

# L'internaute français est « cybercondriaque »

Le cabinet Harris Interactive, qui étudie les comportements des internautes depuis plus de 10 ans, a souhaité faire le point sur les domaines pour lesquels Internet était utilisé pour « se renseigner ».

Sans surprise, une majorité d'Internaute français utilisent le réseau pour rechercher des itinéraires (95%), organiser des vacances ou un week-end (83%), se renseigner sur des produits électroniques (81%) ou sur des sorties (77%).

Le choix d'une voiture (67%) ou d'un produit électroménager (69%) passera également très souvent par Internet, tout comme l'information pour de nouveaux produits de grande consommation (64%).

Mais les amoureux de la Toile sont également très nombreux à utiliser Internet pour des sujets moins joyeux, et notamment la législation (76%) ou les maladies (73%).

Les entreprises et collectivités locales ont également avec Internet un canal privilégié de communication, avec 64% des internautes interrogés qui déclarent utiliser le Web pour mieux connaître leurs villes.

Si les produits bancaires et d'assurance sont un peu plus en retrait (46%), il ressort de ce sondage qu'Internet est aujourd'hui sans conteste un média majeur pour l'information des consommateurs et des cybercitoyens.

Les résultats montrent également des différences significatives entre les hommes et les femmes, Internet n'ayant pas encore bougé les lignes de différenciation des préoccupations masculines et féminines.

Les femmes sont notamment très nombreuses à utiliser Internet pour se renseigner sur des produits de soin / beauté (69% pour les femmes contre 33% des hommes). Les questions liées à la maladie sont également beaucoup plus féminines (82% contre 63%).

Ce sondage a été réalisé en ligne du 24 au 30 octobre 2007, auprès d'un échantillon représentatif de 1.000 Internaute de 15 ans et plus.