

les zooms
de L'Observatoire Cetelem

par



Thème 2 : La culture dans tous ses états

Enquête 3/3 : « La culture à l'épreuve de l'instantanéité »

Juin 2018

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Morgane Hauser, Chargée d'études senior au Département Politique – Opinion

Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Le temps culturel, un temps organisé ?	P.5
Culture en séries : peut-on encore attendre pour ses contenus ?	P.9
Une culture vécue collectivement dans l'instantanéité	P.20



Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **12** au **14 juin** 2018.



Échantillon de **1001** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).**



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

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

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

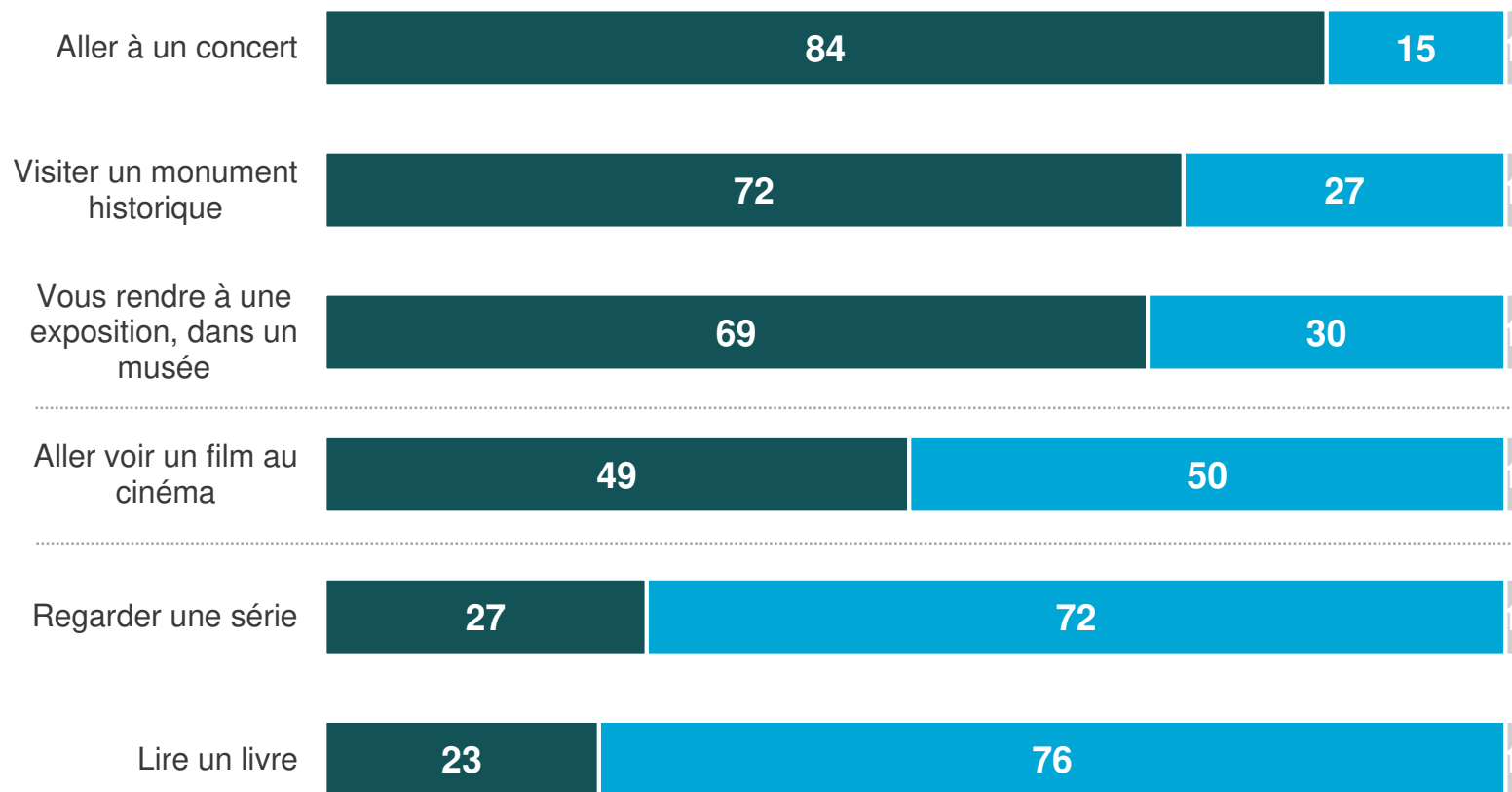
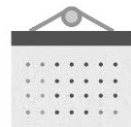
Le temps culturel, un temps organisé ?

- En termes d'organisation, toutes les activités culturelles ne se valent pas pour les Français. Ils associent largement les activités qu'ils peuvent faire depuis chez eux, comme lire un livre ou regarder une série, à des activités spontanées, quand pour eux, les activités qui occasionnent une sortie (concert, visite, musée) sont des événements prévus à l'avance. Seul le cinéma, échappe à cette binarité et apparaît comme une activité, chez certains spontanée, chez d'autres organisée en amont.
- Si les Français déclarent prévoir en amont leurs sorties au musée ou dans des expositions, un peu plus de la moitié d'entre eux (55%) reconnaît ne pas s'y prendre à l'avance et se rendre directement à la billetterie le jour J pour acheter ses tickets d'entrée. Les Franciliens, peut-être davantage exercés à la longueur des files d'attentes parfois rencontrées dans les musées parisiens, choisissent plus souvent d'acheter en amont leur ticket sur Internet (56%).
- Organisé ou non à l'avance, le temps consacré à la culture répond à certaines logiques de rentabilité, et les Français sont très partagés concernant la façon dont ils envisagent leurs visites. Faut-il tout voir (d'un musée, d'une ville), quitte à passer un peu vite sur certains aspects ? Ou vaut-il mieux sélectionner les différents éléments à approfondir, quitte à en manquer certains ? Si dans l'ensemble, les Français penchent très légèrement pour la seconde solution, les plus jeunes montrent un peu plus volontiers leur appétit d'en voir le plus possible (57% chez les 25-34 ans).

Toutes les activités culturelles ne répondent pas aux mêmes dynamiques organisationnelles, concerts et visites se prévoient à l'avance, séries et livres se consomment de manière plus spontanée

Pour vous, chacune des activités suivantes est-elle plutôt une activité organisée qui se prévoit à l'avance ou plutôt une activité spontanée, décidée à la dernière minute ?

- À tous, en % -



- Plutôt une activité organisée et prévue à l'avance
- Plutôt une activité spontanée, décidée à la dernière minute
- Ne se prononce pas

Bien qu'ils anticipent et organisent leur visite, les Français choisissent plutôt d'acheter leurs billets d'exposition directement sur place... Les Franciliens ayant davantage recours à internet

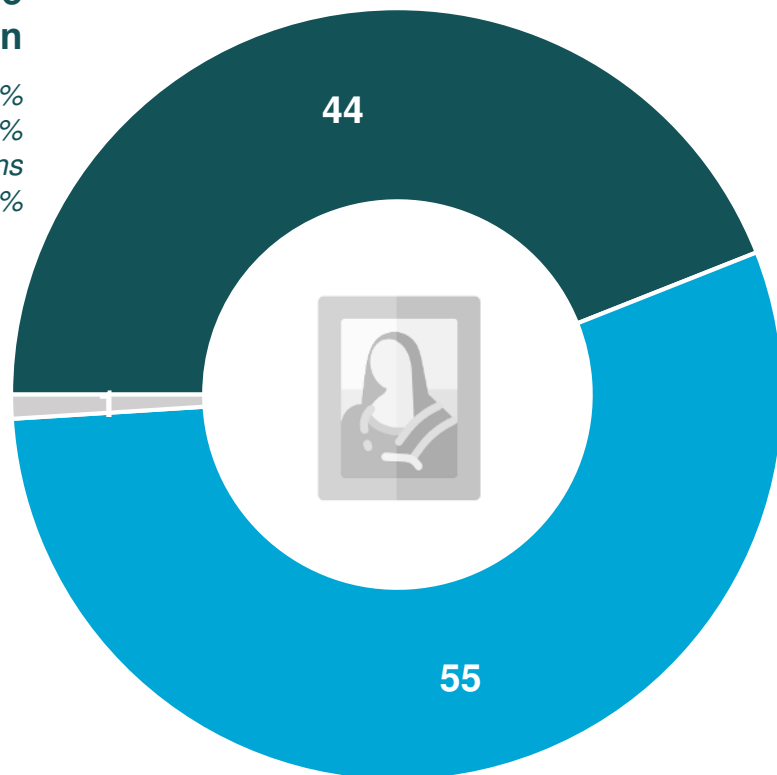
Le plus souvent, si vous devez vous rendre à une exposition, quelle solution privilégiez-vous pour l'achat de vos billets d'entrée ?

- À tous, en % -

Acheter vos billets sur Internet en amont de l'exposition

18-24 ans : 52%
Région parisienne : 56%
Se rendent très souvent dans des expositions / musées : 50%

Ne se prononce pas



Vous rendre sur place et acheter vos billets directement à l'entrée de l'exposition

50 ans et plus : 59%
Province : 57%

Approfondir ou accumuler, les Français sont partagés quant à la gestion de leurs expériences de visite, les plus jeunes étant néanmoins plus prompts à affirmer vouloir en faire plus, quitte à moins entrer dans les détails

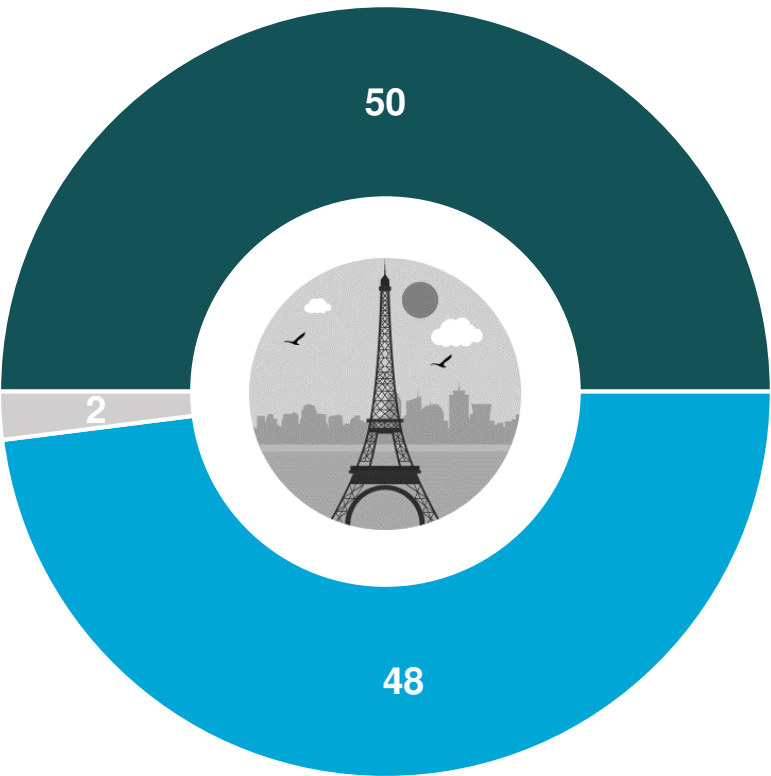
Et lorsque vous visitez un lieu (ville, musée, etc.), diriez-vous que vous préférez... ?

- À tous, en % -

Vous concentrer sur quelques espaces, monuments ou œuvres dont vous approfondissez la visite, quitte à laisser des éléments intéressants de côté

50 ans et plus : 56%

Ne se prononce pas



Essayer de visiter le maximum d'espaces, monuments ou œuvres, quitte à ne pas approfondir complètement leur exploration

25-34 ans : 57%

Culture en séries : peut-on encore attendre pour ses contenus ?

- Alors que les Français hésitent à qualifier le fait de regarder une série comme une activité culturelle (37%), force est de constater qu'il s'agit d'une pratique de masse : 92% des Français déclarent en regarder. Si la télévision est le support principal de visionnage, les plateformes comme Netflix, Amazon, CanalPlay ou encore les sites replay des chaînes TV semblent privilégiés aux DVDs et aux visionnages illégaux, notamment chez les plus jeunes (64%).
- La série, pour ceux qui en regardent, s'impose comme un élément important dans l'organisation de la vie quotidienne des Français, qui reconnaissent en regarder beaucoup (61%), aimer regarder plusieurs épisodes à la suite (76%), pouvant aller jusqu'à réserver leur soirée (52%) pour regarder une série. Des comportements à nouveau beaucoup plus fréquents chez les jeunes que les nouveaux modes de diffusion et notamment la mise à disposition par les plateformes de saisons complètes ne feraient qu'encourager, vers un visionnage plus intensif (77%), plus rapide (63%) et plus étendu (72%).
- Force est de constater que la série se regarde différemment chez les Français plus jeunes et leurs aînés. Les plus jeunes font ainsi émerger le sentiment d'une attente impossible, privilégiant beaucoup plus fortement solutions légales et illégales leur permettant de regarder leurs séries sans attendre qu'elles soient disponibles sur les chaînes gratuites (jusqu'à 55% contre 27% en moyenne). Mais il s'agit également d'une consommation qui privilégie un visionnage collectif (49%) ou un visionnage boulimique (41%), dans l'avènement d'un rapport à la série qui repose davantage sur les dynamiques individuelles que sur l'imposition d'un rythme par un média.

Les séries télévisées font partie intégrante de la vie culturelle, plus de 9 Français sur 10 déclarant en regarder

Diriez-vous que vous regardez des séries... ?

- À tous, en % -



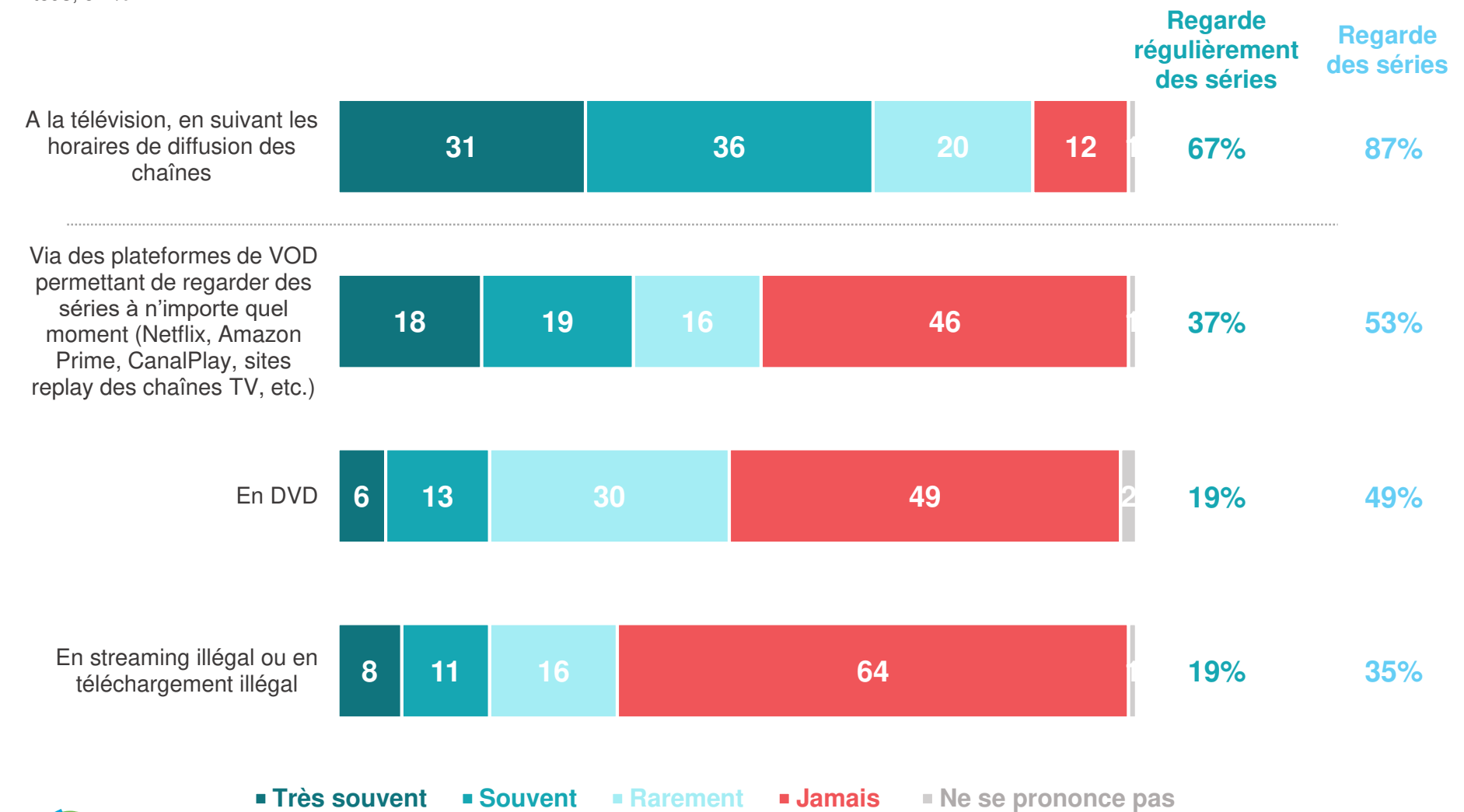
92%

des Français déclarent regarder des séries via au moins un support (TV, DVD, plateformes, streaming, etc.)

Dans le détail, la télévision reste le moyen d'accès aux séries le plus répandu. Les Français déclarent également avoir davantage recours aux plateformes en ligne qu'aux DVDs ou au téléchargement/streaming illégal, notamment en ce qui concerne la consommation régulière

Diriez-vous que vous regardez des séries... ?

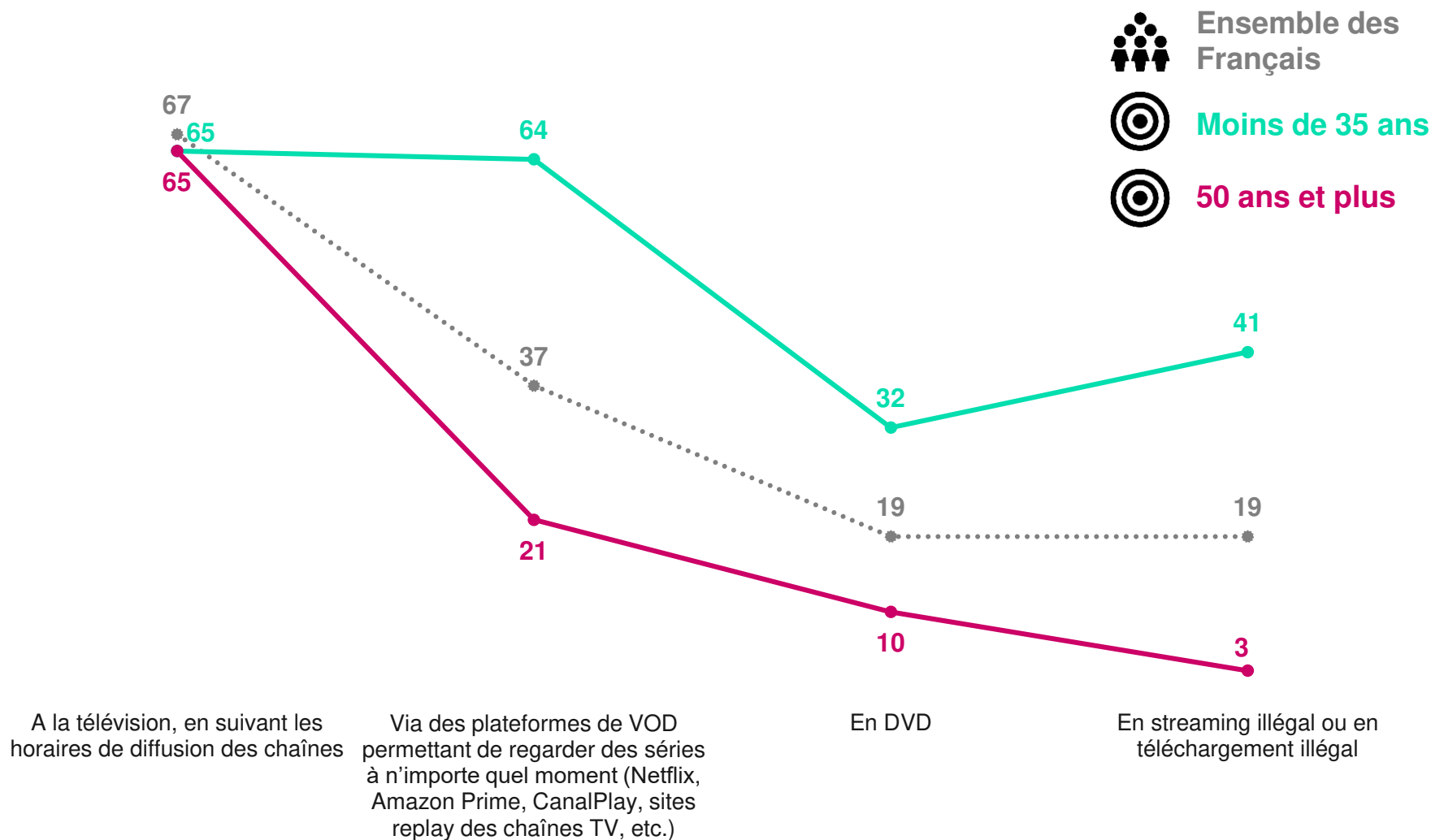
- À tous, en % -



Très nettement, les plus jeunes se distinguent par une consommation de séries plus intense que leurs aînés quel que soit le support (hors TV) et confirment même avoir recours aux moyens d'accès illégaux

Diriez-vous que vous regardez des séries... ?

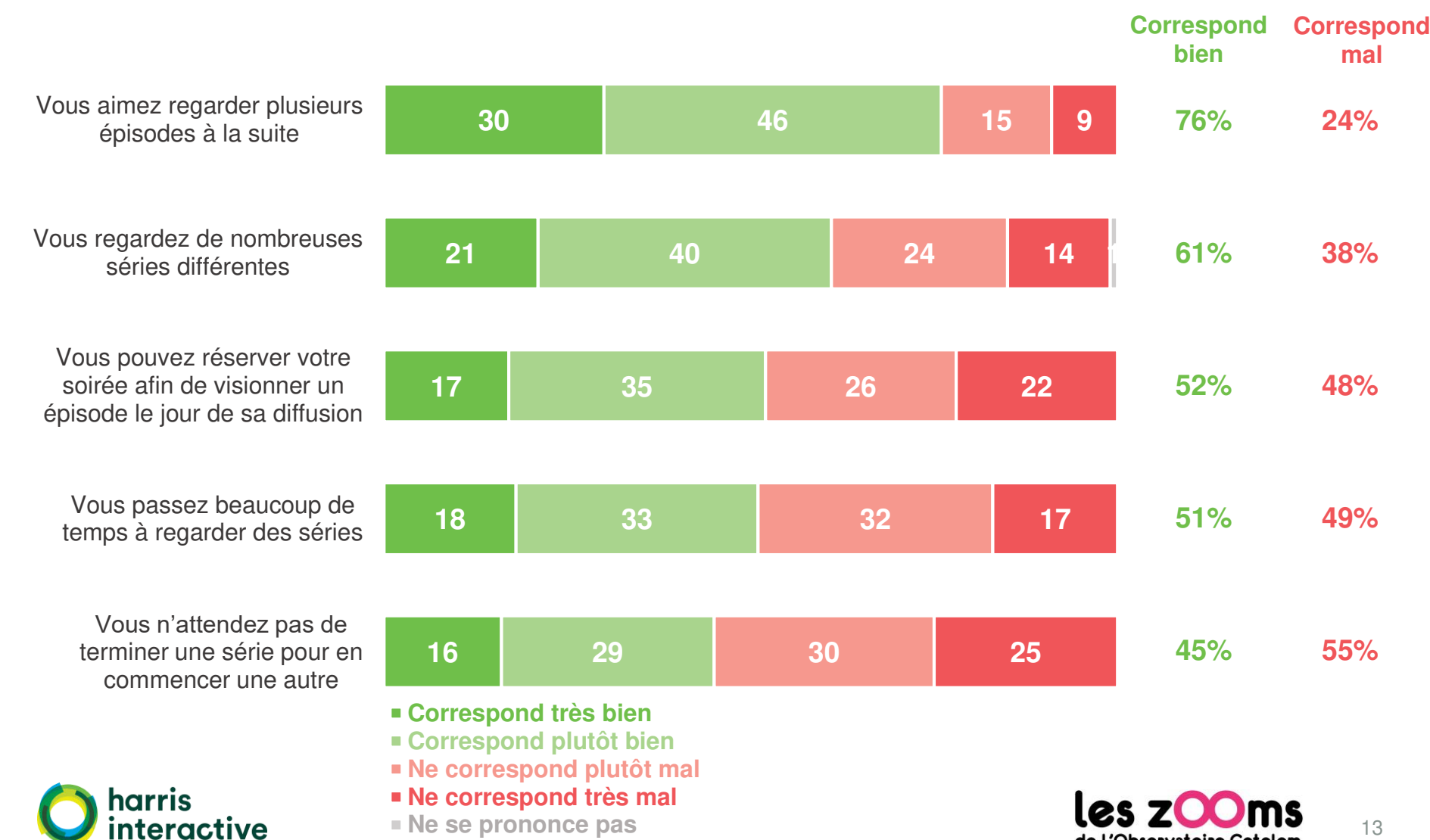
- À tous, en % « Souvent ou très souvent » -



Regarder plusieurs épisodes à la suite, une pratique qui s'est imposée chez les amateurs de séries, qui déclarent également y passer beaucoup de temps

Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes correspond bien ou mal à votre situation personnelle ?

- À ceux qui regardent des séries, en % -



Un amateur de séries sur cinq serait un *séries-addict*, adoptant tous les comportements testés... Les plus jeunes à nouveau précurseurs

Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes correspond bien ou mal à votre situation personnelle ?

- À ceux qui regardent des séries, en % -



21%

des Français qui regardent des séries déclarent adopter tous ces comportements

Femmes : 23%
18-24 ans : 27%
25-34 ans : 33%
35-49 ans : 28%



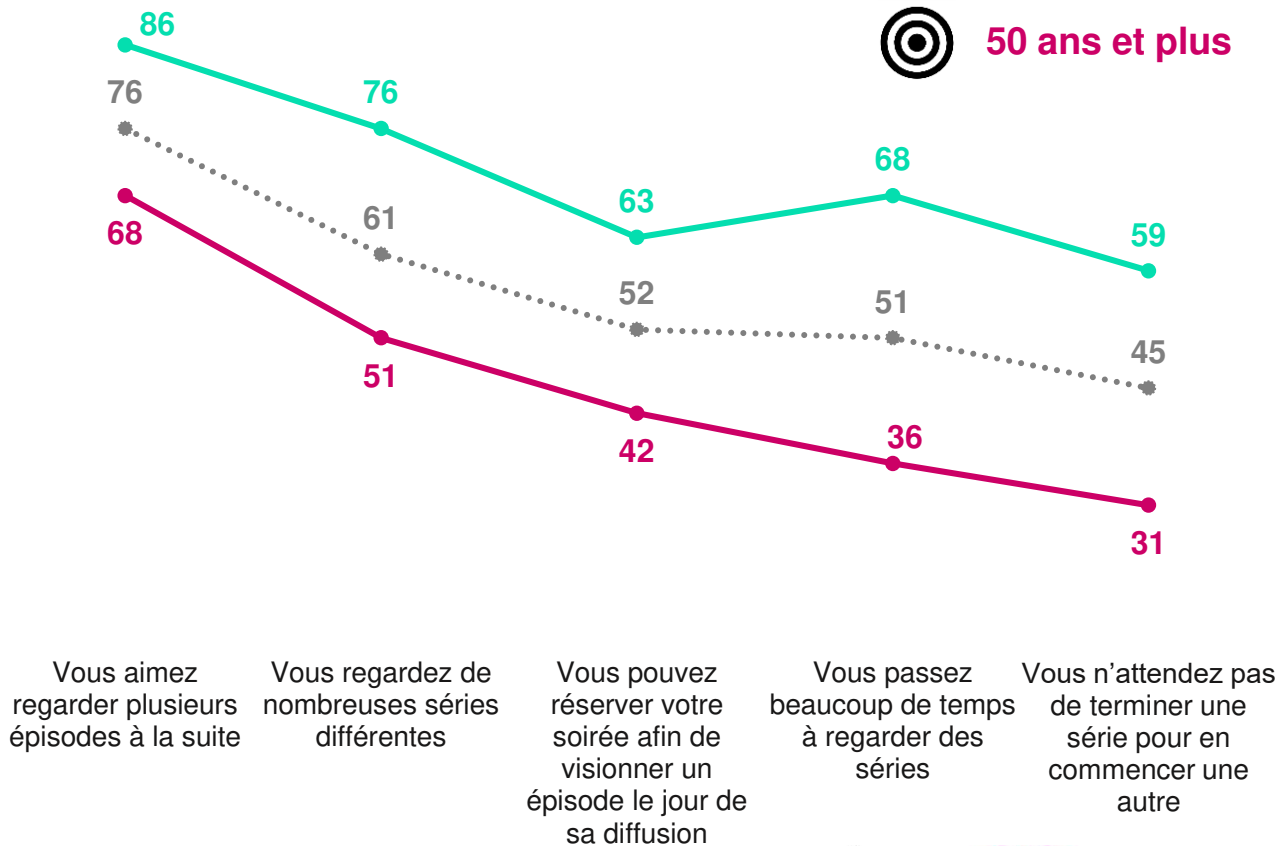
Ensemble des Français



Moins de 35 ans



50 ans et plus



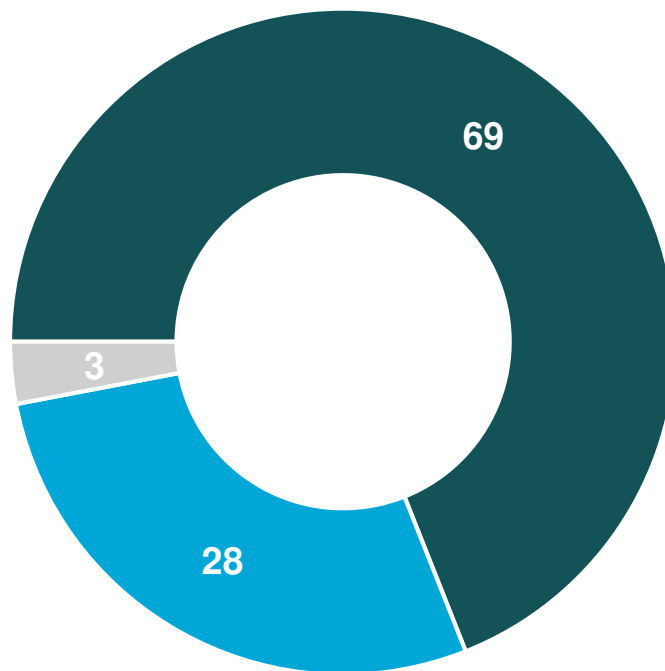
Si la majeure partie des amateurs de série aime suivre une série au fil de sa diffusion, les plus jeunes se distinguent par leur plus grande appétence, néanmoins encore minoritaire, à visionner les saisons d'une traite

Plus précisément, de laquelle des deux positions suivantes vous sentez-vous le/la plus proche concernant les séries ?

- À ceux qui regardent des séries, en % -

Vous préférez regarder vos séries au fur et à mesure de leur diffusion, en regardant chaque semaine un nouvel épisode jusqu'à la fin de la saison

50 ans et plus : 79%



Ne se prononce pas

Vous préférez attendre que les épisodes soient tous disponibles avant de commencer le visionnage pour pouvoir regarder la saison d'une traite

Moins de 35 ans : 41%

PCS + : 33%

Pour la plupart de ceux qui en regardent, le plaisir de la série se conçoit seul et sans attendre, y compris au sein des couples

Et de laquelle des deux positions suivantes vous sentez-vous le/la plus proche concernant les séries ?

- À ceux qui regardent des séries, en % -

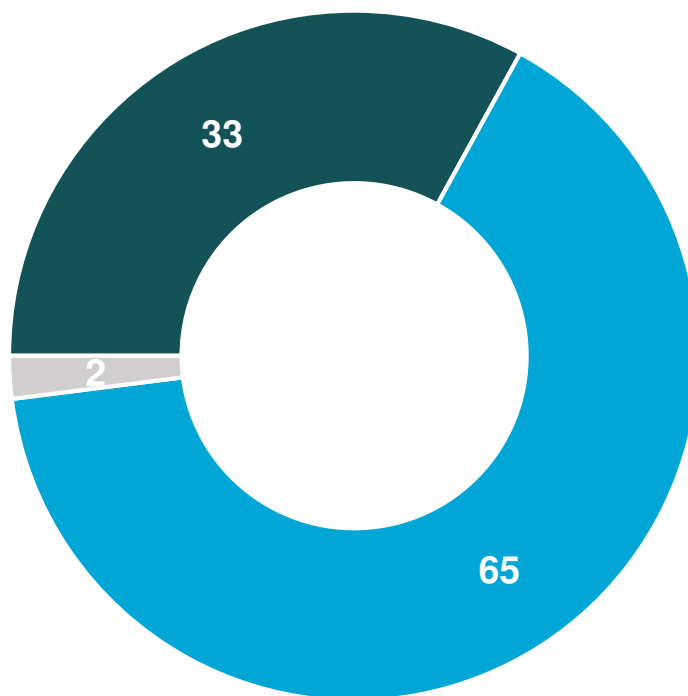
Vous préférez regarder une série à plusieurs (amis, famille, conjoint) et en profiter de manière collective, même si cela implique de la regarder au rythme des autres

25-34 ans : 49%

PCS+ : 38%

En couple : 44%

Ne se prononce pas



Vous préférez regarder une série seul(e) et à votre rythme, même si cela implique de ne pas profiter de l'expérience collective

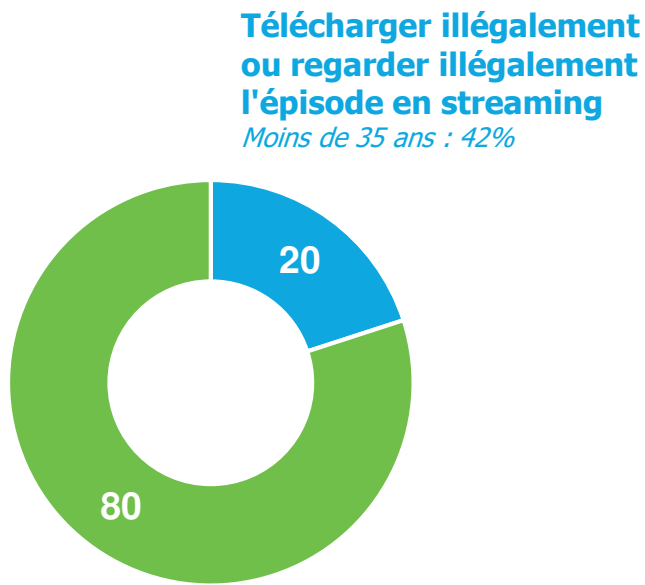
50 ans et plus : 70%

Attendre pour regarder une série TV ? Difficilement acceptable pour de nombreux jeunes qui recourent à des moyens, légaux ou non, pour regarder leurs contenus au moment où ils le souhaitent

Pour regarder les épisodes d'une série que vous aimez, sortie à l'étranger mais qui n'est pas disponible gratuitement en France, quelle solution privilégieriez-vous ?

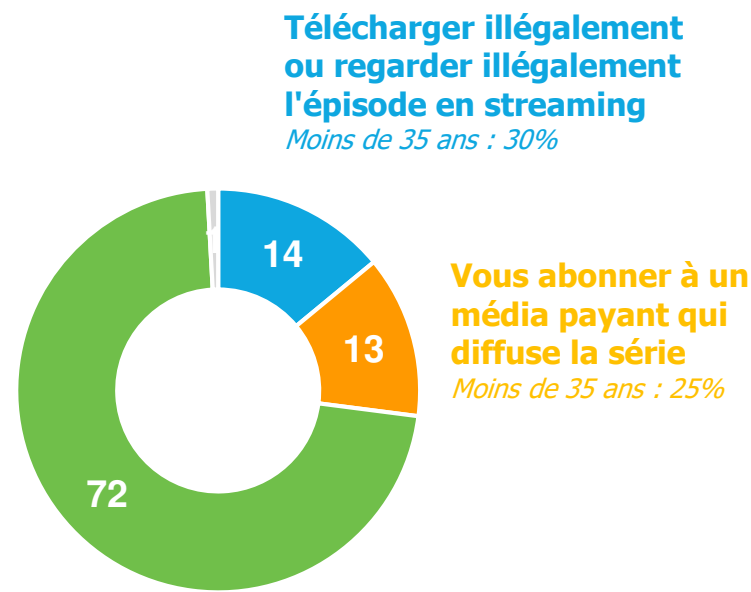
- À ceux qui regardent des séries, en % -

Si la série n'est diffusée sur aucun média en France, même payant



Attendre que la série soit disponible sur une chaîne française
50 ans et plus : 94%

Si la série n'est diffusée en France que sur un média payant



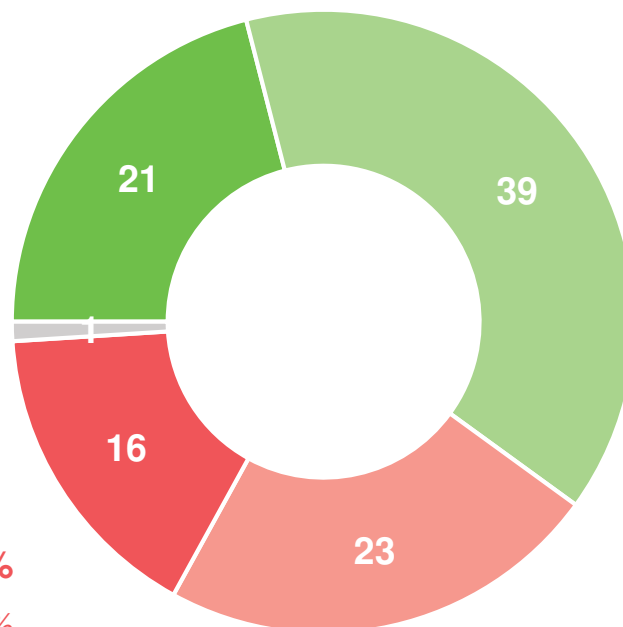
Attendre que la série soit disponible sur une chaîne française
50 ans et plus : 91%

Pour les Français et a fortiori ceux qui regardent des séries régulièrement, le fait de mettre à disposition l'intégralité des épisodes à disposition au même moment comme le font Netflix ou Amazon est une bonne chose

Aujourd'hui, des plateformes de VOD (comme Netflix, Amazon Prime ou CanalPlay) mettent parfois à disposition tous les épisodes d'une même saison au même moment, permettant aux utilisateurs de visionner une série dans son intégralité sans attendre.

- À tous, en % -

**Diriez-vous que le fait que des plateformes mettent à disposition l'intégralité des épisodes d'une série ou d'une saison de série au même moment...
Est une bonne chose ?**



Oui: 60%

*Moins de 35 ans : 79%
35-49 ans : 72%
Région parisienne : 70%
Regardent des séries
régulièrement : 66%*

Non : 39%

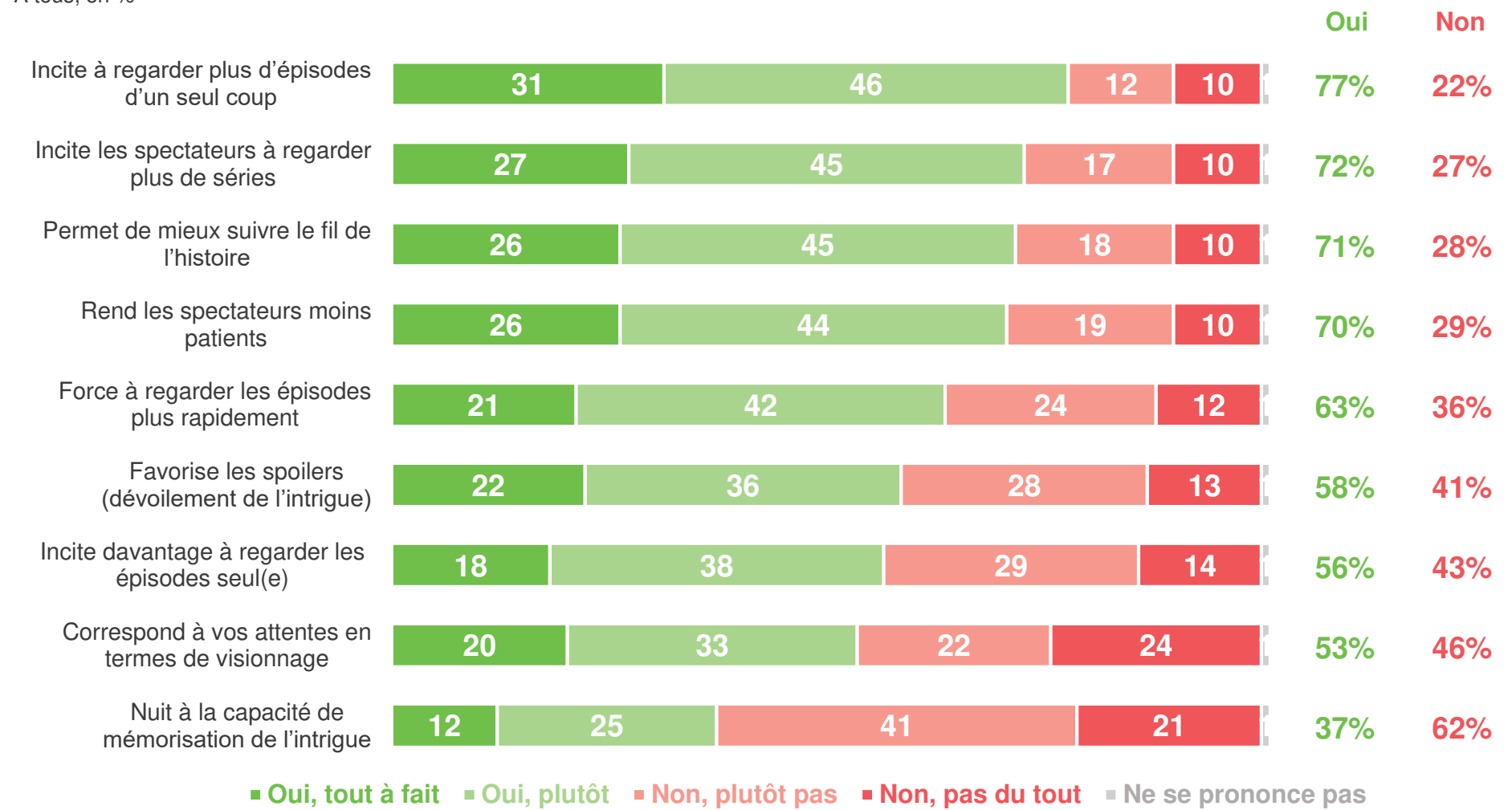
*50 ans et plus : 55%
Province : 41%*

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Ne se prononce pas

Pour les Français, le nouveau modèle proposé par les plateformes de VOD bouleverse profondément la chronologie des séries, vers un visionnage plus rapide et plus volumineux

Diriez-vous que le fait que des plateformes mettent à disposition l'intégralité des épisodes d'une série ou d'une saison de série au même moment... ?

- À tous, en % -



Une culture vécue collectivement dans l'instantanéité

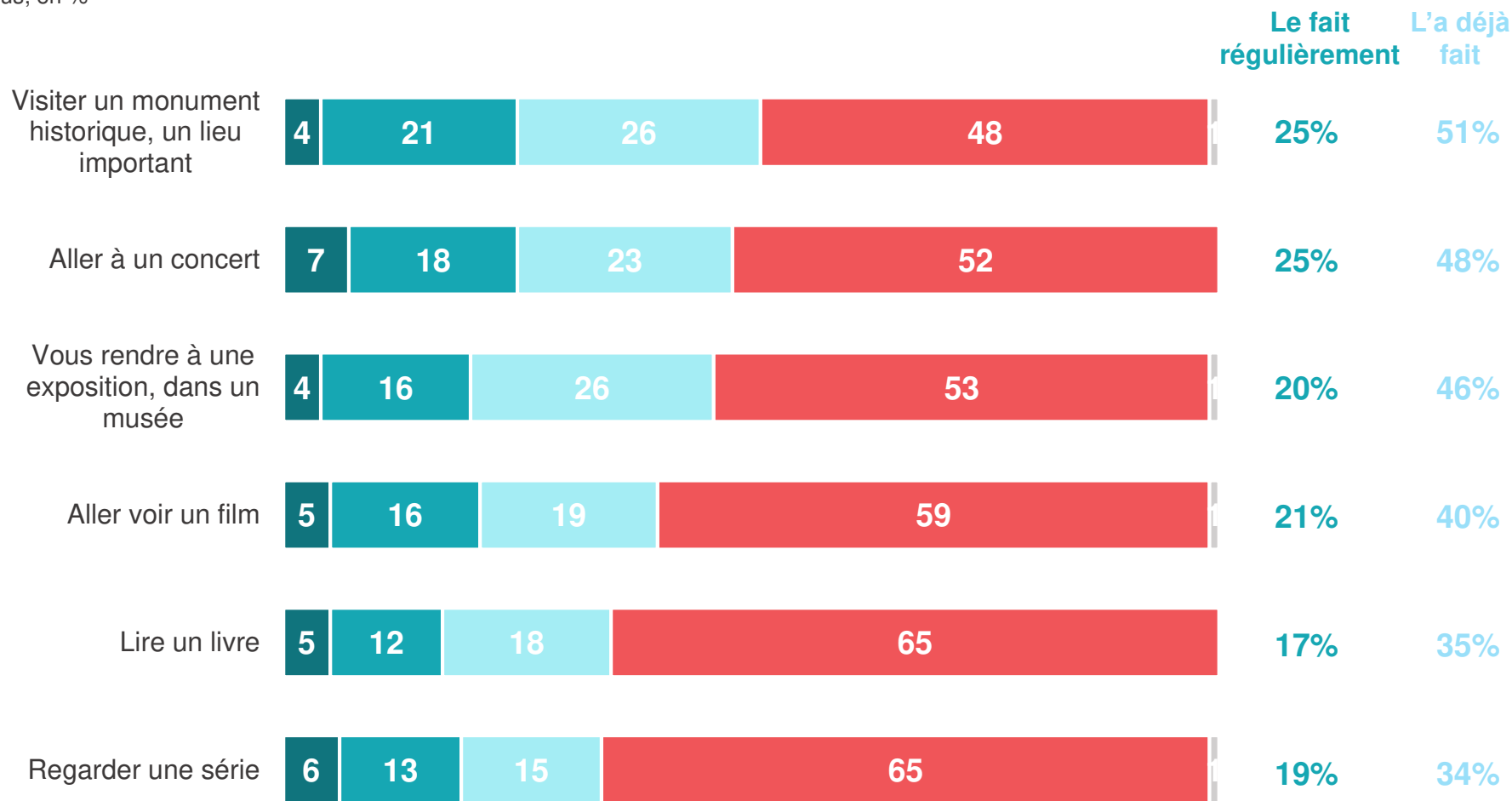
- S'il est à nouveau question de grandes disparités générationnelles, l'idée de se mettre en scène lors de ses sorties et activités culturelles semble avoir fait du chemin chez les Français. 51% déclarent ainsi avoir posté une photo ou partagé un message sur les réseaux sociaux lors d'une visite de lieu ou monument historique. Concerts, expositions et cinéma seraient ainsi des lieux de marquage où les Français aiment à s'identifier simultanément à leur visite.
- Les œuvres ou les expériences vécues semblent ainsi se vivre non seulement pour elles-mêmes, mais également s'inscrire dans un partage et une collectivité immédiats. Plus d'un tiers des Français indiquent ainsi avoir déjà consulté les réseaux sociaux ou interagi avec leurs proches au sujet des émissions de télévision, des séries ou des visites de musées qu'ils étaient en train de vivre. Les jeunes se démarquant à nouveau de leurs aînés à la fois par une pratique déclarée plus développée et plus régulière.
- Finalement, s'ils considèrent tous les moyens qu'ils ont aujourd'hui d'accéder à la culture (traditionnels, dématérialisés, légaux ou illégaux), les Français font majoritairement le constat qu'ils peuvent aujourd'hui avoir un accès immédiat et simple aux contenus qu'ils désirent, qu'il s'agisse de la musique (83%), des films (79%), des séries (78%) ou même des livres (75%).



Vaniteux, les Français ? Plus de la moitié d'entre eux auraient déjà partagé des messages ou des photos sur les réseaux sociaux pour témoigner de leur participation à une expérience culturelle

Généralement, partagez-vous un message / postez-vous une photo sur les réseaux sociaux quand vous effectuez chacune des activités culturelles suivantes ?

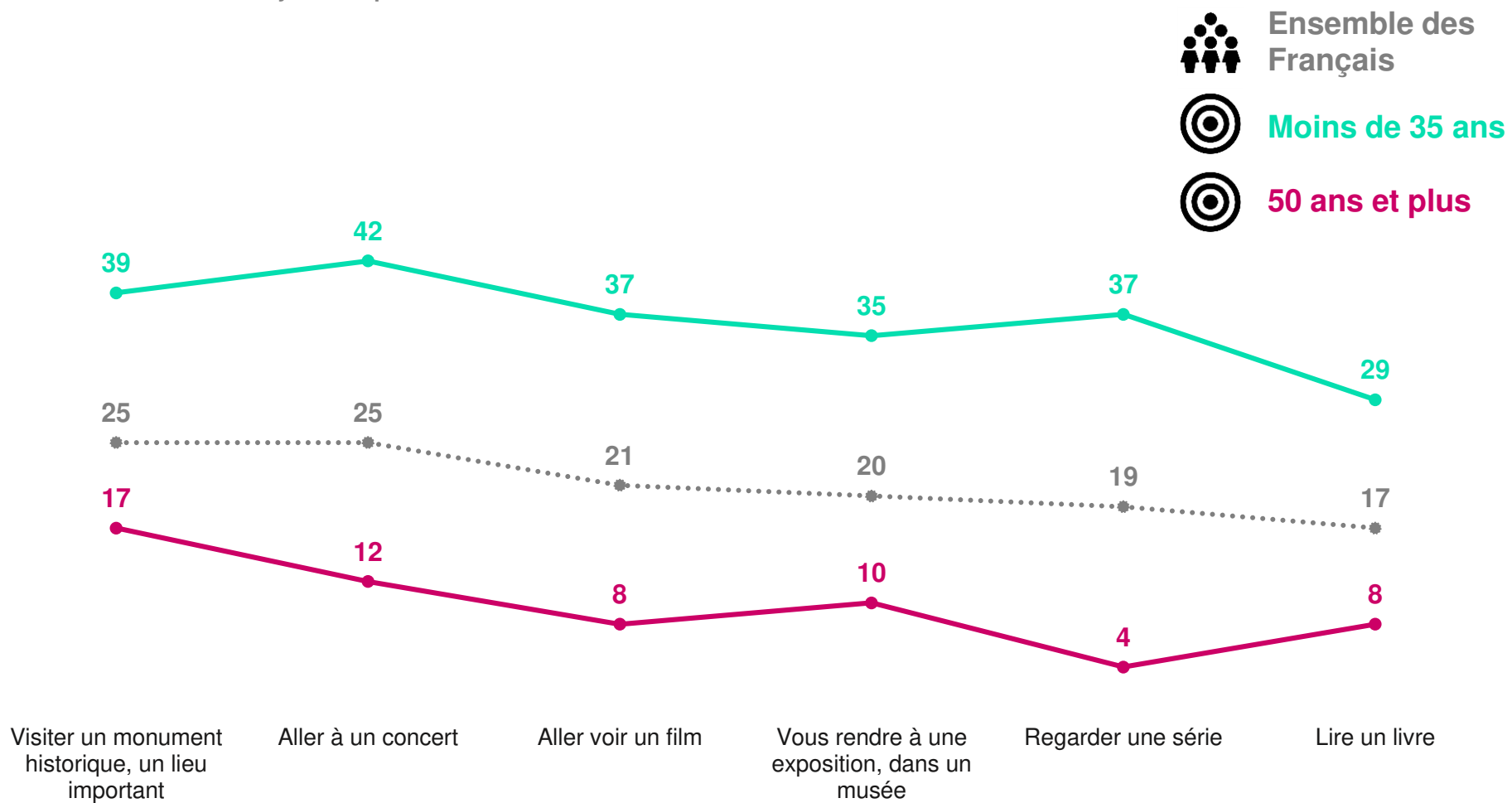
- À tous, en % -



Les Français les plus jeunes multiplient les comportements de partage instantané de leurs activités culturelles

Généralement, partagez-vous un message / postez-vous une photo sur les réseaux sociaux quand vous effectuez chacune des activités culturelles suivantes ?

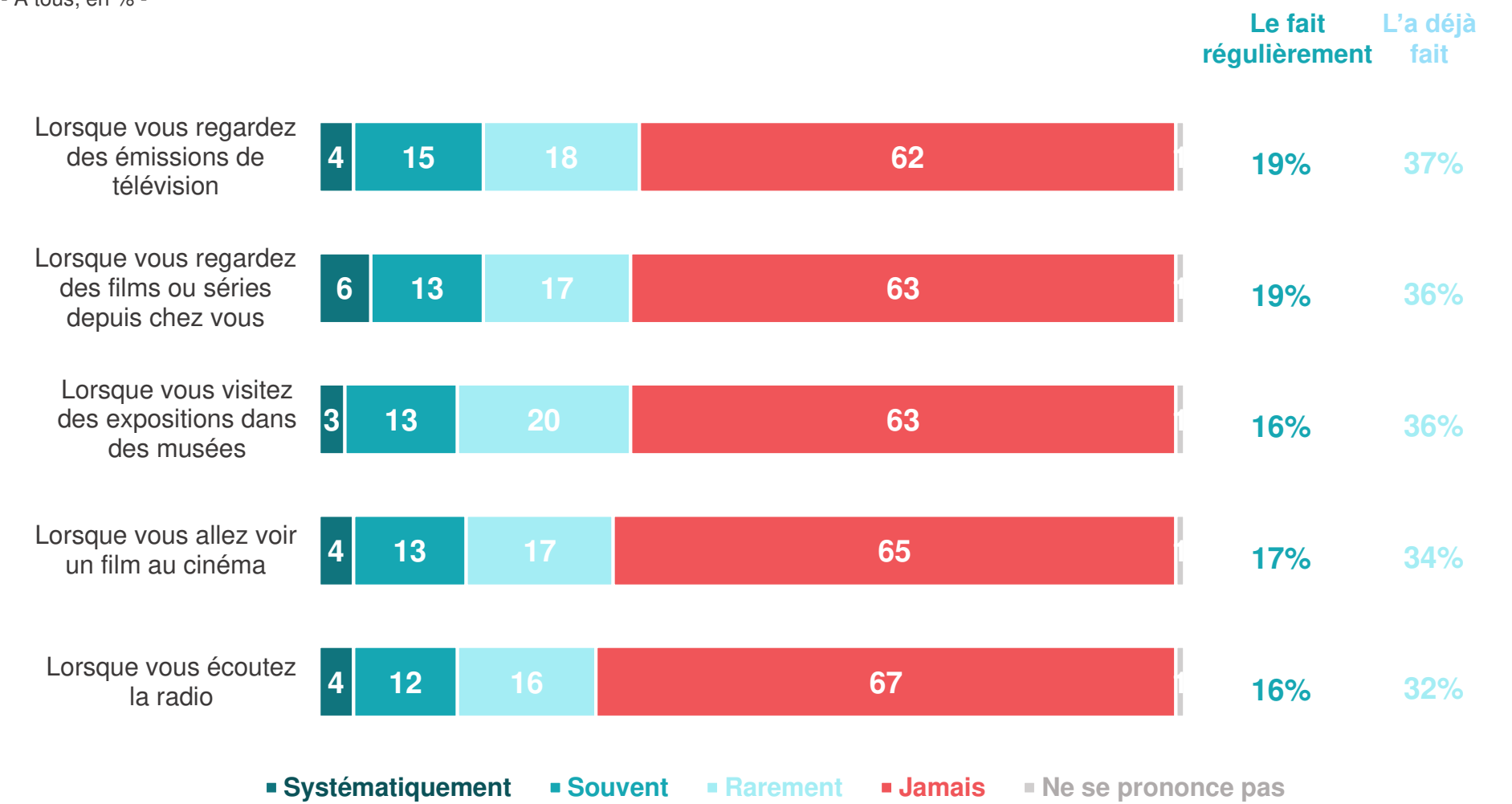
- À tous, en % « Souvent ou systématiquement » -



La communication instantanée, une nouvelle donne pour les biens culturels ? Près d'un Français sur 4 déclare interagir avec d'autres pendant leurs activités culturelles

Vous arrive-t-il d'interagir avec d'autres personnes via Internet et les réseaux sociaux au sujet de ce que vous êtes en train de vivre lorsque vous effectuez chacune des activités suivantes ... ?*

- À tous, en % -



Les usages des jeunes Français mêlent à la fois activités culturelles et commentaire/partage instantané de leur expérience

Vous arrive-t-il d'interagir avec d'autres personnes via Internet et les réseaux sociaux au sujet de ce que vous êtes en train de vivre lorsque vous effectuez chacune des activités suivantes ... ?

- À tous, en % « Souvent ou systématiquement » -



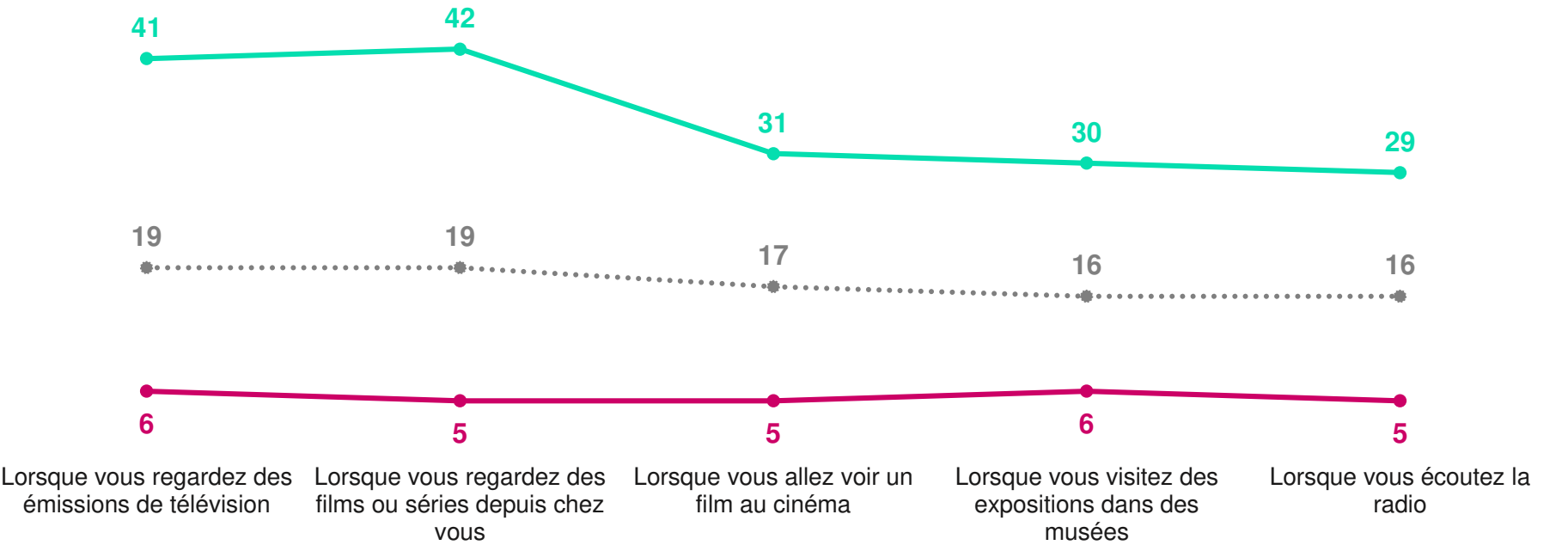
Ensemble des Français



Moins de 35 ans



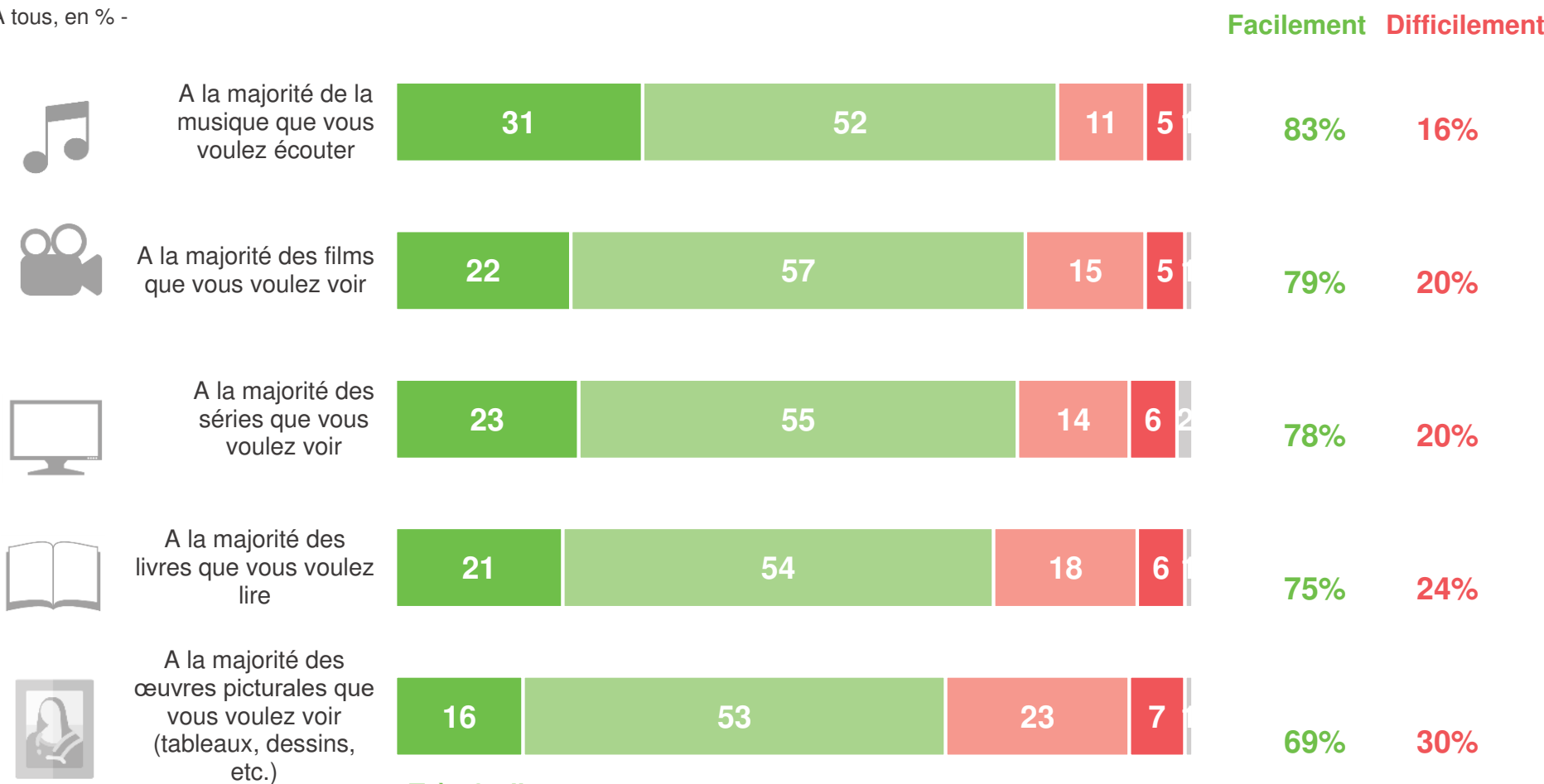
50 ans et plus



Pour les Français, la majorité des contenus semble aujourd'hui facilement accessible, notamment la musique, les films et séries

Finalement, avez-vous le sentiment aujourd'hui, en pensant aux différentes formes de consommation possibles (achat immédiat, dématérialisation, plateformes en ligne, téléchargement légal ou illégal etc.), que si vous le souhaitez, vous pouvez avoir accès facilement ou difficilement... ?

- À tous, en % -



- Très facilement
- Plutôt facilement
- Plutôt difficilement
- Très difficilement
- Ne se prononce pas

Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

ahead of what's next