

# Hadopi

Paris, le mardi 18 mai 2021

[Baromètre des pratiques culturelles en situation de confinement](#)  
[3<sup>e</sup> confinement Avril 2021](#)

## 68 % des consommateurs de biens culturels en ligne souhaitent retourner dès que possible dans les salles de spectacles

Alors que les salles de spectacles s'apprêtent à accueillir à nouveau du public, les deux tiers (68 %) des consommateurs souhaitent retourner dès que possible au cinéma, théâtre, ou dans les salles de concerts. Seuls 37 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés déclarent désormais préférer les consommer en mode numérique.

Le spectacle vivant en ligne suscite un véritable engouement chez les internautes, puisqu'en avril dernier, ils étaient 39 % à déclarer en avoir visionné au cours des douze derniers mois.

Enfin, 66 % des consommateurs de sport affirment souhaiter retourner dès que possible au stade pour assister à des compétitions sportives.

Le retour dans les salles de spectacle demeure une attente forte, puisque [68 % des consommateurs de biens culturels dématérialisés déclarent vouloir retourner dès que possible au cinéma, théâtre, ou dans les salles de concerts](#), soit un niveau équivalent à celui de janvier 2021 et dans des proportions proches, quelles que soient les tranches d'âge ou le fait d'être abonné ou non à une offre culturelle en ligne.

À l'inverse, 37 % des consommateurs estiment qu'ils se rendront à l'avenir moins souvent au cinéma, au théâtre ou dans des salles de concert qu'avant la crise, un niveau stable par rapport à janvier 2021 (35 %), à l'issue du 2<sup>e</sup> confinement.



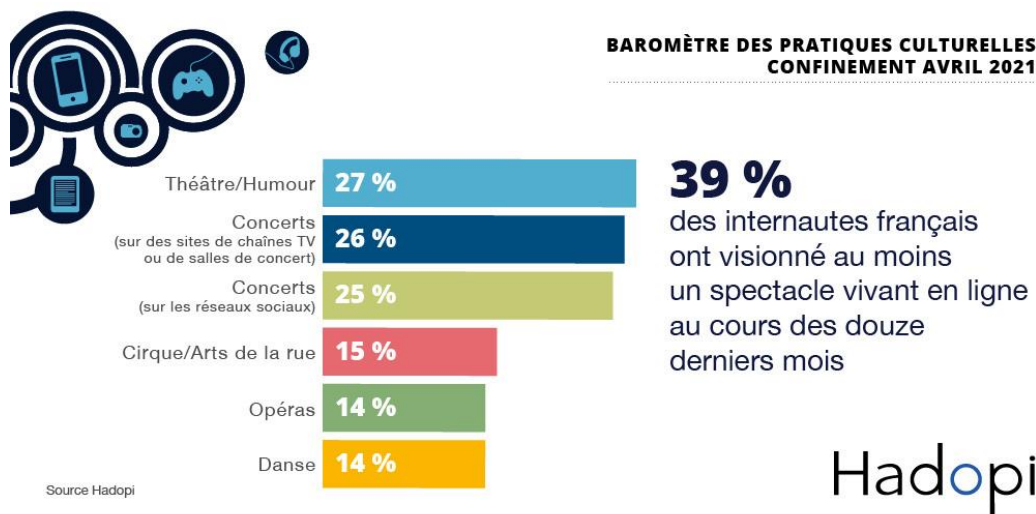
**BAROMÈTRE DES PRATIQUES CULTURELLES  
CONFINEMENT AVRIL 2021**

des consommateurs de biens culturels en ligne souhaitent retourner dès que possible dans les salles de spectacles, contre 65 % en janvier 2021

Source Hadopi

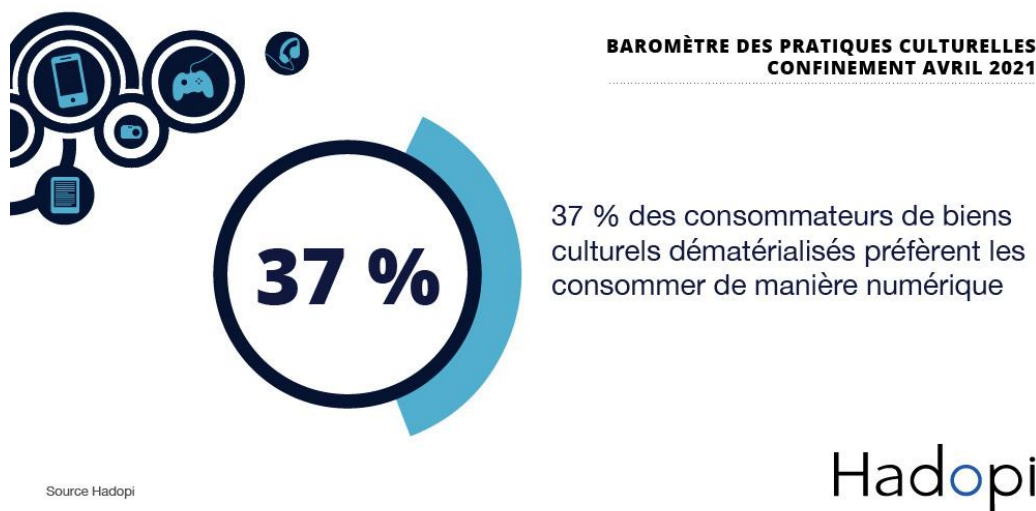
Hadopi

En avril 2021, le spectacle vivant en ligne a attiré 39 % des internautes qui déclarent en avoir visionné au cours des douze derniers mois. Les concerts dématérialisés ont attiré ainsi 26 % des internautes sur des sites spécialisés (chaines de TV ou sites internet des salles de concerts) et 25 % sur les comptes d'artistes sur les réseaux sociaux, tandis que les pièces de théâtre ou les spectacles d'humoristes ont été visionnés par 27 % d'entre eux.



30 % des internautes ont regardé au moins un spectacle vivant en *replay*, le mode de consommation privilégié pour ces contenus, contre 21% des internautes qui ont préféré le direct. 24 % des internautes (soit 61 % des consommateurs de spectacle vivant en ligne) déclarent aussi avoir déjà payé pour regarder au moins une représentation en direct ou en *replay* au cours des 12 derniers mois.

Un peu plus d'un tiers (37 %) des consommateurs de biens culturels dématérialisés interrogés déclarent aussi préférer désormais un mode de consommation numérique. À l'opposé, près des deux tiers (64 %) des consommateurs de biens culturels expriment de la lassitude à l'égard d'une consommation culturelle exclusivement numérique.



Concernant les compétitions sportives, les tendances sont similaires. Les deux tiers (66 %) des consommateurs de sport de manière dématérialisée déclarent souhaiter retourner dès que possible au stade pour assister à des compétitions sportives et près de la moitié (47 %) souhaite retourner dans les lieux publics (bars...) pour suivre ces compétitions.

Ils sont néanmoins 44 % à annoncer qu'à l'avenir, ils visionneront plus souvent des compétitions sportives en direct ou en *replay* à la télévision ou sur internet qu'avant la crise sanitaire, les deux modes de consommation numérique et physique pouvant être complémentaires.

#### [Méthodologie](#)

Etude quantitative réalisée en ligne par Opinion Way, les 28 et 29 avril 2021, auprès d'un échantillon représentatif de la population internautes française de 15 ans et plus de 1007 individus, représentativité assurée par la méthode des quotas en termes de sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, région, taille d'agglomération et de fréquence de connexion à internet (quotas issus du baromètre de la consommation de biens culturels dématérialisés réalisé par l'Hadopi en 2021).

#### [Contact Hadopi](#)

Caroline Cesbron

06 22 17 34 46 - [caroline.cesbron@hadopi.fr](mailto:caroline.cesbron@hadopi.fr)