

Internet est de plus en plus indispensable aux Européens

written by Françoise Laugée | 21 décembre 2010

Si les médias traditionnels occupent toujours une place prépondérante dans la vie des Européens, plus de la moitié d'entre eux utilisent Internet, un tiers déclarant ne plus pouvoir s'en passer, aussi nombreux désormais que ceux qui disent ne pas pouvoir vivre sans télévision.

L'édition 2010 de l'étude Mediascope Europe conduite par l'European Internet Advertising Association (EIAA) porte sur 15 pays européens (Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie, Espagne, Belgique, Pays-Bas, Danemark, Norvège, Suède, Pologne, Portugal, Russie, Suisse et Turquie) et s'appuie sur un échantillon de 521 millions d'Européens âgés de 16 ans et plus. Plus de 9 Européens sur 10 (94 %) déclarent (hors consommation en ligne) regarder la télévision au cours d'une semaine ordinaire, 65 % lisent les journaux, 64 % écoutent la radio et 57 % lisent des magazines.

Alors qu'Internet est utilisé par 54 % des Européens, que ce soit sur un ordinateur ou sur un téléphone portable, environ 12 heures par semaine, les pratiques favorites des Européens sur Internet sont la messagerie électronique (76 %), la communication sur les réseaux sociaux (45 %), la messagerie instantanée (40 %) et le visionnage de films, de programmes de télévision ou de clips vidéo (32 %). Le nombre d'Européens qui regardent la télévision, visionnent ou téléchargent des films ou des vidéos sur Internet atteint 43 % (120 millions) ; presque un tiers d'entre eux regardent des clips, 24 % en téléchargent et 11 % utilisent des services de télévision à la demande, activité particulièrement populaire en Grande-Bretagne.

La consommation des médias traditionnels radio et télévision reste stable comparée aux résultats des études précédentes sur 10 pays européens (à l'exception de la Turquie, la Russie, la Suisse, le Portugal et la Pologne qui n'étaient pas encore intégrés dans les enquêtes antérieures). La fréquentation de la télévision a enregistré une baisse de 3 % depuis 2004 ; les Italiens sont les plus téléphages (98 %) tandis que les Allemands sont ceux qui regardent le moins le petit écran (90 %). De même, l'écoute de la radio n'a pas évolué depuis 2004 et reste particulièrement élevée dans les pays du nord de l'Europe, en Belgique, au Danemark et aux Pays-Bas. Toutefois, un quart des Européens écoutent désormais la radio en ligne. En revanche, la lecture des journaux a chuté de 3 % depuis 2008 et de 8 % depuis 2004, tandis que celle des magazines a baissé de 4 % depuis 2008. La consommation de

la presse, il est vrai, se reporte sur Internet : 56 % des internautes européens déclarent consulter des sites d'information. Une tendance qui varie cependant considérablement d'un pays à l'autre, les Danois étant les plus gros consommateurs de presse en ligne (64 %).

C'est dans les pays du nord de l'Europe que la consommation d'Internet est la plus forte, avec plus de 8 internautes sur 10 habitants. Si l'Allemagne et la Russie sont les deux plus grands pays européens par le nombre d'internautes, respectivement 44 et 42 millions, l'Italie connaît, quant à elle, le plus fort taux de croissance depuis 2008 (+15 %), suivie du Royaume-Uni (+14 %), de l'Espagne (+10 %) et de la Norvège (+10 %). Entre 2006 et 2010, le nombre d'internautes européens a augmenté de 19 %.



L'usage d'Internet est fortement ancré au sein des jeunes générations. Il concerne 70 % des Européens de 25 à 34 ans et 78 % des 16 à 24 ans, soit plus que ceux qui déclarent regarder la télévision (76 %). La pratique d'Internet se généralise également auprès des individus âgés de 45 à 54 ans et des plus de 55 ans, avec une augmentation de +7 % et de +19 % entre 2006 et 2010. Internet s'impose dans le quotidien des Européens aux côtés des médias traditionnels : la radio et les journaux restent les médias du matin pour respectivement 58 % et 45 % des Européens tandis que la radio (68 %) et Internet (71 %) les accompagnent durant la journée et que la télévision (84 %) et Internet (75 %) sont les médias dont l'usage est préféré durant la soirée et pendant la nuit (54 % et 43 %). En Europe, 76 % des individus sont consommateurs de plusieurs médias à la fois. La part de ceux qui déclarent utiliser parfois la télévision et Internet en même temps atteint 30 %. Ainsi, Internet n'est pas seulement un média de plus, selon l'EIAA, il bouleverse la façon dont les individus partagent le temps qu'ils consacrent aux médias.

Source :

- EIAA European Media Landscape Report, Summary, eiaa.net, December 2010.