

Le fossé entre les générations s'estompe face à la technologie MP3 sur Internet Un sondage mondial du Groupe Angus Reid démontre que le téléchargement de musique séduit beaucoup de gens

Vancouver, le 9 juin 2000 – Tant les adultes que les jeunes sont emballés par la nouvelle technologie qui leur permet de télécharger leurs chansons favorites sous forme de fichiers MP3. Selon deux études récentes menées à l'échelle mondiale par le Groupe Angus Reid inc., 36 % de l'ensemble des internautes adultes et 41 % des internautes adolescents et jeunes adultes ont déjà téléchargé de la musique à partir du Web dans le format MP3 ou des formats similaires.

Les études récentes d'Angus Reid menées dans dix pays démontrent que parmi les utilisateurs d'Internet adolescents âgés de 12 à 17 ans, près de la moitié (44 %) ont déjà téléchargé un fichier de musique, comparativement à 38 % chez le groupe des 18 à 24 ans. De plus, un sondage mondial mené plus tôt par le Groupe Angus Reid auprès des adultes qui utilisent Internet avait démontré que dans les mêmes pays, près d'un jeune adulte sur trois, soit 35 % des 25 à 34 ans et 33 % des 35 à 44 ans avaient déjà téléchargé des fichiers de musique. Cette pratique est également répandue chez les internautes d'âge mûr et plus âgés, alors que 23 % des utilisateurs d'Internet de plus de 45 ans mentionnent avoir déjà téléchargé de la musique.

Une fois qu'ils ont téléchargé un fichier de musique, les utilisateurs d'Internet indiquent avoir l'intention de recommencer – plus de 80 % des adultes qui ont déjà téléchargé un fichier musical ont indiqué qu'il est au moins assez probable qu'ils le referont au cours des douze prochains mois.

«Les adolescents et les jeunes adultes représentent toujours la part la plus importante de ce marché, puisqu'une plus grande proportion d'entre eux sont en ligne par rapport aux adultes dans la plupart des pays», précise Clay Braziller, vice-président, Stratégie interactive du Groupe Angus Reid. «Mais lorsque les adultes se lancent en ligne, il est évident qu'ils commencent à profiter aussi de l'échantillonnage et du téléchargement.»

«C'est l'une des premières technologies Internet à être adoptées aussi rapidement par les adultes que par les jeunes,» ajoute M. Braziller. «Les adolescents mènent peut-être le bal sur le marché américain, mais dans les autres pays, les adultes font preuve du même engouement pour le téléchargement de leurs choix musicaux.»

À l'échelle mondiale, c'est dans les pays en voie de développement d'Asie et d'Amérique latine que le téléchargement de musique par les internautes adultes est le plus fréquent. Dans ces pays, jusqu'à près de la moitié des internautes interrogés avaient déjà téléchargé un fichier de musique, comparativement à une proportion d'un adulte utilisateur d'Internet sur trois (35 %) aux États-Unis. Parmi les dix pays où des entrevues ont été menées auprès des adolescents et des jeunes adultes, plus de la moitié des jeunes de la Corée du Sud téléchargeaient leurs chansons préférées – plus que les jeunes de tous les pays étudiés à ce jour. Parmi les internautes adultes, les Sud-Coréens, les Argentins et les Italiens étaient les plus susceptibles de mentionner qu'ils téléchargeaient leur musique préférée d'Internet.

«Les utilisateurs d'Internet des pays où on ne trouve pas un magasin de musique bien fourni dans

tous les centres commerciaux locaux sont plus emballés par le téléchargement de MP3 ou d'autres formats musicaux», affirme M. Braziller. «Les choses prennent tout leur sens lorsqu'on remarque à quel point le téléchargement est devenu populaire chez les utilisateurs d'un pays comme la Corée du Sud, qui compte l'un des taux d'utilisation d'Internet les plus élevés d'Asie et qui est également l'un des plus importants fabricants de matériel d'enregistrement MP3.»

Jusqu'à maintenant, il semble que le téléchargement de fichiers MP3 n'a pas encore totalement supplanté l'achat de CD, à tout le moins par l'entremise d'Internet. Les internautes qui ont téléchargé des fichiers de musique ont plus tendance que les autres à mentionner que leur dernier achat en ligne a été un CD de musique. «Nous croyons qu'une étape de transition dans la commercialisation et la distribution de la musique est amorcée», confie M. Braziller. «Les amateurs de musique de différents groupes d'âge et de différents pays apprennent rapidement à tirer profit de la vaste sélection qui est désormais offerte sur le marché. Il est impossible de prédire ce que deviendra cette industrie de plusieurs milliards de dollars d'ici deux ans, bien qu'il soit évident que son avenir sera déterminé à la fois par la technologie et par l'infrastructure de vente au détail déjà en place.»

Méthodologie

Les renseignements sur le recours à la technologie MP3 parmi les adultes qui utilisent Internet proviennent de l'étude *Image du Web* du Groupe Angus Reid, effectuée plus tôt cette année auprès des internautes de 34 pays.

Les renseignements sur l'utilisation de la technologie MP3 chez les jeunes proviennent de résultats préliminaires de l'étude *Image du Web- jeunesse* menée en mars auprès de 3 300 répondants en Argentine, en Australie, en France, en Allemagne, en Italie, au Japon, en Corée du Sud, en Espagne, en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Les entrevues ont été effectuées par téléphone, à l'exception de l'Argentine et de la Corée du Sud où on a eu recours à des entrevues en personne. Tous les échantillons étaient représentatifs de la population nationale, à l'exception de l'Argentine où la couverture a été limitée aux régions urbaines. Chacun des échantillons nationaux était composé de 300 répondants de 12 à 24 ans, à l'exception des États-Unis où 600 entrevues ont été menées. Les résultats à l'extérieur des États-Unis sont exacts dans une marge d'erreur n'excédant pas plus ou moins 6 points de pourcentage, 19 fois sur 20; aux États-Unis, les résultats sont exacts dans une marge d'erreur n'excédant pas plus ou moins 4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Le processus d'entrevue pour le reste de l'étude *Image du Web- jeunesse* est actuellement en cours dans six autres pays, dont le Canada, Taiwan, les Pays-Bas, les régions urbaines du Brésil, du Mexique et de la Chine. L'étude *Image du Web – jeunesse* constitue le complément du sondage *Image du Web*, sondage annuel qu'effectue le Groupe Angus Reid pour cerner la connaissance et l'utilisation d'Internet des adultes de 34 pays à l'échelle mondiale.

À propos d'Angus Reid

Créé en 1979, le Groupe Angus Reid figure parmi les plus importantes firmes d'études de marché du monde, et offre des services complets d'études de commercialisation et d'études sociales pour

le compte des secteurs privé et public. Fondée par Angus Reid Ph.D., la société a effectué des études de grande envergure dans 80 pays et dans 40 langues, et compte des clients à l'échelle mondiale, servis par ses 11 bureaux et avec l'aide de ses 300 employés à plein temps et 800 employés à temps partiel. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez visiter notre site à l'adresse www.angusreid.com.

Pour de plus amples renseignements sur l'étude *Image du Web – jeunesse*, veuillez communiquer avec Chris Adams, vice-président, Études mondiales, au 1 888 210-7425 ou à l'adresse info@angusreid.com

Vous pouvez visiter la page d'Image du Web à l'adresse :
http://www.angusreid.com/services/p_inter.htm#face_teens.

Pour de plus amples renseignements sur le présent communiqué, veuillez communiquer avec :

Clay Braziller
Vice-président, Stratégie interactive
Groupe Angus Reid, inc.
(604) 893-1622
clay.braziller@angusreid.com