

Silver-surfer vs Atawad

Description

Le *silver-surfer* est un internaute âgé de plus de 50 ans. Au nombre d'environ 12 millions en France, les *silver-surfers* représentent près du tiers de la population internautes au premier trimestre 2011, contre un quart il y a cinq ans, selon Médiamétrie.

Pour le *silver-surfer*, Internet est avant tout un outil pratique. Il l'utilise en premier lieu pour communiquer avec ses proches. Près de 9 sur 10 *silver-surfers* (87,5 %) se servent de la messagerie électronique. L'autre activité favorite des internautes âgés de plus de 50 ans est la gestion de leur budget. Avant de se décider à acheter, les deux tiers d'entre eux prennent des renseignements sur Internet et comparent les prix. Ils sont également 6 sur 10 à utiliser les services en ligne de leur banque. En revanche, un tiers seulement des *silver-surfers* regardent des vidéos sur Internet, et 1 sur 10 écoute de la musique en ligne.

Des pratiques qui sont à l'opposé de celles des internautes de moins de 25 ans, les *digital natives*, pour lesquels Internet est surtout un instrument de divertissement. Plus de 9 millions d'internautes de moins de 25 ans constituent un quart de la population internautes totale, en France, au premier trimestre 2011, contre un tiers il y a cinq ans, soit une évolution inverse à celle des *silver-surfers*, selon l'Observatoire des usages internet de Médiamétrie. Les jeunes internautes sont proportionnellement moins nombreux (77 %) que les internautes les plus âgés à utiliser la messagerie électronique pour communiquer. Si les représentants de ces deux générations d'internautes communiquent par Internet, les moins de 25 ans privilégient la messagerie instantanée et le Web social : deux tiers *chattent* et 85 % sont inscrits sur un réseau social. Internet est surtout une source de divertissement pour les internautes de moins de 25 ans, contrairement à leurs aînés : les trois quarts parmi eux regardent des vidéos et près de la moitié écoute de la musique en ligne.

Parmi les jeunes internautes, ceux qui sont âgés de 15 à 24 ans sont les initiateurs d'une nouvelle façon de consommer les images, et la télévision en particulier. Tenant compte de ces nouvelles pratiques dont ils sont les premiers adeptes, l'institut de mesure d'audience Médiamétrie étudie désormais les pratiques d'une nouvelle catégorie de consommateurs de télévision baptisée *Atawad*, expression née de la contraction des mots «*anytime, anywhere, any device*», c'est-à-dire «*n'importe quand, n'importe où, n'importe quel écran*». Pour les *Atawad*, la télévision ne se regarde ni à la maison, ni en direct. Près d'un jeune sur 4 consomme les programmes de télévision en différé, sur un autre écran que celui du téléviseur, notamment chez ses amis, alors que ces pratiques ne concernent que 8 % de l'ensemble des téléspectateurs de plus de 15 ans. 9 sur 10 des 15-24 ans ont regardé la télévision d'une de ces trois façons, contre deux tiers des 15 ans et plus en octobre-novembre 2010

(selon l'étude Global TV de Médiamétrie publiée en mars 2011). Grâce à un taux d'équipement croissant des ménages en décodeurs numériques ou lecteurs de DVD enregistreurs, près d'un jeune sur 6 enregistre occasionnellement des programmes, soit 1,2 million de téléspectateurs. Une pratique qui s'étend néanmoins à l'ensemble de la population puisqu'elle concerne 1 Français sur 8, soit plus de 6 millions de personnes fin 2010, contre 4,5 millions un an auparavant.

La multiplication des offres de programmes a entraîné le développement de la télévision de rattrapage (*catch-up TV*), regardée le plus souvent sur un écran d'ordinateur. Cette autre façon de consommer les programmes TV en différé séduit particulièrement les plus jeunes. Plus d'un sur 2 (52,9 %) l'utilise, soit 4 millions de 15-24 ans, c'est-à-dire le tiers de la population totale des *catch-upers* de 15 ans et plus, qui s'élève à 11,8 millions fin 2010, soit 1 personne sur 4 (23,3 %). En 2010, la durée de consommation de la télévision de rattrapage est de 14 minutes par jour pour les 15-24 ans, trois fois plus que l'ensemble des téléspectateurs de 15 ans et plus qui ont consacré 4 minutes en moyenne à cette nouvelle pratique télévisuelle.

Si la télévision reste le premier support pour visionner des programmes en direct, les nouveaux équipements que sont l'ordinateur, le téléphone portable et le baladeur multimédia, multiplient les occasions de regarder la télévision en direct autrement, notamment pour plus d'un jeune de 15 à 24 ans sur 3 contre 1 personne âgée de plus de 15 ans sur 6 en 2010. Après le téléviseur, l'ordinateur, qu'il soit fixe ou portable, est le deuxième support le plus utilisé pour regarder des programmes de télévision pour 1 jeune sur 3, et pour 13,4 % des personnes de plus de 15 ans. Avec la multiplication des applications lancées par les chaînes de télévision sur les *smartphones*, deux fois plus de jeunes de 15 à 25 ans (13 %) qu'un an auparavant regardaient la télévision en direct sur leur téléphone portable fin 2010. Cette nouvelle pratique ne concerne encore que 5 % des personnes de 15 ans et plus. Alors que l'ensemble des téléspectateurs ont passé en moyenne 3 h 32 par jour devant le petit écran en 2010, les *Atawad y* ont consacré 1 h 50.

Categorie

1. A retenir
2. Repères & tendances

date crée

20 mars 2011

Auteur

françoise