



Contact: Berit Block
comScore, Inc.
(44) 203 – 111 1758
worldpress@comscore.com

Génération des 15-24 ans : décryptage des usages sur mobile et sur PC

Le mobile semble de plus en plus plébiscité pour consulter les réseaux sociaux, les messageries instantanées et les emails alors que le temps passé sur ces sites à partir du PC décline

PARIS, le 21 juillet 2010 – comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR), un des leaders de la mesure des médias numériques, examine le comportement des 15-24 ans sur internet ainsi que leur consommation du média mobile. L'étude révèle ainsi que la génération des 15-24 ans se tourne de plus en plus vers le média mobile pour consulter les emails (54% d'utilisateurs en plus comparé à l'année précédente) ou les services de messageries instantanées (près de 45% d'utilisateurs en plus par rapport à 2009). En revanche, le temps passé sur ces sites à partir du PC par les internautes âgés de 15 à 24 ans décline. Les résultats indiquent également que la consultation des réseaux sociaux à partir du mobile explose (+107% d'utilisateurs par rapport à l'an dernier).

Déclin du temps passé sur les portails, les services de messageries instantanées et les emails

Avec plus de 8 millions d'internautes en juin 2010, la population internaute entre 15-24 ans a augmenté de 8% par rapport à l'an dernier. Si cette classe d'âge constitue désormais 18% de la population internaute française, elle représente en revanche près de 20% du temps passé en ligne par l'ensemble des internautes français. Les dernières données indiquent que cette classe d'âge passe le plus de temps sur les portails, les services de messageries instantanées et les réseaux sociaux. Mais si le temps passé sur les portails, les messageries instantanées et les emails a décliné depuis l'an dernier, le temps passé sur les réseaux sociaux a en revanche augmenté de plus de 21% comparé à l'année précédente.

Top 10 catégories de sites sur lesquels les internautes français passent le plus de temps						
Juin 2010 par rapport à juin 2009						
Total des internautes âgés de 15 à 24 ans en France (à partir du domicile et lieu de travail)						
Source : comScore						
	Minutes passées (en millions)			Visiteurs uniques en milliers		
	Juin 2009	Juin 2010	Variation en %	Juin 2009	Juin 2010	Variation en %
Total Internaudes 15-24 ans France	14361	14053	-2%	7666	8290	8
Portails	5115	3870	-24%	6375	7838	23
Messageries instantanées	4675	3187	-32%	5514	5692	3
Réseaux sociaux	2189	2657	21%	5953	7257	22
Multimédia	779	932	20%	5385	6407	19
e-mail	715	696	-3%	5496	6225	13
Moteurs de recherche	335	384	14%	6337	7655	21
Jeux en ligne	355	341	-4%	3582	4207	17
Sports	230	283	23%	2736	4100	50
Sites communautaires	178	283	59%	4369	5794	33
Sites marchands	234	281	20%	5189	6525	26

Delphine Gatignol précise : « Les réseaux sociaux sont devenus tellement populaires auprès des 15-24 ans qu'ils constituent désormais une forme d'email. Ils ont tendance à remplacer progressivement l'usage des boîtes mails plus traditionnelles ou des services de messageries instantanées auprès de cette cible. »

Médias sociaux, la génération des 15-24 ans plébiscitent le mobile

Les dernières données MobiLens révèlent également la popularité croissante du média mobile pour accéder aux réseaux sociaux. Les jeunes plébiscitent l'usage de ce vecteur puisque le nombre d'utilisateurs mobiles adeptes des réseaux sociaux et blogs a augmenté de plus de 100% depuis l'an dernier.

Accéder aux réseaux sociaux à partir du mobile est ainsi devenue une activité encore plus populaire auprès des jeunes que de consulter ses emails ou d'utiliser un service de messagerie instantanée.

Croissance des activités mobiles les plus populaires			
Mai 2010 par rapport à mai 2009			
Audience mobile totale France âgée de 15 à 24 ans			
Source : comScore MobiLens			
	Visiteurs uniques en milliers		
	Mai 2009	Mai 2010	Variation en %
Total usagers Mobile 15-24 ans en France	8 179	8 297	1%
A consulté des réseaux sociaux ou blogs	1 205	2 497	107%
A utilisé un service de messagerie instantanée	1 399	2 005	43%
A consulté ses emails	1 271	1 995	57%

Delphine Gatignol poursuit : « Alors que la consultation des messageries instantanées et des emails à partir du mobile explose, on observe un ralentissement en termes de temps passé pour ce type de sites consultés à partir du PC. L'étude montre également le véritable engouement des utilisateurs mobiles de 15-24 ans pour les réseaux sociaux. L'instantanéité offerte par le mobile en fait un vecteur de choix particulièrement prisé par les jeunes. Avec le développement du marché du smartphone, l'attrait exercé par le mobile devrait continuer de se renforcer. »

À propos de comScore

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) est un des leaders mondiaux de la mesure des médias numériques et une source privilégiée de renseignements marketing pour le média Internet. Pour plus d'informations, visitez www.comscore.com/companyinfo.

Suivez-nous sur Twitter

twitter.com/comScore