

Panorama GfK de la micro et de l'Internet **2007 : le marché français à l'âge de raison,** **« S'équiper... pour rester connecté ! »**

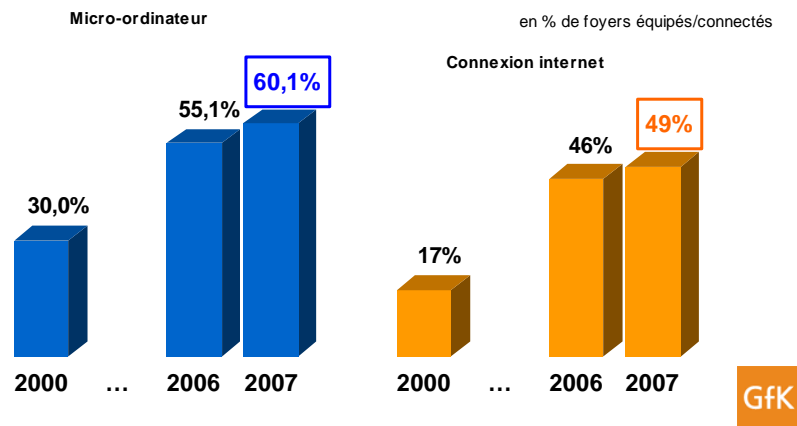
2 fois plus de foyers équipés qu'en 2000 !

- Six foyers sur dix ont un micro-ordinateur
- Un foyer sur deux est connecté à Internet
- Grâce aux PC portables, l'ordinateur n'a jamais été aussi personnel
- Les moins de 25 ans plébiscitent les activités communautaires

Le dernier panorama GfK sur le marché français de « la micro et l'Internet » met en relief chaque année les évolutions de la micro-informatique personnelle. En 2007, le PC est apparu de plus en plus incontournable et également indissociable de l'utilisation d'Internet, qui étend considérablement le champ des possibles en termes d'usages. Le possesseur de PC est aujourd'hui plus autonome, mobile, multimédia et communicant.

Grâce aux PC portables, le cap des 60% de foyers équipés a été franchi !

15,5 millions de foyers sont équipés d'un micro-ordinateur à fin 2007, ce qui représente une progression de près de 1,3 million de foyers en un an.



4,9 millions de micros ont été vendus en 2007 dans les seuls circuits de distribution grand public. Ce chiffre de vente s'approche de celui des **appareils photo numériques** qui ont atteint le seuil des **5 millions d'unités en 2007**.

Seules les ventes de PC de bureau ont régressé pour la première fois (1,9 million contre 2,1 en 2006). Toutefois, cette tendance est représentative des nouveaux modes de consommation numériques. Les portables ont su, à l'inverse, tirer leur épingle du jeu : **3 millions de notebooks vendus, soit une progression de +31% !** Par comparaison, c'est trois fois plus de machines que pour l'intégralité du marché français en 2002 (ventes aux professionnels comprises) ! Les heureux acquéreurs ont consacré en moyenne 860 euros TTC en 2007 pour s'offrir un PC portable.

Bertrand Huck, directeur de clientèle chez GfK, constate par ailleurs que « *le consommateur a acquis davantage de maturité dans la perception de ses besoins en informatique. Le prix d'achat du micro est ainsi aujourd'hui correctement évalué par le consommateur, car 72% des acquéreurs ont finalement dépensé ce qu'ils avaient prévu au préalable.* »

Les utilisateurs sont aussi plus aguerris techniquement, car 46% des interviewés s'estiment capables d'effectuer des mises à jour de leur système sans une aide extérieure. Il est à souligner également que la part croissante des ménages multi-équipés atteint désormais 16% des 25,8 millions de foyers. Un achat sur trois est effectué dans le but d'avoir un ordinateur supplémentaire, dès lors il n'est pas si rare (30% des foyers multi-équipés) de trouver trois micros (ou plus) sous le même toit !

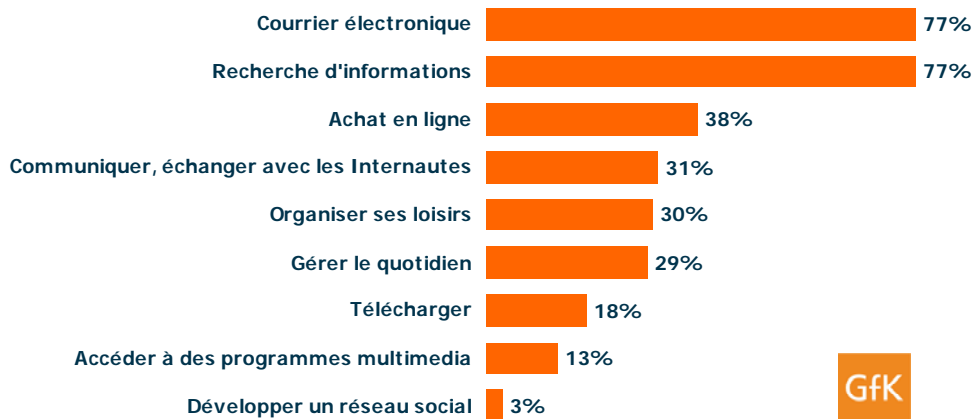
La présence d'enfants dans le foyer est un motif d'équipement puisque plus de 80% de ces foyers possèdent un micro. A l'inverse, **l'informatisation des seniors reste très faible**, avec moins d'un foyer sur quatre équipé chez les 65 ans et plus, tandis qu'il est de 80% chez les 25-34 ans. Toutefois, nul doute que certains produits sont à même de les séduire, comme les 900 000 cadres photos numériques qui ont été vendus en 2007 !

Internet, des usages pour tous les âges

C'est fort logiquement que **le nombre de connectés à Internet augmente lui aussi, pour atteindre 12,6 millions de foyers**, qui tous (ou presque) surfent dorénavant en haut débit. La navigation sur Internet monopolise de plus en plus le PC familial : pour plus de 13 millions de foyers (85% des équipés), l'Internet représente l'utilisation principale, devant les usages bureautiques traditionnels (ex. courrier, 78%), le stockage de sons et vidéos (54%), et le traitement de photos qui est à égalité avec l'écoute de musique (50%).

Plus précisément, parmi les utilisations d'Internet, deux applications se distinguent largement : la messagerie électronique et la recherche d'information.

Les utilisations d'Internet :



Les internautes profitent aussi de l'opportunité, pratique et économique, d'acheter en ligne : ceux-ci font surtout du shopping de biens culturels (pour 60% d'entre eux), d'articles de mode (53%), de produits techniques (37%). Le PC se révèle être un précieux facilitateur de l'organisation des loisirs pour 30% des internautes, réservation de séjours/voyages en tête (à 85%).

2,3 millions de foyers indiquent pratiquer le téléchargement de films, musique ou logiciels. **Près de 900 000 foyers (soit 38% d'entre eux) déclarent télécharger du contenu légal et payant, chiffre sensiblement égal au nombre de foyers qui déclarent faire du piratage !**

Et plus de 1,3 million de foyers téléchargent du contenu gratuit et légal (57%). Le *streaming* (lecture en direct) constitue néanmoins aujourd'hui une alternative au téléchargement pour 1,6 million de foyers (13%).

Conséquence, **le marché du stockage explose** : le marché des **disques durs externes** (disques multimédias compris) a connu une progression fulgurante de 98% en volume (85% en valeur) en 2007, portant le nombre de disques vendus à 3 millions !

Les moins de 25 ans se consacrent eux, bien plus que les autres, aux activités communautaires offertes par le Web 2.0 : partage de fichiers, communication (ex. chats, blogs), téléchargement et lecture de vidéos ou de musique. De manière générale, cette tranche de population se distingue car elle est beaucoup plus active dans tous les domaines. Les nouvelles applications de l'Internet font intégralement partie de leur mode de vie quotidien. Leurs recherches d'information sur Internet sont plus axées sur les aspects pratiques (« bons plans ») que sur les informations thématiques (ex. encyclopédies en ligne), privilégiées par leurs aînés.

Usages d'Internet par rapport à la moyenne chez les 15-24 ans :

DEVELOPPER UN RESEAU SOCIAL (rencontres, jeu en ligne...)	2,3 fois plus
PROGRAMMES MULTIMEDIA (streaming vidéo et musical...)	2,1 fois plus
TELECHARGEMENT	1,9 fois plus
COMMUNIQUER (chat, forums, blog..)	1,8 fois plus

Perspectives

Il apparaît donc indispensable d'observer avec attention les comportements des jeunes utilisateurs pour identifier les tendances des années à venir.

Une des principales tendances est **la mobilité** (« *always on* »). Son avènement ne fera que se confirmer en 2008. « *Déjà en 2007, les consommateurs ont consacré 10 milliards d'euros à l'achat d'appareils nomades, soit plus de 42 millions de terminaux sur le seul périmètre des baladeurs, PC portables, appareils photo et téléphones mobiles ! Or, ces derniers intègrent aujourd'hui des fonctionnalités jusqu'alors réservées aux micro-ordinateurs* » constate François Klipfel, directeur du département IT/Télécom chez GfK.

Bien qu'à peine 8% des possesseurs de téléphones mobiles déclarent surfer sur les portails Internet Mobile, ce taux devrait décoller en 2008 grâce aux efforts des opérateurs (ex. abonnements illimités) et des fabricants, qui rendent leurs produits plus conviviaux. De plus en plus, les usages variés de l'Internet se retrouvent ainsi accessibles sur le mobile : e-mail, actualités, divertissement, outils communautaires, téléchargements, services pratiques... En réalité, seul le « m-commerce » n'a pas encore trouvé sa place dans ce foisonnement de services multimédias, mais c'est pour demain.

Avec 22,1 millions d'unités vendues en 2007 (+11%), le téléphone mobile, loin de supplanter le micro-ordinateur, est ainsi appelé à devenir le « PC qui tient dans la poche », et peut se substituer à lui dans certaines situations « extrêmes » de mobilité. Il devient ainsi le troisième écran du foyer, après la télévision et le micro-ordinateur.

Méthodologie

Les résultats présentés dans ce panorama annuel proviennent à la fois :

- d'un sondage réalisé en décembre 2007 sur un échantillon de 1 042 foyers représentatifs de la population française, déterminé selon la méthode des quotas,
- des données de ventes de biens technologiques issus des panels distributeurs GfK.

A propos du Groupe GfK :

Le Groupe GfK se classe au 5^{ème} rang mondial des instituts d'études marketing et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'Euros en 2006. Ses activités couvrent cinq domaines : Custom Research, Retail and Technology, Consumer Tracking, Media and HealthCare. Le 1^{er} juin 2005, GfK a acquis NOP World qui se classe au 10^{ème} rang des instituts d'études marketing. Le Groupe GfK compte plus de 130 filiales réparties sur 70 pays. L'effectif total est de 7 800 employés. Pour en savoir plus, visitez le site Internet : www.gfk.com ou www.gfkms.com. En France, le Groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires consolidé en 2006 de 88,5 millions d'euros avec 540 personnes.

Contact presse :

Fleishman-Hillard - Rosa Tomé / Tél. : 01 47 42 92 79 / e-mail : tomar@fleishmaneuropa.com