

Les générations Internet

Autrans – 11 Janvier 2007

Julien ROSANVALLON, Directeur du développement, Médiamétrie//NetRatings



52,3% de la population française Internaute

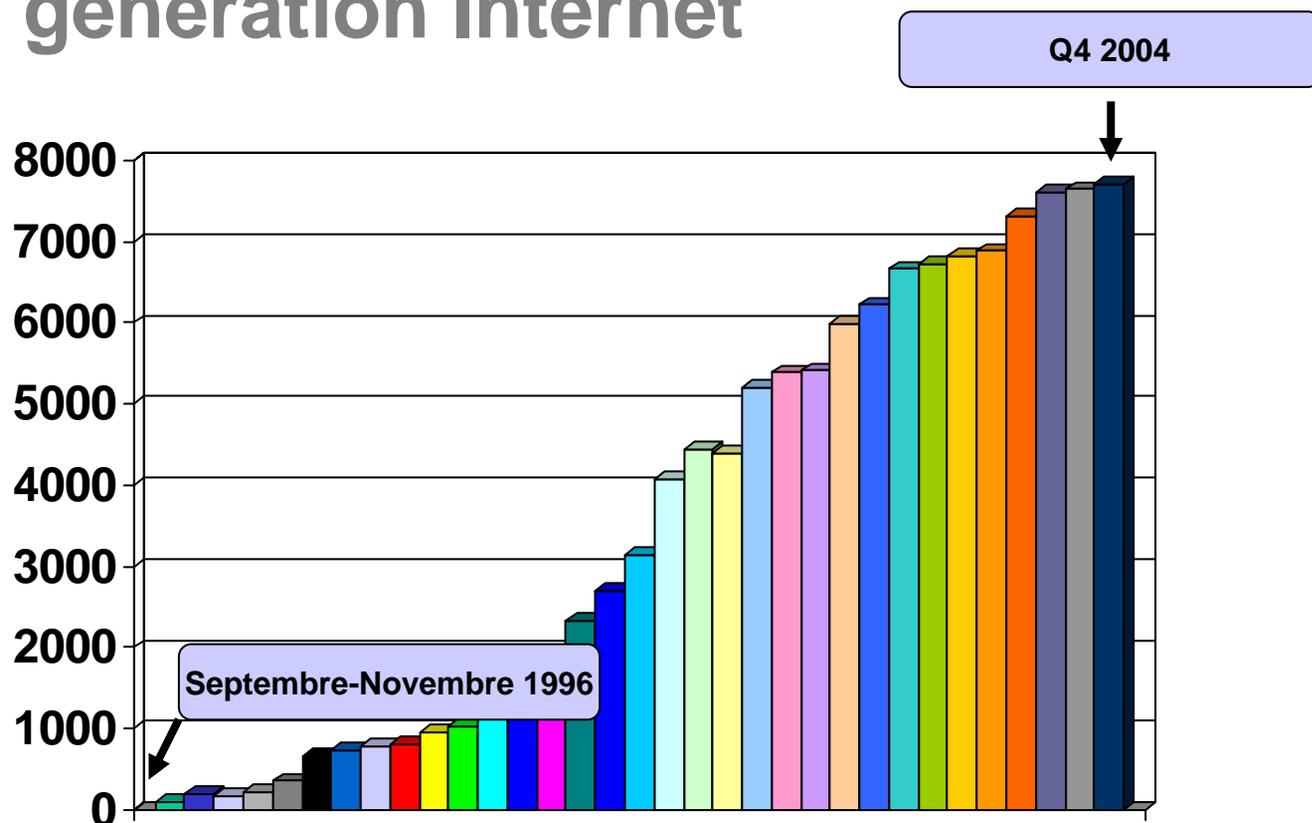
Au cours du troisième trimestre 2006, la France compte plus de 26 millions d'Internaute dans sa population. Cette progression traduit l'intérêt et l'usage grandissant des Français pour l'Internet.

Le réel début de la révolution Internet date de 2004, année où les équipements haut-débit ont pris leur essor*. Cette technologie a favorisé l'usage et donc l'équipement des foyers français.

* : en janvier 2004, 50% des internautes ayant accès à domicile se connectaient en haut-débit

Source : Mediametrie, Observatoire des Usages Internet, Q3 2006, 11 ans et +

La génération Internet



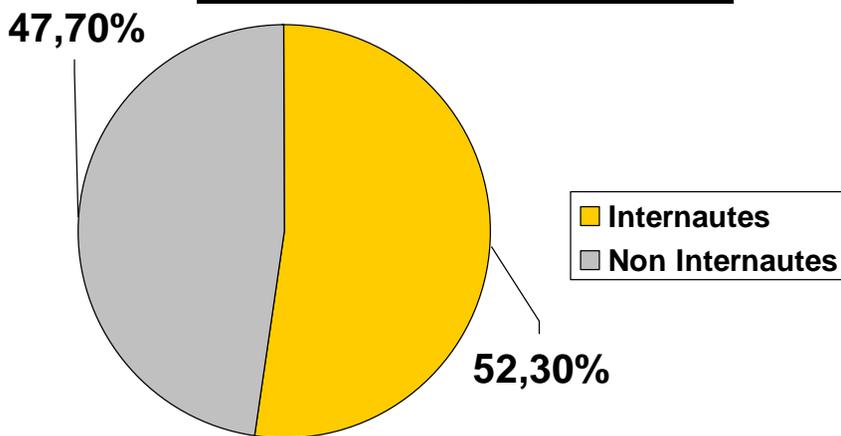
Nombre de foyers abonnés

La génération née entre 1990 et 1996 (les 11-17 ans) est née avec l'Internet. Les jeunes de la génération née entre 1983 et 1989 ont vu la naissance de l'Internet pendant leur enfance.

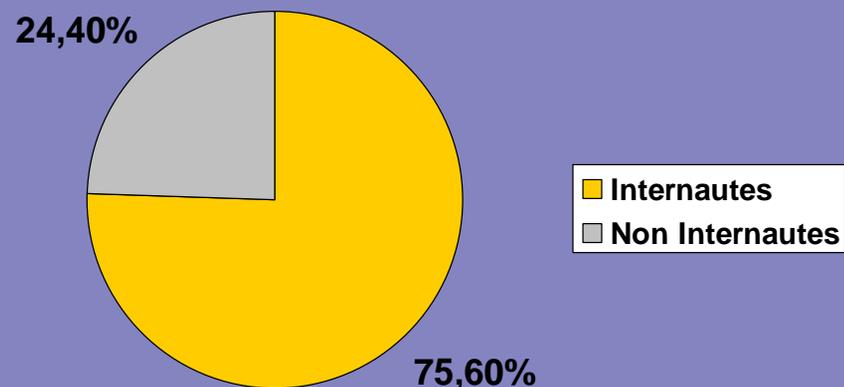


Un Internet à deux vitesses.

Ensemble population

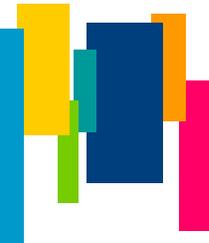


Jeunes 12-24 ans



Si en moyenne un peu plus de 52% des Français sont internautes (soit plus de 26 millions de personnes de 11 ans et +), pour les jeunes de 12-24 ce pourcentage passe à plus de 75%.

Source : Mediametrie, Observatoire des Usages Internet, Q3 2006, 11 ans et +



Une génération connectée ?

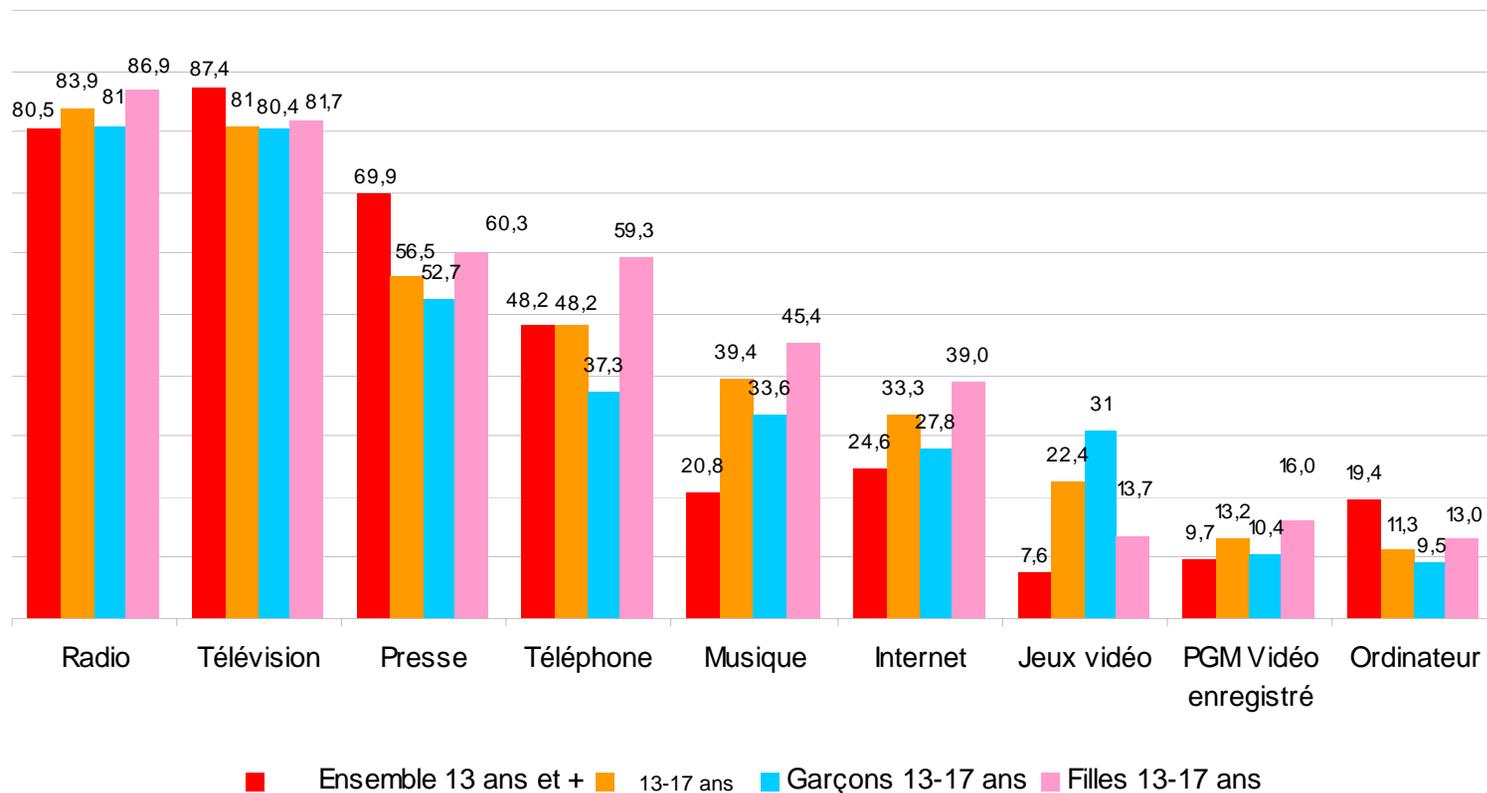
« Vers 2003, on a eu Internet à la maison (...) je trouve cela très utile pour les jeunes autant que pour les vieux. C'est très utile car cela nous permet de communiquer avec nos amis (...) On peut également consulter des films (...) écouter de la musique (...) jouer à des sites virtuels (...) consulter des plans (...) faire des exercices (...)

Je pense qu'on aurait du mal à vivre, et que la société aurait du mal à se développer sans Internet car on a quasiment besoin d'Internet pour vivre (...)

Mélanie, 14 ans collégienne, née en 1992

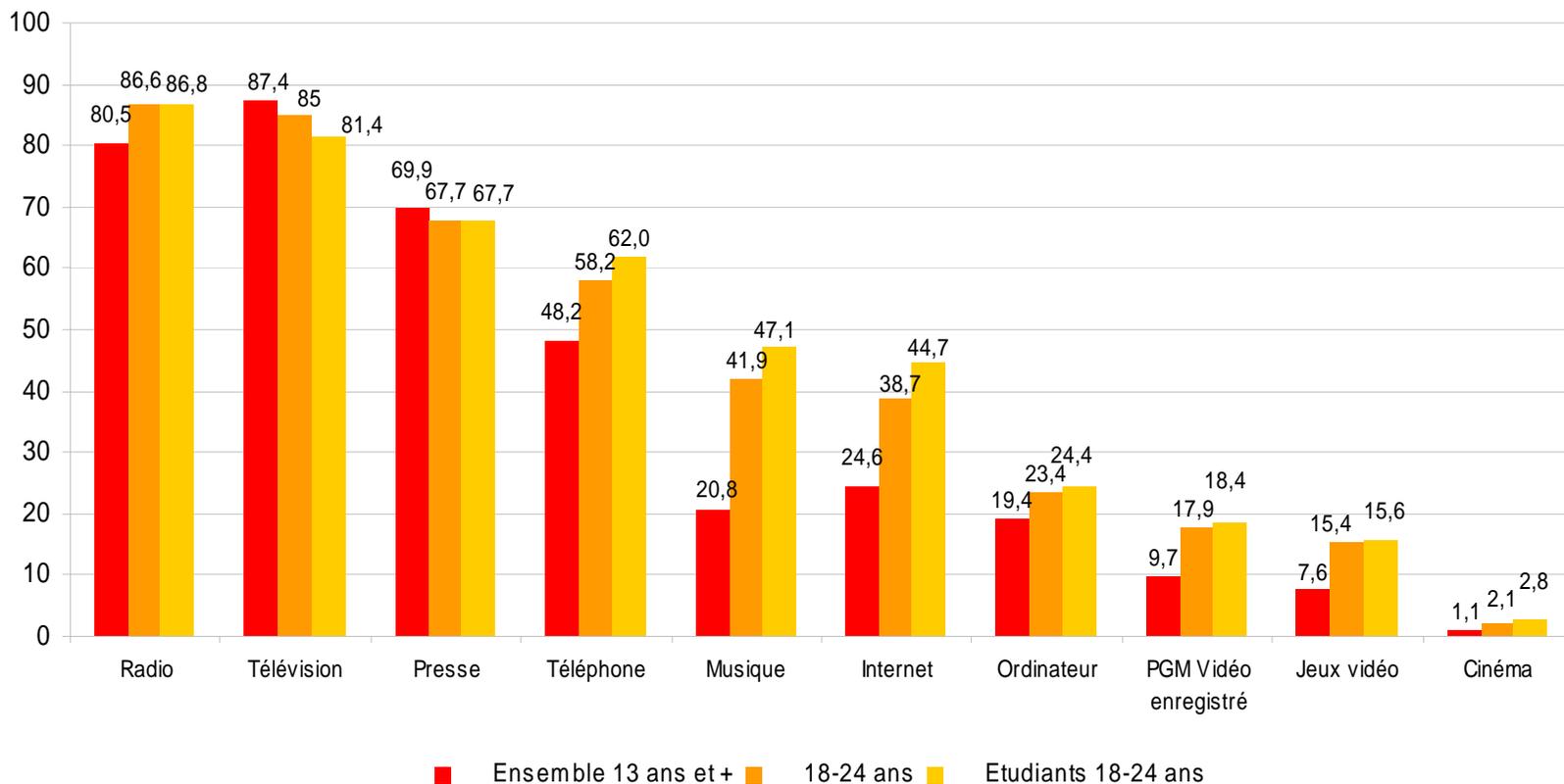
Classement des activités médias et autres pratiques multimédias sur un jour moyen de semaine

La radio, télévision et la presse sont les 3 grands « mass médias » des 13-17 ans

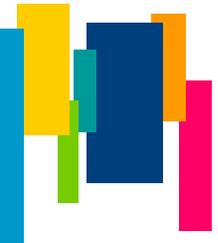


Taux de pratiquants des activités médias et autres pratiques multimédias sur un jour moyen de semaine

La radio, la télévision et la presse restent les 3 grands « mass media » des 18-24 ans



Source : Mediametrie – Media in Life - Ensemble 13 ans et +, 18-24 ans, étudiants 18-24 ans/ Toutes localisations/ L-D / 5h-24h / Cumul 2005



Le succès des jeux en ligne

Plus d'un jeune 12-24 ans sur deux se connecte à un site de jeux en ligne tous les mois.

Alors qu'ils ne représentent qu' $1/5$ de la population des visiteurs de ces sites, cette cible consomme près du $1/3$ des pages vues de ces sites.

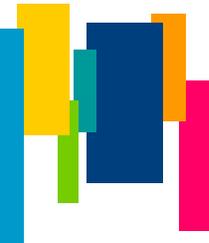
Source : Mediametrie//NetRatings, panel Mediametrie//NetRatings, home & work, applications Internet incluses, novembre 2006.

Une nouvelle façon d'écouter la musique



94% des internautes écoutent de la musique sur une chaîne hi-fi et seulement 30% le font sur un baladeur MP3/ clé USB.

83% des internautes 12-24 ans écoutent de la musique sur une chaîne hi-fi et 65% d'entre eux le font sur un baladeur MP3/ clé USB.

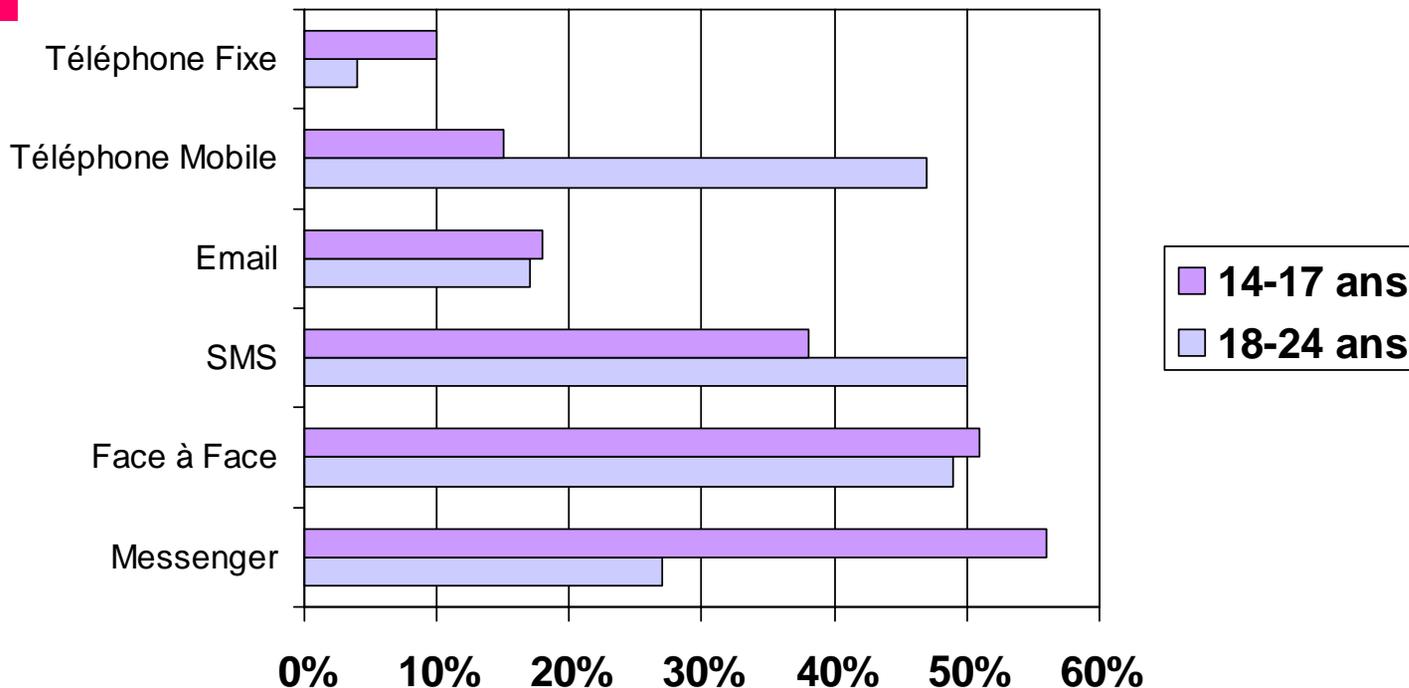


Regarder des vidéos ?

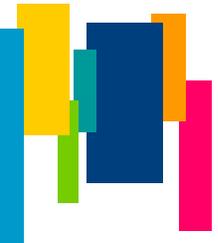
53% des internautes 12-24 ans surfent sur des sites permettant de regarder des vidéos : bandes annonces de films, musique, clips, contenus « user-generated »....

Source : Mediametrie//NetRatings, panel Mediametrie//NetRatings, home & work, applications Internet incluses, novembre 2006, sous-catégorie Vidéo.

Les moyens de communication



Pour les 14-17 ans, le moyen privilégié pour communiquer avec les amis est le « messenger », pour les 18-24 ans, ce sont les SMS. Pour communiquer avec la famille, le face à face est privilégié auprès des deux populations (pour les 18-24 ans, le téléphone mobile arrive ex-aequo)

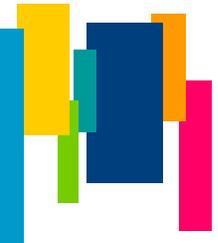


La révolution de la messagerie instantanée

Depuis la création de l'Internet, le mail a toujours été un des services les plus utilisés. Il est aujourd'hui utilisé par plus de 85% des internautes.

Sur la cible des jeunes, l'usage du mail est rattrapé par la messagerie instantanée qui est utilisée par 70% de la population (contre 83% pour le mail).

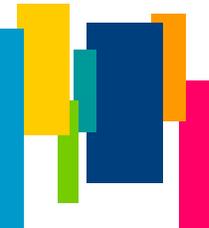
Source : Mediametrie, Observatoire des Usages Internet, Q3 2006, 11 ans et +



La révolution de la messagerie instantanée

La messagerie instantanée génère un usage très intensif puisqu'en moyenne, les internautes qui l'utilisent y consacrent plus de 4h tous les mois.

Source : Mediametrie//NetRatings, panel Mediametrie//NetRatings, home & work, applications Internet incluses, novembre 2006.



Le phénomène des blogs

En quelques années, les blogs ont imposé un nouveau format d'écriture au web. Ce phénomène rencontre un succès particulier auprès des jeunes, puisqu'un 1/3 des jeunes de 12-24 ans ont déjà créé un blog.

Les principales plate-formes de blog sont aujourd'hui consultées tous les mois par 45% des internautes français et 59% des 12-24 ans. Le phénomène blog est encore plus marqué sur la population des 12-17 ans qui sont 68% à les consulter tous les mois.

Source : Mediametrie, Observatoire des Usages Internet, Q3 2006, 11 ans et +

Source : Mediametrie//NetRatings, panel Mediametrie//NetRatings, home & work, applications Internet incluses, novembre 2006 - liste des plateformes : (20six, Blogg, Blogger, Blogorama.fr, BlogSpirit, CanalBlog, CoteBlog.com, Cowblog, HautEtFort, iFrance Blogs, LiveJournal, OverBlog, Six Apart TypePad, Skyblog, Tchatcheblog, Ublog, Yahoo! 360°, Windows Live Spaces)



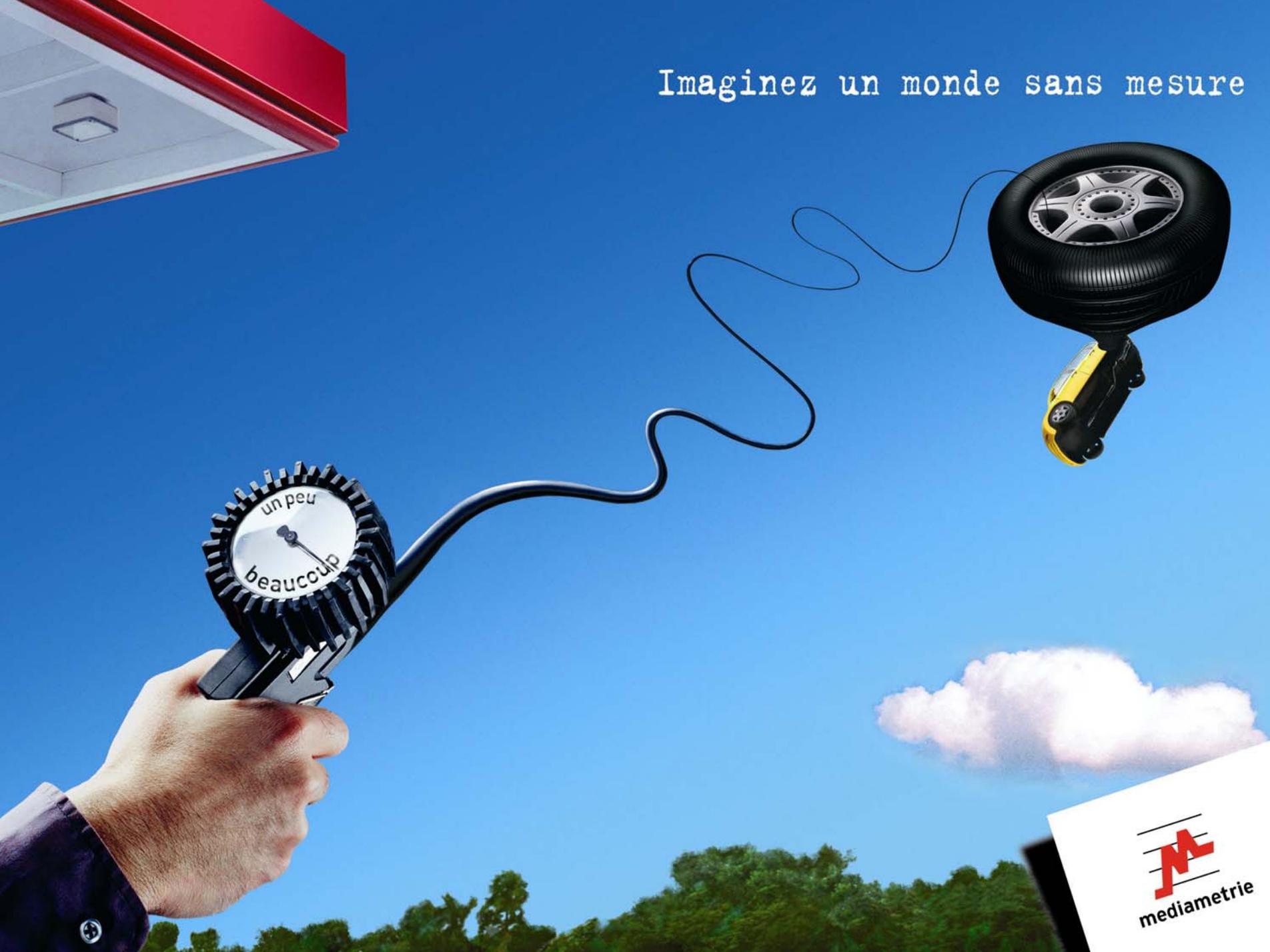
Internet et le savoir

En quelques années, Wikipedia s'est imposé comme le 12^{ème} site français. Le site est consulté par 29% des internautes et 40% des 12-17 ans.

Par ailleurs, les sites liés à l'éducation sont consultés tous les mois par 6,5 millions d'internautes. 37% des 12-17 ans les consultent tous les mois.

Source : Mediametrie//NetRatings, panel Mediametrie//NetRatings, home & work, applications Internet incluses, novembre 2006

Imaginez un monde sans mesure




mediametrie