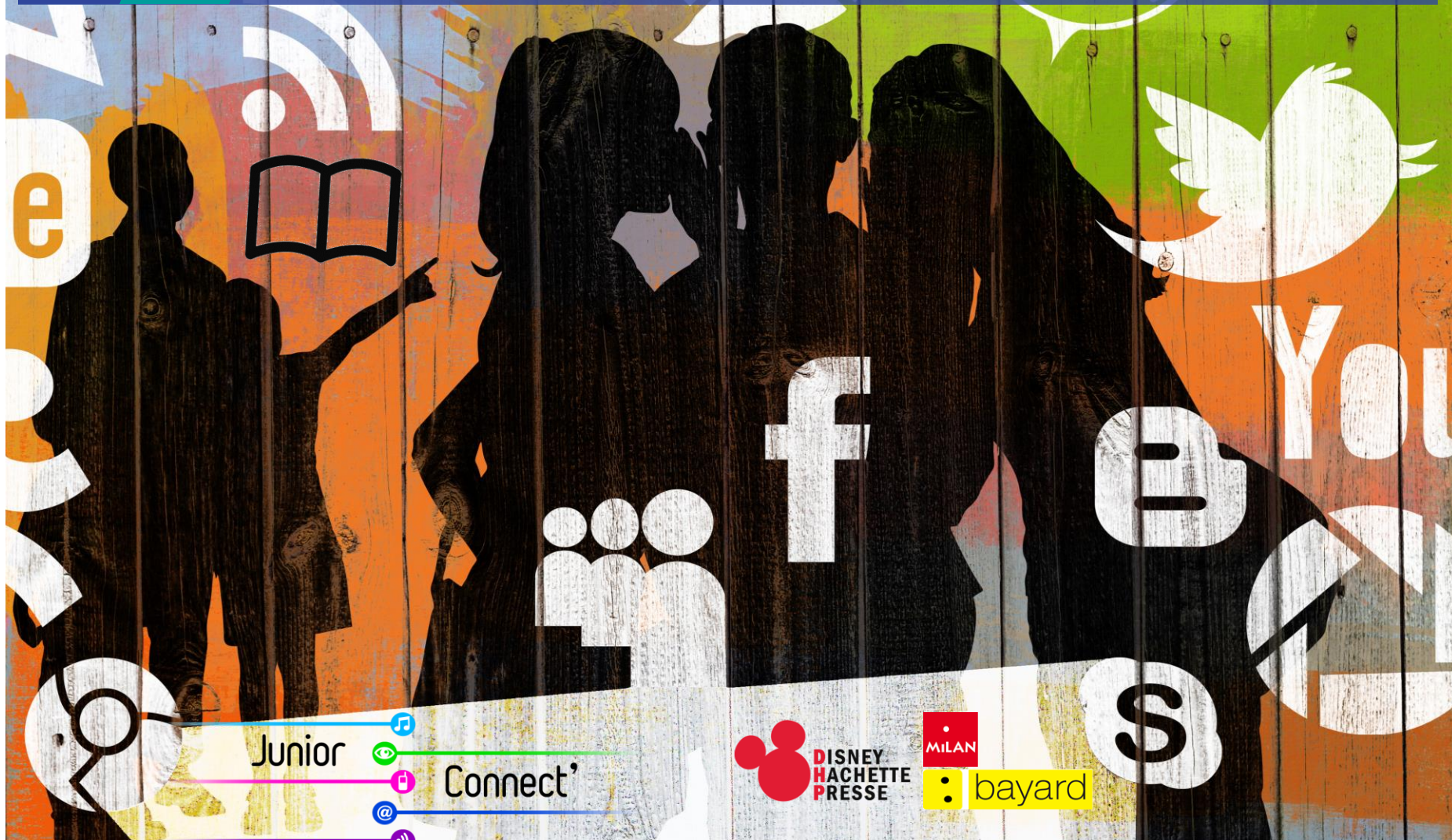




PRINT, TABLETTES, AUTRES ÉCRANS

Les nouveaux usages des moins de 20 ans



Junior



Connect'



OBJET DE L'ÉTUDE



MÉTHODOLOGIE

POPULATION ÉTUDIÉE



Enfants âgés de 1 à 19 ans
(14,4 millions)



4 000 interviews,
de juin à novembre 2013

RECUEIL EN LIGNE



1-6 ans → les parents répondent



7-12 ans → l'enfant répond,
avec Ben et ses parents



13-19 ans → l'adolescent répond



LES TABLETTES S'ENVOLENT

individualisation



L'ENVOLÉE DES TABLETTES...

Équipement *des foyers*

2013

32%

46%

2012

16%

22%

Ensemble foyers

Foyers avec enfants

UN ÉQUIPEMENT PERSONNEL, DÈS 7 ANS

Équipement **personnel** en tablettes

2013

8%

19%

18%

2012

3%

6%

8%



1 à 6 ans



7 à 12 ans



13 à 19 ans

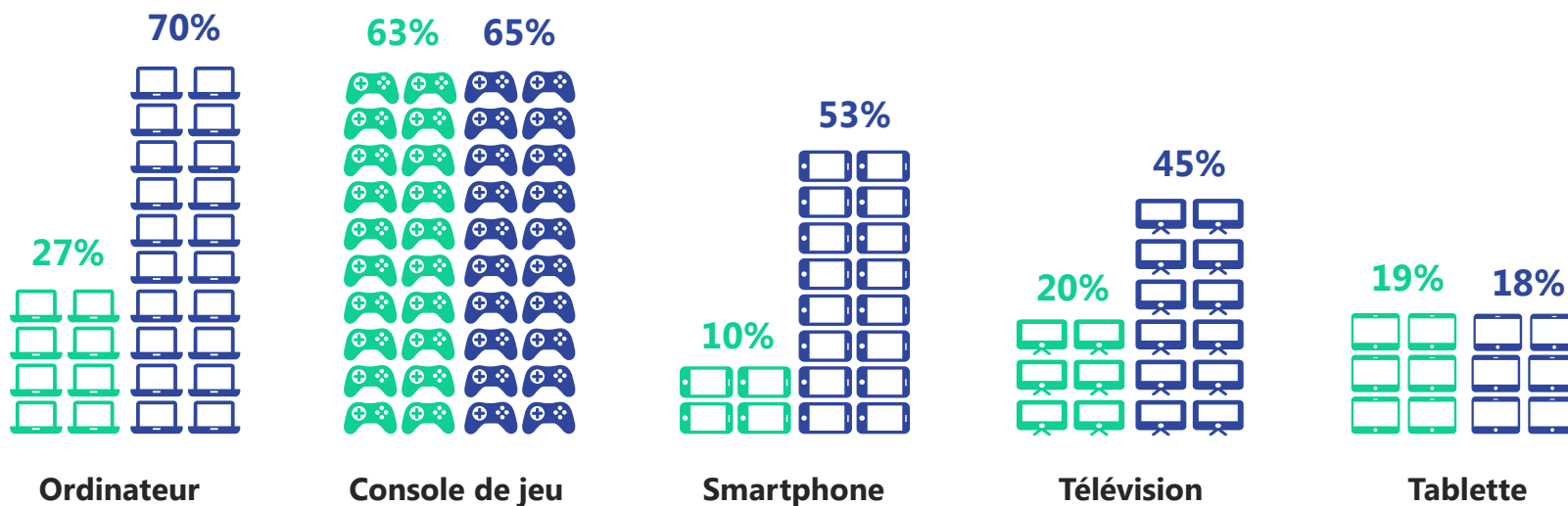
DÉMULTIPLICATION DES ÉCRANS PERSONNELS



7 à 12 ans



13 à 19 ans



CE N'EST PAS UNE QUESTION DE GENRE

*Nombre moyen d'écrans **personnellement** possédés*



7 à 12 ans



13 à 19 ans





LES USAGES SE TRANSFORMENT

fragmentation





9 adolescents
équipés sur **10**
UTILISENT
des
**APPLICATIONS
MOBILES**

**LE MONDE
MIS EN APPLICATIONS**

INTERNET : RIEN NE CHANGE...

Usages d'Internet



13 à 19 ans



Réseaux sociaux



Vidéos



Musique, radio



Emails



Infos pour l'école



Jeux en ligne



Messagerie instantanée



Infos pratiques



Préparer un achat



Téléphoner



7 à 12 ans



Jeux en ligne



Vidéos



Musique, radio



Infos pour l'école

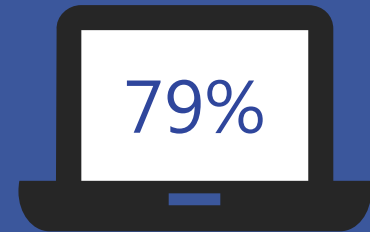
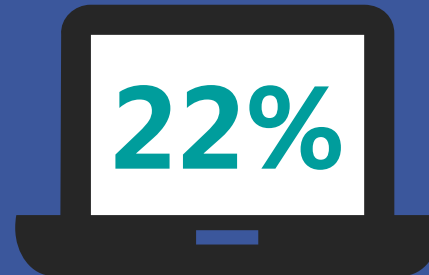
ET TOUT CHANGE...

Facebook *fatigue* ?

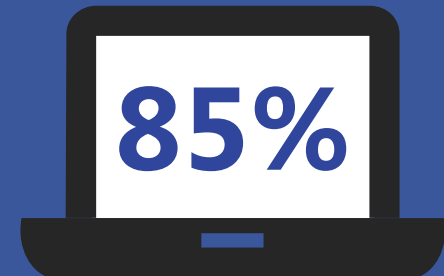
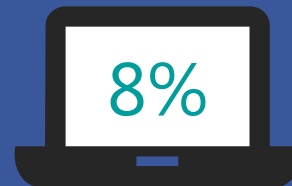
Inscriptions réseaux sociaux des 13 à 19 ans



2013



2012



Twitter

Facebook



13 à 19 ans

L'ESSOR DE L'ÉPHÉMÈRE

50%

utilisent les messageries instantanées sur mobile ou tablette



WhatsApp



17 milliards de messages échangés / jour

SnapChat



100 millions de messages et



50 millions de photos échangés / jour



ADDICTS AUX JEUX

75%

jouent sur smartphone ou tablettes



Angry Birds



FIFA 11



Cut the Rope



Candy Crush



The Room



Monopoly



Doodle Jump



Oceanhorn



Tetris



Touchgrind BMX



Infinity Blade III



Fruit Ninja

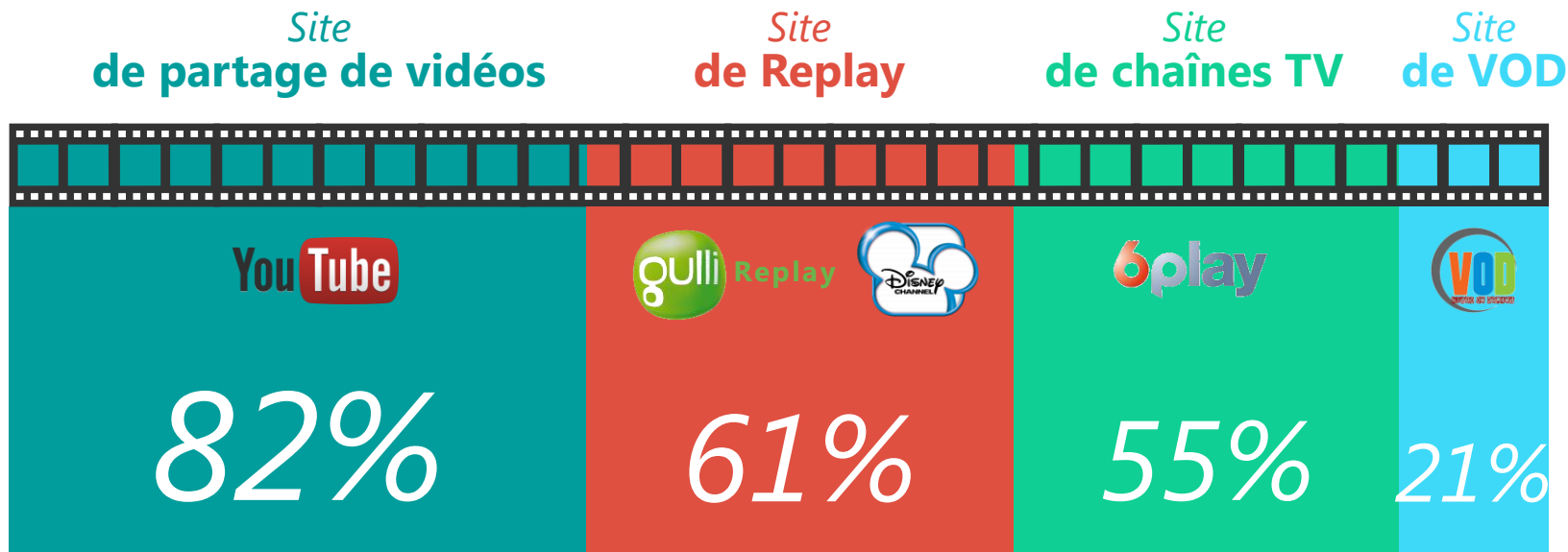


GÉNÉRATION YOUTUBER ?



13 à 19 ans

9 adolescents sur **10**
regardent des vidéos sur Internet



LA FRAGMENTATION CONTINUE



NETFLIX

huluPLUS

Souscription à un service
de SVOD type
Netflix ou Huluplus

<p style="font-size: 48px; font-weight: bold;">33%</p> <p style="font-weight: bold;">ADULTE SANS ENFANT</p>	<p>.....</p>	<p style="font-size: 48px; font-weight: bold;">56%</p> <p style="font-weight: bold;">PARENTS D'ENFANTS DE 1-12 ANS</p>
---	--------------	--



LA VIE « ON SCREEN » SATURATION ?

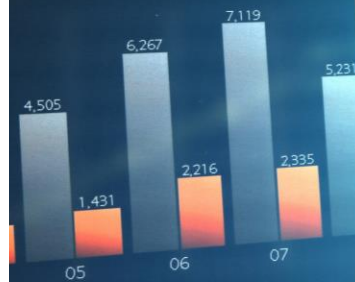


LE TEMPS
TOTAL PASSÉ
DEVANT LES ÉCRANS
NE PROGRESSE
PLUS

very strong income

delivered solid results in a challenging

R (03-08)
13%
7%



income
H1 08
4,784
(2,225)
852
3,411
and other credit provisions
2,185








H1 09 v H1 08
Revenue (2%)
PBT 4%



D'UN ÉCRAN À L'AUTRE


Smartphone



-  Jouer
-  Chatter
-  Regarder des vidéos
-  Écouter de la musique
-  Surfer sur Internet
-  Écouter de la radio
-  Regarder la TV en replay

Tablette



-  Jouer
-  Surfer sur Internet
-  Écouter de la musique
-  Regarder des vidéos
-  Chatter
-  Regarder la TV en replay
-  Regarder la télévision

Ordinateur



-  Regarder des vidéos
-  Regarder la télévision
-  Écouter de la musique
-  Regarder la TV en replay
-  Télécharger des logiciels

MULTITASKING, MORE & MORE



Quand ils regardent la TV, il leur arrive de...



SURFER
sur Internet



JOUER
à des jeux vidéos



13 à 19 ans

47%

16%



7 à 12 ans

24%

26%



1 à 6 ans

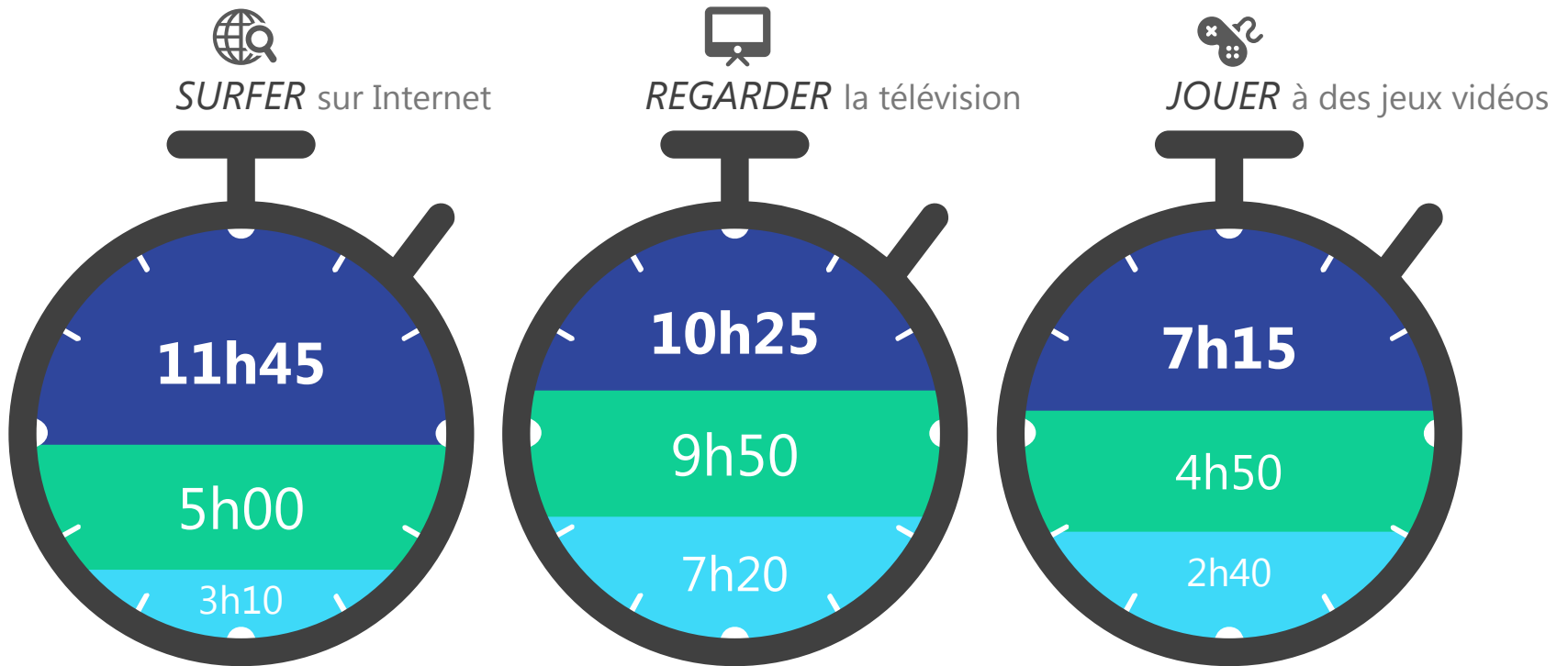
4%

9%



UN TEMPS « ON SCREEN » SATURÉ ?

En moyenne par semaine



PRÈS DE
2 JEUNES SUR 3
DÎNENT
RÉGULIÈREMENT
DEVANT UN ÉCRAN



LE BESOIN DE VIVRE « AUSSI » DANS LE MONDE RÉEL



LE BESOIN DE JOUER « OFF SCREEN »

Jouer (hors jeux vidéos) :
l'activité favorite des 1-6 ans



92%



90%



87%



...DE PARLER, FAIRE DU SPORT, S'ACTIVER...



7 à 12 ans

-  **Faire du sport**
-  **Passer du temps avec des amis**
-  **Jouer (hors jeux vidéos)**
-  **Se balader**
-  **Lire des livres/BD**



13 à 19 ans

-  **Passer du temps avec des amis**
-  **Aller au cinéma**
-  **Faire du sport**
-  **Faire du shopping**
-  **Se balader**

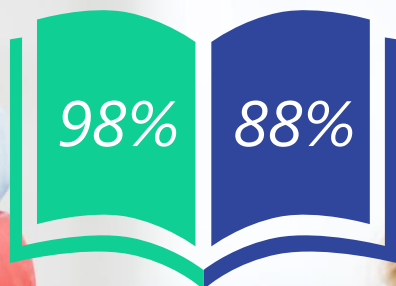


LIRE, POUR LE PLAISIR



TOUS DE JEUNES LECTEURS DE LIVRES...

*Au moins 1 livre lu
au cours des 3 derniers mois*



**de
lecteurs**

*Nombre moyen de livres
lus au cours des 3 derniers mois*



**livres
lus**



...ET DE PRESSE JEUNESSE

	L	M	M	J	V	S	D
Au moins 1 titre lu en dernière période		70%	2	80%	4	41%	6
Hebdomadaires	7	8%	9	17%	11	8%	13
Bimensuels	14	2%	16	14%	18	9%	20
Mensuels	21	63%	23	72%	25	36%	27
Bimestriels	28	43%	30	46%	1	12%	3

...TOUS LES JOURS



En moyenne
par semaine



POUR LE PARTAGE, LE PLAISIR, ET LA DÉTENTE



Partager un moment complice avec mes parents
Lire pour le plaisir
Se détendre



Retrouver les personnages, les héros
Apprendre de nouvelles choses
Apprendre de nouvelles choses




Rire, s'amuser, se divertir
Se détendre
Lire pour le plaisir



The Ipsos logo features a stylized profile of a person's head with a textured, brain-like interior, set against a blue and green background. Below the profile, the word "Ipsos" is written in a white, sans-serif font.

Ipsos

LA CONSOMMATION MÉDIAS

A white line-art icon of a pair of headphones with a curved headband and two ear cups, positioned in the upper right quadrant of the image.

*Selon l'équipement
en écrans*

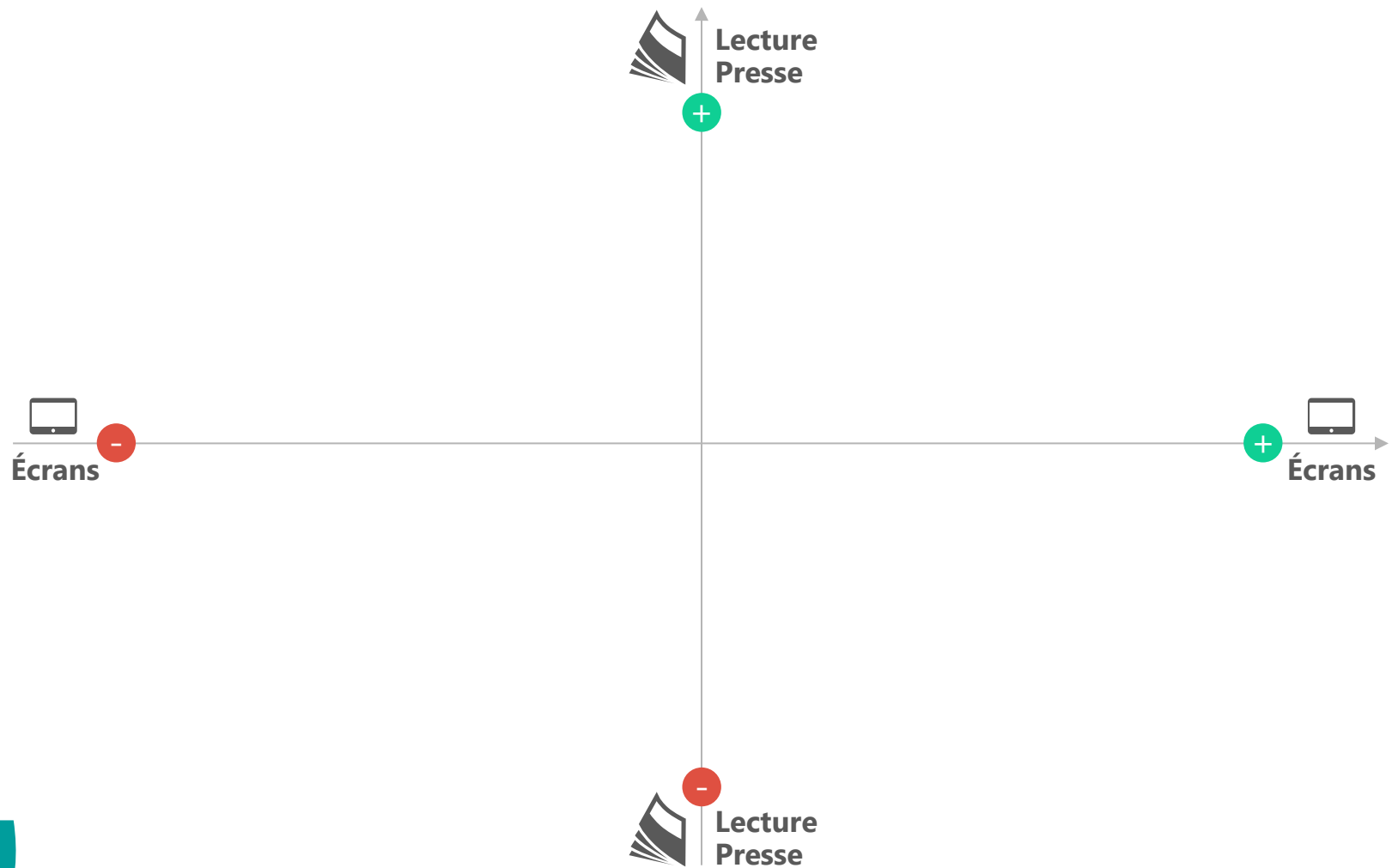
UNE TYPOLOGIE DE LA CONSOMMATION MÉDIAS SELON L'ÉQUIPEMENT EN ÉCRANS

Base }  
7 à 19 ans

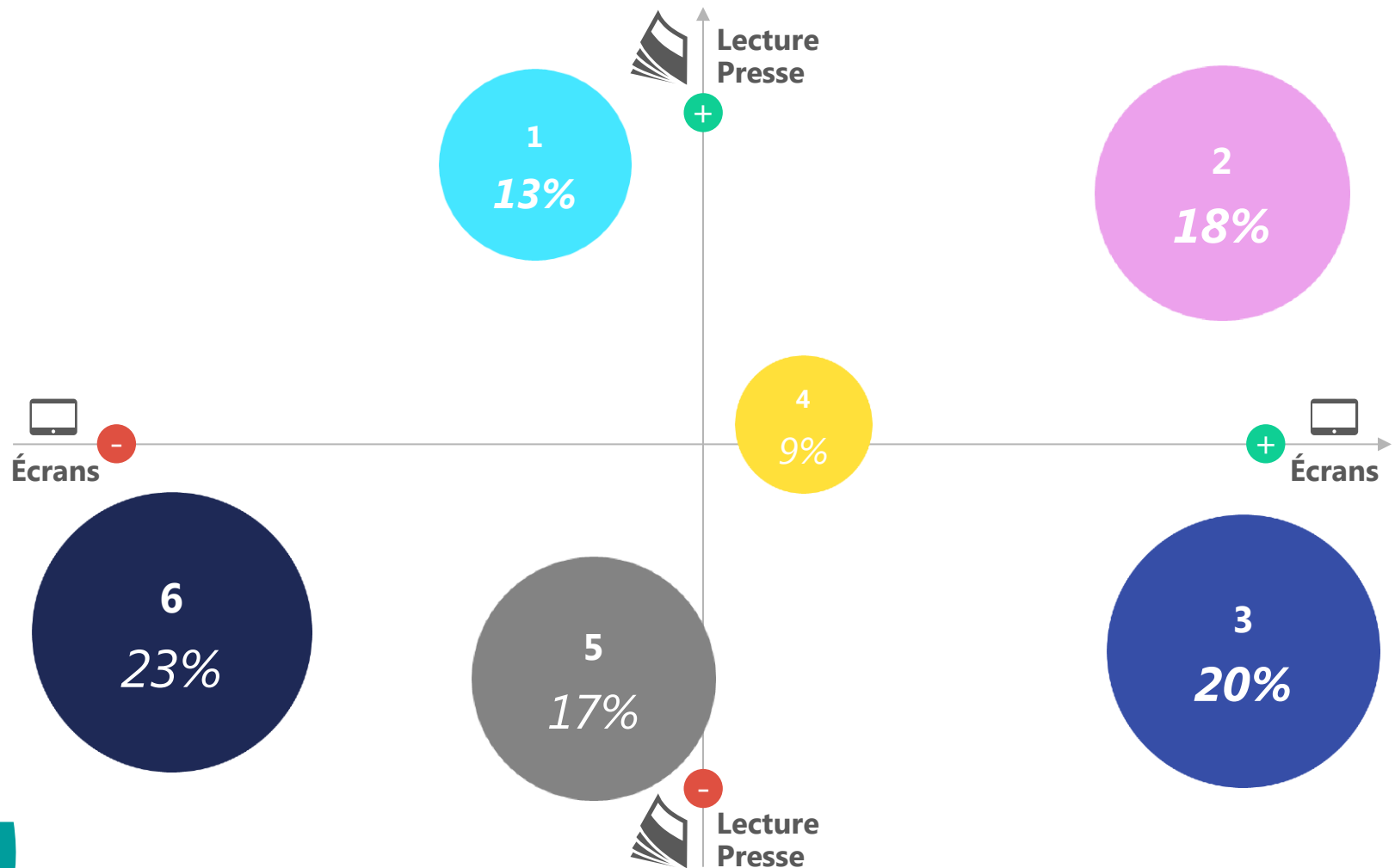
Variables actives
prises en compte }

PMG Presse Internet TV Équipement Tablette et smartphone

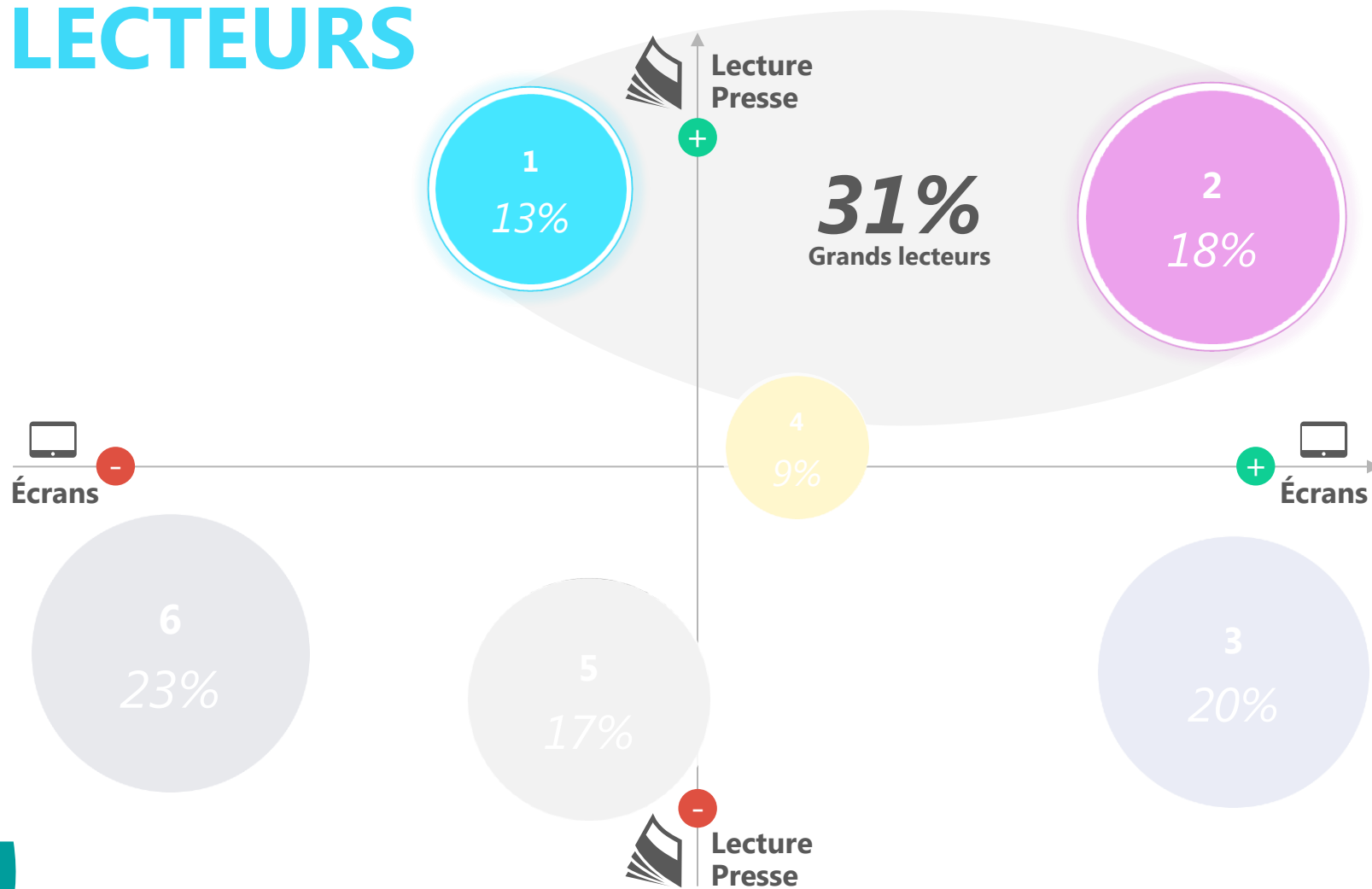
DEUX AXES



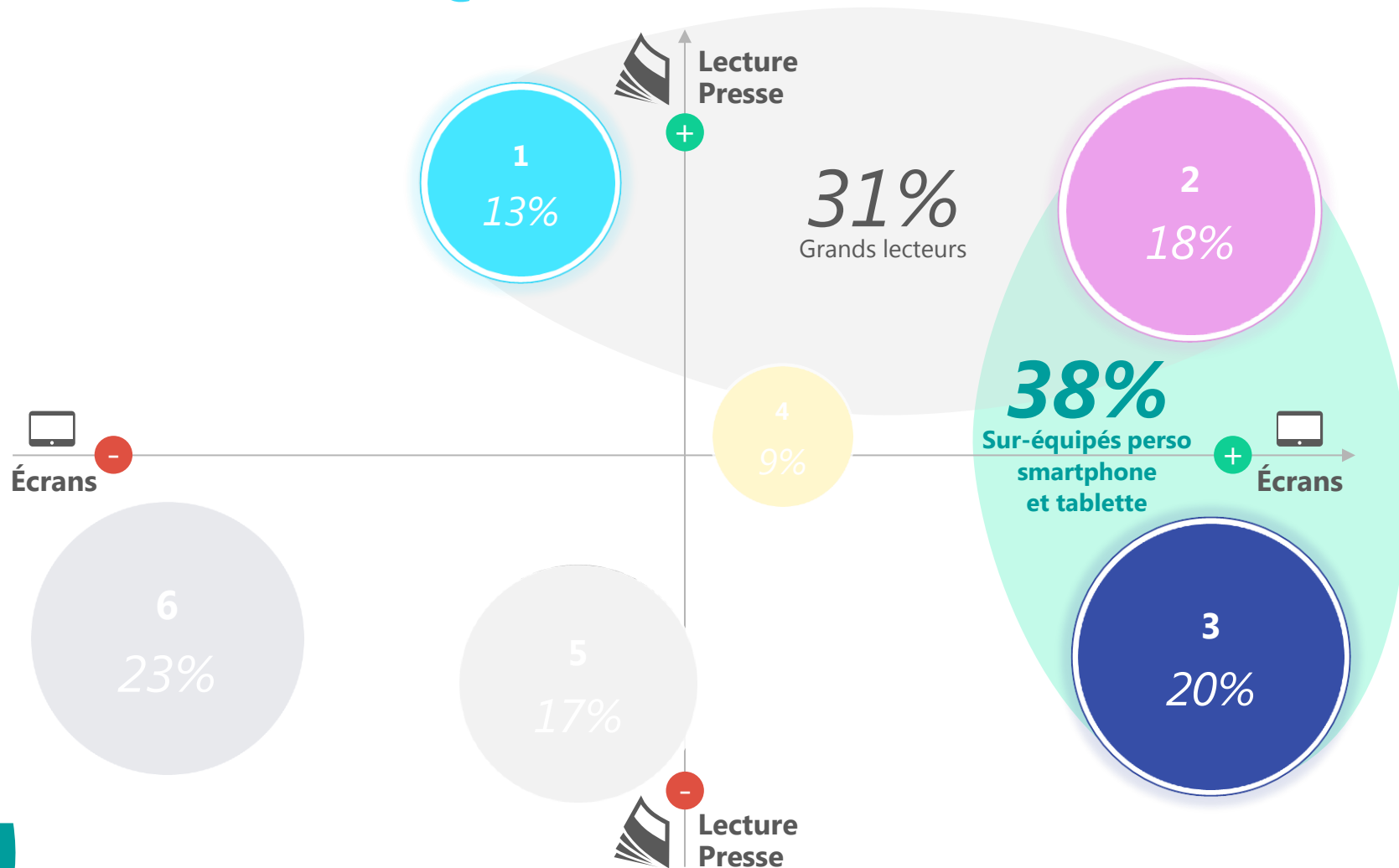
SIX GROUPES



LES GRANDS LECTEURS



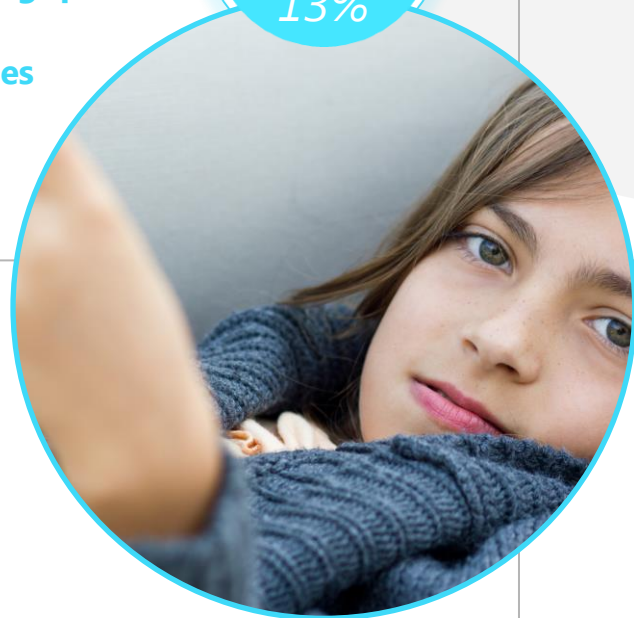
LES SUR-ÉQUIPÉS



LES ENFANTS SAGES

7-12 ans
Foyers CSP++
Petits Internautes
Petits téléspectateurs TV
Utilisation pédagogique des écrans
Activités culturelles

Écrans -



Les enfants sages
13%

Lecture Presse +

31%
Grands lecteurs

2
18%

38%
Très équipés perso smartphone et tablette + Écrans

3
20%

Lecture Presse -

LES CURIIEUX

7-12 ans

Foyer CSP++

Petits Internautes

Petits téléspectateurs TV

Équipement perso important

Gros lecteurs de livres

Utilisation pédagogique
et ludique des écrans

Activités culturelles

Écrans -

Les enfants sages
13%

Lecture Presse +

31%
Grands lecteurs



Les curieux
18%

38%
Très équipés perso
smartphone
et tablette + Écrans

3
20%

Lecture Presse -

LES ACCROS

13-19 ans
Foyer CSP+
Gros internautes
TV Gros téléspectateurs
Gros joueurs Jeux vidéo
Activités sociales et divertissantes

Écrans -

Lecture Presse +

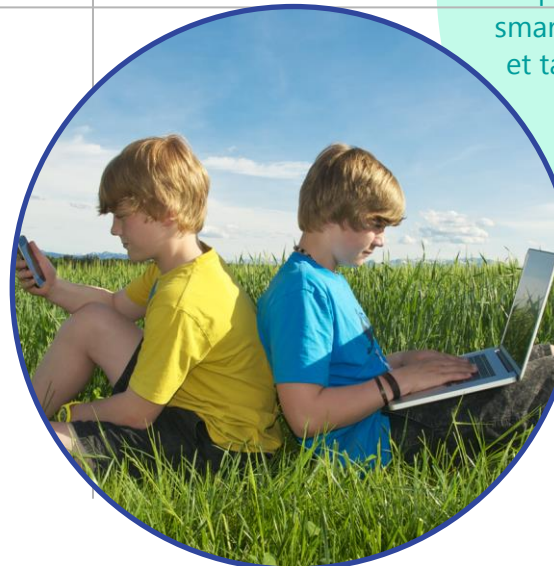
Les enfants sages
13%

31%
Grands lecteurs

Les curieux
18%

38%
Très équipés perso smartphone et tablette + Écrans

Les accros
20%





MERCI DE VOTRE ATTENTION



PRINT, TABLETTES, AUTRES ÉCRANS :

les nouveaux usages des moins de 20 ans

Marie-Anne Denis

Éditions Milan, Directrice Générale d'Édition

Anne-Marie Labiny

Disney Hachette Presse, Directrice Générale d'Édition

Marlène Masure

The Walt Disney Company France, Directrice du pôle Disney Digital Experience

Pascal Ruffenach

Groupe Bayard, Directeur Délégué du pôle Jeunesse

Sylvie Gassmann

Ipsos UU, Directeur de département

Rémy Oudghiri

Ipsos Public Affairs, Directeur de département

animée par :

Bruno Schmutz

Ipsos MediaCT, Directeur Général