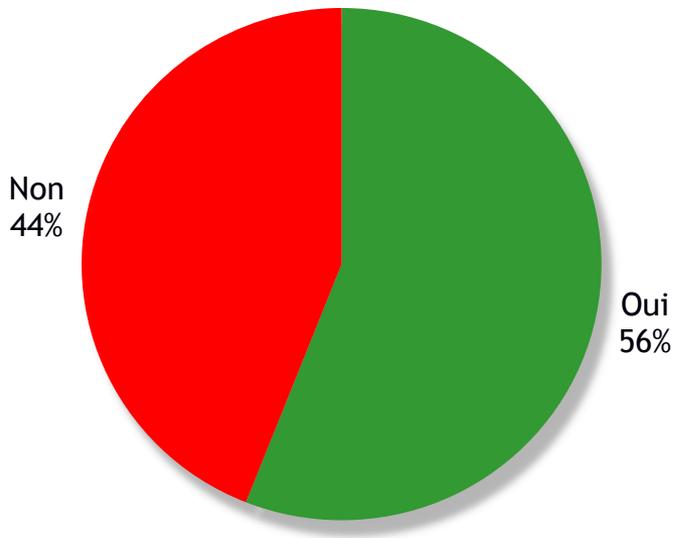
Seuls 34% des éditeurs s'estiment en dessous de leurs objectifs annuels à la fin 2014 (39% en déc. 2013)

- Par rapport à vos objectifs, êtes-vous pour le moment plutôt au-dessus, plutôt en-dessous, ou en ligne avec ce que vous vous étiez fixés pour 2014 ?



Des intentions de recrutement au plus haut, qui symbolisent la conjoncture positive...

- Avez-vous prévu d'augmenter vos effectifs cette année ?



...tout comme les prévisions d'investissement qui atteignent leur maximum sur la période 2011-2014.

- Avez-vous prévu des investissements sur de nouveaux projets dans les trois mois à venir ?

