

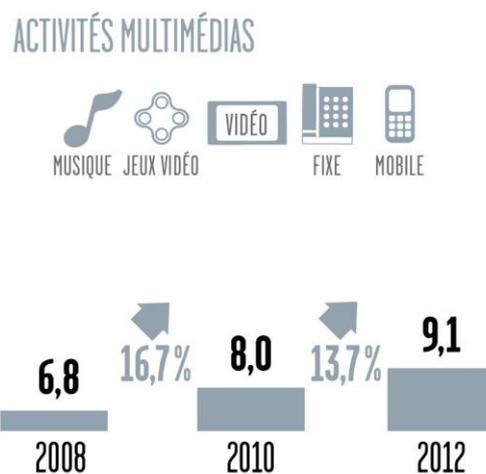
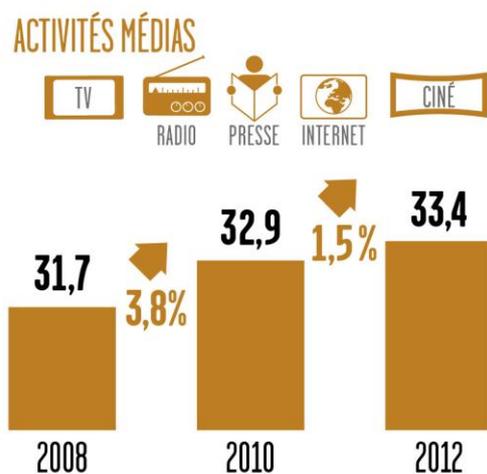
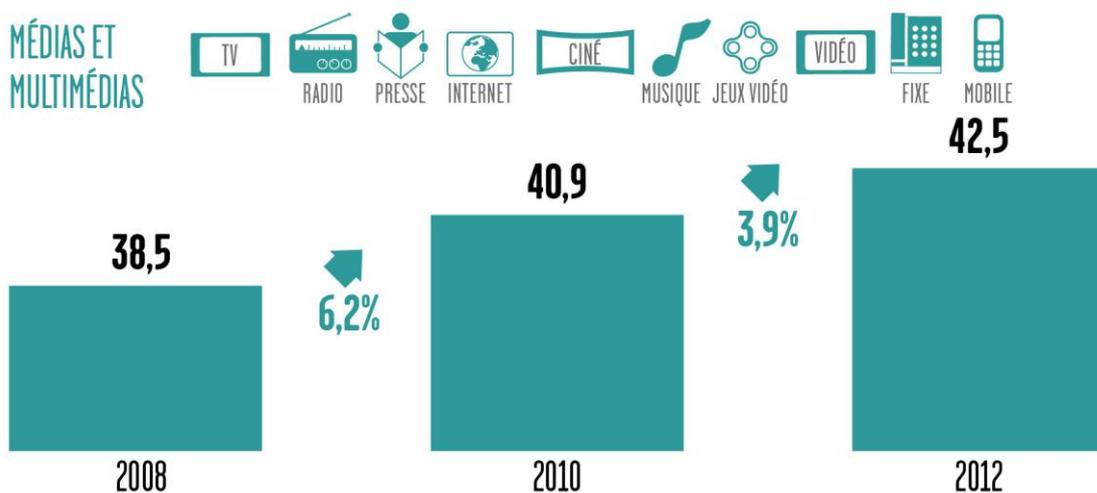
Communiqué de presse  
Media in Life 2012

Médias et loisirs numériques rythment nos journées

Source: Médiamétrie – Media In Life – Base Lundi-Dimanche 2012, 00h-24h - Ensemble 13 ans et plus  
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés – Reproduction interdite

Selon l'étude Media in Life de Médiamétrie, en **2012**, les Français ont eu en moyenne **42,5 contacts médias et multimédias\*** par jour, soit près de 4% de plus qu'en 2010, et plus de 10% par rapport à 2008.

CONTACTS MÉDIAS ET MULTIMÉDIA <sup>(1)</sup> par jour et par personne ↑ ÉVOLUTION EN %



<sup>(1)</sup> du lundi au dimanche / de 0h à 24h



## mediametrie

L'augmentation des contacts médias et multimédias est liée à la fois au fait que plus de personnes y ont accès ou s'y sont converties et qu'elles pratiquent ces activités de manière plus intensive. La grande majorité des Français (98,4%) pratiquent les médias « classiques » - télévision, radio, presse, cinéma -, et 3 sur 4 des loisirs numériques\*\*, des parts stables depuis 2010. La progression est en revanche marquée pour Internet, signe que ce média a encore un potentiel de croissance : près de 6 Français sur 10 s'y connectent chaque jour, soit près de 10% de plus qu'en 2010.

Loin d'être exclusifs, les  $\frac{3}{4}$  des Français consultent au moins 3 médias par jour et près d'1/3 d'entre eux pratique toujours au moins 4 médias - radio, télévision, presse, internet ou cinéma – en moyenne sur une journée, un chiffre stable par rapport à l'année dernière.

En termes d'intensité de pratique, les Français utilisent de plus en plus leur téléphone mobile avec lequel ils ont désormais 4 contacts quotidiens en moyenne, soit un de plus qu'en 2010 - avec plus de textos / SMS, plus d'internet mobile et moins de « voix ». C'est toutefois avec la télévision qu'ils ont le plus de contacts, 16 par jour en moyenne, un nombre stable.

### La journée média d'un individu : toujours plus de contacts

Plus de personnes, plus de contacts avec les médias, les Français orchestrent leurs pratiques de manière complémentaire tout au long de la journée, en fonction de leur activité, du lieu et des personnes avec lesquelles ils se trouvent.

La consommation des médias « classiques » est toujours marquée par des temps forts bien identifiés – matin, midi & soir - à la différence d'internet et des loisirs numériques qui se pratiquent tout au long de la journée. Cette consommation relativement linéaire dans la journée doit beaucoup au caractère mobile des supports d'utilisation propres à internet et aux loisirs numériques (téléphones mobiles, tablettes, notebooks...).

La **radio** est incontestablement le média du matin (**6h-9h**) avec un pic atteint entre 8h et 8h15. Média de la mobilité, elle est particulièrement privilégiée lors des déplacements : près d'un Français sur 5 qui se déplace entre 6h et 9h a au moins un contact quotidien avec la radio. Le matin est aussi le moment privilégié de la lecture de la presse : entre 8h et 9h, 8% des auditeurs radio lisent la presse et écoutent la radio au cours d'un même quart d'heure.

Au fur et à mesure de l'avancement de la matinée, les **loisirs numériques** prennent le relais et s'installent progressivement : ainsi près de 40% des Français ont au moins un contact quotidien avec un loisir numérique entre **9h et 12h**. En premier lieu, ils sont de plus en plus nombreux à utiliser leur téléphone mobile sur leur lieu de travail ou d'études au cours de la matinée : près d'1 personne sur 10 y a au moins un contact avec son téléphone mobile ; ils étaient 1 sur 7 en 2008 soit une progression de 2,3 points en 4 ans.



## mediametrie

Entre **12h et 14h**, la pause déjeuner est traditionnellement associée à la pratique de la **télévision** qui connaît alors son premier pic ; une pratique bien ancrée puisque 41% des Français ont au moins un contact avec ce média entre 12h et 14h. Captés par la télévision, les Français se consacrent moins aux loisirs numériques pendant ce moment de détente, même s'ils sont presque 1/3 de plus qu'en 2008 à utiliser internet et le téléphone mobile au cours de la pause déjeuner.

Les **loisirs numériques** reviennent en force l'après-midi (**14h-18h**), ils sont même davantage pratiqués que les autres activités média ; 45% des Français ont au moins un contact avec un loisir numérique sur cette tranche horaire. Une présence très marquée chez les jeunes : les 13-24 ans consacrent plus des 2/3 de leurs contacts médias et multimédias aux loisirs numériques et à internet pendant l'après-midi, en progression de plus de 20% par rapport à 2008. L'après-midi est aussi un moment propice à l'écoute de la **radio** qui redevient la 1<sup>ère</sup> activité média : plus d'1 personne sur 3 (36%) a au moins un contact avec la radio entre 14h et 18h.

En fin de journée, l'activité se recentre sur le foyer où la télévision tient une place importante. Ainsi, entre **18h-20h30**, l'access prime time est consacré à la **télévision** dont l'auditoire ne cesse d'augmenter jusqu'à 21h15. C'est aussi le moment où la famille se retrouve puisque les 13-17 ans et les 35-49 ans regardent généralement la télévision à plusieurs. Les autres médias sont ainsi moins pratiqués.

Une tendance qui se confirme pendant la soirée et s'accompagne de la montée en puissance d'**internet**. Le « prime time » de **20h30 à 22h30** demeure un temps fort de consommation du média **télévision**. C'est aussi pendant cette période que l'on compte le plus de personnes en contact avec Internet. Et si les 3/4 des 13 ans et plus ont au moins un contact avec la télévision entre 20h30 et 22h30, à 21h, 7% des téléspectateurs ont également un contact avec internet. Un chiffre qui reflète le poids croissant du web et l'évolution des pratiques : cette duplication n'existait quasiment pas il y a seulement 5 ans.

\* TV + Radio + Presse + Internet + Cinéma + Jeux vidéo + Vidéo + Musique + Téléphone

\*\* Musique, Jeux vidéo, Vidéo, Téléphones fixe et mobile

**L'étude Media In Life mesure et analyse la place que prennent les médias et les loisirs numériques au cours d'une journée de la vie des personnes vivant en France à partir de 13 ans. Menée depuis 2005, l'étude permet de suivre des indicateurs qui témoignent de l'évolution des pratiques des Français dans le domaine des médias.**

### **A propos de Médiamétrie**

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2 M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/Mediаметrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediаметrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com/mediаметrie](http://www.facebook.com/mediаметrie).

### **Contacts presse :**

Laure Osmanian Molinero - Tel: + 33 1 47 58 97 55 - E-mail: [losmanian@mediаметrie.fr](mailto:losmanian@mediаметrie.fr)

Isabelle Lellouche Filliau - Tel: + 33 1 47 58 97 26 - E-mail: [ilellouche-filliau@mediаметrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediаметrie.fr)