

2.4 Achats culturels en ligne

En 2023, d'après l'enquête TIC, l'**achat en ligne d'un produit culturel** concerne 41 % des Français ► **figure 1**. Le recours à Internet pour des achats culturels augmente de 5 points entre 2021 et 2023 et la part de Français qui font trois types différents d'achats culturels ou plus sur Internet est passée de 10 % à 14 %.

Les plus jeunes achètent plus souvent des produits culturels en ligne. En 2023, la part des 15-24 ans qui achètent au moins un produit culturel est similaire à celle des 25-39 ans alors que ces derniers font davantage d'achats en ligne en général. Les 60 ans ou plus achètent moins souvent en ligne en général et l'écart sur les produits culturels est encore plus prononcé. Les 15-24 ans achètent également plus souvent au moins trois types de produits culturels différents sur Internet (28 %, contre 14 % des 40-59 ans et 3 % des 60 ans ou plus). Par ailleurs, les diplômés d'un bac+3 ou plus achètent quatre fois plus souvent que les non-diplômés des produits culturels variés. Les non-immigrés le font 1,5 fois plus souvent que les **immigrés** et les habitants de l'agglomération parisienne 2 fois plus que les habitants des zones rurales. En revanche, les comportements d'achats des femmes et des hommes sont proches.

La part des personnes qui ont acheté un produit culturel en 2023 varie en fonction du type de produit. Environ un cinquième des Français ont acheté en ligne pour chacune des catégories de produits culturels sauf l'achat de jeu numérique qui ne concerne qu'un français sur huit ► **figure 2**. Ces parts sont assez stables

depuis 2021 (à l'exception de l'achat de billet événementiel, particulièrement rare en 2021 à cause de la pandémie de Covid-19).

En 2023, les 15-24 ans achètent plus souvent en ligne des films, de la musique ou surtout des jeux (respectivement 34 %, 33 % et 30 %, contre 18 %, 17 % et 12 % des 40-59 ans). En matière d'achat en ligne de livres, magazines et journaux ou de billets pour des manifestations culturelles, l'effet de l'âge est peu marqué entre 15 et 59 ans ; seuls les 60 ans ou plus en achètent beaucoup moins (respectivement 10 % et 9 % contre 23 % et 27 % des 15-59 ans). Ces deux résultats s'expliquent par trois caractéristiques du rapport à la culture des plus jeunes : leur prédilection pour certaines activités (musique, films, séries et jeux) ; la numérisation étendue de leurs pratiques culturelles (y compris d'achat de livres, magazines, journaux, alors même qu'ils s'adonnent moins à la lecture que les plus âgés) ; et enfin leur goût des sorties (qui favorise l'achat de billets).

Le niveau de diplôme influe sur les achats en ligne avec une ampleur différente suivant les catégories de produits culturels. En 2023, la part de diplômés d'un bac+5 qui achètent de la musique, des films ou des livres est environ deux fois supérieure à celle des diplômés du bac ou d'un bac+2 et quatre à cinq fois supérieure à celle des non-diplômés ou avec un diplôme inférieur au baccalauréat. Cet effet est nettement plus faible pour l'achat de jeux mais il est supérieur pour l'achat de billets. L'habitat, la trajectoire migratoire et le sexe sont de moindre effet. ●

► Définitions

L'**achat en ligne de produits culturels** peut être un achat de biens, de services, une souscription à un abonnement ou un téléchargement. Les cinq produits considérés dans l'enquête sont : la musique ; les films et séries ; les livres, magazines et journaux ; les jeux (en ligne ou téléchargés, sur smartphones, tablettes, ordinateurs ou consoles) ; les billets pour des manifestations culturelles ou autres (cinéma, concerts, foires, etc.).

Un **immigré** est une personne née étrangère à l'étranger et résidant en France. L'origine d'un immigré est déterminée par son pays de naissance. Certains immigrés ont pu devenir Français, les autres restant étrangers. Un individu continue à être immigré même s'il acquiert la nationalité française.

► Pour en savoir plus

- « Regards croisés sur les pratiques culturelles, 20 ans après », Paris, Presses de Sciences Po/MC, à paraître, octobre 2025.
- « Cinquante ans de pratiques culturelles en France [CE-2020-2] », Culture études n° 2, juillet 2020.

► 1. Part des personnes qui ont acheté un produit culturel sur Internet au cours des trois derniers mois en 2023

en %

Caractéristiques	Au moins un achat en ligne de produit culturel	Trois types d'achats en ligne de produit culturel ou plus	Au moins un achat en ligne quel que soit le produit
Âge			
De 15 à 24 ans	59	28	73
De 25 à 39 ans	58	22	83
De 40 à 59 ans	46	14	71
60 ans ou plus	18	3	48
Diplôme			
Aucun diplôme, CEP, brevet des collèges, CAP, BEP	23	6	54
Bac, bac+2	50	15	75
Bac+3, bac+4	62	24	81
Bac+5 ou plus	72	33	85
Origine			
Non immigrée	42	14	69
Immigrée	30	9	60
Ensemble	41	14	68

Note : Il peut s'agir d'un achat de biens, de services, une souscription à un abonnement ou un téléchargement.

Lecture : En 2023, 59 % des Français âgés de 15 à 24 ans ont acheté au moins un produit culturel en ligne.

Champ : France hors Mayotte, personnes âgées de 15 ans ou plus vivant dans un logement ordinaire.

Source : Insee, enquête TIC ménages 2023.

► 2. Part des personnes qui ont acheté un produit culturel sur Internet par type de produit au cours des trois derniers mois en 2023

en %

Caractéristiques	Musique	Film, série	Livre, magazine, journal	Jeu ¹	Évènement ²
Âge					
De 15 à 24 ans	33	34	23	30	26
De 25 à 39 ans	25	31	23	22	29
De 40 à 59 ans	17	18	22	12	25
60 ans ou plus	5	5	10	2	9
Diplôme					
Aucun diplôme, CEP, brevet des collèges, CAP, BEP	9	9	8	10	8
Bac, bac+2	19	22	21	17	25
Bac+3, bac+4	28	28	30	18	38
Bac+5 ou plus	35	37	42	17	48
Origine					
Non immigrée	17	19	18	14	21
Immigrée	13	14	14	9	15
Ensemble	17	18	18	13	21

1 Jeu en ligne ou téléchargé, sur smartphone, tablette, ordinateur ou console.

2 Billet pour une manifestation culturelle ou autre (cinéma, concert, foire, etc.).

Note : Il peut s'agir d'un achat de biens, de services, une souscription à un abonnement ou un téléchargement.

Lecture : En 2023, 33 % des Français âgés de 15 à 24 ans ont acheté en ligne de la musique, qu'il s'agisse d'un bien physique ou de musique en ligne.

Champ : France hors Mayotte, personnes âgées de 15 ans ou plus vivant dans un logement ordinaire.

Source : Insee, enquête TIC ménages 2023.