

Levallois, le 24 juin 2009

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **Une consommation des médias boostée par les 13-17 ans et le développement des nouveaux supports d'écoute**

**Les Français ont en moyenne 40,4 contacts par jour avec une activité média ou multimédia (hors ordinateur), soit 1,2 contacts de plus qu'en 2008. Cette consommation tend à s'uniformiser quelque soit l'âge révélant ainsi une nette progression chez les plus jeunes (13-17 ans). Les nouveaux supports et les loisirs numériques couvrent une population toujours plus importante en 2009.**

#### **La France plus massivement séduite par les loisirs numériques, Internet et la télévision**

Les Français sont de plus en plus nombreux à être en contact avec les médias et les loisirs numériques. Près de 9 personnes sur 10 (89,8%) sont en contact avec la télévision en moyenne sur un jour de semaine (en hausse de 0,6 point par rapport à 2008), près de 8 sur 10 avec la radio (78,6%) et la presse (77,5%). Près d'un Français sur 2 se connecte à Internet début 2009 alors qu'ils étaient 41% en 2008. De même, 75,2% des Français pratiquent les loisirs numériques tels que la musique en ligne, les jeux vidéo, la vidéo ou le téléphone mobile (72% en 2008).

#### **Les médias sont de plus en plus consultés sur de nouveaux supports**

La consultation des médias en dehors de leur support d'origine progresse en 2009. 8,4% des Français consultent la télévision, la radio ou encore la presse sur Internet ou sur leur téléphone mobile, soit une progression de 0,7 point en un an.

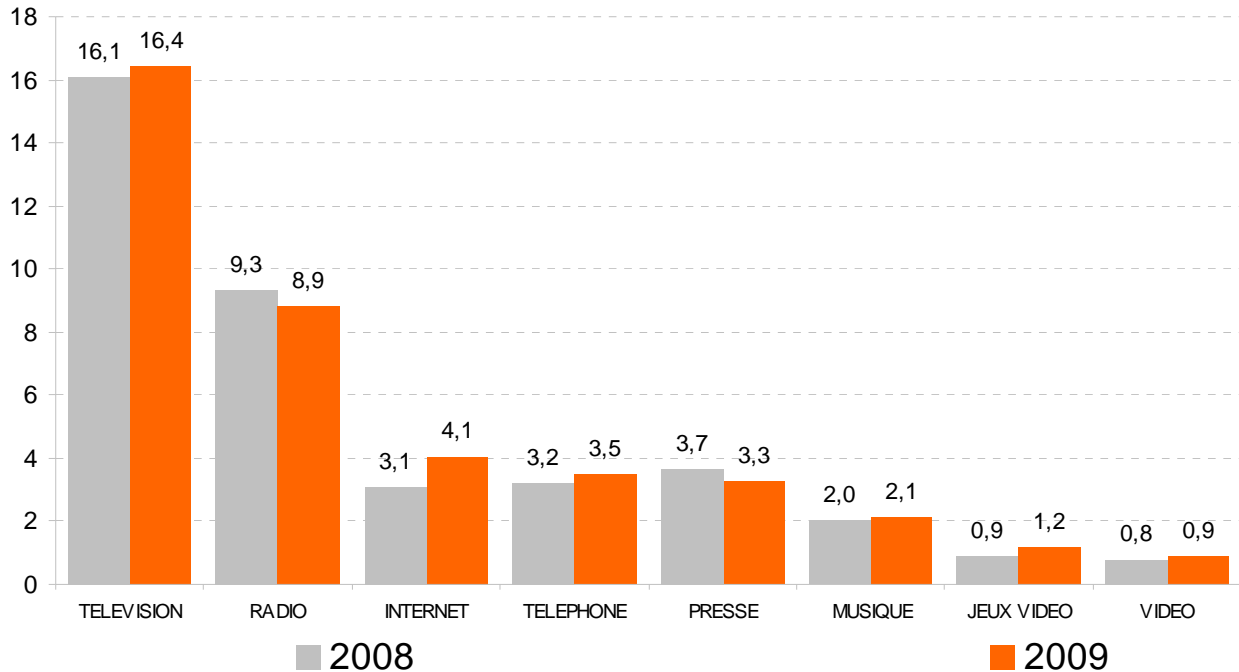
La musique, la vidéo ou encore les jeux vidéo sont également pratiqués de plus en plus en dehors de leurs canaux d'origine. 22,4% des Français ont déjà adopté quotidiennement ces nouveaux supports : musique sur internet ou en mp3, vidéo à la demande, jeux sur téléphone mobile, consoles en réseau...

#### **Une pratique média qui s'intensifie, particulièrement chez les 13-17 ans**

La télévision est l'activité média numéro 1 des Français (16,4 contacts quotidiens en 2009). La consommation du téléphone et des jeux vidéo devient quant à elle plus intensive (3,5 et 1,2 contacts par jour et par personne avec + 0,3 contact supplémentaire pour chacun en un an). Incontestablement, Internet est le média qui a connu la plus forte progression en 2009. En un an, sa pratique s'est accrue, gagnant un contact par jour et par personne pour atteindre 4,1 contacts quotidiens en 2009.

Tous les âges sont concernés par cette intensification de la consommation des médias, notamment les plus jeunes. Les 13-17 ans rattrapent peu à peu leurs aînés avec 38,8 contacts médias et multimédias par jour et par personne, soit 4,4 contacts supplémentaires par rapport à 2008.

**Nombre de contacts médias et multimédias par jour par personne**



**Des médias consommés de plus en plus en déplacement**

L'étude Media In Life permet également de mesurer le temps passé à domicile, au travail ou encore dans les transports et analyse les comportements Médias selon le moment de la journée.

Les Français se déplacent en moyenne 1h26 par jour (+2 minutes par rapport à 2008) et près des trois quarts d'entre eux (72,5%) consomment un média à ce moment là. Lors des trajets, la radio est le média privilégié puisque 54,9% de personnes qui se déplacent l'écoutent. Le temps de trajet est également largement utilisé pour téléphoner (que ce soit dans les transports en commun, en voiture, etc.) : 17,1% des personnes passent leurs appels, envoient leurs SMS ou jouent sur leur téléphone portable au cours de leurs trajets. C'est précisément dans les transports en commun que le téléphone mobile a su s'imposer comme premier média avec 26,2% des Français qui utilisent ce temps pour téléphoner.



**mediametrie**

**L'étude Media In Life mesure et analyse la place que prennent les médias 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**

*Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs 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 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.*

*Pour plus d'informations, visitez le site web de Médiamétrie : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr)*

#### **Pour toute information presse :**

Isabelle Maurice – Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail: [imaurice@mediаметrie.fr](mailto:imaurice@mediаметrie.fr)

Julie Albessard – Tél : 01 47 58 09 29 - E-mail: [jalbessard@mediаметrie.fr](mailto:jalbessard@mediаметrie.fr)