

Europe : Internet plus fort que la TV chez les jeunes

Les histoires d'amour ne finissent pas forcément mal. En témoigne le lien indéfectible qui unit les Européens avec la Toile. Selon une étude réalisée par l' **EIAA** (European Interactive Advertising Association) sur dix pays du Vieux continent, l'intrusion effectuée par le nouveaux média dans le quotidien de millions d'habitants revêt un caractère pour le moins spectaculaire.

Un premier chiffre. En Europe, sur les 10 pays interrogés, 57% des habitants disposent d'une connexion Internet. Rien que pour la catégorie des 16-24 ans, l'étude révèle **que 82% d'entre eux**

utilisent Internet entre 5 et 7 jours par semaine, contre seulement 77% de téléspectateurs qui regardent la télévision avec la même régularité (baisse de 5% par rapport à l'année dernière).

Les 16-24 ans passent également 10% plus de temps à surfer sur Internet qu'à regarder la télévision. Près de la moitié (48%) déclarent qu'Internet est directement responsable du fait qu'ils regardent moins la télévision.

Loin de n'être populaire que chez les plus jeunes, le 3W enregistre une succès croissant chez les seniors et chez les femmes. Depuis 2006, pour ces deux types de population, la fréquentation d'Internet a respectivement progressé de 12% et de 8%.

Pour Alison Fennah, directrice exécutive de l'EIAA, le constat est sans appel: « *Les Européens ne peuvent plus se passer d'Internet, devenu incontournable pour l'information et le divertissement* » .

La pratique du Web n'est pas égale d'un pays à l'autre. Des disparités apparaissent. Trois pays enregistrent des chiffres supérieurs à la moyenne européenne : **l'Italie, la France et la Suède.**

Les Français se montrent, par certains aspects de leur utilisation, légèrement plus « accro » au Net que leurs voisins. Notamment pour tout ce qui concerne les réseaux sociaux. **Si la moyenne européenne se situe autour de 42%, il apparaît que 54% des usagers français communiquent par le biais des réseaux sociaux au moins une fois par mois.**

Même constat pour l'usage de la messagerie instantanée. Plus d'un tiers des internautes français interrogés déclare ne pas pouvoir se passer de cet outil.

La grande place qu'occupe Internet dans les loisirs se confirme. **Les films, les clips et autres vidéos visionnés en lignes connaissent une progression de 146 % en France, pour une croissance moyenne européenne de 150%.** Rappelons qu'une [étude autour de la VOD réalisée par Gfk et NPA Conseil](#) faisait récemment état d'une progression de 25% pour le troisième trimestre et d'un **chiffre d'affaires de 7,9 millions d'euros.**

Si l'on compare le temps passé en ligne, avec un peu plus de 12 heures de connexion hebdomadaires, les usagers français passent sensiblement moins de temps connectés que les Italiens (13,6 heures pas semaine) et les Suédois (13 heures par semaine).

Les potentialités de croissance et de pénétration de la Toile demeurent encore fortes. L'étude souligne qu'un certain nombre d'Européens (10%) n'exploite qu'une partie du Net. Le média se révèle trop complexe pour eux. L'étude met à jour un phénomène pour le moins surprenant. Environ **12%** des Européens interrogés avouent ne connaître ni Flickr (ça peut se comprendre), ni YouTube, pourtant très fortement médiatisé.