

Consommation numérique : où en sont les Français?

À l'heure actuelle, 66% des Français disposent d'un accès à Internet ; 54% via leur domicile, 35% via leur mobile (71% des 15/ 24 ans) et 77% possèdent un téléphone mobile (dont 93% parmi les 15/24 ans). C'est ce que révèle les résultats du « *Baromètre de la Consommation numérique* » réalisée en octobre 2007 par l'institut TNS Sofres.

Tout d'abord, l'institut note une multiplication des équipements qui se traduit par un développement des pratiques numériques (photo, musique, Internet...) et une consommation importante des médias classiques (TV, Radio, Presse) par le biais de la Toile.

L'accès individuel à la consommation numérique s'appuie sur différents équipements: le téléphone mobile arrivant en tête pour 77% des Français. Montre, réveil, appareil photo, baladeur MP3, console de jeux... le téléphone portable est devenu un terminal à tout faire.

Aujourd'hui, 37% des Français se servent de leur téléphone portable comme appareil photo et 16% comme lecteur MP3. Cette tendance s'amplifie chez les 15/24 ans, qui utilisent à 42% leur mobile comme appareil photo principal alors qu'ils sont 79% à disposer de leur propre appareil photo numérique. 54% d'entre eux écoutent de la musique sur leur mobile.

47% des Français se prononcent en faveur du terminal unique alors que 41% restent fidèles aux terminaux dédiés. Toutefois, 60% des 15/24 ans sont favorables au terminal unique. Il s'agit donc d'un phénomène qui a un potentiel pour l'avenir puisqu'il touche plus directement les catégories les plus jeunes.

Avec le changement de génération, le terminal de demain sera certainement un terminal unique. En effet, les adeptes du terminal unique se positionnent comme *Future Shapers* (14%) et *Future Makers* (23%) ; des individus ayant un impact durable sur l'avenir puisqu'ils sont à l'avant-garde de courants de fond qui influencent les comportements de consommation. **Ainsi, l'engouement de ces nouveaux consommateurs envers le terminal unique laisse présager que ce dernier rencontrera un certain succès.**

Aujourd'hui, 62% des Français utilisent Internet pour rechercher de l'information (au moins une fois par semaine), 38% pour consulter leur messagerie instantanée, 37% pour lire la presse et 19% pour télécharger de la musique.

Contrairement aux idées reçues, les médias Web n'ont pas annoncé la fin des médias traditionnels. En effet, 98% des internautes prennent connaissance de l'actualité grâce aux médias classiques (TV, radio, presse). En outre, ceux qui consomment les médias numériques consomment également les médias classiques (50%).

Sur le plan de la hiérarchie des médias pour suivre l'actualité, la télévision continue à prédominer (83%), suivie par la radio (63%), la presse quotidienne (53%). Les sites Internet de la presse sont lus par 35% et les sections « infos » des portails web des moteurs de recherche (Yahoo, MSN...) sont consultées par 31% des internautes intéressés par l'actualité.

Quelle est la maturité des Français au sujet de la convergence ? Aujourd'hui, 9% des individus profitent pleinement de la convergence. 17% sont « fans d'Internet », via leur PC plutôt que leur téléphone portable. Ces internautes vont lire la presse quotidiennement sur le Web. Les « suiveurs » (31%) sont assez équipés, mais ne seront pas les premiers à adopter ces nouvelles pratiques. Les « raisonnés » (15%) se servent surtout d'un téléphone portable dont ils ont une utilisation assez simple (appels, SMS...), davantage pour des raisons de maîtrise des dépenses que par manque d'intérêt. Les « ermites » (28%) sont vraiment réfractaires. Ils sont généralement âgés de 60 ans et plus et ne sont pas équipés d'Internet.