

## Quel type de geek êtes-vous ?



Une récente étude montre que le Royaume-Uni est devenu une véritable nation de geeks. "Social addicts", "quality seekers" ou encore "TV worshippers", les chercheurs ont tiré plusieurs profils bien distincts d'accros aux nouvelles technologies.

Avec Atlantico.fr

Vous êtes totalement accro aux nouvelles technologies ? Vous écrivez pour [un blog qui parle à la fois](#) de musique, de chats et qui repère le buzz du moment ? *The Big Bang Theory* est votre série préférée ? Les caractères `<div style="...">...</div>` signifient quelque chose pour vous ? Pas de doute : vous êtes un geek. Ou plutôt, vous rentrez dans une des cinq catégories de geeks recensées par [The Great British Geek Calculator](#).

Cette étude, [relayée par le Daily Mail](#), montre notamment que le Royaume-Uni est devenu une véritable nation de nerds. En témoigne le montant faramineux dépensé chaque année par les Britanniques dans les nouvelles technologies (smartphones, tablettes, ordinateurs portables, téléviseurs etc.) : plus de 50 milliards de livres (près de 58 milliards d'euros). Pour ce secteur, la dépense publicitaire est passée de 1,6 milliard d'euros à 1,7 milliard.

A promotional banner for 'The Great British Geek Calculator'. The background is a teal color. At the top, there are three small icons of people: a man sitting on a chair, a man standing, and a woman sitting. The main title 'The Great British Geek Calculator' is written in large, white, sans-serif font. Below the title, the subtitle 'Find out how you fit into the new Tech Nation' is written in a smaller white font. A paragraph of text in a very small font reads: 'You may be surprised to find out that we're all geeks now, at least to some extent. Newworks research, conducted by Kantar Media, has established that the UK population is made up of five groups - Quality Seekers, Social Addicts, Tech Rich, TV Worshippers and Price Pragmatists.' At the bottom of the banner, there are icons of a shopping bag, a game controller, and a smartphone. A white button with the text 'Click here to get started' is positioned at the bottom center.

D'après les auteurs de cette étude, désormais, ce sont nos modes de vie et notre accès aux technologies qui déterminent la façon dont nous intégrons "le monde des nouvelles technologies" ("the Nation tech"). Notre âge ou notre milieu social ne seraient plus des

---

indicateurs pertinents pour déterminer le groupe auquel nous appartenons.

Pour aboutir à ces conclusions, les chercheurs ont étudié l'attitude de 24 000 consommateurs par rapport aux nouvelles technologies, le type de produits qu'ils achètent et leur rapport aux médias (s'ils "consomment" beaucoup d'actualité ou non). Ils en ont tiré cinq profils bien distincts (voir infographie ci-dessous) :



*Cliquer pour agrandir*

- **Les geeks riches** (*tech rich group*) : 19% de la population adulte au Royaume-Uni. Ce groupe est composé à 40% de femmes, 70% d'entre elles ont plus de 35 ans. Comme leur nom l'indique, ces geeks sont de grands dépensiers : ils représentent plus du tiers de toutes les technologies achetées dans le pays.
- **Les addicts sociaux** (*social addicts*) : 18% de la population. Avoir un téléphone portable est "essentiel" à la survie de ce groupe de geeks. Plus sérieusement, pour eux, la communication passe en grande partie par leur smartphone. La plupart d'entre eux possèdent aussi un MP3, un ordinateur portable et une console de jeux. Ils sont plus de la moitié à avoir 35 ans passés.
- **Les pragmatiques / économes** (*price pragmatists*) : 21% de la population. Ce groupe n'est pas spécialement fan des nouvelles technologies. Il possède d'ailleurs peu d'appareils et pèse le pour et le contre avant d'acheter un produit (le moins cher possible). Environ 17% des 16-24 ans font partie de ce groupe.
- **Les qualitatifs** (*quality seekers*) : 19% de la population. Ils n'achètent que peu de produits mais sont prêts à y mettre le prix, contrairement aux *price pragmatists*. Ces geeks sont plus âgés, plus aisés et sont aussi désireux d'obtenir des conseils et d'avoir une démonstration avant d'acheter un produit.
- **Les adorateurs de la télévision** (*TV worshippers*) : 23% de la population. Ces personnes achètent des produits high tech uniquement dans le but de se divertir. 94% d'entre eux sont abonnés à une chaîne de TV payante.