

Etude du volume de consommation des biens et services culturels dématérialisés

Etude « Carnets de Consommation » – octobre 2015

“opinionway



Hadopi
Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur Internet

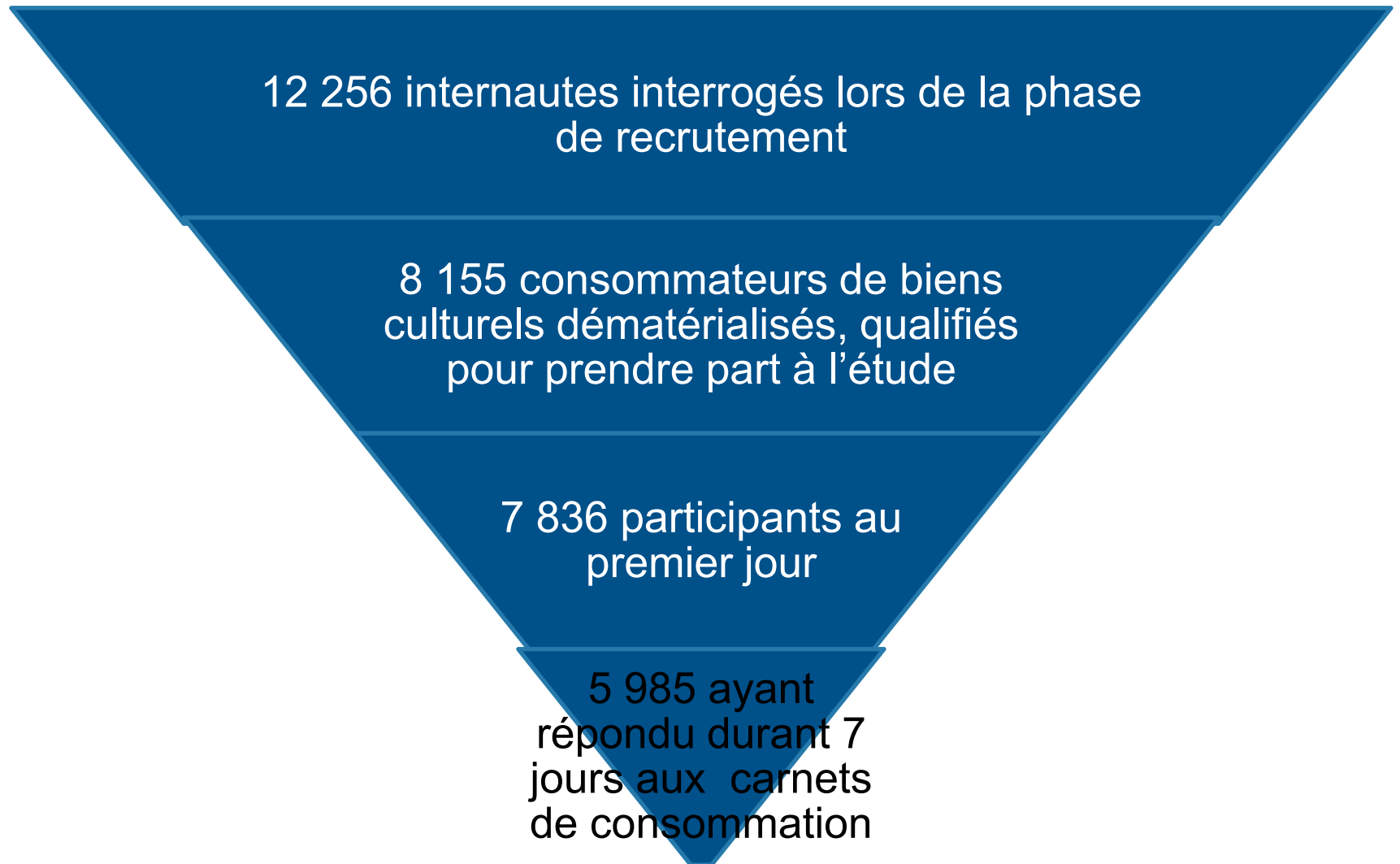
Méthodologie

Rappel du contexte de l'étude

- ▶ Dans le cadre de sa **mission d'observation des usages**, l'Hadopi a souhaité obtenir des données de **volume d'œuvres culturelles consommées de manière licite et illicite, que ce soit en téléchargement ou en streaming**.
- ▶ Plusieurs méthodologies sont envisageables pour obtenir ces informations. Les équipes de l'Hadopi ont opté pour la conduite d'une étude quantitative en ligne auprès de consommateurs, employant la technique des carnets de consommation.
- ▶ L'Hadopi a confié la réalisation de cette étude à OpinionWay, institut spécialiste des études en ligne et d'opinion.

Description de la méthodologie employée

- ▶ La méthodologie employée est celle des **cahiers de consommation**, c'est-à-dire des questionnaires à renseigner de façon quotidienne, durant 7 jours consécutifs ; chaque participant devant y noter sa consommation journalière dématérialisée de musique, films, séries, jeux vidéo, et livres/BD.
- ▶ Les interviews ont été réalisées en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview), auprès de l'Access Panel d'Opinion Way composé de 100 000 individus, entre le 17 et le 25 juin 2014.
- ▶ OpinionWay rappelle que les résultats de cette étude doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude qui sont de 1 point pour un échantillon de 5 000 répondants.
- ▶ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

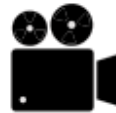


Description de la méthodologie employée

- ▶ **12 256 internautes** âgés de 15 ans et plus ont été interrogés lors de la phase de **recrutement** : parmi ces répondants, ont été sélectionnés les **8 155 consommateurs de biens numériques dématérialisés**, c'est-à-dire consommant au moins une fois par an en streaming ou en téléchargement l'un des produits culturels suivants :



musique



films



séries TV



livres/BD



jeux vidéo

Sur cette cible seul le téléchargement a été étudié vu la nature spécifique des consommations de jeux en ligne

Description de la méthodologie employée

- ▶ Sur ces 8 155 consommateurs de biens culturels, **7 836 ont accepté** de prendre part à l'étude. Au bout des 7 jours consécutifs d'enquête, **5 985 personnes avaient correctement rempli l'ensemble des carnets** de consommation.
- ▶ Ces 5 985 répondants sont **représentatifs** des internautes consommateurs de bien culturels. La représentativité a été assurée à la fois au travers du recrutement sur quotas et au final par un redressement sur la base des critères de sexe, âge, région et CSP selon la structure ci-contre:

SEXE	
Homme	52%
Femme	48%
CSP Individu	
CSP+	35%
CSP-	27%
Inactifs	38%
REGION HABITATION	
Paris/IDF	19%
Province	81%
AGE	
15-24 ans	25%
25-39 ans	29%
40 ans et plus	46%



Le taux d'efficacité du redressement est de 95,8%.

Les informations recueillies

- ▶ Les carnets de consommation ont permis de recueillir les informations suivantes:

Premièrement : les types de consommation

En matière de streaming

Aujourd'hui avez-vous ... ?

	En streaming	
	oui	non
Écouté de la musique ou regardé des Vidéos clips		
Regardé un ou des film(s)		
Regardé une ou des série(s) TV		
Lu tout ou partie d'un ou plusieurs livres/BD numériques		

En matière de téléchargement

Aujourd'hui avez-vous ... ?

	Téléchargé	
	oui	non
Écouté de la musique ou regardé des Vidéos clips		
Regardé un ou des film(s)		
Regardé une ou des série(s) TV		
Téléchargé un ou des jeux vidéo		
Lu tout ou partie d'un ou plusieurs livres/BD numériques		

Deuxièmement : les volumes consommés

En matière de streaming

Aujourd’hui avez-vous ... ?

PS2 : Combien de temps dans la journée avez-vous écouté de la **musique** ou regardé des **Vidéos** clips **en streaming** ?

En temps passé En nombre de titres
\ _____ / \ _____ /

PS3 : Combien de **films** avez-vous regardé **en streaming** ?

En nombre de films
\ _____ /

PS4 : Combien de **séries TV** avez-vous regardé **en streaming** ?

En nombre de séries
\ _____ /

PS5 : Combien avez-vous lu de **Livres/BD numériques en streaming** (tout ou en partie) ?

En nombre de livres/BD numériques
\ _____ /

En matière de téléchargement

Aujourd’hui avez-vous ... ?

PT1 : Combien avez-vous **téléchargé** de morceaux de **musique** ?
En nombre de titres

\ _____ /

PT2 : Combien avez-vous **téléchargé** de films ?
En nombre de films

\ _____ /

PT3 : Combien avez-vous **téléchargé** de séries TV ?
En nombre de séries

\ _____ /

PT4 : Combien avez-vous **téléchargé** de jeux vidéo ?
En nombre de jeux vidéo

\ _____ /

PT5 : Combien avez-vous **téléchargé** de livres / BD numériques ?
En nombre de livres/BD numériques

\ _____ /

Note : Les jeux vidéo ne sont pas étudiés dans la partie streaming, générant trop de confusion pour les répondants.

Troisièmement : Les consommations en détail

En matière de streaming



Consommation de musique
Artistes
Nombre de titres par artiste
Sites utilisés
Payant/gratuit



Consommation de films
Titres
Sites utilisés
Payant/gratuit
Païement à l'acte



Consommation de séries TV
Titres et nombre d'épisodes
Sites utilisés
Payant/gratuit
païement à l'acte

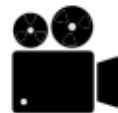


Consommation de livres/BD
Titres
Sites utilisés
Payant/gratuit
Païement à l'acte

En matière de téléchargement



Consommation de musique
Artistes
Nombre de titres par artiste
Sites utilisés
Payant/gratuit
Abonnement .païement à l'acte



Consommation de films
Titres
Sites utilisés
Payant/gratuit
Abonnement .païement à l'acte



Consommation de séries TV
Titres et nombre d'épisodes
Sites utilisés
Payant/gratuit
Abonnement .païement à l'acte



Consommation de livres/BD
Titres
Sites utilisés
Payant/gratuit
Abonnement .païement à l'acte



Consommation de jeux vidéo
Titres
Sites utilisés
Payant/gratuit
Abonnement .païement à l'acte



Modifications apportées au questionnaire

- Des modifications ont été apportées au questionnaire par rapport à celui utilisé en 2013. Ces modifications permettent un plus haut niveau de précision sur les conditions d'obtention.

2013

Vous personnellement, possédez-vous un abonnement sur une plateforme de produits ou services culturels en ligne (exemple : Canalplay, Deezer, Spotify, etc...) ?

1. Oui
2. Non

Vous nous avez dit avoir écouté hier de la musique ou regardé des vidéos clips, nous souhaiterions savoir pour chaque site de streaming utilisé... ?

Les conditions d'obtention...

1. Payant par abonnement
2. Payant à l'unité
3. Gratuit

2014

Vous personnellement, possédez-vous un abonnement sur une plateforme de produits ou services culturels en ligne (exemple : Canalplay, Deezer, Spotify, etc...) ?


1. Oui, payant
2. Oui, gratuit
3. Non


Vous nous avez dit avoir écouté hier de la musique ou regardé des vidéos clips, nous souhaiterions savoir pour chaque site de streaming utilisé... ?


Les conditions d'obtention...


1. Payant par abonnement
2. Payant à l'unité
3. Gratuit par abonnement
4. Gratuit sans abonnement


Explication des pictogrammes


- 

Internauts consommateurs
Internauts consommateurs de biens culturels au moins une fois au cours des 12 derniers mois
- 

Consommateurs
Consommateurs de biens culturels de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence
- 

Consommateurs streaming
Consommateurs de biens culturels en streaming de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence
- 

Consommateurs téléchargement
Consommateurs de biens culturels téléchargés de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence
- 

Consommation de biens culturels en streaming
- 

Consommation de biens culturels téléchargés

- 

Consommation de musique
- 

Consommation de films
- 

Consommation de séries TV
- 

Consommation de livres/BD
- 

Consommation de jeux vidéo

- | | | |
|---|--|---|
|  <p>Payant
Acquisition <u>payante</u> de biens culturels</p> |  <p>Gratuit
Acquisition <u>gratuite</u> de biens culturels</p> |  <p>Non renseigné
Mode d'acquisition de biens culturels non renseigné</p> |
|  <p>Paiement à l'acte
Biens culturels <u>payés à l'acte</u></p> |  <p>Abonnement
Biens culturels <u>payés par abonnement</u></p> |  <p>Non renseigné
Mode de paiement des biens culturels non renseigné</p> |

- Si cette étude fait écho à celle réalisée en 2013, les résultats doivent être rapprochés avec précaution.
- En effet, les résultats de ce genre d'étude peuvent être fortement impactés par le contexte (événements culturels, sortie de blockbusters, etc.) dans lequel s'inscrit la période étudiée.
- Il est en revanche possible de relever d'éventuelles évolutions statistiquement significatives (à 95%), indiquant des **tendances** notables. Celles-ci sont signalées par des triangles de couleur :
 - ▼ : pour une baisse significative (alternativement chiffre en rouge)
 - ▲ : pour une hausse significative (alternativement chiffre en vert)
- Il est apparu à la lecture des résultats que certains répondants avaient inclus dans « abonnement gratuit » le fait de posséder un compte gratuit sur une plateforme (exemple : compte d'utilisateur sur YouTube ou Dailymotion). Les résultats correspondants aux « abonnements gratuits » incluent donc la possession d'un compte utilisateur non payant. Certaines plateformes peuvent se retrouver dans plusieurs catégories, par exemple :
 - les plateformes qui proposent soit une offre gratuite, soit une offre payante peuvent se retrouver dans les deux catégories en fonction du type de consommation du répondant
 - Les plateformes pour lesquelles la création d'un compte utilisateur est optionnel peuvent se retrouver dans la catégorie « avec abonnement » ou « sans abonnement », en fonction de la situation personnelle du répondant.

La consommation de musique, séries, films, jeux vidéo et livres/BD dématérialisée en bref

Les chiffres de la consommation sur la semaine étudiée : 144 864 œuvres en streaming, 18 763 téléchargées

En matière de streaming:
144 864 œuvres consommées
(dont 24 498 intégralement décrites)



Consommation de musique
4 087 individus ont déclaré
avoir écouté 129 102
morceaux de musique



Consommation de films
1 749 individus ont déclaré
avoir regardé 3 310 films



Consommation de séries TV
2 534 individus ont déclaré
avoir consommé 11 231
épisodes de séries TV



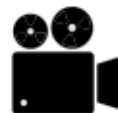
Consommation de livres/BD
520 personnes ont déclaré
avoir vu/lu 1 221 livres / BD

*ici le streaming fait référence à
la lecture en ligne, sans
téléchargement

En matière de téléchargement:
18 763 œuvres consommées
(dont 8 063 intégralement décrites)



Consommation de musique
1 160 individus ont déclaré avoir
téléchargé 9 270 morceaux de
musique/vidéos clips



Consommation de films
926 individus ont déclaré avoir
téléchargés 1 951 films



Consommation de séries TV
932 individus ont déclaré avoir
téléchargé 4 747 épisodes de
séries TV



Consommation de livres/BD
422 individus ont déclaré avoir
téléchargé 1 277 livres/BD

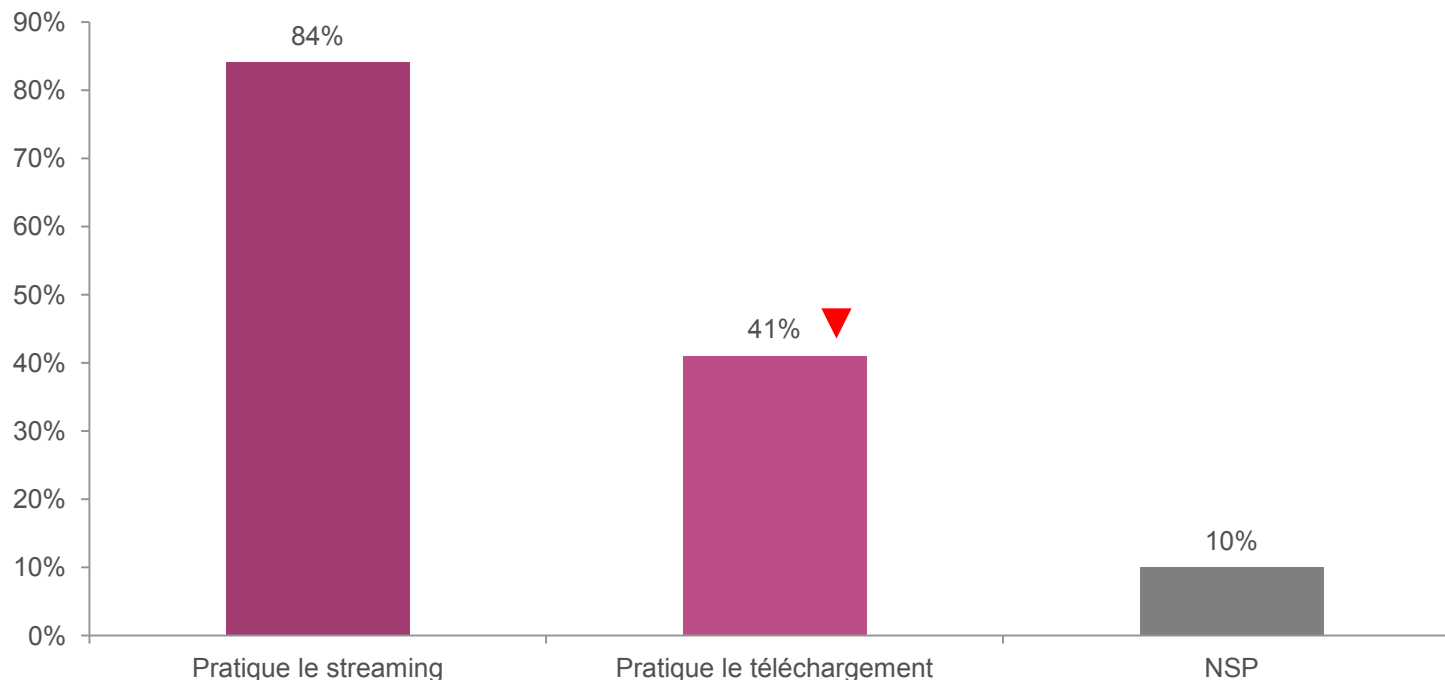


Consommation de jeux vidéo
386 individus ont déclaré avoir
téléchargé 1 568 jeux

Le téléchargement semble marquer le pas, le streaming reste stable

Les consommateurs de biens culturels dématérialisés sont 41% à déclarer avoir recours au téléchargement. Le streaming reste largement plus répandu (84%) sans pour autant concerner davantage de répondants qu'en 2013.

Type de consommation des individus (base ensemble : 5985)



La musique est massivement consommée en streaming

La baisse du téléchargement se retrouve pour la musique, les films et les jeux vidéos . Si le streaming se renforce dans la musique il est, sur la période étudiée, en très léger recul concernant les films, les séries TV ou les livres/BD.

Base ensemble : 5 985

▲▼ Evolution statistiquement significative depuis 2013 (95%)

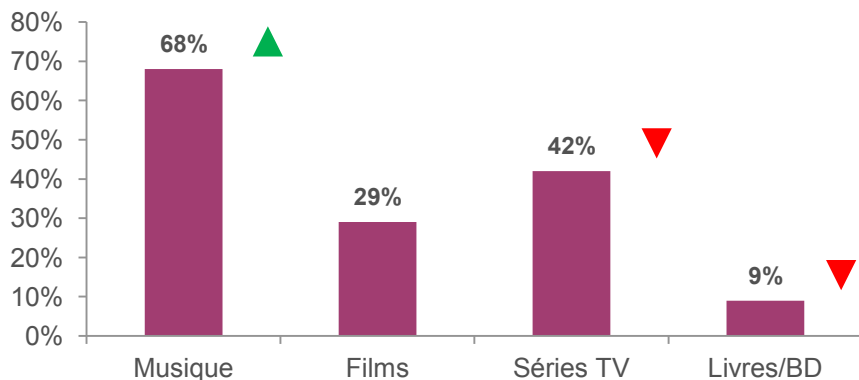


Dont : Consommateurs streaming soit 84% de l'échantillon



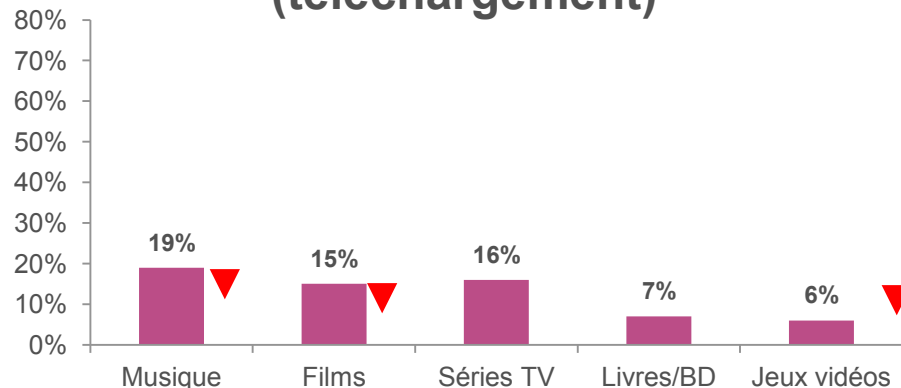
Dont : Consommateurs téléchargement soit 41% de l'échantillon

Répartition des actes (streaming)



Les consommateurs sont 68% à écouter de la musique, 29% regarder des films, 42% des séries TV et 9% à lire les livres ou BD en streaming.

Répartition des actes (téléchargement)



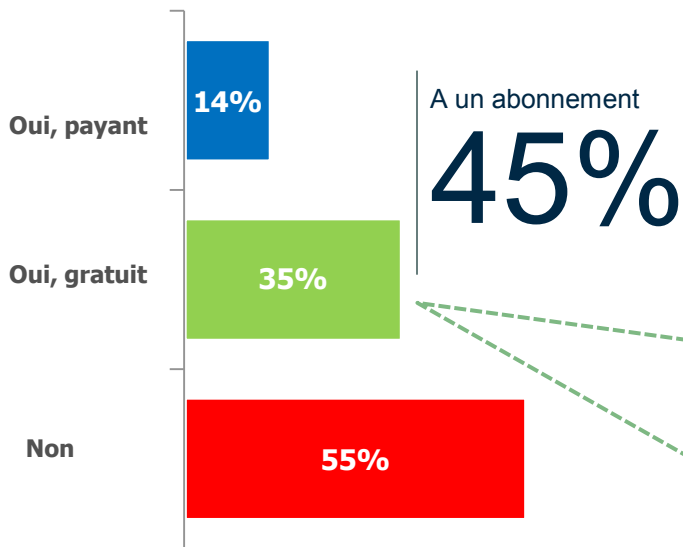
En téléchargement la musique concerne 19% des usages, les séries TV 16%, les films 15%, les livres ou BD 7% et les jeux vidéos 6%

Qu'il s'agisse d'un compte payant (14%) ou gratuit (35%), les abonnements concernent près d'un répondant sur deux

55% des répondants déclarent ne disposer d'aucun abonnement et parmi les 45% qui en disposent, seul un tiers sont possesseurs d'abonnements payants

Vous personnellement, possédez-vous un abonnement sur une plateforme de produits ou services culturels en ligne (exemple : Canalplay, Deezer, Spotify, etc...) ?

Base ensemble : 5 985



- 71% Deezer
- 24% Youtube
- 24% Spotify
- 6% Dailymotion
- 5% M6replay
- 4% Canal +
- 4% Amazon.fr
- 4% my tf1
- 4% Itunes / Apple Store
- 3% France TV Pluzz
- 3% Groovshark
- 3% Google play
- 3% Facebook
- 3% Dpstream.net
- 2% Fnac
- 2% Musicme.com
- 16% Sites autour de 1%
- 10% Moins de 4 occurrences
- 3% NSP

		Oui, payant	Oui, gratuit	Non
Sexe	Homme	15%	36%	53%
	Femme	12%	34%	57%
Statut	CSP+	17%	37%	51%
	CSP-	12%	33%	57%
	Inactif	12%	34%	57%
Âge	15 à 17 ans	5%	47%	53%
	18 à 24 ans	13%	39%	52%
	25 à 39 ans	15%	39%	51%
	40 à 59 ans	14%	33%	56%
	60 ans et plus	12%	23%	67%

Possession d'un abonnement	Oui, payant	Oui, gratuit
A pratiqué le streaming et le téléchargement au cours de la semaine test	19%	43%
A pratiqué seulement le streaming au cours de la semaine test	11%	34%
A pratiqué seulement le téléchargement au cours de la semaine test	12%	22%
N'a pratiqué ni streaming, ni téléchargement au cours de la semaine test	9%	18%

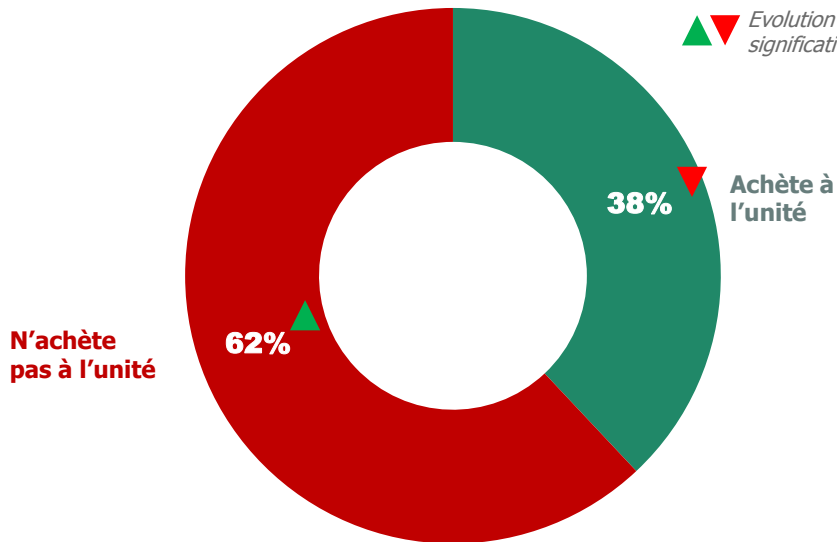
62% des répondants déclarent ne pas acheter à l'unité

Les internautes consommateurs de biens culturels sont 38% à déclarer avoir déjà acheté un contenu à l'unité.

Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter un contenu à l'unité (par exemple une chanson sur iTunes, un film en VoD, etc.) pour consommer des produits ou services culturels en ligne?

Base ensemble : 5 985

▲ ▼ Evolution statistiquement significative depuis 2013 (95%)



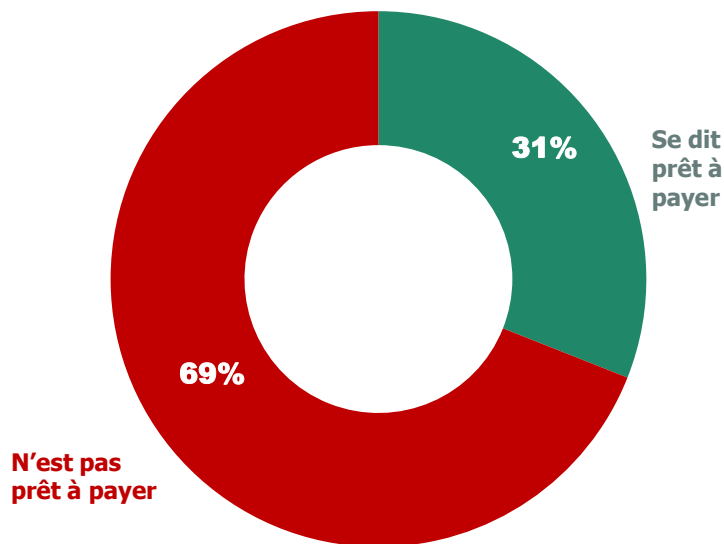
		Oui	Non
Sexe	Homme	43%	57%
	Femme	32%	68%
Statut	CSP+	47%	53%
	CSP-	36%	64%
	Inactif	31%	69%
Âge	15 à 17 ans	31%	69%
	18 à 24 ans	26%	74%
	25 à 39 ans	43%	57%
	40 à 59 ans	43%	57%
	60 ans et plus	36%	64%

Achat à l'unité	Oui	Non
A pratiqué le streaming et le téléchargement au cours de la semaine test	48%	52%
A pratiqué seulement le streaming au cours de la semaine test	33%	67%
A pratiqué seulement le téléchargement au cours de la semaine test	37%	63%
N'a pratiqué ni streaming, ni téléchargement au cours de la semaine test	29%	71%

Un répondant sur trois n'ayant pas d'abonnement et n'achetant pas à l'unité se dit prêt à payer pour des contenus culturels dématérialisés

Un tiers (31%) des répondants n'ayant ni abonnement et n'achetant pas de produits à l'unité se dit prêt à payer pour consommer des produits ou services culturels dématérialisés. C'est notamment le cas chez ceux qui au cours de la semaine de référence ont utilisé à la fois streaming et téléchargement.

Etes-vous prêt à payer pour consommer des produits ou services culturels dématérialisés ?
(personnes n'ayant ni abonnement et n'achetant pas de produits à l'unité, 38% des répondants)



		Oui	Non
Sexe	Homme	34%	66%
	Femme	28%	72%
Statut	CSP+	37%	63%
	CSP-	27%	73%
	Inactif	29%	71%
Âge	15 à 17 ans	36%	64%
	18 à 24 ans	33%	67%
	25 à 39 ans	31%	69%
	40 à 59 ans	30%	70%
	60 ans et plus	28%	72%

▲▼ Evolution statistiquement significative depuis 2013 (95%)
*Aucune différence significative constatée

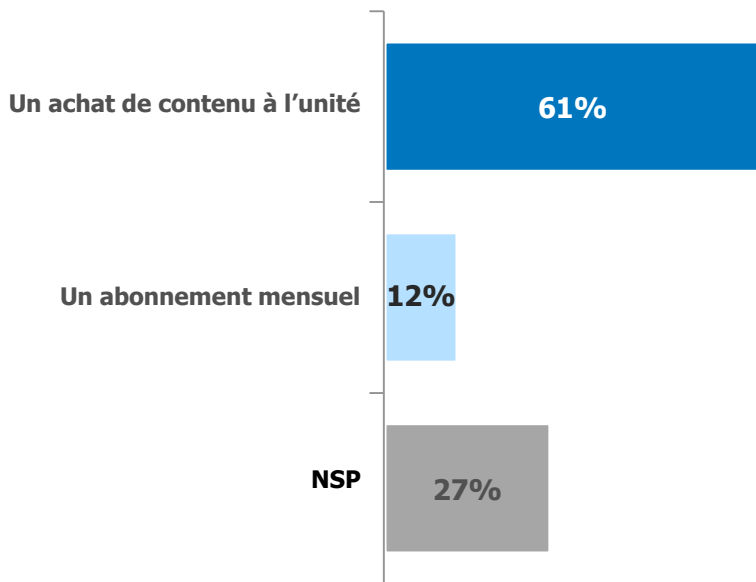
Prêt à payer	Oui	Non
A pratiqué le streaming et le téléchargement au cours de la semaine test	38%	62%
A pratiqué seulement le streaming au cours de la semaine test	28%	72%
A pratiqué seulement le téléchargement au cours de la semaine test	38%	62%
N'a pratiqué ni streaming, ni téléchargement au cours de la semaine test	24%	72%

Auprès des potentiels consommateurs payant, le paiement à l'unité est la porte d'entrée la plus valorisée

Pour les individus n'ayant jamais payé pour du contenu culturel dématérialisé mais prêts à le faire, le paiement à l'unité (61%) est la formule qui les séduit le plus, là où l'abonnement reste marginal (12%). 27% ne savent pas choisir. Cette population peut être dans l'attente d'une offre adaptée à leur fréquence ou modes de consommation.

Préférez-vous...

(personnes ayant déclaré être prêtes à payer pour consommer des produits/services culturels dématérialisés, soit 12% des répondants)



		Achat de contenu à l'unité	Abonnement mensuel
Sexe	Homme	57%	15%
	Femme	65%	8%
Statut	CSP+	56%	17%
	CSP-	69%	7%
	Inactif	61%	10%
Âge	15 à 17 ans	41%	-
	18 à 24 ans	54%	13%
	25 à 39 ans	55%	15%
	40 à 59 ans	66%	11%
	60 ans et plus	77%	7%











▲ ▼ Evolution statistiquement significative depuis 2013 (95%)

*Aucune différence significative constatée

Tableaux de bord des consommations

Profil des consommateurs selon le bien culturel

(effectifs en individus)

 (5985)
  (4087)
  (1749)
  (2534)
  (520)
  (1160)
  (926)
  (932)
  (422)
  (386)

		Internaute*	Consommateurs streaming **					Consommateurs téléchargement ***				
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Sexe	Homme	52%	53%	54%	43%	55%	59%	61%	56%	57%	67%	
	Femme	48%	47%	46%	57%	45%	41%	39%	44%	43%	33%	
Statut	CSP+	35%	35%	33%	32%	36%	34%	38%	38%	41%	38%	
	CSP-	27%	27%	25%	27%	24%	27%	25%	22%	21%	25%	
	Inactif	38%	38%	42%	41%	40%	39%	38%	40%	39%	38%	
Âge	15 à 17 ans	2%	2%	4%	2%	2%	3%	3%	3%	-	5%	
	18 à 24 ans	23%	26%	29%	29%	23%	31%	26%	34%	15%	23%	
	25 à 39 ans	29%	30%	25%	29%	31%	27%	31%	32%	29%	29%	
	40 à 59 ans	32%	30%	31%	28%	30%	28%	28%	22%	36%	35%	
	60 ans et plus	14%	11%	12%	11%	15%	11%	11%	8%	20%	8%	

- La consommation de biens culturels en ligne est plus souvent le fait des hommes (notamment dans le cas du téléchargement) que des femmes, à l'exception notable des séries TV en streaming
- Les 18/24 ans sont les plus importants consommateurs, qu'il s'agisse de streaming ou téléchargement
- Au final, si le profil des consommateurs de biens culturels en ligne, s'il est plus masculin et plus jeune (et un peu plus CSP+ en matière de téléchargement) il reste relativement proche de celui de l'ensemble de la population des internautes.

*Consommateurs de biens culturels au moins une fois au cours des 12 derniers mois, total supérieur à 100 les répondants ayant plusieurs pratiques

**Consommateurs de biens culturels en streaming de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence

***Consommateurs de biens culturels téléchargés de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence



Consommation des œuvres selon le profil des internautes

		(effectifs en individus) @ (5985)	🎵 (4087)	🎬 (1749)	📺 (2534)	📖 (520)	🎵 (1160)	🎬 (926)	📺 (932)	📖 (422)	🎮 (386)
		Internètes*	Consommateurs streaming**				Consommateurs téléchargement***				
Sexe	Total	100%	68%	29%	42%	9%	19%	15%	16%	7%	6%
	Homme	100%	70%	30%	35%	9%	22%	18%	17%	8%	8%
	Femme	100%	67%	28%	50%	8%	16%	13%	14%	6%	4%
Statut	CSP+	100%	67%	28%	39%	9%	19%	17%	17%	8%	7%
	CSP-	100%	68%	27%	42%	8%	19%	14%	13%	5%	6%
	Inactif	100%	69%	32%	46%	9%	20%	15%	16%	7%	6%
Âge	15 à 17 ans	100%	74%	57%	47%	9%	29%	28%	25%	-	16%
	18 à 24 ans	100%	78%	36%	54%	8%	26%	18%	23%	5%	6%
	25 à 39 ans	100%	71%	25%	43%	9%	18%	16%	17%	7%	7%
	40 à 59 ans	100%	64%	28%	37%	8%	17%	14%	11%	8%	7%
	60 ans et plus	100%	56%	26%	34%	9%	15%	13%	9%	10%	4%

Les jeunes (18-24 ans), plus importants consommateurs en proportion, sont plus particulièrement actifs dans les domaines de la musique, des films ou des séries TV

Les 60 ans et plus sont en retrait sur l'ensemble des catégories de biens culturels, à l'exception des livres qu'ils téléchargent davantage.

Au final, au delà de différences structurelles attendues, toutes les catégories sociodémographiques sont assez largement représentées dans chacune des catégories de biens culturels étudiées

*Consommateurs de biens culturels au moins une fois au cours des 12 derniers mois, total supérieur à 100 les répondants ayant plusieurs pratiques

**Consommateurs de biens culturels en streaming de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence

***Consommateurs de biens culturels téléchargés de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence

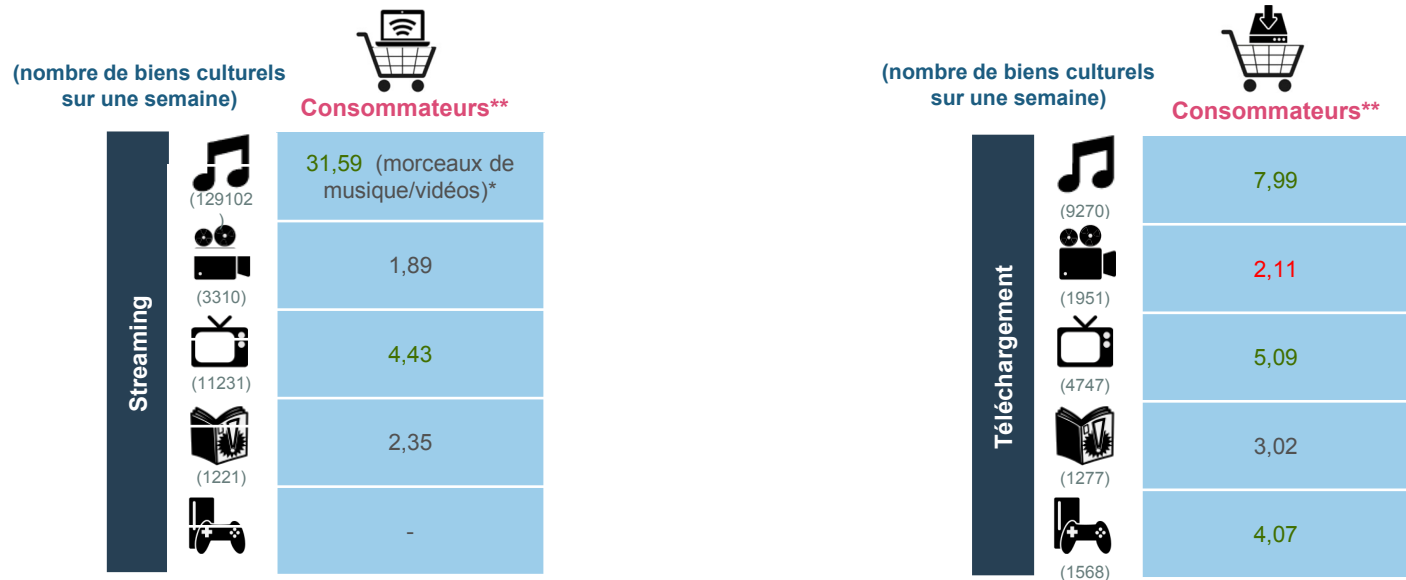
Ecart significatif par rapport à l'ensemble 95%



Progression du streaming musical

De manière logique s'agissant d'une consommation par titre, la musique est le bien culturel le plus consommé de manière dématérialisée au cours de la semaine étudiée : les consommateurs de musique ont écouté en moyenne 31,59 morceaux en streaming et téléchargé 7,99 morceaux. On retrouve, concernant les séries TV ce même phénomène.

Consommation moyenne pour chaque bien culturel par individu sur une semaine



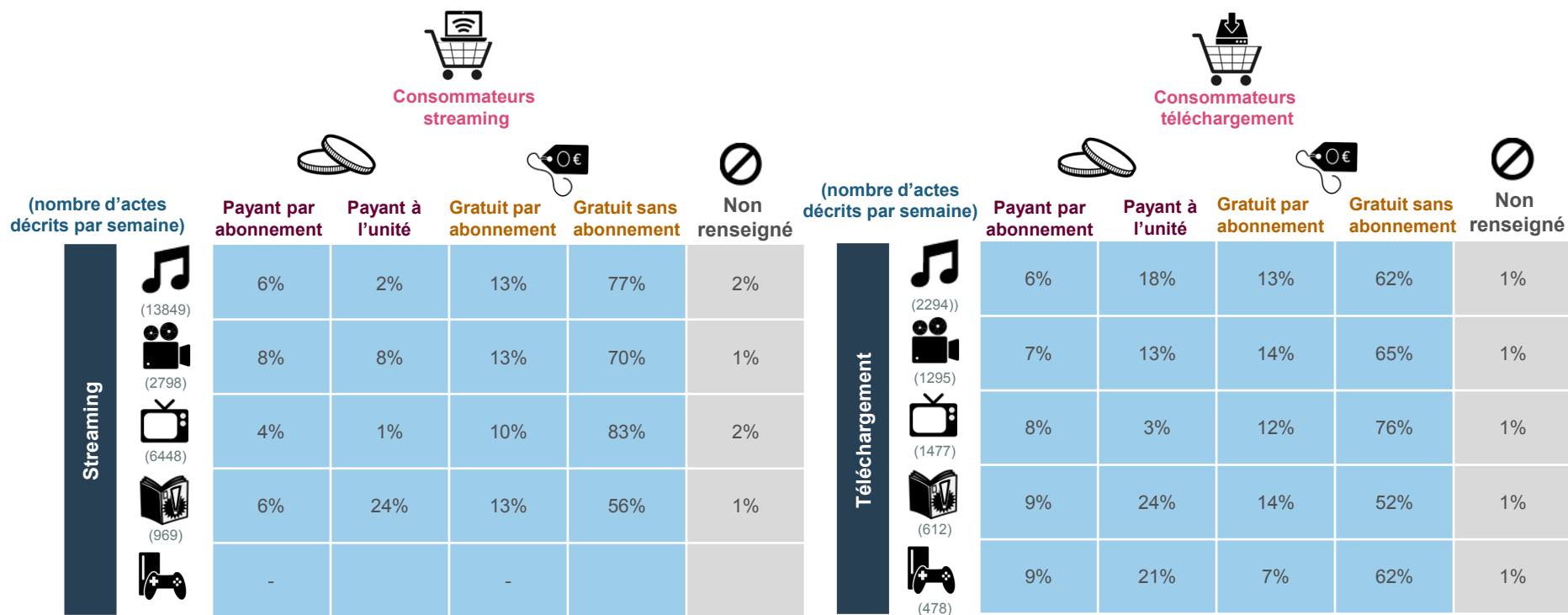
*Un même bien culturel écouté plusieurs fois sera comptabilisé plusieurs fois

**Consommateurs de biens culturels de la catégorie concernée au moins une fois au cours de la semaine de référence

L'accès aux biens culturels se fait majoritairement de façon gratuite sans abonnement

De manière générale et transverse à tous les types de biens culturels, l'accès gratuit sans abonnement est privilégié. Le paiement concerne davantage les téléchargements (avec une préférence pour le paiement à l'unité), avec 24% des morceaux de musique ou 30% des jeux vidéos consommés durant la semaine étudiée.

Mode d'acquisition des biens culturels durant la semaine de référence



Résumé des consommations – ensemble biens culturels

Taux de pénétration (base)				
musique	films	Séries TV	Livres/BD	Jeux vidéo
48%	37%	38%	20%	16%

	Streaming	téléchargement	Streaming	téléchargement	Streaming	téléchargement	Streaming	téléchargement	téléchargement	
Proportion de consommateurs par type de produit	68,0%	19,0%	29%	15%	42%	16%	9%	7%	6%	
Proportion de consommateurs sur une semaine	32,6%	9,1%	10,7%	5,6%	16,0%	6,1%	1,8%	1,4%	1,0%	
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine	31,59	7,99	1,89	2,11	4,43	5,09	2,35	3,02	4,07	
Consommation internautes sur une semaine	10,31	0,73	0,20	0,12	0,71	0,31	0,04	0,04	0,04	
Mode d'acquisition et paiement des biens par les consommateurs (par acte)	Payant par abonnement	6%	6%	8%	7%	4%	8%	6%	9%	9%
	Payant A l'unité	2%	18%	8%	13%	1%	3%	24%	24%	21%
	Gratuit par abonnement	13%	13%	13%	14%	10%	12%	13%	14%	7%
	Gratuit sans abonnement	77%	62%	70%	65%	83%	76%	56%	52%	62%
	NSP	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%
Mode de consommation	ST Label/licite	87%	65%	50%	24%	53%	23%	51%	44%	59%
	Illicite	5%	19%	32%	57%	36%	60%	21%	23%	15%
	Non-classé/NSP	8%	16%	18%	19%	11%	17%	28%	33%	26%
Œuvres Françaises/ Internationales	International	65%	63%	62%	62%	78%	79%	45%	51%	-
	Français	28%	29%	27%	30%	17%	3%	46%	40%	-
	International/Français	-	-	1%	1%	-	-	-	-	-
	Non-classé/NSP	7%	8%	10%	7%	5%	18%	9%	9%	-



Résumé des consommations de musique

“opinionway”

Taux de pénétration (base)	
musique	
48%	Proportion d'internautes écoutant en streaming ou téléchargeant de la musique au moins une fois par an

		Streaming	télécharge ment	
Proportion de consommateurs par type de produit		68,0%	19,0%	Durant la semaine, 68% des consommateurs de musique en ligne ont fait du streaming, 19% du téléchargement. Pour la musique, le streaming représente plus de deux fois plus de pratiquants que le téléchargement
Proportion de consommateurs sur une semaine		32,6%	9,1%	Rapporté à l'ensemble des internautes âgés de 15 ans et plus, 32,6% sont des consommateurs en ligne de musique en streaming.
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine		31,59	7,99	Les consommateurs de musique en ligne actifs durant notre semaine test écoutent en moyenne 31,59 titres /morceaux en streaming et en téléchargent 7,99
Consommation internautes sur une semaine		10,31	0,73	Sur une semaine, rapporté à l'ensemble des internautes, le streaming représente 10,31 titres et le téléchargement 0,73, soit 11,04 titres au total
Mode d'acquisition des biens par les consommateurs	Payant par abonnement	6%	6%	8% des accès en streaming et 24% des téléchargements se font de manière payante. Les téléchargements, lorsqu'ils sont payés, sont plus souvent réglés à l'acte alors que l'abonnement est privilégié par les consommateurs en streaming qui payent pour leur contenu. Dans tous les cas, on observe une large préférence pour l'acquisition gratuite.
	Payant A l'unité	2%	18%	
	Gratuit par abonnement	13%	13%	
	Gratuit sans abonnement	77%	62%	
	NSP	2%	1%	
Mode de consommation	ST Label/licite	87%	65%	Pour la musique, les internautes privilégient la consommation légale : dans le cas du streaming, ils sont 87% à être allés sur un site licite /labellisé. Dans le cas du téléchargement, elle reste majoritaire même si elle est moins importante (65% vs. 19% de téléchargements illicites)
	Illicite	5%	19%	
	Non-classé/NSP	8%	16%	
Œuvres Françaises/ Internationales	International	65%	63%	La musique dématérialisée concerne majoritairement des artistes internationaux (65% streaming et 63% téléchargement). Un tiers des artistes écoutés sont français.
	Français	28%	29%	
	International/Français	-	-	
	Non-classé/NSP	7%	8%	



Résumé des consommations de films

“opinionway”

Taux de pénétration (base)	
films	
37%	Proportion d'internautes regardant en streaming ou téléchargeant des films au moins une fois par an

		Streaming	téléchargement	
Proportion de consommateurs par type de produit		29%	15%	Durant la semaine, 29% des consommateurs de films en ligne ont eu recours au streaming et 15% au téléchargement.
Proportion de consommateurs sur une semaine		10,7%	5,6%	Rapporté à l'ensemble des internautes âgés de 15 ans et plus, 10.7% sont des consommateurs en ligne de films en streaming.
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine		1,89	2,11	Les consommateurs de films actifs durant notre semaine de référence regardent en moyenne 1,89 films en streaming et en téléchargent 2.11
Consommation internautes sur une semaine		0,20	0,12	Sur une semaine, rapporté à l'ensemble des internautes, 0.20 films sont visionnés en streaming et 0.12 en téléchargement., soit 0,32 films au total
Mode d'acquisition des biens par les consommateurs	Payant par abonnement	8%	7%	83% des films regardés en streaming le sont gratuitement et 79% des films téléchargés le sont de manière gratuite. Peu d'acquisitions payantes. Le streaming payant se fait aussi bien à l'acte que par abonnement alors que le téléchargement payant se fait plus souvent par paiement à l'unité.
	Payant A l'unité	8%	13%	
	Gratuit par abonnement	13%	14%	
	Gratuit sans abonnement	70%	65%	
	NSP	1%	1%	
Mode de consommation	ST Label/licite	50%	24%	En streaming, un film sur deux (50%) est visionné de manière légale, contre 32% illégalement. A l'inverse, les films téléchargés le sont plus souvent de manière illicite (57% vs. 24% de téléchargement légaux).
	Illicite	32%	57%	
	Non-classé/NSP	18%	19%	
Œuvres Françaises/ Internationales	International	62%	62%	Les films visionnés en streaming ou téléchargés sont majoritairement internationaux (respectivement 62%).
	Français	27%	30%	
	International/Français	1%	1%	
	Non-classé/NSP	10%	7%	



Résumé des consommations de séries

“opinionway”

Taux de pénétration (base)	
Séries TV	
38%	Proportion d'internautes regardant en streaming ou téléchargeant des séries TV au moins une fois par an

		Streaming	téléchargement	
Proportion de consommateurs par type de produit		42%	16%	Durant la semaine, 42% des consommateurs de séries TV en ligne ont fait du streaming, 16% du téléchargement. La consommation en streaming est plus de deux fois supérieure au téléchargement.
Proportion de consommateurs sur une semaine		16,0%	6,1%	Rapporté à l'ensemble des internautes âgés de 15 ans et plus, 16% sont des consommateurs en ligne de séries TV en streaming..
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine		4,43	5,09	Sur une semaine les consommateurs de séries TV en ligne en regardent en moyenne 4,43 en streaming et en téléchargeant 5,09.
Consommation internautes sur une semaine		0,71	0,31	Sur une semaine , rapporté à l'ensemble des internautes, 0.71 séries TV sont visionnées en streaming et 0.31 en téléchargement, soit 1,02 séries TV au total
Mode d'acquisition des biens par les consommateurs	Payant par abonnement	4%	8%	93% des séries regardées en streaming le sont gratuitement et 88% des téléchargées le sont gratuitement. La part d'acquisition payante est très faible pour ce type de bien culturel. Contrairement aux autres types de biens culturels, lorsque les séries sont consommées de manière payante, elles le sont plus souvent par abonnement.
	Payant A l'unité	1%	3%	
	Gratuit par abonnement	10%	12%	
	Gratuit sans abonnement	83%	76%	
	NSP	2%	1%	
Mode de consommation	ST Label/licite	53%	23%	En streaming, les séries sont majoritairement visionnées de manière légale (53% vs. 36% de visionnages illicites), portées par la TV de rattrapage. Dans le cas du téléchargement, le rapport est inversé : 60% de téléchargements sont illicites pour 23% qui sont légaux.
	Illicite	36%	60%	
	Non-classé/NSP	11%	17%	
Œuvres Françaises/ Internationales	International	78%	79%	Les séries consommées sont très majoritairement internationales, que ce soit en streaming (78%) ou en téléchargement (79%).
	Français	17%	3%	
	International/Français	-	-	
	Non-classé/NSP	5%	18%	



Résumé des consommations de livres et BD

“opinionway”

Taux de pénétration (base)	
Livres/BD	
20%	Proportion d'internautes lisant en ligne ou téléchargeant des livres/BD au moins une fois par an

	Streaming	téléchargement	
Proportion de consommateurs par type de produit	9%	7%	Durant la semaine, 9% des consommateurs de livres/BD en ligne ont fait du streaming, 7% du téléchargement.
Proportion de consommateurs sur une semaine	1,8%	1,4%	Rapporté à l'ensemble des internautes âgés de 15 ans et plus, 1.8% sont des consommateurs en ligne de livres/BD en streaming et 1.4% en téléchargement.
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine	2,35	3,02	Sur une semaine les consommateurs de livres/BD en ligne en lisent en moyenne 2.35 en streaming et en téléchargent 3.02.
Consommation internautes sur une semaine	0,04	0,04	Sur une semaine, rapporté à l'ensemble des internautes, 0.04 livres/BD sont lus en ligne, idem en téléchargement, soit 0,08 livres/BD au total
Mode d'acquisition des biens par les consommateurs	Payant par abonnement	6%	69% des livres/BD sont acquis gratuitement dans le cas de la lecture en ligne et 66% dans le cas d'un téléchargement. La consommation par abonnement reste minoritaire.
	Payant A l'unité	24%	
	Gratuit par abonnement	13%	
	Gratuit sans abonnement	56%	
	NSP	1%	
Mode de consommation	ST Label/licite	51%	Près de la moitié des livres/BD est consommée légalement (51% streaming, 44% téléchargement). La consommation illicite représente un acte sur quatre.
	Illicite	21%	
	Non-classé/NSP	28%	
Œuvres Françaises/ Internationales	International	45%	En streaming les ouvrages français dominant (46% contre 45% pour les œuvres internationales). A l'inverse, en téléchargement, se sont les ouvrages internationaux qui sont privilégiés (51% contre 40% pour les livres français).
	Français	46%	
	International/Français	-	
	Non-classé/NSP	9%	



Résumé des consommations de jeux vidéo

“opinionway”

Taux de pénétration (base)	
Jeux vidéo	
16%	Proportion d'internautes téléchargeant des jeux vidéo au moins une fois par an

téléchargement	
-----------------------	--

Proportion de consommateurs par type de produit	6%	Durant la semaine, 6% des consommateurs ont téléchargé des jeux vidéo.
Proportion de consommateurs sur une semaine	1,0%	Rapporté à l'ensemble des internautes âgés de 15 ans et plus, 1% sont des consommateurs en ligne de jeux vidéo en téléchargement.
Consommation moyenne consommateurs sur une semaine	4,07	Sur une semaine les consommateurs de jeux vidéo en téléchargeant en moyenne 4,07.
Consommation internautes sur une semaine	0,04	Sur une semaine, rapporté à l'ensemble des internautes, 0.04 jeux vidéo sont téléchargés.
Mode d'acquisition des biens par les consommateurs	Payant par abonnement	9%
	Payant A l'unité	21%
	Gratuit par abonnement	7%
	Gratuit sans abonnement	62%
	NSP	1%
Mode de consommation	ST Label/licite	59%
	Illicite	15%
	Non-classé/NSP	26%
Œuvres Françaises/ Internationales	International	-
	Français	-
	International/Français	-
	Non-classé/NSP	-

La consommation par type d'œuvre

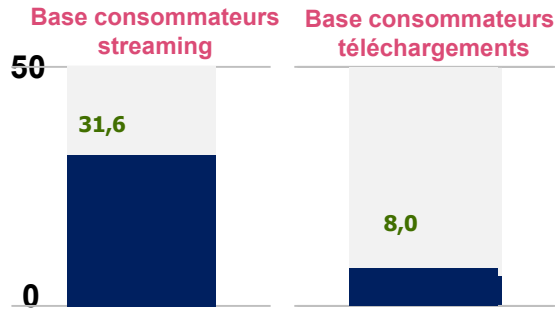
Résumé des consommations

	Musique		Films		Séries TV		Livres		Jeux vidéo
	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Streaming	Téléchargement	Téléchargement
	Légalité de la consommation								
Label+Licite	87%	65%	50%	24%	53%	23%	51%	44%	59%
Illicite	5%	19%	32%	57%	36%	60%	21%	23%	15%
Non-classé/NSP	8%	16%	18%	19%	11%	17%	28%	33%	26%
	Œuvres Françaises/ Internationales								
International	65%	63%	62%	62%	78%	79%	45%	51%	-
Français	28%	29%	27%	30%	17%	3%	46%	40%	-
Français et International	-	-	1%	1%	-	-	-	-	-
Non-classé/NSP	7%	8%	10%	7%	5%	18%	9%	9%	-



La musique en détail

Nombre moyen de morceaux par individu sur une semaine



Durée moyenne d'écoute en streaming (base individu)
3h03

Base streaming : 68% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

Base téléchargement: 19% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

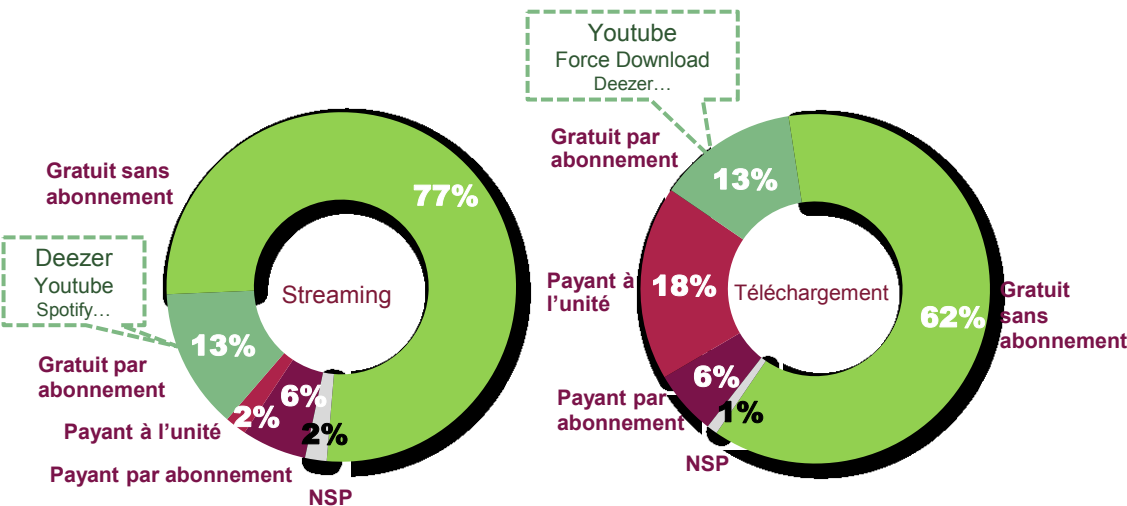


streaming



téléchargements

		streaming	téléchargements
Sexe	Homme	53%	59%
	Femme	47%	41%
Statut	CSP+	35%	34%
	CSP-	27%	27%
	Inactif	38%	39%
Âge	15 à 17 ans	2%	3%
	18 à 24 ans	26%	31%
	25 à 39 ans	30%	27%
	40 à 59 ans	30%	28%
	60 ans et plus	11%	11%





Nom de l'artiste	
Stromae	4%
Shakira	2%
Rihanna	1%
Black M	1%
Lana del Rey	1%
Indila	1%
Coldplay	1%
David Guetta	1%
Maitre Gims	1%
Pharrell Williams	1%
Mickael Jackson	1%
Magic System	1%
Katy Perry	1%
Renaud	1%
Mika	1%
Calogero	1%
Jean-Jacques Goldman	1%
Pitbull	1%
Sia	1%
Ed Sheeran	1%
Kyo	1%
Avicci	1%
Tal	1%
Linkin Park	1%
Artistes suivants approchant 1%	52%
Moins de 4 occurrences/NSP	20%

Nom du site	
Youtube	50%
Deezer.com	18%
Spotify.com	5%
Dailymotion	2%
itunes	2%
Grooveshark	1%
Sound cloud	1%
Facebook	1%
NRJ12 replay	1%
Sites suivants approchant 1%	13%
Moins de 4 occurrences/NSP	6%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	87%
Licite	62%
Label	25%
Illicite	5%
Non-classé/NSP	8%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	5%
Téléchargement direct	2%
Pair à pair	-
Streaming	85%
Non-classé/NSP	8%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	65%
Français	28%
Non-classé/NSP	7%



Nom de l'artiste	
Stromae	3%
David Guetta	2%
Coldplay	2%
Tal	1%
AC/DC	1%
Maitre Gims	1%
Lana Del Rey	1%
Black M	1%
Linkin Park	1%
Evan Taubenfeld	1%
The Beatles	1%
Magic System	1%
Indila	1%
Ed Sheeran	1%
Katy Perry	1%
Avicci	1%
Calogero	1%
Shakira	1%
Pharrell Williams	1%
Renaud	1%
Pitbull	1%
La Bande A Renaud	1%
Zaz	1%
Daf Punk	1%
Mickael Jackson	1%
Yannick Noah	1%
Florent Pagny	1%
Artistes suivants approchant 1%	46%
Moins de 4 occurrences/NSP	23%

Nom du site	
Youtube	35%
Itunes	12%
Deezer	8%
Amazon	5%
Dilandau	3%
Force Download	2%
E-Mule	2%
Kickasstorrent	2%
Cestpasbien.com	1%
Fnac	1%
Torentz	1%
ZoneTelechargement.Com	1%
Pirate Bay	1%
Torrent411	1%
Sites suivants approchant 1%	13%
Moins de 4 occurrences/NSP	12%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	65%
Licite	45%
Label	20%
Illicite	19%
Non-classé/NSP	16%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	21%
Téléchargement direct	43%
Pair à pair	9%
Streaming	11%
Non-classé/NSP	16%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	63%
Français	29%
Non-classé/NSP	8%



La musique selon le profil des répondants

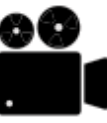
“opinionway”

Profil des consommateurs en streaming selon le volume consommé

	Moins de 5	De 5 à 10	De 11 à 20	Plus de 20	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-	-
	19%	23%	19%	40%	31.59
Sexe					
Un homme	17%	23%	18%	42%	32.94
Une femme	20%	23%	20%	37%	30.05
Age					
15-17 ans	-	34%	16%	50%	48.21
18-24 ans	12%	24%	16%	48%	35.18
25-39 ans	21%	21%	20%	38%	31.37
40-59 ans	20%	23%	20%	37%	30.12
60 ans et +	27%	25%	20%	29%	24.83
Niveau de diplôme					
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	15%	23%	20%	42%	31.07
Bac/Bac+2	16%	22%	19%	42%	33.52
Supérieur à Bac+2	22%	23%	18%	36%	29.70
CSP Interviewé					
CSP+	21%	22%	19%	38%	30.73
CSP-	19%	19%	21%	41%	29.28
Statut					
Actif	20%	21%	20%	39%	30.10
Inactif	16%	26%	18%	40%	33.99
...Collégien, Lycéen, Etudiant	11%	26%	16%	47%	37.88
...A la retraite (ou préretraite)	27%	28%	18%	27%	23.73
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 999 €/mois	15%	23%	18%	43%	36.72
1 000 - 1 999 €/mois	16%	20%	23%	42%	35.11
De 2 000 à 3 499 €/mois	18%	24%	20%	39%	30.18
De 3 500 et plus	24%	23%	16%	37%	27.96

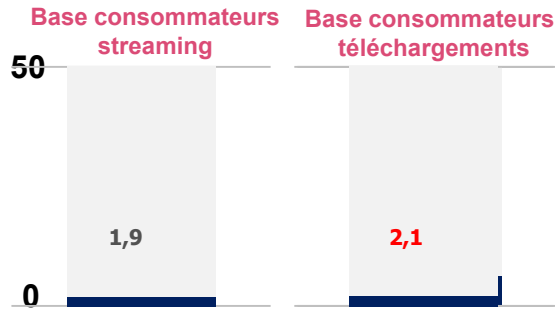
Profil des consommateurs en téléchargement selon le volume consommé

	Moins de 5	De 5 à 10	de 11 à 20	Plus de 20	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-	-
	61%	22%	10%	7%	7.99
Sexe					
Un homme	59%	21%	12%	8%	9.07
Une femme	64%	22%	8%	6%	6.42
Age					
15-17 ans	55%	-	28%	17%	15.00
18-24 ans	57%	31%	8%	3%	5.45
25-39 ans	64%	17%	12%	8%	8.55
40-59 ans	63%	19%	9%	9%	8.50
60 ans et +	62%	17%	11%	10%	10.84
Niveau de diplôme					
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	57%	21%	13%	10%	11.74
Bac/Bac+2	62%	22%	11%	4%	6.50
Supérieur à Bac+2	62%	22%	7%	9%	8.11
CSP Interviewé					
CSP+	60%	21%	10%	9%	8.60
CSP-	67%	17%	10%	7%	9.19
Statut					
Actif	63%	19%	10%	8%	8.86
Inactif	58%	26%	11%	5%	6.64
...Collégien, Lycéen, Etudiant	53%	31%	12%	4%	6.59
...A la retraite (ou préretraite)	65%	18%	11%	7%	6.75
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 999 €/mois	67%	24%	2%	7%	5.48
1 000 - 1 999 €/mois	51%	23%	13%	12%	11.83
De 2 000 à 3 499 €/mois	69%	16%	9%	6%	7.84
De 3 500 et plus	56%	26%	12%	5%	7.32



Les films en détail

Nombre moyen de films par individu sur une semaine



Base streaming : 29% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus
Base téléchargement: 15% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

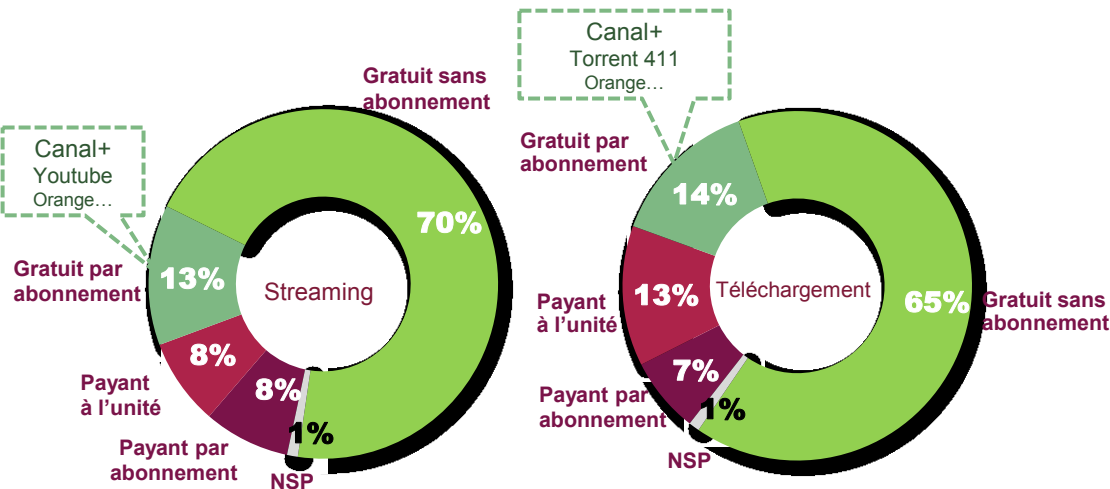


streaming



téléchargements

	streaming	téléchargements
Sexe	Homme	54%
	Femme	46%
Statut	CSP+	33%
	CSP-	25%
	Inactif	42%
Âge	15 à 17 ans	4%
	18 à 24 ans	29%
	25 à 39 ans	25%
	40 à 59 ans	31%
	60 ans et plus	12%





Nom du film	
Supercondriaque	2%
La reine des neiges	1%
Robocop	1%
Xmen	1%
Godzilla	1%
Josephine	1%
James Bond	1%
Le crocodile du Botswana	1%
Star Wars (la guerre des étoiles)	1%
Spiderman	1%
Disparition	1%
Underworld	1%
Frozen	1%
Films suivants approchant 1%	41%
Moins de 4 occurrences/NSP	45%

Nom du site	
Youtube	15%
Canal +	10%
Dpstream.net	6%
Orange	4%
France TV Pluzz	3%
Papy Streaming	3%
Arte	3%
myTF1	3%
Filmstreaming.com	3%
M6	2%
Cacaoweb	2%
Streamiz filmz	2%
123streaming.com	2%
Zonetelechargement.com	2%
Emule	2%
Filmotv.fr	1%
Libertyland	1%
Stream complet	1%
Full-streaming	1%
SFR	1%
Dailymotion	1%
Numericable	1%
Stream zzz	1%
Cpasbien.com	1%
itunes	1%
6ter	1%
Vilozo	1%
Vk-streaming.com	1%
free	1%
Video futur	1%
Fifostream	1%
Wava	1%
Tv-replay	1%
Google play	1%
K streaming	1%
Streamallthis	1%
Filmdoz.com	1%
mycinestreaming.com	1%
allocine	1%
Sites suivants approchant 1%	1%
Moins de 4 occurrences/NSP	13%

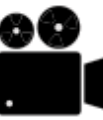
Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	50%
Licite	49%
Label	1%
Illicite	32%
Non-classé/NSP	18%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	23%
Téléchargement direct	4%
Pair à pair	3%
Streaming	53%
Non-classé/NSP	17%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	62%
Français	27%
Français/International	1%
Non-classé/NSP	10%



Nom du film	
Supercondriaque	6%
Le Crocodile Du Botswana	5%
La Belle et La Bête	2%
Cash Wizzard	1%
Rio	1%
Godzilla	1%
La Vie d'Adèle	1%
Bilbo le Hobbit	1%
Johnny Hallyday	1%
Jesse	1%
300 Rise Of An Empire	1%
Non-Stop	1%
Rec 3	1%
Taxi	1%
Pacific Rim	1%
Robocop	1%
Mea Culpa	1%
Budapest Hotel	1%
Pompeii	1%
Josephine	1%
La Reine Des Neiges	1%
L'Extravagant Voyage Du Jeune Et Prodigieux T.S. Spivet	1%
Star Wars (La Guerre Des Etoiles)	1%
Films suivants approchant 1%	29%
Moins de 4 occurrences/NSP	38%

Nom du site	
Zonetelechargement.com	9%
Canal +	9%
Cpasbien.com	6%
Torrent411	6%
Orange	5%
E-Mule	5%
Uptobox.com	3%
Youtube	3%
Libertyland	2%
Itunes	2%
U-Torrent	2%
1er Fichier	2%
Wawa Mania	2%
Pirate Bay	2%
Wawacity	2%
Bittorrent	1%
123streaming.Com	1%
Mesddl	1%
Smartorrent	1%
MyTF1	1%
DownParadise	1%
Extremdown	1%
01telecharger.Org	1%
SFR	1%
Dpstream.Tv	1%
Cacaoweb	1%
France TV Pluzz	1%
Fnac	1%
Video Futur	1%
Captvty	1%
French Torrent	1%
Omg Torrent	1%
Sites suivants approchant 1%	9%
Moins de 4 occurrences/NSP	14%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	24%
Licite	21%
Label	3%
Illicite	57%
Non-classé/NSP	19%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	22%
Téléchargement direct	28%
Pair à pair	23%
Streaming	9%
Non-classé/NSP	18%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	62%
Français	30%
Français/International	1%
Non-classé/NSP	7%



Les films selon le profil des répondants

“opinionway

Profil des consommateurs en streaming selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-
	58%	22%	20%	1.89
Sexe				
Un homme	57%	24%	18%	1.91
Une femme	59%	20%	21%	1.88
Age				
15-17 ans	59%	22%	19%	2.37
18-24 ans	56%	24%	19%	1.82
25-39 ans	58%	24%	19%	1.93
40-59 ans	60%	20%	20%	1.83
60 ans et +	58%	21%	21%	2.00
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	59%	24%	17%	1.91
Bac/Bac+2	60%	20%	20%	1.84
Supérieur à Bac+2	56%	24%	20%	1.94
CSP Interviewé				
CSP+	56%	25%	20%	1.90
CSP-	61%	22%	17%	1.71
Statut				
Actif	58%	23%	19%	1.82
Inactif	58%	21%	21%	2.00
... Collégien, Lycéen, Etudiant	57%	22%	21%	1.93
... A la retraite (ou préretraite)	58%	19%	23%	2.00
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	55%	18%	27%	2.14
1 000 - 1 999 €/mois	55%	24%	21%	1.99
De 2 000 à 3 499 €/mois	56%	26%	18%	1.83
De 3 500 et plus	65%	20%	15%	1.66

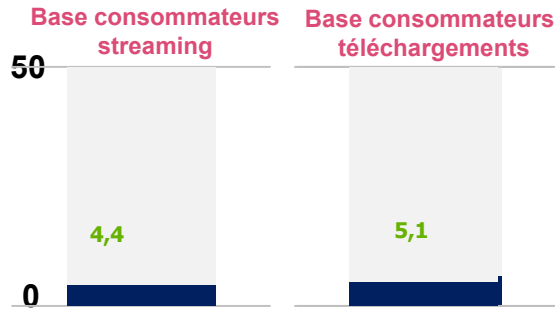
Profil des consommateurs en téléchargement selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-
	54%	20%	26%	2.11
Sexe				
Un homme	54%	21%	25%	2.06
Une femme	54%	19%	26%	2.18
Age				
15-17 ans	84%	-	16%	1.32
18-24 ans	48%	26%	26%	2.21
25-39 ans	54%	21%	25%	2.20
40-59 ans	58%	17%	25%	1.94
60 ans et +	49%	21%	30%	2.27
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	66%	13%	21%	1.92
Bac/Bac+2	51%	25%	24%	2.07
Supérieur à Bac+2	53%	18%	29%	2.22
CSP Interviewé				
CSP+	56%	16%	28%	2.16
CSP-	57%	20%	23%	2.02
Statut				
Actif	56%	18%	26%	2.11
Inactif	51%	24%	25%	2.11
... Collégien, Lycéen, Etudiant	51%	25%	23%	2.09
... A la retraite (ou préretraite)	48%	22%	30%	2.29
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	50%	21%	29%	2.13
1 000 - 1 999 €/mois	54%	23%	23%	2.12
De 2 000 à 3 499 €/mois	57%	19%	24%	2.11
De 3 500 et plus	53%	20%	27%	2.07



Les séries TV en détail

Nombre moyen d'épisodes de séries par individu sur une semaine



Base streaming : 42% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

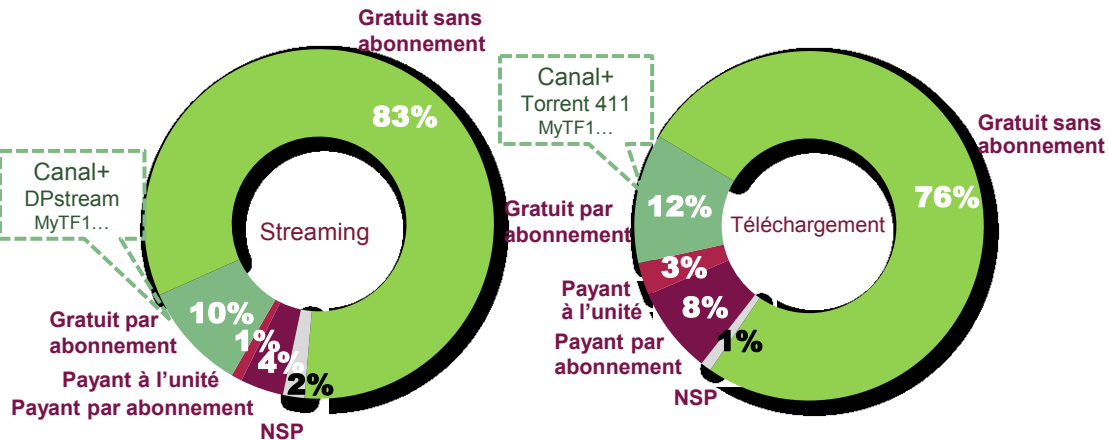
Base téléchargement: 16% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus



streaming

téléchargements

	streaming	téléchargements
Sexe	Homme	43%
	Femme	57%
Statut	CSP+	32%
	CSP-	27%
	Inactif	41%
Âge	15 à 17 ans	2%
	18 à 24 ans	29%
	25 à 39 ans	29%
	40 à 59 ans	28%
	60 ans et plus	11%





Nom de la série	
Plus Belle La Vie	6%
Game Of Thrones	5%
Grey's Anatomy	5%
Esprit Criminel	4%
Devious Maid	3%
The Walkind Dead	2%
Bones	2%
Rizzoli & Isles	2%
Les Experts	2%
Hawai 5-0	2%
Les Feux De L'amour	2%
Orange Is The New Black	2%
Les Reines Du Shopping	1%
Desesparte Housewives	1%
Dr House	1%
5 Commandements	1%
Viking	1%
Scandal	1%
Pretty Little Liar	1%
The Vampire Diaries	1%
L'amour est Dans Le Pre	1%
Revenge	1%
The 100	1%
Breaking Bad	1%
Friends	1%
The Big Bang Theory	1%
Kyle Xy	1%
Les Ch'tis	1%
Real Humans	1%
Gossip Girl	1%
Dexter	1%
Scènes De Ménage	1%
24 Heures En France	1%
24 H Chrono	1%
Once Upon A Time	1%
That 70's Show	1%
Boulevard du Palais	1%
Séries suivantes approchant 1%	27%
Moins de 4 occurrences/NSP	11%

Nom du site	
Dpstream.Tv	14%
France Tv Pluzz	11%
myTf1	11%
M6	8%
Youtube	6%
Canal +	5%
Full-Streaming	3%
Cacaoweb	3%
6ter	2%
Papy Streaming	2%
Streaming-Serie.Org	2%
Fifostream	2%
Stream Zzz	2%
regarder-film-gratuit.com	1%
Orange	1%
Tmc	1%
Arte	1%
W9 Replay	1%
123streaming.Com	1%
NRJ12 Replay	1%
Youwatch	1%
Film-Streaming.Com	1%
Tv-Replay.Fr	1%
Libertyland	1%
Wat.Tv	1%
Dailymotion	1%
Netflix	1%
Project free tv	1%
Series en streaming	1%
Zone telechargement.com	1%
Tvshowtime	1%
SFR	1%
Greys-anatomy-streaming	1%
Sites suivants approchant 1%	1%
Moins de 4 occurrences/NSP	8%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	53%
Licite	53%
Label	-
Illicite	36%
Non-classé/NSP	11%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	8%
Téléchargement direct	2%
Pair à pair	1%
Streaming	79%
Non-classé/NSP	10%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	78%
Français	17%
Non-classé/NSP	5%

Les séries TV en téléchargement



Nom de la série	
Game Of Thrones	11%
Grey's Anatomy	5%
Pretty Little Liar	4%
The Walkind Dead	3%
Supernatural	2%
Scandal	2%
Devious Maid	1%
24H Chrono	1%
24 Heures En France	1%
Viking	1%
Dexter	1%
Breaking Bad	1%
Esprit Criminel	1%
Plus Belle La Vie	1%
Orphan Black	1%
Bones	1%
The Big Bang Theory	1%
19.2	1%
Hawai 5-0	1%
The 100	1%
Rizzoli & Isles	1%
The Vampire Diaries	1%
Baby Daddy	1%
Arrow	1%
Mistresses	1%
Real Humans	1%
Penny Dreadful	1%
Grim Facade	1%
Drop Dead Diva	1%
Falling Skies	1%
Dominion	1%
Shameless	1%
Séries suivantes approchant 1%	38%
Moins de 4 occurrences/NSP	9%

Nom du site	
ZoneTéléchargement.com	11%
Cpasbien.com	9%
Torrent411	8%
Canal +	6%
Planet Serie TV	3%
myTF1	3%
The Pirate Bay	3%
France TV Pluzz	2%
1er Fichier	2%
Serie-Ddl.Com	2%
Kickasstorrent	2%
Captvty	2%
Libertyland	2%
M6	2%
Uptobox.com	2%
E-Mule	2%
Dpstream.tv	2%
Google Play	1%
Wawacity	1%
French Torrent	1%
Youtube	1%
Video Futur	1%
Orange	1%
Uploaded	1%
Bittorrent	1%
Itunes	1%
Vfstreaming.com	1%
123streaming.Com	1%
Wawa Mania	1%
Torentz	1%
Arte	1%
Smartorrent	1%
Omg Torrent	1%
Sites suivants approchant 1%	9%
Moins de 4 occurrences/NSP	12%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	23%
Licite	22%
Label	1%
Illicite	60%
Non-classé/NSP	17%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	14%
Téléchargement direct	28%
Pair à pair	28%
Streaming	14%
Non-classé/NSP	16%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	79%
Français	3%
Non-classé/NSP	18%



Les séries TV selon le profil des répondants

“opinionway

Profil des consommateurs en streaming selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	29%	19%	52%	4.43
Sexe				
Un homme	33%	20%	47%	3.54
Une femme	26%	18%	57%	5.11
Age				
15-17 ans	44%	-	56%	7.98
18-24 ans	26%	15%	59%	5.89
25-39 ans	28%	21%	50%	3.96
40-59 ans	30%	20%	50%	3.68
60 ans et +	32%	23%	45%	3.06
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	27%	14%	59%	4.47
Bac/Bac+2	29%	19%	52%	4.36
Supérieur à Bac+2	30%	20%	50%	4.51
CSP Interviewé				
CSP+	32%	19%	49%	3.54
CSP-	28%	21%	50%	4.16
Statut				
Actif	30%	20%	50%	3.82
Inactif	27%	16%	56%	5.31
...Collégien, Lycéen, Etudiant	25%	14%	62%	6.64
...A la retraite (ou préretraite)	31%	23%	46%	3.13
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	24%	18%	58%	7.04
1 000 - 1 999 €/mois	25%	15%	60%	4.72
De 2 000 à 3 499 €/mois	30%	21%	48%	3.69
De 3 500 et plus	33%	21%	46%	3.45

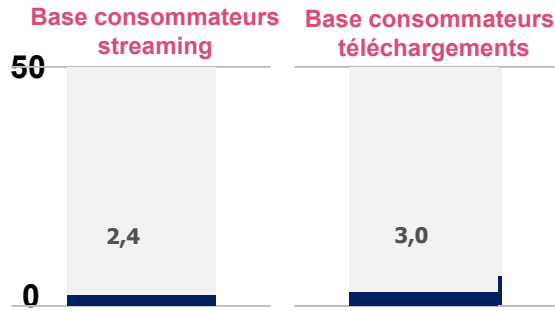
Profil des consommateurs en téléchargement selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	33%	18%	49%	5.09
Sexe				
Un homme	31%	20%	49%	5.69
Une femme	35%	16%	49%	4.33
Age				
15-17 ans	49%	-	51%	2.01
18-24 ans	32%	13%	54%	5.74
25-39 ans	34%	21%	46%	4.62
40-59 ans	32%	24%	44%	4.49
60 ans et +	29%	17%	54%	7.01
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	39%	13%	49%	4.06
Bac/Bac+2	35%	18%	47%	4.74
Supérieur à Bac+2	29%	19%	52%	5.67
CSP Interviewé				
CSP+	34%	22%	44%	4.31
CSP-	34%	20%	46%	5.78
Statut				
Actif	34%	21%	45%	4.86
Inactif	32%	13%	55%	5.45
...Collégien, Lycéen, Etudiant	32%	15%	54%	5.05
...A la retraite (ou préretraite)	33%	15%	52%	6.86
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	31%	12%	57%	7.50
1 000 - 1 999 €/mois	47%	14%	39%	4.07
De 2 000 à 3 499 €/mois	28%	24%	48%	4.89
De 3 500 et plus	34%	22%	44%	4.16



Les livres/BD en détail

Nombre moyen de livres/BD par individu sur une semaine



Base streaming : 9% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

Base téléchargement: 7% des Internautes consommateurs de 15 ans et plus

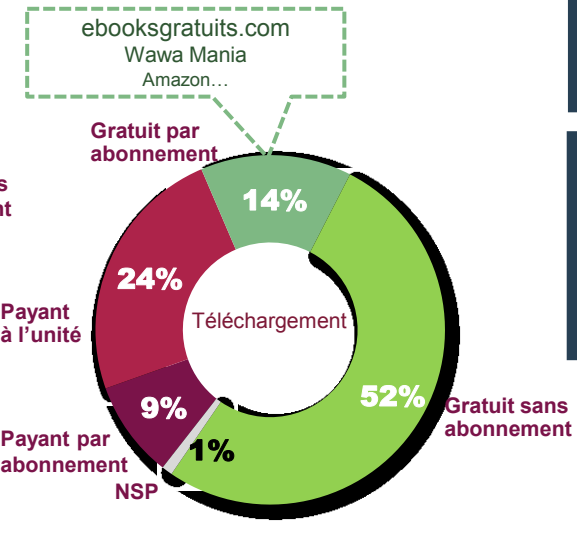
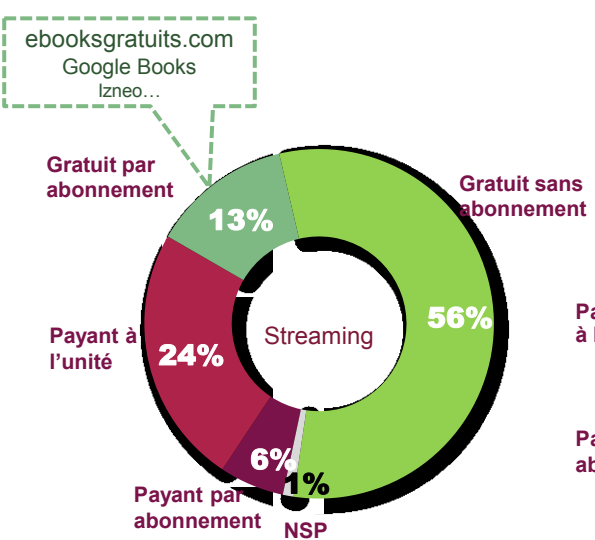


streaming



téléchargements

	streaming	téléchargements
Sexe	Homme	55%
	Femme	45%
Statut	CSP+	36%
	CSP-	24%
	Inactif	40%
Âge	15 à 17 ans	2%
	18 à 24 ans	23%
	25 à 39 ans	31%
	40 à 59 ans	30%
	60 ans et plus	15%





Nom du livre/BD	
Le rituel de l'ombre	6%
Naruto	3%
Tintin	3%
Fairy Tail	2%
Bleach	2%
inferno	2%
One Piece	2%
Cassio	1%
Asterix	1%
Titeuf	1%
Dracula	1%
divergente	1%
le Monde	1%
Ceux qui tombent - Michael Connelly	1%
dragon ball	1%
candide	1%
Le journal d'une femme de chambre	1%
Boule et Bill	1%
Le secret	1%
Les Fleurs du Mal	1%
Le Point	1%
Le tour du monde en 80 jours	1%
Autant en emporte le vent	1%
Une dernière danse	1%
VSD	1%
Jane Eyre	1%
L'assassin de la tour de Londres	1%
Farlander 2	1%
Livres/BD suivants approchant 1%	1%
Moins de 4 occurrences/NSP	58%

Nom du site	
Amazon.Fr / Amazon Kindle	15%
Apple Store / Itunes	9%
Ebooksgratuits.com	7%
Manga Fox	6%
Books Google / Google Play	5%
Fnac	4%
Youboox	2%
Izneo	2%
Youtube	1%
Gallica	1%
Libgen	1%
123streaming.com	1%
Harlequin.Fr	1%
An Archive Of Our Own	1%
Atramenta	1%
1 Livre Gratuit	1%
Lemonde.Fr	1%
Decitre	1%
Lecture En Ligne	1%
Magavideo	1%
In Libro Veritas	1%
Senmanga	1%
Sites suivants approchant 1%	14%
Moins de 4 occurrences/NSP	22%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	51%
Licite	40%
Label	11%
Illicite	21%
Non-classé/NSP	28%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	27%
Téléchargement direct	31%
Pair à pair	1%
Streaming	13%
Non-classé/NSP	28%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	45%
Français	46%
Non-classé/NSP	9%

Les livres/BD en téléchargement



Nom du livre/BD	
Contrat avec un milliardaire	7%
Les frères Malory	5%
Toi + moi	2%
La maison de la nuit	2%
Livres de cuisine	2%
Muchachas	1%
Les talons hauts rapprochent les filles du ciel	1%
Cassio	1%
Auto Plus	1%
L'equipe	1%
Les Profs	1%
Tintin	1%
Journaux	1%
Le journal d'une femme de chambre	1%
Ouest France	1%
Asterix	1%
Livres/BD suivants approchant 1%	13%
Moins de 4 occurrences/NSP	58%

Nom du site	
Amazon.Fr / Amazon Kindle	21%
Ebooksgratuits.com	9%
Apple Store / Itunes	5%
Fnac	5%
Torrent411	3%
Wawa Mania	2%
Books Google / Google Play	2%
Libertyland	1%
Izneo	1%
Gallica	1%
Replay	1%
France Loisirs	1%
Livrespourtous	1%
Kobo	1%
Latribune	1%
Liberation.Fr	1%
Ouest France App	1%
Litteratureaudio.com	1%
Libgen	1%
Youtube	1%
Youboox	1%
Blog	1%
Uploaded	1%
Uptobox.com	1%
Zonetelechargement.com	1%
Sites suivants approchant 1%	11%
Moins de 4 occurrences/NSP	24%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	44%
Licite	39%
Label	5%
Illicite	23%
Non-classé/NSP	33%
Mode de consommation du site utilisé	
Multiple (téléchargement et streaming)	22%
Téléchargement direct	34%
Pair à pair	5%
Streaming	6%
Non-classé/NSP	33%
Œuvres Françaises/ Internationales	
International	51%
Français	40%
NSP	9%



Les livres/BD

“opinionway”

Profil des consommateurs en streaming selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-
	53%	19%	28%	2.35
Sexe				
Un homme	53%	19%	28%	2.47
Une femme	53%	20%	27%	2.21
Age				
15-17 ans	-	48%	52%	3.03
18-24 ans	43%	20%	37%	2.91
25-39 ans	54%	21%	25%	2.25
40-59 ans	64%	15%	21%	2.05
60 ans et +	50%	21%	29%	2.22
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	52%	21%	27%	2.24
Bac/Bac+2	55%	21%	24%	2.24
Supérieur à Bac+2	50%	18%	32%	2.49
CSP Interviewé				
CSP+	57%	16%	27%	2.25
CSP-	61%	22%	17%	1.89
Statut				
Actif	58%	19%	23%	2.11
Inactif	44%	21%	35%	2.71
...Collégien, Lycéen, Etudiant	40%	19%	40%	3.09
...A la retraite (ou préretraite)	49%	19%	32%	2.40
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	34%	27%	40%	3.14
1 000 - 1 999 €/mois	51%	15%	35%	2.83
De 2 000 à 3 499 €/mois	65%	16%	20%	1.85
De 3 500 et plus	57%	18%	25%	2.05

Profil des consommateurs en téléchargement selon le volume consommé

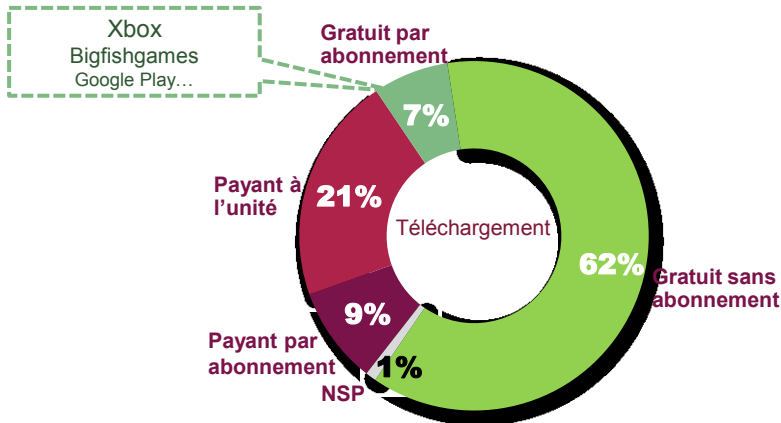
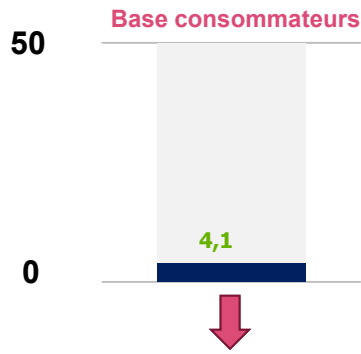
	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-
	54%	17%	29%	3.02
Sexe				
Un homme	55%	17%	28%	2.66
Une femme	52%	17%	31%	3.50
Age				
15-17 ans	-	-	-	-
18-24 ans	25%	22%	53%	5.95
25-39 ans	55%	19%	26%	3.16
40-59 ans	64%	16%	20%	2.10
60 ans et +	54%	14%	32%	2.23
Niveau de diplôme				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	64%	8%	28%	2.49
Bac/Bac+2	49%	19%	33%	2.67
Supérieur à Bac+2	56%	18%	26%	3.43
CSP Interviewé				
CSP+	57%	21%	22%	2.76
CSP-	56%	20%	24%	2.95
Statut				
Actif	56%	20%	23%	2.82
Inactif	49%	12%	39%	3.34
...Collégien, Lycéen, Etudiant	27%	16%	57%	6.42
...A la retraite (ou préretraite)	61%	12%	28%	2.03
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 999 €/mois	29%	18%	53%	6.00
1 000 - 1 999 €/mois	52%	17%	31%	3.04
De 2 000 à 3 499 €/mois	61%	15%	24%	2.12
De 3 500 et plus	60%	18%	22%	2.55

Les jeux vidéo téléchargés en détail



Base : 6% des internautes consommateurs de 15 ans et plus

Nombre moyen de jeux vidéo par individu sur une semaine



Consommateurs

Sexe	Homme	67%
	Femme	33%
Statut	CSP+	38%
	CSP-	25%
	Inactif	38%
Âge	15 à 17 ans	5%
	18 à 24 ans	23%
	25 à 39 ans	29%
	40 à 59 ans	35%
	60 ans et plus	8%



Nom du jeu	
Candy Crush	3%
Mario Bros	3%
Angry Bird	2%
Minecraft	2%
Peggle	2%
Watch Dog	2%
Medal Of Honor	2%
Farm Hero	1%
Tetris	1%
Dofus	1%
Fifa	1%
Bf Hardline Beta	1%
Starship Trooper	1%
Guacamelee	1%
League Of Legend	1%
Worms Armageddon	1%
Battlefield	1%
Les Simpson	1%
Les Sims	1%
Mot Mele	1%
Slots	1%
The Rolling Stones	1%
Call Of Duty	1%
Two Dots	1%
Trouvez	1%
Games Of Throne	1%
Tha Walking Dead The Game	1%
Bubble Witch	1%
Spore	1%
Jeux suivants approchant 1%	53%
Moins de 4 occurrences/NSP	9%

Nom du site	
Apple Store / Itunes	15%
Google Play	12%
Origin	5%
Bigfishgames	5%
Steam	4%
01 Net	3%
Facebook	3%
Amazon	3%
Xbox	2%
The Pirate Bay	2%
Zylom	2%
Down Paradise	2%
Logos.com	2%
Zonetelechargement.com	1%
EA Origin	1%
Youtube	1%
Mondemul	1%
Windows	1%
Torrent411	1%
Jeux .fr	1%
Jeux-Gratuit.com	1%
Orange	1%
Sites suivants approchant 1%	10%
Moins de 4 occurrences/NSP	21%

Légalité de la consommation	
ST Label+Licite	59%
Licite	52%
Label	7%
Illicite	15%
Non-classé/NSP	26%
Mode de consommation	
Multiple (téléchargement et streaming)	29%
Téléchargement direct	28%
Pair à pair	4%
Streaming	12%
Non-classé/NSP	27%



Les jeux vidéo téléchargés selon le profil des répondants

Profil des consommateurs en téléchargement selon le volume consommé

	1.	2.	3 et plus	Moyenne
TOTAL	-	-	-	-
	56%	24%	20%	4.07
<u>Sexe</u>				
Un homme	60%	20%	20%	5.07
Une femme	49%	31%	20%	2.04
<u>Age</u>				
15-17 ans	50%	50%	-	1.50
18-24 ans	46%	34%	20%	10.73
25-39 ans	61%	16%	23%	2.41
40-59 ans	57%	23%	20%	1.90
60 ans et +	69%	13%	19%	1.83
<u>Niveau de diplôme</u>				
Sans diplôme/BEPC/CAP/BEP	55%	32%	14%	1.84
Bac/Bac+2	59%	19%	22%	6.44
Supérieur à Bac+2	54%	26%	20%	2.18
<u>CSP Interviewé</u>				
CSP+	61%	21%	17%	2.00
CSP-	54%	26%	20%	2.11
<u>Statut</u>				
Actif	59%	23%	18%	2.04
Inactif	52%	25%	22%	7.44
...Collégien, Lycéen, Etudiant	49%	30%	21%	11.41
...A la retraite (ou préretraite)	68%	13%	19%	1.84
<u>Revenu mensuel du foyer</u>				
Moins de 999 €/mois	36%	46%	18%	2.47
1 000 - 1 999 €/mois	63%	20%	18%	2.15
De 2 000 à 3 499 €/mois	54%	27%	19%	1.86
De 3 500 et plus	66%	13%	22%	1.85

 Ecart significatif par rapport à l'ensemble 95%

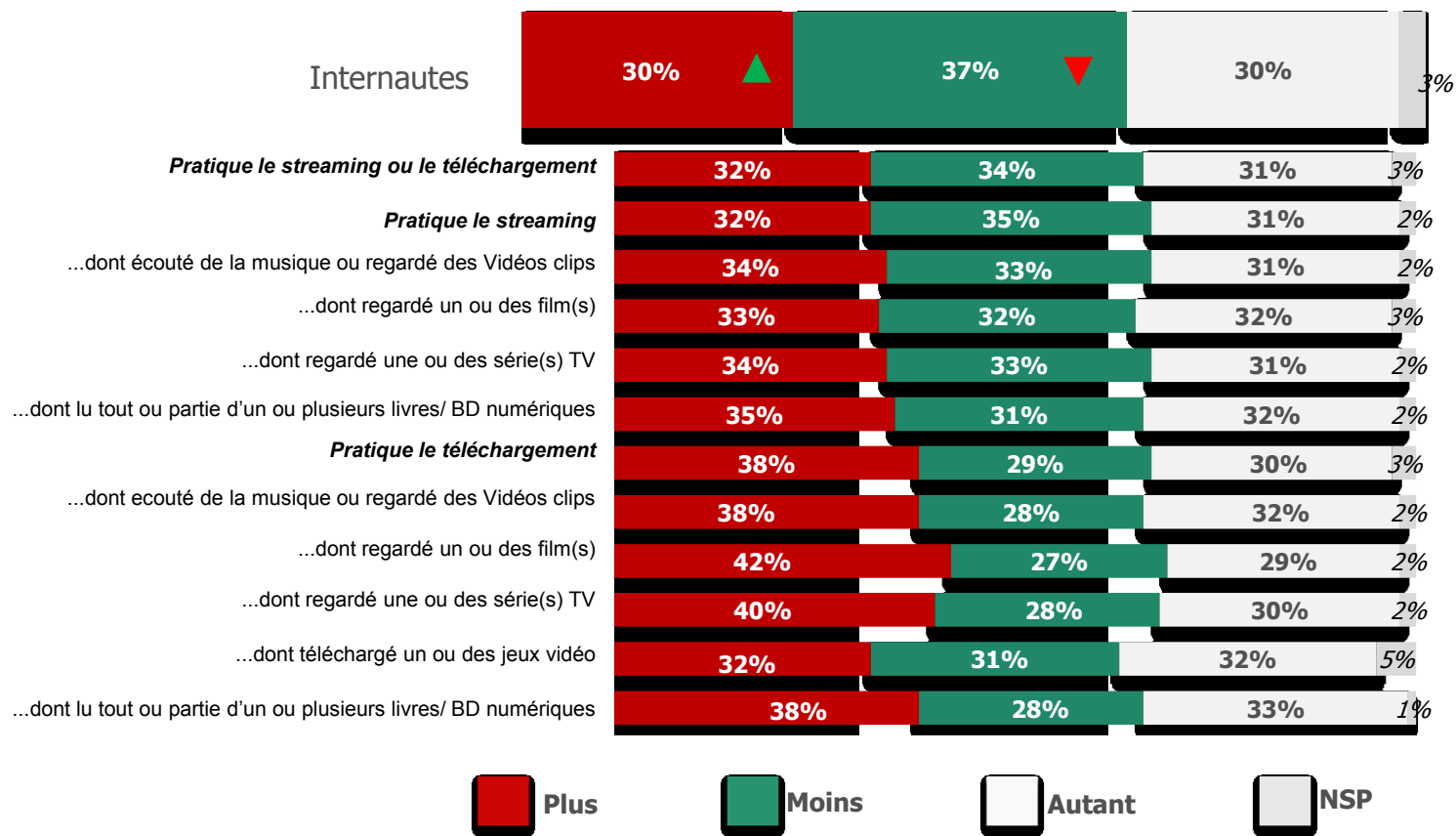
*Aucune différence significative constatée

Qualification de la consommation

30% des répondants déclarent consommer davantage de biens dématérialisés que d'œuvres physiques

Vous consommez/utilisez plutôt ... de biens culturels dématérialisés que de biens culturels sur supports physiques (livres, CD, DVD, etc...) ?

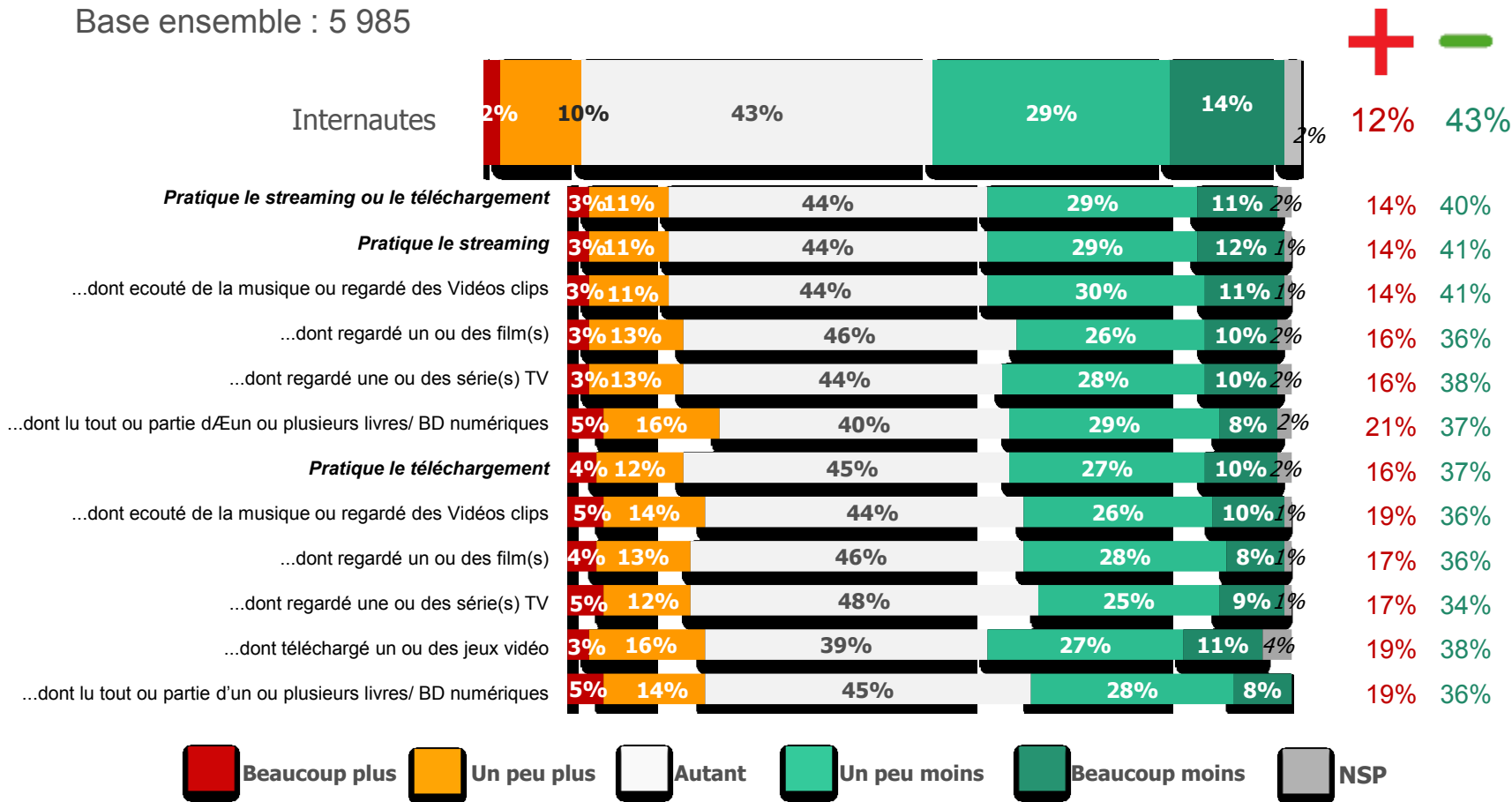
Base ensemble : 5 985



Une consommation estimée comme globalement plus faible que d’habitude durant la semaine de référence

Cette semaine diriez-vous que vous avez consommés plutôt ... de biens dématérialisés que votre consommation habituelle moyenne sur une semaine ?

Base ensemble : 5 985



Annexes

Consommation rapportée à l'ensemble des internautes

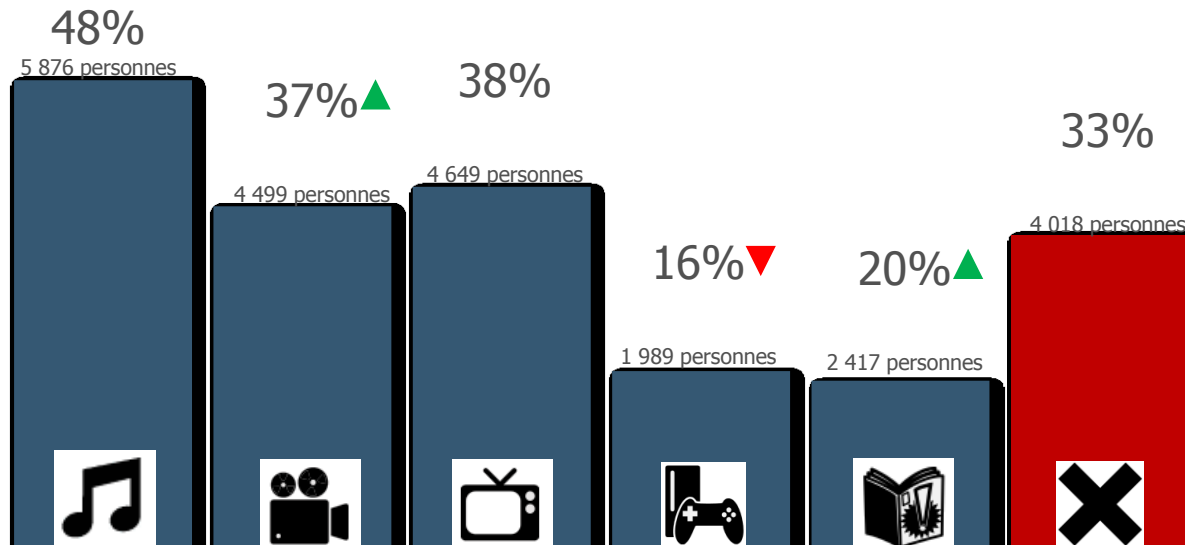
67% de consommateurs de biens culturels dématérialisés



Base Totale des 12 256 répondants au questionnaire de recrutement

Question posée : Parmi les produits ou services culturels suivants, le(s)quel(s) avez-vous déjà personnellement consommé(s) de façon dématérialisée sur Internet, au cours des 12 derniers mois ?

On constate ici que 33% des internautes déclarent ne consommer aucun des produits culturels proposés de façon dématérialisée sur un an. Ces 33% étaient dès lors exclus du champ de l'étude:



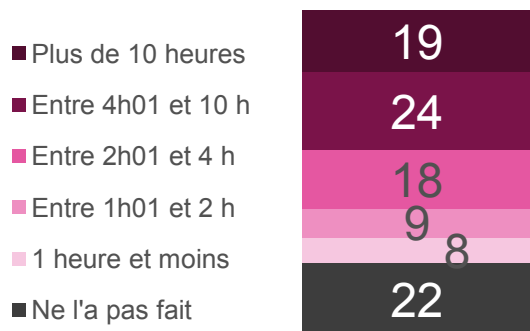
- Ainsi, avant acceptation de la participation à l'ensemble du processus, 8 155 internautes correspondaient au profil recherché.
- 7 836 ont accepté de participer à l'étude dans son ensemble, soit répondre 7 jours de suite aux carnets de consommation

Temps moyen quotidien consacré à différentes activités

Temps moyen quotidien consacré à différentes activités

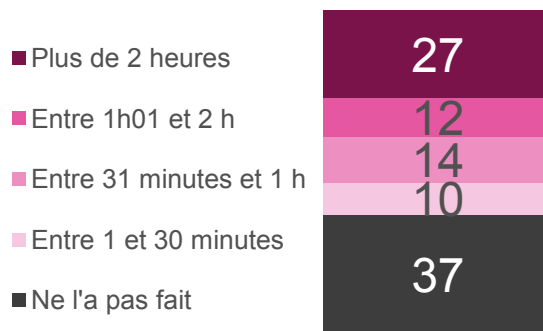
Au cours de la semaine qui vient de s'écouler, combien de temps avez-vous consacré en moyenne par jour à chacune des activités suivantes ?

Regarder la télévision (sur votre poste de TV)



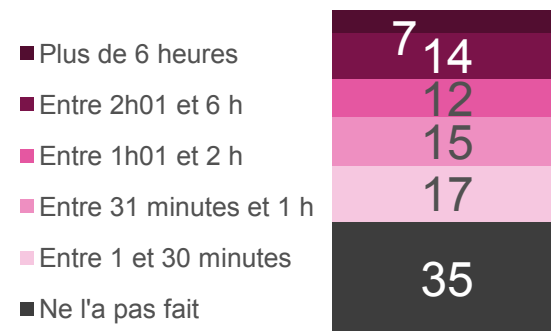
Moyenne (0 inclus) : 348 min.

Ecouter la radio (hertzienne, pas sur Internet)



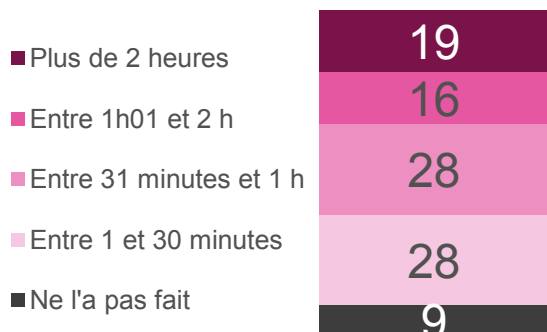
Moyenne (0 inclus) : 129 min.

Aller sur des réseaux sociaux (Facebook, Google+, Twitter LinkedIn, etc.)



Moyenne (0 inclus) : 104 min.

Lire et envoyer des courriers électroniques personnels



Moyenne (0 inclus) : 100 min.

Ecouter de la musique en ligne, via Internet



Moyenne (0 inclus) : 86 min.

Vous informer de l'actualité en ligne

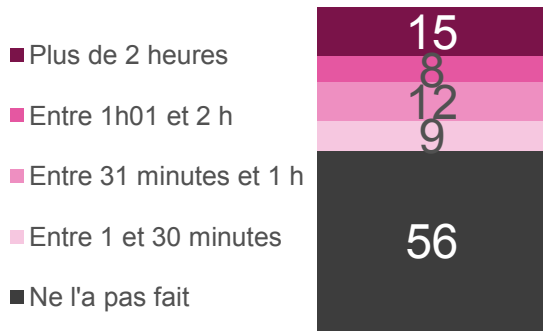


Moyenne (0 inclus) : 83 min.

Temps moyen quotidien consacré à différentes activités

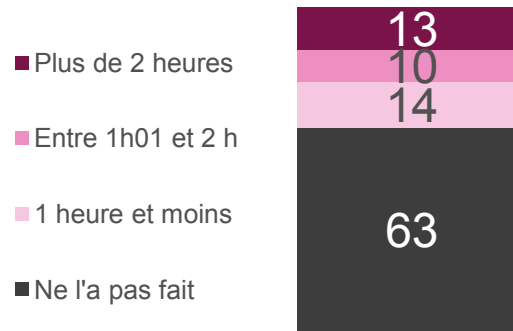
Au cours de la semaine qui vient de s'écouler, combien de temps avez-vous consacré en moyenne par jour à chacune des activités suivantes ?

Lire des livres/mangas /BD papiers



Moyenne (0 inclus) : 68 min.

Regarder des séries TV en ligne, via Internet



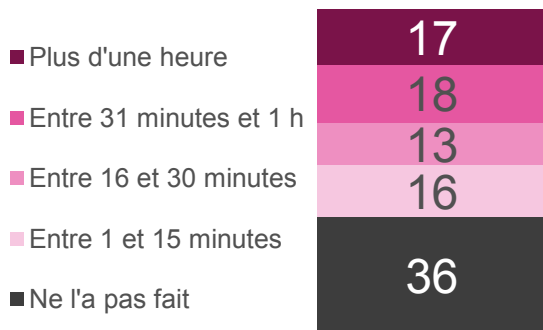
Moyenne (0 inclus) : 58 min.

Lire des journaux/magazines papier



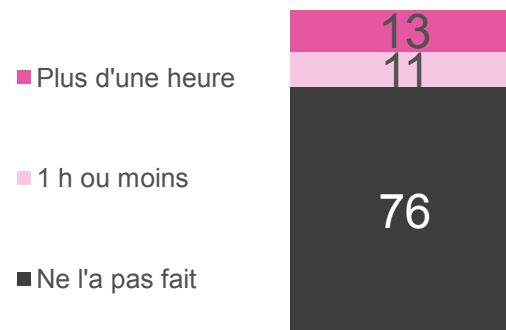
Moyenne (0 inclus) : 49 min.

Vous renseigner ou effectuer un achat sur un site de e-commerce



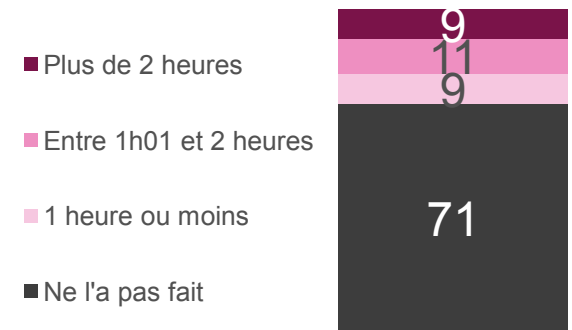
Moyenne (0 inclus) : 46 min.

Jouer à des jeux vidéo en ligne



Moyenne (0 inclus) : 42 min.

Regarder des films en ligne, via Internet

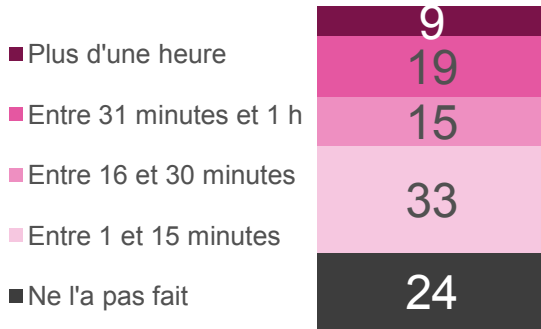


Moyenne (0 inclus) : 42 min.

Temps moyen quotidien consacré à différentes activités

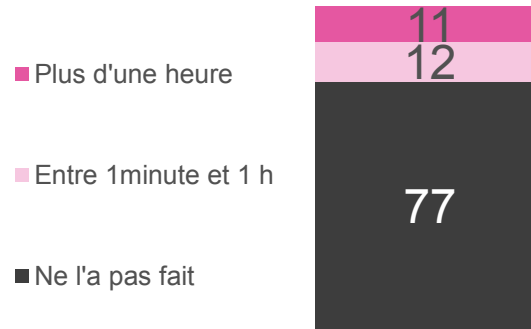
Au cours de la semaine qui vient de s'écouler, combien de temps avez-vous consacré en moyenne par jour à chacune des activités suivantes ?

Consulter vos comptes bancaires/ assurance/sécurité sociale...



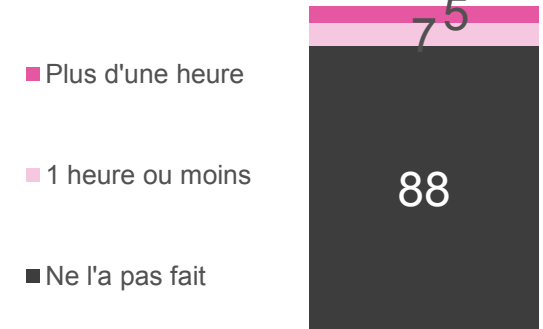
Moyenne (0 inclus) : 36 min.

Jouer à des jeux vidéo hors ligne, sur support physique



Moyenne (0 inclus) : 30 min.

Lire des livres/mangas/ BD en ligne



Moyenne (0 inclus) : 13 min.