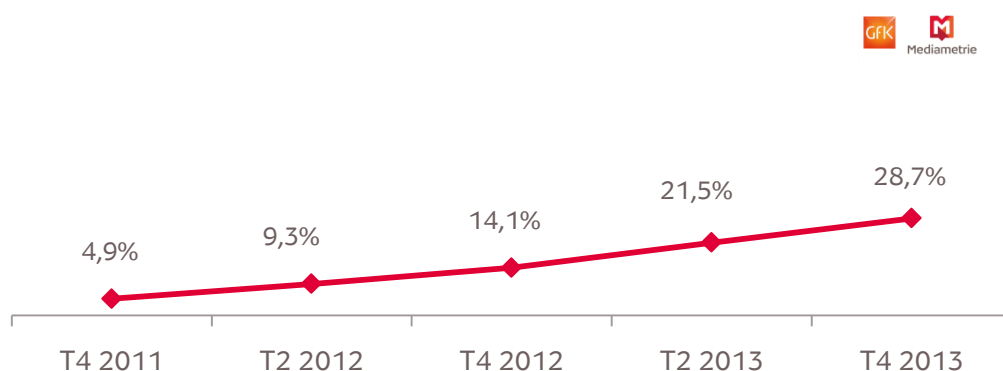




GfK/Médiamétrie - Référence des Equipements Multimédias 4^{ème} trimestre 2013

Près de 3 foyers sur 10 équipés d'une tablette



Source : GfK / Médiamétrie – Référence des Equipements Multimédias – T4 2011 à 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Les fêtes de Noël ont encore donné un coup d'accélérateur aux tablettes : à fin 2013, 7,9 millions de foyers sont équipés d'une tablette, soit près de 3 foyers sur 10. Une progression de plus de 30% par rapport au 2^{ème} trimestre 2013 et 6 fois plus qu'en 2011.

Un profil de foyers équipés qui a évolué en 2 ans

Depuis 2011, le profil des possesseurs de tablettes a évolué. L'apparition de tablettes plus accessibles que les premiers modèles proposés sur le marché a permis une démocratisation de l'accès à cet équipement. En 2011, le profil des foyers était marqué par une surreprésentation forte des chefs de foyer CSP+ (52,6%), âgés de 35 à 49 ans (41%) et des foyers composés de 1 ou 2 personnes (51,2%).

En 2013, le profil des foyers équipés tablettes est marqué par les évolutions suivantes : les chefs de foyers CSP+ ne sont plus majoritaires parmi les équipés tablettes (45,1%, soit -7,5 points).

Les foyers dont le chef est âgé de 50 ans et plus ont pris le relais des 35-49 ans (42%, +5,2 points) devenant la tranche d'âge la plus représentée.

Enfin ces écrans plaisent aux petits comme aux grands : les foyers avec enfants sont plus représentés qu'en 2011 (39,4%, +7,4 points).

La Référence des Équipements Multimédias

Produit de l'expertise conjointe de GfK et Médiamétrie, dont le terrain est réalisé par ISL, la Référence des Equipements Multimédias constitue l'unique étude proposant une vision globale et évolutive du parc média et multimédia des foyers (équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques) et de l'accès Internet.

Réalisée auprès de 22 000 foyers représentatifs de la population française, cette enquête trimestrielle constitue la mesure de référence des équipements médias et multimédias des Français. Quant à la sélection d'équipements à utilisation individuelle, GfK et Médiamétrie mettent également à disposition des résultats en termes d'individus utilisateurs.

A propos du groupe GfK

Le groupe GfK offre les connaissances indispensables à l'industrie, aux distributeurs, aux sociétés de services et aux médias dans leur prise de décisions sur les marchés. En s'appuyant sur ses 2 nouveaux secteurs GfK Consumer Choices (panels distributeurs et mesure d'audience des Médias) et GfK Consumer Experiences (panels consommateurs, Mystery Shopping, Grandes Enquêtes et études Ad-Hoc Media) le groupe peut ainsi mesurer, visualiser et restituer l'intégralité du parcours consommateur, depuis l'exposition aux Médias jusqu'à l'acte d'achat dans les points de vente physiques ou dématérialisés. Classé parmi le Top 5 des sociétés d'études de marché les plus performantes au monde, le groupe GfK est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 13.000 collaborateurs. En 2012, le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,51 milliard d'euros.

Web : www.gfk.com

Twitter : www.twitter.com/GfK_en

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 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr

GfK : Raphaël Couderc

Tel : 01 74 18 61 57

raphael.couderc@gfk.com