



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les 13-18 ans et le High Tech : Habbo.fr dévoile les marques préférées de la génération multi-connectée

Paris, 6 juillet 2009. Habbo, la communauté virtuelle leader chez les 13-18 ans publie les résultats français de la *Global Habbo Youth Survey 2009*, un sondage de grande ampleur mené dans les 30 pays où la communauté est présente.

Ce qui caractérise le mieux cette génération, c'est sa relation fusionnelle avec le High Tech, le numérique et les connections en tous genres, presque une seconde nature pour les adolescents ! Alors Sony ou Nintendo ? Apple ou Microsoft ? Samsung ou Nokia ? Comment les différentes marques sont-elles perçues par cette cible tellement convoitée, et quel est leur capital sympathie après de ceux qu'il est désormais convenu d'appeler les « digital natives » ? 8 926 adolescents français membres d'Habbo.fr ont voté en toute spontanéité pour leurs marques préférées.

Produits High Tech et consoles de jeu : le match Sony / Nintendo

En matière de *produits High Tech grand public*, c'est **Sony** qui arrive en tête des réponses spontanées des adolescents français, suivi de près par **Apple**.

Sur le créneau des *consoles de jeu*, **Nintendo** remporte le plus grand nombre de suffrages (33 %) grâce au succès fulgurant de la Wii , suivi de très près par **Sony** (32 %) et sa Playstation, **Microsoft** n'arrivant qu'en 3ème position avec la X-Box (12 %).

Téléphonie Mobile : Samsung loin devant Nokia

Le portable étant l'objet le plus précieux de tout adolescent qui se respecte, celui dont ils ne peuvent se passer ne serait-ce qu'une journée, il est particulièrement intéressant de connaître le capital sympathie des marques de téléphonie mobile

auprès de cette cible. Résultat des courses : **Samsung** écrase la concurrence avec 30 % de réponses spontanées, suivi loin derrière par **Sony Ericsson** (13 %) et **LG** (11 %). Le leader du marché **Nokia**, dont la cote est en baisse, n'atteint que 7 % de citations sur la cible adolescente !

Du côté des opérateurs, **Orange** et **SFR** se partagent les plus grosses parts du réseau, avec respectivement 33 % et 29 % de réponses spontanées. Le challenger **Bouygues** ne convainc que 10 % des ados, et l'outsider **Virgin** qui cherche à séduire la cible jeune n'obtient pour le moment que 3 %.

Les sites Internet : YouTube en tête

Beau joueur, Habbo a demandé à ses membres de citer leur site Internet préféré en dehors d'Habbo. Sans surprise, **YouTube** arrive en tête, suivi par le site de la radio **Skyrock**. Plus étonnant, l'omniprésent **Facebook** n'arrive qu'en 3ème position avec seulement 10 % de citations spontanées.

Contact presse : Stéphanie Lasnel / 01 56 03 13 45 / habbo@i-e.fr

Résultats complets du volet France de la Global Habbo Youth Survey 2009 disponibles sur simple demande.

Visuels Habbo / Sulake : www.sulake.com/press/image_bank

À propos de la Global Habbo Youth Survey 2009

La Global Habbo Youth Survey 2009 a été conduite dans la communauté virtuelle Habbo et le nombre total de répondants (après nettoyage des données) est de 112 000 individus. Cette étude a été réalisée en avril 2009 et les résultats sur les marques préférées des adolescents sont basés sur des réponses spontanées écrites dans un champ de texte ouvert. Plus de 30 pays ont été concernés par cette étude. Les résultats globaux de l'étude sont disponibles via le lien suivant : <http://webstore.sulake.com>

À propos d'Habbo

Habbo est une communauté virtuelle 3D ultra colorée dédiée aux adolescents de plus de 13 ans qui y accèdent en créant et customisant un personnage avatar appelé *Habbo*.

Sur Habbo, les adolescents peuvent participer activement à une multitude d'événements festifs, à une grande variété d'activités, développer et entretenir des échanges amicaux avec d'autres *habbos*, décorer leur propre espace et exprimer leur créativité tout en s'amusant.

Chiffres clés :

- des communautés Habbo dans 31 pays répartis sur les 6 continents
- 9 millions de personnages *Habbo* créés en France - 135 millions dans le monde
- 1 million de visiteurs uniques / mois en France - 12,1 millions dans le monde (source Google Analytics)

www.habbo.fr

Habbo est une marque de la société Sulake.

À propos de Sulake



Sulake est une société de divertissement online spécialisée dans les mondes virtuels et les réseaux sociaux, dont la marque phare est Habbo.

Créée en 2000 par Sampo Karjalainen, Aapo Kyrölä Karjal et l'actuel Président Directeur Général Timo Soininen, Sulake emploie actuellement 300 employés répartis dans 14 pays. Le siège de Sulake est situé à Helsinki (Finlande). Depuis sa création, Sulake double son chiffre d'affaires chaque année.

www.sulake.com