

# Le courriel pour les vieux, l'IM pour les jeun's...

Une étude de *Knowledge Networks* pour AOL vient confirmer ce que l'on savait déjà, même intuitivement, jeunes et adultes ne consomment pas de la même façon les services de messagerie !

Ainsi, si les trois quart des adultes (76 %) préfèrent les courriels (e-mails), près de deux jeunes de 13 à 18 ans sur trois (70 %) préfèrent les messageries instantanées.

L'étude affiche en revanche une tendance inattendue: le courriel progresse. En effet, en 2006 ils étaient 74 % des adultes et 28 % des jeunes à préférer l'e-mail, sur les deux populations cette pratique a progressé de deux points.

## **Des messageries pour 100 milliards \$ en 2010 !**

Ces messageries, mais également les SMS et MMS, représentent un important potentiel de revenus pour les opérateurs. Ce qui là encore ne nous surprendra pas et que vient confirmer une autre étude, de *Frost & Sullivan*.

En 2007 et dans le monde, les SMS représenteront un revenu global de 48 milliards de dollars, suivis mais très loin par les MMS, avec 14 milliards \$, les e-mails avec 5,7 milliards \$ et les messageries instantanées mobiles 3,2 milliards \$.

Ce classement demeurera le même, mais les chiffres vont aller en grandissant, sauf pour les SMS ! La progression annuelle de ces derniers durant les prochaines années ne sera que de 1,1 %, contre 18,2 % pour les MMS, 23,9 % pour les e-mails et 65,5 % pour les IM mobiles.

Au final, en 2010, le marché des messageries dépassera les 100 milliards de dollars ! Les SMS 47 milliards \$, les MMS 23,4 milliards \$, les e-mails 16,5 milliards \$ et les IM mobiles 15 milliards \$.