

Les Français consacrent 2 270 euros au multimédia

CONSOMMATION

Chaque année, les abonnements télécoms et médias absorbent la moitié de ce budget, selon une étude de Médiamétrie.

DE L'ABONNEMENT Internet au téléphone mobile, en passant par les jeux vidéo, la télévision par câble et la lecture de journaux, les Français dépensent 2 270 euros par an pour se repaître en médias et loisirs numériques. C'est ce que révèle le premier observatoire des dépenses médias et multimédias mis en place par l'Institut de mesure d'audience Médiamétrie. Pour Sylvain Béthenod, directeur télécoms, cinéma et comportements médias chez Médiamétrie, qui a suivi cette enquête, il s'agit d'« un montant

important, car légèrement inférieur à un salaire mensuel moyen », malgré des inquiétudes sur le pouvoir d'achat.

Autre fait surprenant pour les analystes de Médiamétrie, les abonnements représentent une part plus importante des dépenses que l'achat d'équipement. Entre les forfaits mobile (450 euros par an pour foyer), l'accès à Internet, la facture de télévision payante, l'abonnement de téléphone fixe et l'abonnement à la presse, 50 % du budget média et multimédia annuel des Français est ainsi absorbé par des dépenses redondantes.

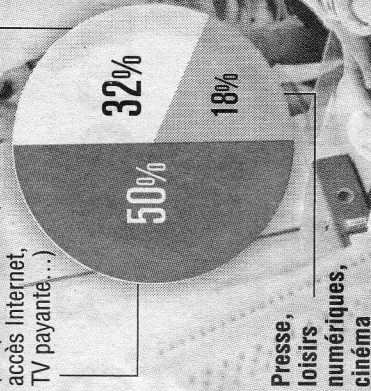
L'écran plat en vedette

En équipement, la première place du podium revient à l'achat d'écran plat, suivi de l'équipement

Les abonnements représentent 50% des dépenses
RÉPARTITION DES DÉPENSES DES MÉNAGES EN MÉDIAS ET MULTIMÉDIAS

Équipements

Abonnements
(téléphonie mobile, accès Internet, TV payante...)



Presse, loisirs numériques, cinéma

ENQUÊTE. La facture peut rapidement grimper pour peu que le foyer soit composé de plusieurs enfants.

en micro-ordinateur et téléphone mobile. Malgré la baisse des prix, le montant dédié à l'équipement croît. Et la facture grimpe rapidement, à 2 920 euros par an en moyenne, dans les foyers comptant des enfants et des jeunes entre 11 ans et 24 ans, qui réclament leurs propres téléphones portables et des jeux vidéo. « *Pendant que les jeunes garçons jouent aux jeux vidéo, les filles téléphonent* », précise Sylvain Béthenod.

L'observatoire ne contient pas d'arbitrages liés à la crise financière et aux incertitudes économiques

actuelles, car Médiamétrie a mené cette première étude entre juillet 2007 et mai 2008. En revanche, l'Institut d'études a déjà noté que « *les gros consommateurs d'Internet ne sont pas de petits consommateurs de médias* ». Leur budget investi en cinéma, musique, télévision et presse est, dans l'ensemble, supérieur de 600 euros à la moyenne. La presse représente la plus grande partie de ces autres dépenses, suivie des jeux vidéo, de la vidéo, de la musique et du cinéma.

MARIE-CATHERINE BEUTH