



Un site d'informations sur internet, "Rue89" fondé par Edwy Plenel

Plus d'articles

[Internet n'est pas encore une menace pour la télévision](#)

L'Express - Il y a 19 heures

[Des médias toujours plus consommés, partout et n'importe quand](#)

AFP - Il y a 22 heures

[28/02/2008 : Des médias de plus en plus présents dans la vie des ...](#)

Mass-Media.fr (press release) - Il y a 21 heures

[Tous les articles »](#)

Les médias de plus en plus présents dans la vie des Français

Il y a 21 heures

PARIS (AFP) — Les Français utilisent de plus en plus souvent les différents médias - journaux, transistors, téléviseurs, internet ou téléphones mobiles - tout au long de la journée, privilégiant l'un ou l'autre selon les moments.

Ce sont les conclusions de l'étude annuelle de l'institut de mesure d'audience Médiamétrie, Media in Life, qui relève, quart d'heure après quart d'heure tout au long de la journée, les pratiques de plus de 9.000 Français en matière de médias.

"L'ensemble des contacts avec les médias vont continuer à progresser parce que nous aurons des biens d'équipement qui nous permettront d'être, chaque jour, en contact avec le média qu'on a choisi, qu'on a envie de consommer, qui nous intéresse à un moment déterminé de notre journée", explique Laurent Battais, responsable de l'étude.

Selon Médiamétrie, qui mesure le nombre de consultations d'un média, quel qu'il soit, les Français ont eu 41,3 "contacts" par jour en moyenne avec un média en 2007, soit 5,8% de plus qu'en 2006.

En outre, les Français sont adeptes de la diversité dans les médias. Près de sept Français sur 10 (69,7%) utilisent en moyenne au moins trois médias différents sur une même journée.

Internet et les autres pratiques multimédias, téléphone mobile et balado-diffuseur, sont de plus en plus employés. 35,6% des Français sont désormais en contact avec Internet, contre 31,2% en 2006, soit une hausse de 4,4 points.

Près de 60% des foyers disposent d'un ordinateur et 17,5% sont multi-équipés. Tandis que le nombre de consultations avec les médias "classiques" (téléviseurs, transistors, journaux) reste stable, celui des "contacts" avec les loisirs numériques et internet augmente.

Selon Médiamétrie, c'est tout au long de la journée que les Français sont touchés par les activités médias et multimédias. De nouveaux comportements apparaissent: on écoute la radio sur téléphone mobile ou baladeur multimédia dans les transports en commun, on lit la presse sur Internet, au travail ou à l'université.

"Les pics d'audience des médias classiques sont les mêmes en 2007 qu'en 2006 sur l'ensemble de la population. Mais ils sont relayés par d'autres supports, comme internet ou le téléphone mobile, pour être consommé de manière différente", explique Tiphaine Goisbeaut, qui a travaillé à l'étude.

Au fil de la journée, l'un ou l'autre des médias va s'imposer sur les autres.

Le matin, entre 6H00 et 9H00, plus de la moitié des Français (55,3%) écoutent la radio, tandis qu'un sur cinq consulte la presse. Entre 9H00 et 12H00, l'internet émerge fortement, 14% des Français sont connectés. A l'heure du déjeuner, 41% des Français sont devant leur téléviseur.

Le soir, entre 21H00 et 22H30, les jeunes (15-24 ans) ne se comportent plus comme les plus âgés (35-49 ans). Les premiers regardent la télévision (à 52,4%), téléphonent avec leurs mobiles (à 17,7%) ou se connectent sur internet (à 14,9%). Les seconds regardent aussi la télévision, mais en plus grand nombre (70%) ou lisent la presse (10%).

"Les médias rythment le quotidien des Français, souligne Sylvain Bethenod, qui a également travaillé à l'étude. De nouvelles pratiques commencent à gagner du terrain et les contenus sont réellement primés par rapport au support. D'où une concurrence beaucoup plus globale qu'avant".