

Usages de l'internet et des médias, derniers sondages

IPSOS a récemment publié 2 sondages qui confirment des tendances et recourent d'autres études faites dans le même champ.

La croissance du nombre d'internautes s'est accélérée ces douze derniers mois, avec des usages toujours plus nombreux.

L'étude Profiling 2008 vague 1 dénombre en France 31,5 millions d'internautes, soit 62,3% de la population 15 ans et plus. Utilisant Internet pour une multitude d'usages, les internautes sont nombreux à s'impliquer dans les réseaux sociaux et à utiliser leur téléphone portable pour surfer sur le web.

Au cours des 6 dernières années, le nombre d'internautes a presque doublé : 62% des français de plus de 15 ans sont désormais internautes, ils n'étaient que 34% en 2002. Cette croissance s'est accélérée au cours des 12 derniers mois, après une stabilisation observée l'année dernière.

* **Internet** répond aujourd'hui à quatre principaux usages, en dehors de la consultation des mails :

- **La recherche de services** : informations pratiques (météo, trafic...), recherchées par 77% des internautes au cours des 30 derniers jours, opérations ou consultations bancaires (64%), démarches administratives (44%), écoute de la radio en ligne (43%), téléchargement de logiciels (29%), réalisation de transactions boursières (7%)
- **Le suivi de l'actualité** : recherche d'informations liées à l'actualité (74%), suivi d'un événement en direct (21%)
- **La communication** : messagerie instantanée (57%), échange de photos avec d'autres internautes (33%), partage des fichiers avec d'autres internautes (25%), participation à des forums (22%), commentaires sur des blogs (20%), téléphoner en ligne (16%), jeu en direct en réseau (16%), participation à des chats (15%), télévision en ligne (14%)
- **Les loisirs** : visualiser des bandes annonces de cinéma (40%), consulter un blog (38%), consulter des vidéos en ligne (37%), télécharger de la musique MP3 (23%), télécharger des vidéos/films (16%), télécharger des jeux (15%)

* **Les réseaux sociaux** (Facebook, MySpace, Copainsdavant...) correspondent à un véritable phénomène de société, avec 52% des internautes déclarant les fréquenter – ne serait-ce que rarement – et 33% les fréquentant « souvent ou de temps en temps ».

* **L'internet mobile** correspond désormais à une vraie réalité, avec 53% des internautes équipés d'un téléphone mobile permettant d'accéder à internet. Ils sont 15% à s'être connectés à l'internet mobile au cours des 30 derniers jours.

L'étude dans son intégralité : <http://www.ipsos.fr/Canallpsos>

La catch up TV au cœur de la Convergence Media.

L'Observatoire de la [Convergence Media](#) ((Mesurer, qualifier et comprendre les nouveaux comportements de consommation des contenus médias en dehors de leur support d'origine)) continue, en 2008, à suivre l'évolution des comportements des Français face aux nouveaux modes de consommation des media. Après une vague qualitative, le baromètre quantitatif met en avant l'engouement des internautes pour la [catch up TV](#) ((Consiste à proposer sur le web ou sur une box-adsl TV une rediffusion d'un programme, peu après sa première diffusion sur la chaîne)), Les internautes continuent également à écouter la radio en direct sur des supports numériques.

* Les internautes sont 26.9 millions à avoir consommé un contenu media sur support numérique au cours des 3 derniers mois et s'il l'on prend en compte les articles sur les sites de presse, ce chiffre atteint 28.2 millions.

En un an, **la convergence media séduit près de 6 millions de nouveaux adeptes.**

* **La radio reste le premier media en convergence** ; 2/3 des internautes ont consommé de manière convergente un programme de radio (en direct, en streaming ou en podcast) au cours des 3 derniers mois. Ce qui représente 20,6 millions d'individus soit une progression de 14% par rapport à la dernière vague.

La plus forte progression concerne néanmoins les contenus TV avec 28% de nouveaux convergents.

* **Pour chaque type de contenu, son media de prédilection**

Même si la musique et l'actualité sont des thématiques que l'on retrouve dans tous les media en termes de type de contenu, le journal télévisé est le contenu le plus consommé en TV (23%), les contenus musicaux sont en tête pour la Radio (52%) et les vidéos réalisées par les internautes sont les plus consultés sur les sites hors TV (28%).

L'observatoire de la convergence média : <http://www.ipsos.fr/Canallpsos>