

Actu24/7

Les nouveaux modes d'accès à l'actualité amplifient l'appétit des Français pour l'information

2 Français sur 3 suivent l'actualité plusieurs fois par jour

L'écrasante majorité des Français (91%) s'intéresse à l'actualité au moins 1 fois par jour et près de 2 individus sur 3 (63%) la suivent même plusieurs fois par jour.

En cas d'événement choc – inattendu et exceptionnel – leur consommation d'actualités s'intensifie puisqu'ils sont 77% à chercher des informations plusieurs fois par jour. Dans ce contexte, plus d'un quart des Français (27%) s'informe au moins toutes les heures.

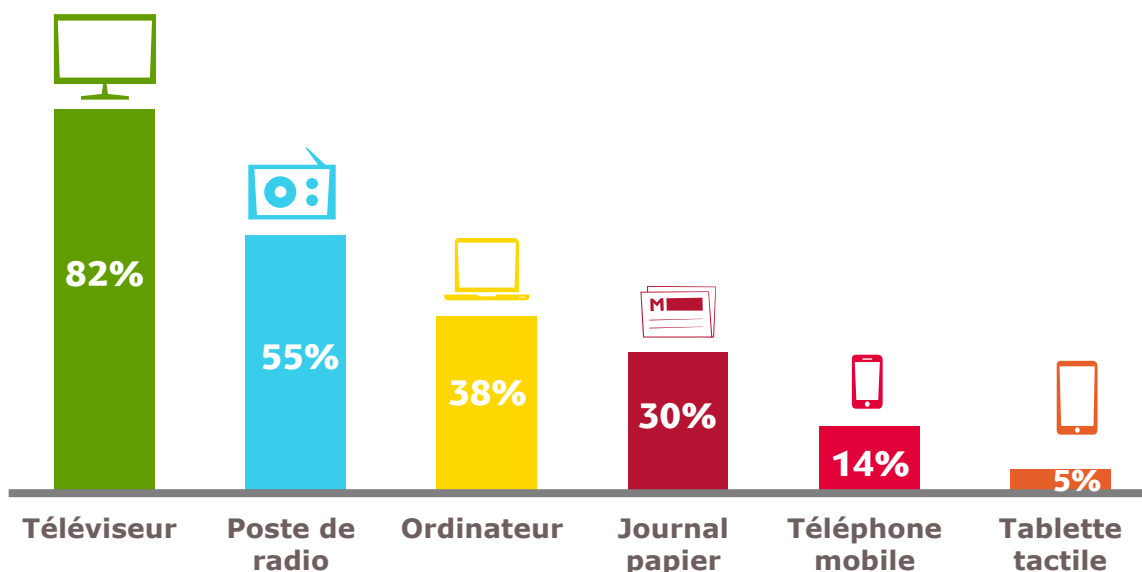
Un phénomène amplifié par les nouveaux modes d'accès à l'actualité

Les nouveaux modes d'accès à l'actualité, qu'il s'agisse d'équipements (smartphone, tablette) ou des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc), semblent augmenter l'appétit des Français pour l'actualité. 1 utilisateur de téléphone mobile sur 4 paramètre des alertes sur des applications de news ; et avec les réseaux sociaux, les internautes jouent un rôle actif sur la circulation de l'information : 17% des Français y partagent des actualités.

Cette multiplication des modes d'accès les incite même à utiliser davantage les médias traditionnels pour s'informer : plus d'un quart des individus a le sentiment de lire la presse davantage qu'avant, en particulier les plus jeunes (18 - 24 ans) et les CSP+. Une progression notamment portée par un équipement croissant des Français en smartphones et tablettes.

Une hiérarchie des médias inchangée pour s'informer

Au global, les nouveaux modes d'accès n'ont pas changé la hiérarchie des médias pour s'informer. En semaine, ils se tournent d'abord vers le téléviseur (82%) puis le poste de radio (55%), l'ordinateur (38%), la presse papier (30%) et enfin le téléphone mobile (14%) et la tablette (5%). S'ils s'informent davantage en semaine que le week-end, ils privilégient chacun de ces supports dans le même ordre le week-end.



Ces différents médias s'orchestrent au fil de la journée. La radio est le 1^{er} média du matin pour s'informer, en particulier sur les stations généralistes ou d'information entre 6h et 9h. 2^{ème} média du matin, notamment grâce aux chaînes d'information en continu, la télévision prend la 1^{ère} place le midi et le soir, pour les JT, avec un pic plus marqué le soir. Quant à la presse, après le pic du matin, sa consommation est régulière tout au long de la journée.

Méthodologie de l'étude Actu24/7

Actu24/7 a pour objectif de mesurer et comprendre en profondeur la façon dont les individus s'informent sur l'actualité en France. L'étude est réalisée auprès de 3 103 individus de 18 ans et plus par téléphone ou en ligne.

Le terrain d'enquête s'est déroulé du 18 novembre au 19 décembre 2013.

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