

Internet : Le Web doit rester gratuit et libre pour les Français

Internet

Posté par : JulieM

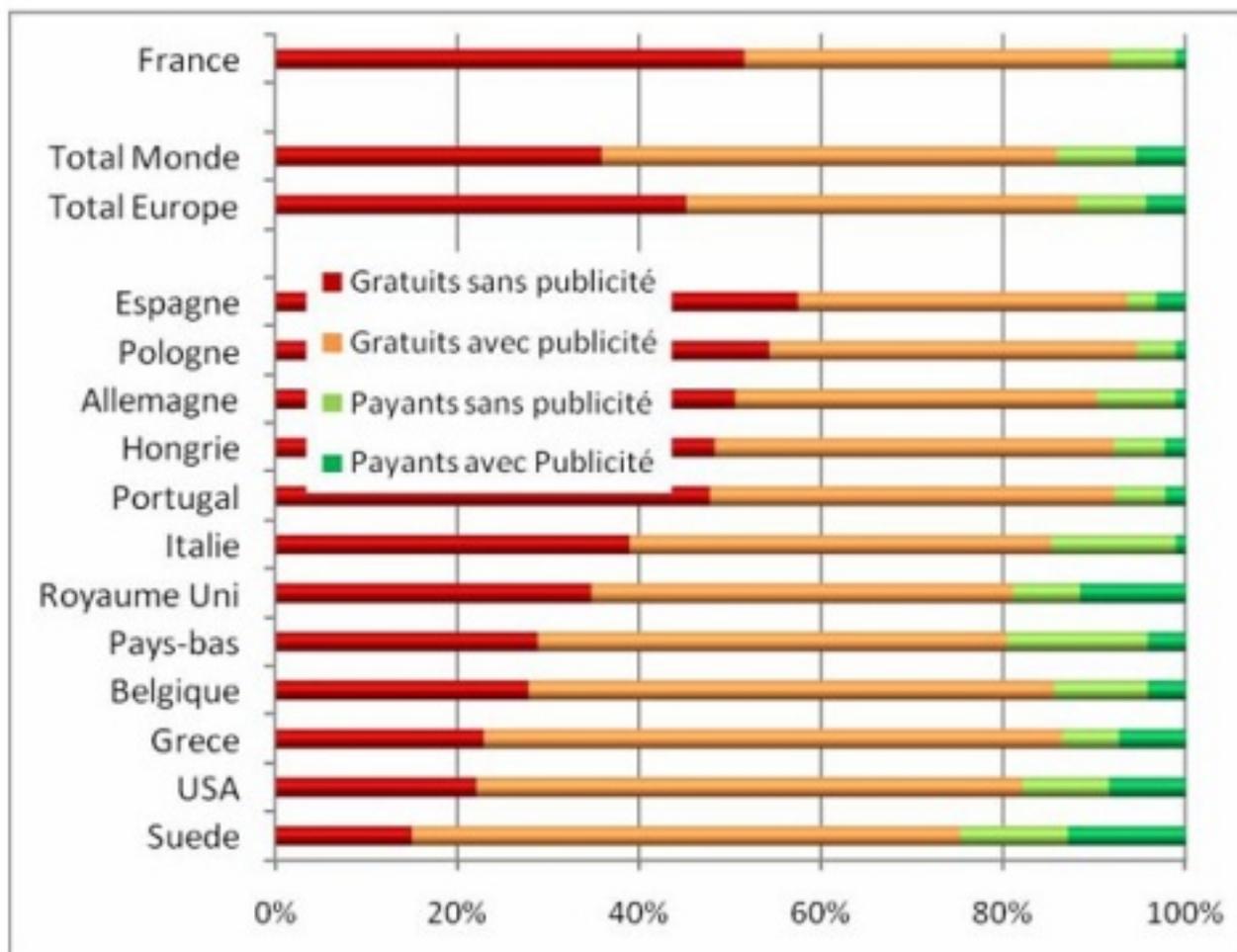
Publié le : 23/3/2010 0:00:00

Sacrés Français ! Si, ils sont 75 % à utiliser Internet tous les jours, 54 % estiment qu'Internet a un impact positif pour la société, ils sont toujours 89 % à estimer que les contenus et informations doivent être gratuits sur Internet. Un noyau dur représentant 50 % des internautes français refuse même que ce soit la publicité, intégrée dans ces contenus et informations, **qui en permette la gratuité.**

L'heure où tous les éditeurs de presse remettent en question leur stratégie Internet, et au moment où le iPad d'Apple est attendu comme une opportunité unique pour la presse digitale, GfK réalise pour le Wall Street Journal la 1ère étude sur 17 pays, mesurant les appréciations des internautes sur les contenus accessibles sur Internet, et leur propension à payer pour ces contenus.

Cette étude exclusive GfK Custom Research pour le Wall Street Journal : la France arrive en dernière position, sur 17 pays, pour la propension de ses internautes à payer les informations et contenus sur Internet.

Les Français restent les mauvais élèves de la classe mondiale



En comparaison, les Anglais et les Suédois acceptent à plus de 20% de payer pour ces contenus et informations. Pragmatiques, les Américains acceptent majoritairement (57%) la publicité dans ces contenus pour les

rendre gratuits pour l'internaute.

Mené sur 17 pays (16 pays d'Europe + USA), l'étude de GfK Custom Research confirme que le modèle économique des contenus on-line reste critique, seulement 13% des internautes mondiaux acceptant de payer.

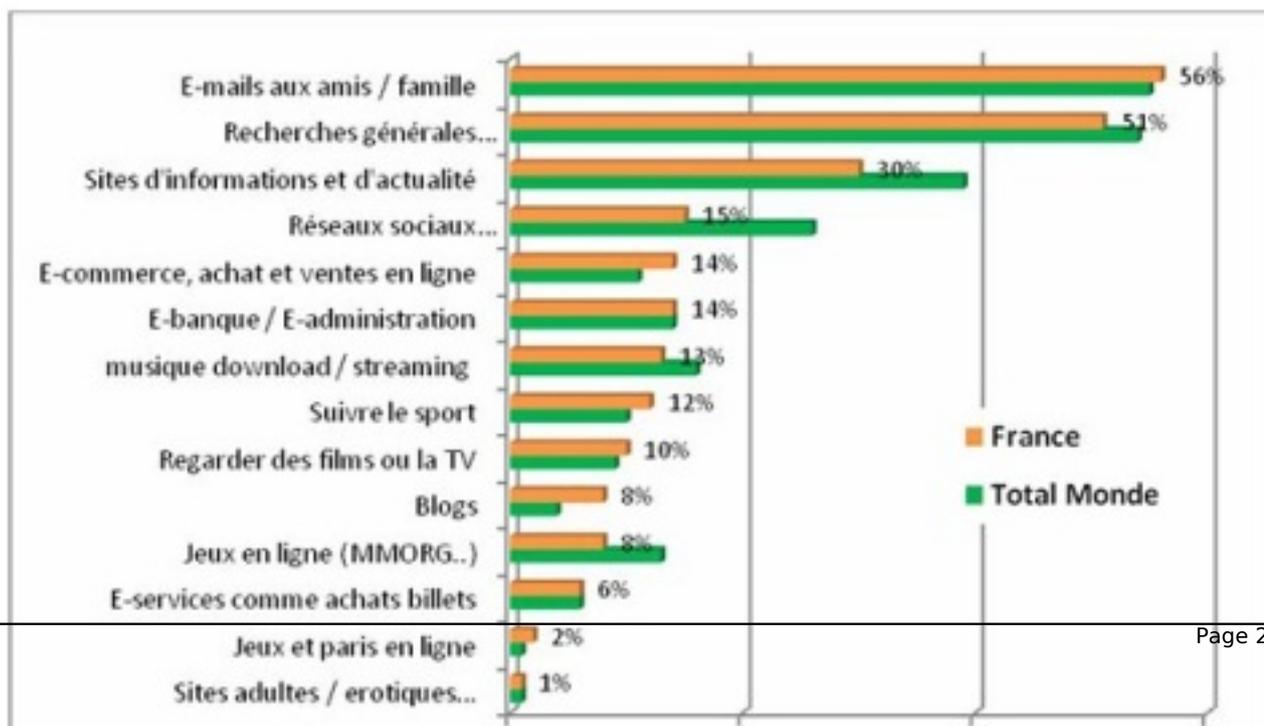
« **Passage d'un problème de micro-paiement à un problème de monétisation** »

« La France est le pays qui souffre le plus du mythe de la gratuité d'Internet », analyse **Alexis Helcmanocki**, Directeur du Pôle Telecom, IT & Consumer Electronics chez GfK. « Là où d'autres pays, USA et Europe du Nord en tête, ont su expliquer à leurs opinions publiques que Internet était un nouvel accès à l'information et aux contenus, mais pas un nouvel écosystème, la France n'a pas su faire passer le message à ses internautes. Devant les échecs des offres payantes, les éditeurs ont massivement basculé sur des modèles gratuits qui restent gravés dans l'inconscient collectif Français : Internet, c'est gratuit ! ».

Les Français, de gros consommateurs des services Internet, y compris sur les sites transactionnels

Cette étude GfK confirme également que les internautes Français sont des accros à Internet, à la fois par leur fréquence d'utilisation (seulement 25% des répondants déclarent se connecter moins de une fois par jour, et 16% passent même plus de 3H par jour sur le web), mais également de par la profondeur de leurs usages de la toile.

« Cette étude confirme l'attachement des internautes Français, qui après une période de réticence marquée envers le e-commerce et le paiement en ligne, sont passés depuis 2 ans dans le Top 3 des internautes les plus actifs en e-commerce » souligne **Alexis Helcmanocki**. « Ces chiffres confirment que les freins au paiement sur Internet sont maintenant levés. Les usages massifs en France autour du visionnage de films ou de programmes TV sur Internet (jusqu'à 75% de taux d'usage sur des cibles jeunes) confirment également l'appétence des Français envers les contenus rich-média. Le succès phénoménal des sites de replay Français (TF1Replay, M6Replay), renforcent l'adhésion au sponsoring des contenus par la publicité ».



Au niveau Monde, un cycle de maturité voire même un cercle vertueux semble se dessiner, par lequel les utilisateurs de services à forte valeur ajoutée, souvent transactionnels (E-banking, e-administration, e-services),

ou les utilisateurs de services d'Entertainment (téléchargement de musique, VOD), sont nettement plus enclins que la moyenne à payer pour les contenus et informations qu'ils vont chercher sur internet.

Un bilan positif d'Internet sur la société, en particulier en France

Parmi les autres enseignements de cette étude, figure l'appréciation des apports d'Internet. Au global des 17 pays, seulement 51% des internautes déclarent qu'Internet a une influence positive sur la société, 36% sont

neutres, et 13% sont négatifs, la France est dans le peloton de tête des pays tirant un bilan très positif d'Internet dans son influence sur la Société.

Le marché se rapproche-t-il d'un nouvel eldorado ou du triangle des Bermudes ?

« Au final, si cette étude GfK semble démontrer, au niveau mondial, une réticence certaine des internautes à payer pour les contenus et informations qu'ils vont chercher sur le web, des axes encourageants se dessinent. D'une part, l'adhésion au concept de la publicité comme palliatif, même partiel, au paiement par l'utilisateur, démontre que les internautes conçoivent que ce qu'ils trouvent sur le web a une valeur, mais également un coût. Cette prise de conscience est un axe de progrès majeur pour les acteurs du marché » confirme **Alexis Helcmanocki**. « Autre élément positif, l'accroissement des achats payants sur le web semble avoir un effet positif, au final, sur la propension des consommateurs à payer également pour les contenus et les informations ».