

Les Bretons sont ils iconophages?

Contexte:

L'usage des TIC implique une consommation « plurim6dia », notamment d'images. Ayant acc6s 6 de nombreux contenus par l'interm6diaire de divers supports, les consommateurs doivent faire le choix entre pratiques anciennes, persistantes (T6l6vision, Cin6ma) et pratiques nouvelles, en d6veloppement (DVD, surfer sur le Net, t6l6charger...).

Enqu6te:

Enqu6te aupr6s de 2001 individus r6sidant en Bretagne, repr6sentatif de la population.

• Cin6ma et DVD

➤ Chiffres cl6s

Le cin6ma est une **pratique juv6nile** :

- 61% des 15-19 ans
 - 1/3 des 20-29 ans
 - 11% des 60 ans et plus.
- } y vont au moins une fois par mois

18% des personnes allant au cin6ma vont voir de films d'art et d'essai.

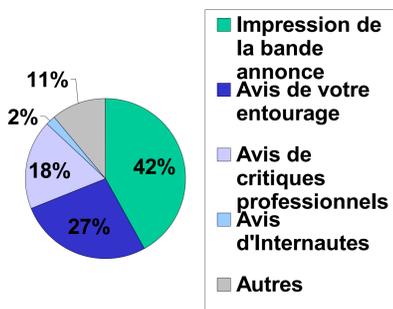
Comme pour le cin6ma, le visionnage de DVD concerne un public jeune

➤ Cin6ma et DVD: Une logique de cumul (49%)

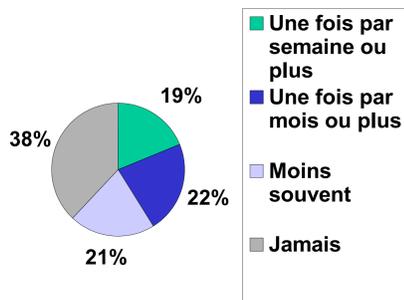
- Faibles consommateurs de films (cin6ma et DVD)
- 3 cat6gories, qui diff6rent surtout par leurs modalit6s d'acc6s aux DVD (location, achat ou les deux).
- Les utilisateurs courants de DVD, qui empruntent dans une m6diath6que
- La jeune g6n6ration, adepte du cin6ma et du DVD
- Les « cin6philes »

➤ Mais, 13% des r6pondants visionnent des DVD et ne vont pas au cin6ma

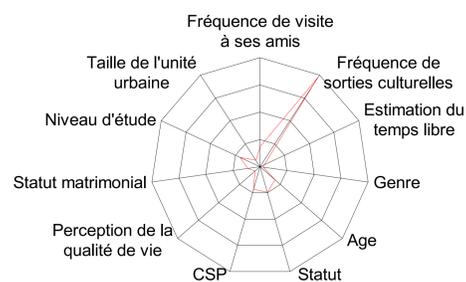
Qu'est ce qui influe le plus sur votre d6cision d'aller voir un film au cin6ma



Fr6quence de visionnage de DVD



Facteurs influençant la substitution du DVD au cin6ma



• Quels usages d'Internet?

YouTube – Les tenants de l'Internet Ludique

Ils sont plut6t **jeunes**, sont **adepte du visionnage de DVD** et fr6quente les salles de **cin6ma**. Ils voient fr6quemment leurs **amis** et pratiquent des **activit6s culturelles**.

MasterCard – Les partisans de l'Internet pratique

Ce sont plut6t des **actifs**, voyant fr6quemment leurs **amis**. Par contre, aucune pratique m6diatique ne ressort.

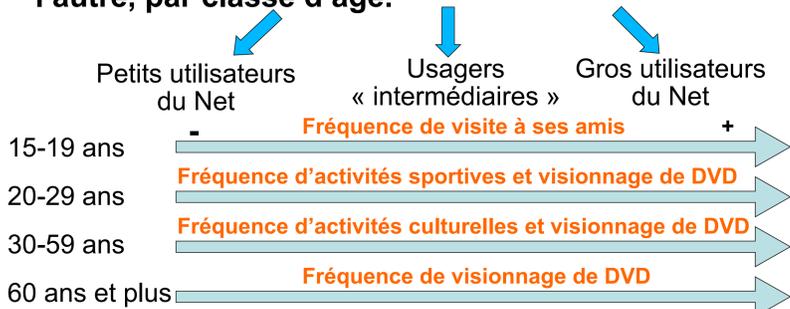
– Les adeptes de l'Internet basique

Ils vont **peu au cin6ma**, visionnent **peu de DVD**.

– Les adh6rents de l'Internet sporadique

Ils sont plut6t **6g6s** et vivent g6n6ralement **seuls**. Ils vont **peu au cin6ma**, ne visionnent **pas de DVD**.

Un fort effet g6n6rationnel! → Focus sur la liaison entre Internet d'un c6t6 et m6dias traditionnels et sociabilit6 de l'autre, par classe d'6ge.

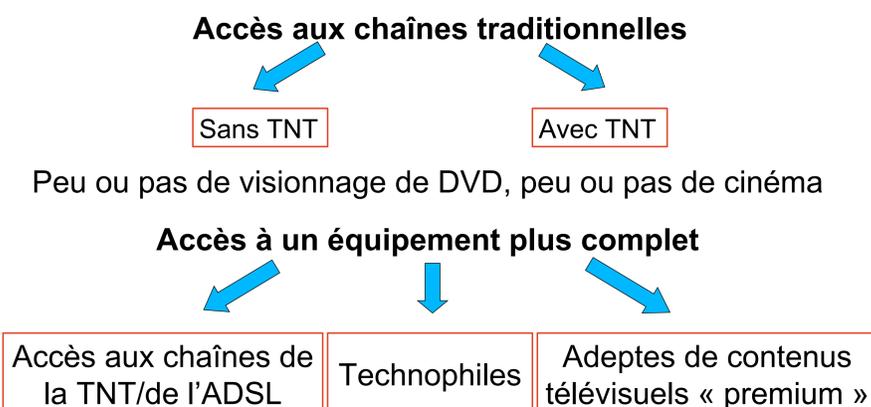


• La t6l6vision

- 97% des foyers poss6dent une t6l6vision
- Un acc6s aux cha6nes vari6

Acc6s aux cha6nes de la TNT	48%
Acc6s 6 des cha6nes payantes	27%
Acc6s aux cha6nes de l'ADSL	11%

Rapport entre 6quipement t6l6visuel et visionnage: 5 situations



- Les non consommateurs de la t6l6vision: 4% de la population

Un choix culturel plut6t que g6n6rationnel ou sociologique.

• Conclusion

Fr6quentation des salles de cin6ma et visionnage de DVD se cumulent, caus6e par un effet g6n6rationnel. Le m6me constat s'applique pour la liaison entre Internet et usage des m6dias traditionnels. Cependant, en se recentrant sur cette liaison par classe d'6ge, Internet se r6v6le 6tre un marqueur de l'estime de soi. Par contre, la t6l6vision se r6v6le 6tre le m6dia le moins typ6 par rapport aux relations mises en 6vidence entre Internet et les autres m6dias.