

ifop

# Les Français, le numérique et la culture

Raphaël Berger, Directeur du département Média & Numérique

6 février 2015



# 1 – Panorama des équipements



MEDIA & NUMERIQUE

# L'usage d'Internet ne cesse de progresser avec la multiplication des supports

83%

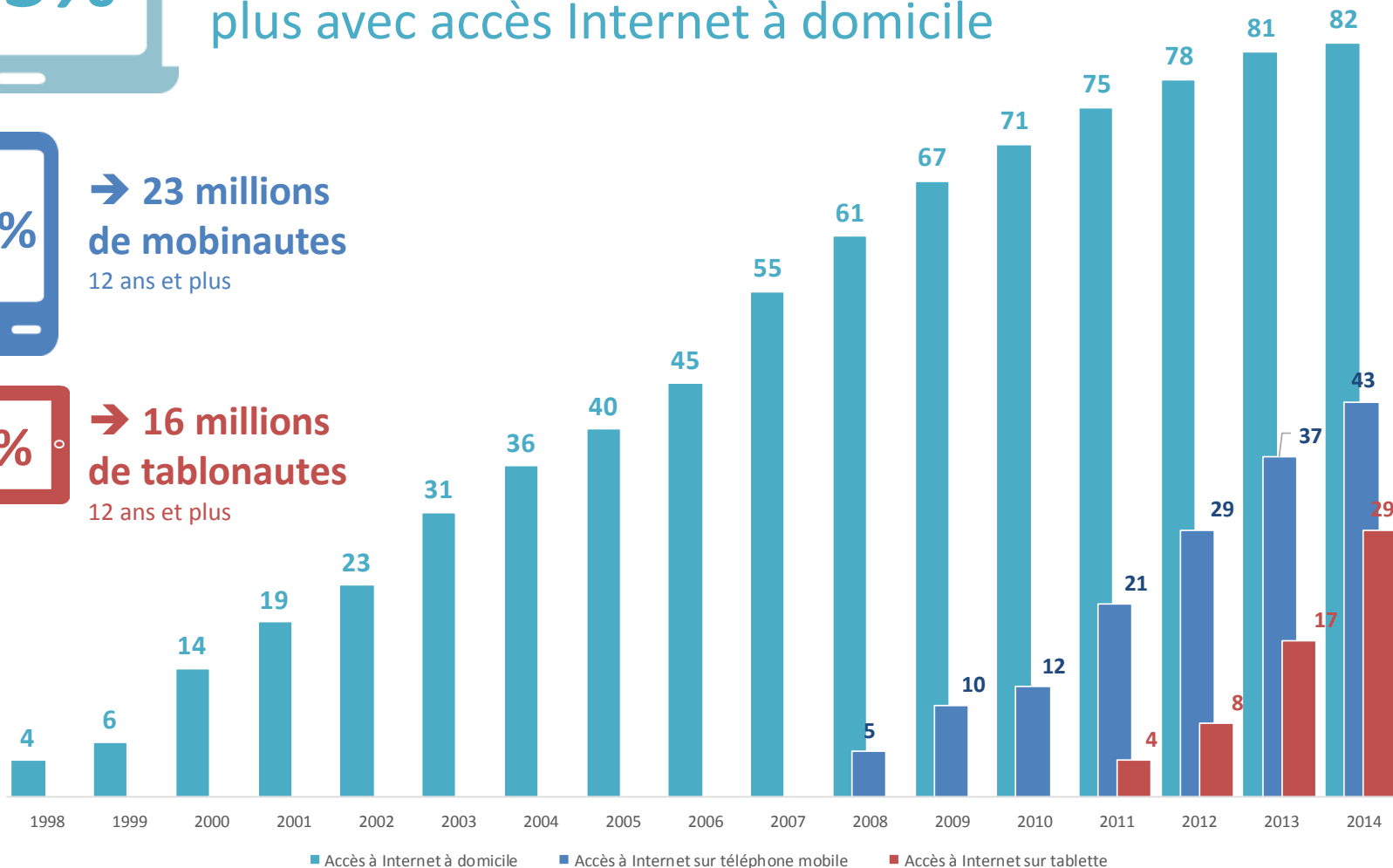
→ 44 millions d'individus 12 ans et plus avec accès Internet à domicile

43%

→ 23 millions de mobinautes 12 ans et plus

29%

→ 16 millions de tablonautes 12 ans et plus



Sources : Arcep - Crédoc

## Les jeux vidéos, un équipement et une pratique banalisés



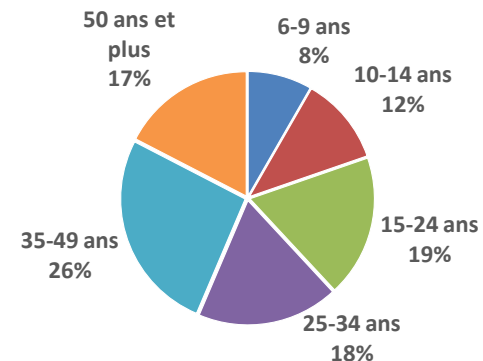
Consoles de **salon** : **62%** des foyers → 17 millions de foyer

**71%** des Français de plus de 6 ans ont déjà joué → **34 millions de joueurs**



Consoles **portables** **36%** des foyers → 9,8 millions

Répartition des joueurs par âge



**44%** ont plus de 35 ans

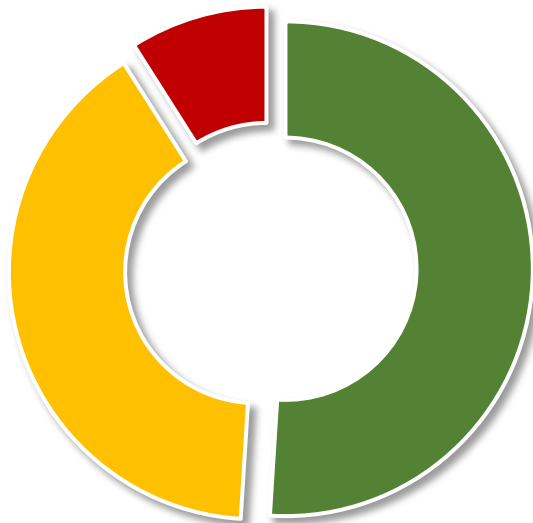
Sources : CNC, pratiques de consommation des jeux vidéos des Français en 2013

## Ce qui arrive aujourd'hui : les objets connectés...

**8%** n'en ont **jamais entendu parler**

**23%** possèdent au moins 1 objet connecté

**41%** en ont entendu parler mais **ne savent pas vraiment ce que c'est**



**51%** savent exactement ce que c'est

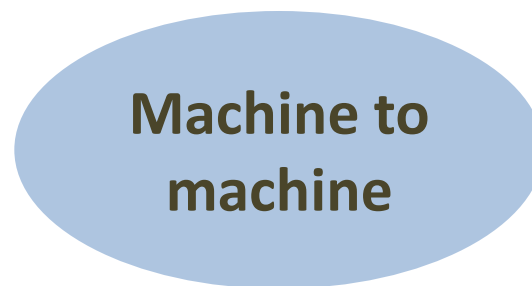
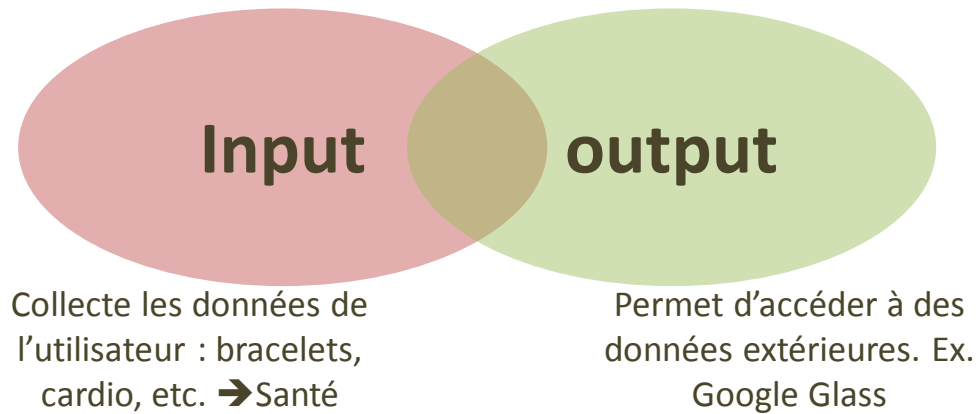
**92%** des Français ont, déjà entendu parler des objets connectés

Résultat d'un **buzz médiatique** important

**90%** en ont entendu parler par **des reportages à la télévision**, via des **articles de presse**, **sur Internet** ou via le bouche à oreille. / **38%** via de la **publicité** / **6%** par des professionnels en magasin

## Trois catégories d'objets connectés

- 2015, année des objets connectés !



Machine Nespresso qui commande ses recharges, voiture qui ouvre sa porte de garage, etc.

# Une bonne perception des Français, mais incomplète

Base : Ensemble (2018  
individus)



## Définition des objets connectés

### C'est vrai pour...

Les objets connectés sont des objets du quotidien que les gens peuvent **commander à distance** via leur smartphone ou leur PC

90%



des Français

Les objets connectés permettent **d'accéder à Internet avec de nouveaux supports**

88%



Les objets connectés permettent de **mesurer l'activité physiologique ou physique des individus**

83%



Les objets connectés sont des objets qui **peuvent agir seuls, sans l'intervention de l'homme**

44%



+ Hommes (53%)  
+ CSP+ (49%)  
+ Région Parisienne (51%)  
+ Plus de 100 000 hab. (47%)

Q3. Voici différentes caractéristiques concernant les objets connectés. D'après-vous, quelles sont celles qui sont vraies ou fausses ?  
Connection creates value

# Perception ambiguë : une dépendance accrue aux machines mais de véritables avantages au quotidien.

Base : Ensemble (2018 individus)  
– total « d'accord »

**Les objets connectés nous rendent plus dépendants aux machines** **88%**

**On a tendance à se replier sur soi** **65%**

**Les objets connectés sont juste un effet de mode** **52%**

**Les objets connectés c'est un progrès** **84%**

**Les objets connectés permettent de gagner du temps** **80%**

**Les objets connectés améliorent la vie quotidienne** **76%**

**On peut gérer sa vie plus efficacement** **70%**

**On peut communiquer plus facilement avec les autres individus, proches, etc.** **65%**



## Avec les objets connectés, le smartphone prend encore plus de place dans le quotidien

Le smartphone au centre de l'univers des objets connectés



- Dépendance aux différents systèmes (Android, iOS d'Apple) → Une **convergence attendue** mais pour lors limitée par les « systèmes de marques » entre supports et objets connectés d'une seule marque
- L'analyse des données, source de valeur ajoutée → **écosystème « appli + objet connecté »**
- La valeur d'usage dépasse l'objet en soi

→ Une nouvelle addiction : la **connaissabilité** (Rafi Haladjian)

**Rôle central du smartphone : le regard sur le monde passe par l'écran**



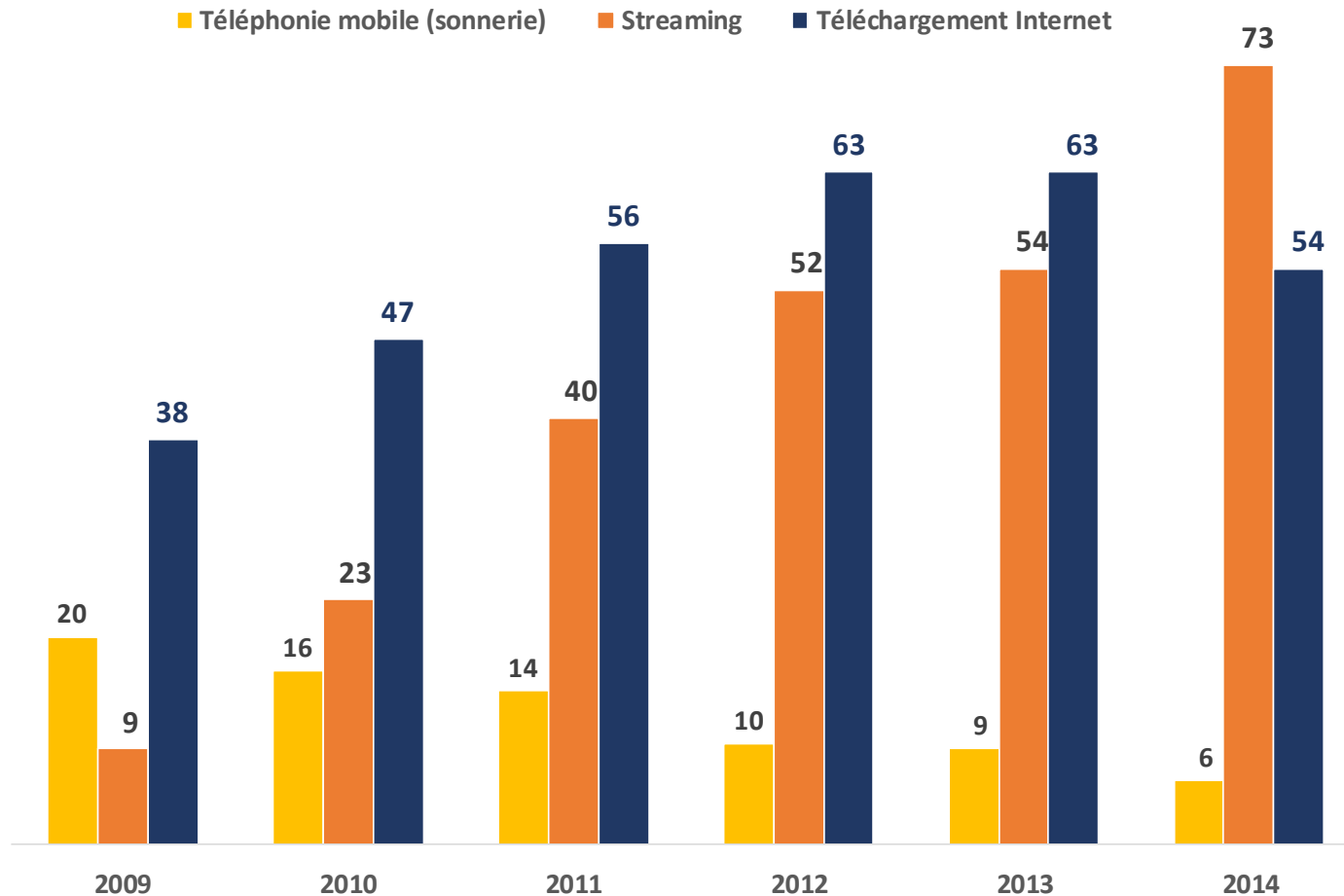
## 2 – Ce que cela change : la numérisation des pratiques culturelles



MEDIA & NUMERIQUE

# Le streaming, la porte de sortie de la musique : 55% du numérique, devant le téléchargement

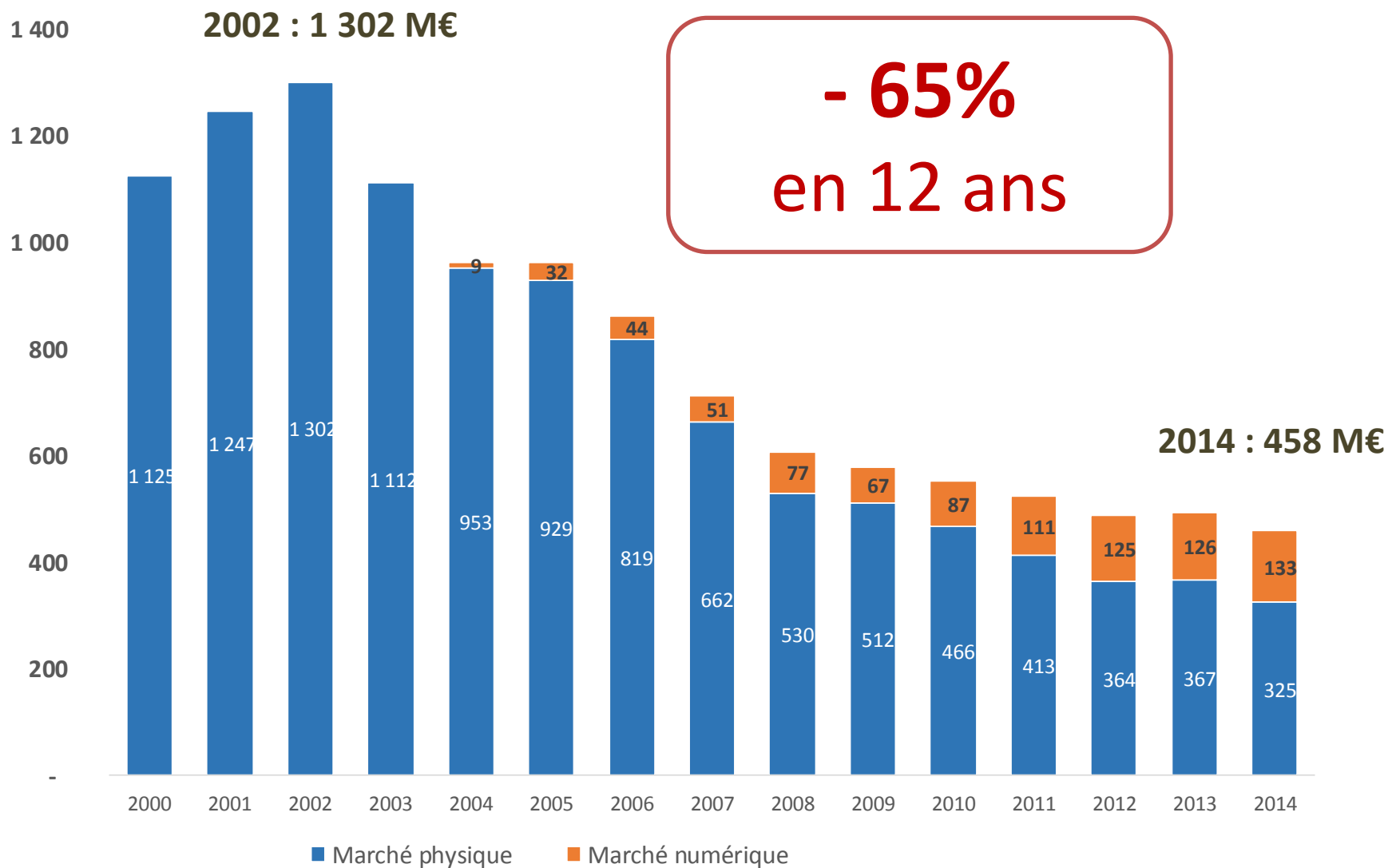
Marché gros HT en M€ courants



Source : SNEP, 2015

# La numérisation de la musique s'accompagne d'une baisse du marché

Marché gros HT en M€ courants



Source : SNEP, 2015

## De nouvelles pratiques audiovisuelles

### Consommation de vidéos

30DJ hebdomadaire



Un nouvel acteur pour une nouvelle consommation : la SVOD



## Le jeu vidéo aussi est touché par la dématérialisation des pratiques...

**47%** des Français  
jouent  
en ligne

### Types de jeux joués

Flash gratuits 36%

Free-to-play 12%

Payants à l'unité 7%

Payants par abonnement 3%

**17%** des Français  
jouent en ligne en free-  
to-play ou en accès  
payant

- De nouveaux modèles économiques – dont un modèle sur abonnement
- Une offre de jeux gratuits qui progresse
- Une chaîne de valeur raccourcie
- Une chaîne de production qui s'adapte

## Et le livre ? Un phénomène encore émergent...

**11%** des Français sont des lecteurs de livres numériques \*

Marché valeur : 4% environ / 100 M€



*Appareil le plus utilisé*

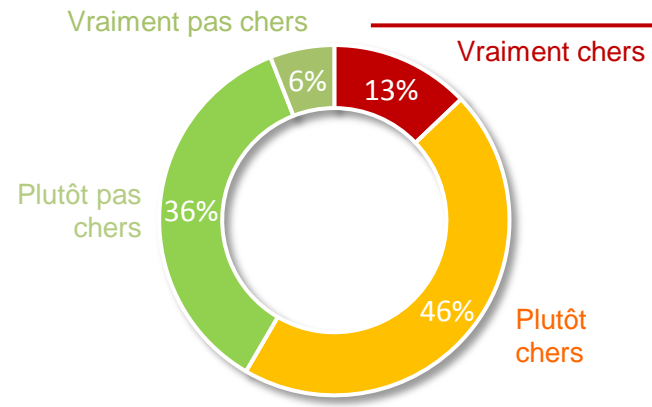
Tablette  **28%**

Ordinateur portable ou mini PC  **23%**

Liseuse  **21%**

Smartphone  **17%**

**59%** des lecteurs considèrent que les livres numériques **sont chers**



64% auprès des **consommateurs illicites**

*Base : 1007 lecteurs de livres numériques*

Source : Hadopi, perception et usages du livre numérique (étude réalisée par l'Ifop), 2014  
SNE, 2013



## Des conséquences communes à la numérisation des biens culturels

- Une logique déflationniste : « *sur Internet, même quand c'est pas cher, c'est trop cher !* »
- Un raccourcissement de la chaîne de valeur :  
producteur → Distributeur en ligne → Consommateur
- Le distributeur est au cœur de la relation avec le consommateur
- Une concentration du marché : sur Internet, « *the winner takes all* »

ifop

[www.ifop.com](http://www.ifop.com)



@ifopMediaNum