



COMMUNIQUE DE PRESSE

NOUVELLE SYNTHÈSE MEDIAS360

Les Chiffres clés de la Convergence et des nouvelles pratiques médias

INTERNET DEVIENT LE 1^{ER} VECTEUR DE COMMUNICATION PRIVEE... DEVANT LE TELEPHONE FIXE OU LE TELEPHONE MOBILE

Source : Médiamétrie – Médias360 / Les Chiffres clés de la Convergence janvier-mars 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

La démocratisation des équipements numériques (**1 Français sur 2 dispose de l'Internet haut-débit à domicile⁽¹⁾**) a un impact croissant sur la façon dont les Français communiquent entre eux et s'approprient les médias et les loisirs numériques.

Internet est devenu le premier vecteur de communication entre les individus en dehors de la sphère professionnelle : **aujourd'hui, plus d'1 communication sur 3 s'effectue par internet** (37 %)⁽²⁾. La part accordée à l'Internet devance désormais dans la journée d'un Français celle des communications de téléphonie mobile (32,1%) et celle de la téléphonie fixe (30,9%)⁽²⁾. Près de la moitié des Français (46%) ont écrit ou reçu un e-mail au cours du dernier mois, contre 42,8% en 2006⁽³⁾.

Autre signe des temps, la messagerie instantanée et le SMS représentent chacun plus de 11% de ces contacts⁽²⁾.

Les progrès technologiques favorisent le développement des équipements permettant la pratique des médias et des loisirs numériques **en mobilité**. Ainsi, plus d'1 Français sur 4 dispose d'une console de jeux portable et plus de 2 sur 5 ont accès à un baladeur MP3⁽¹⁾. **58,2% des personnes équipées de téléphone mobile possèdent une fonction Internet mobile, et 36,6% de celles-ci déclarent l'avoir utilisée au cours du dernier mois⁽⁴⁾**.

Dans ce contexte, il n'est pas très étonnant que les **nouvelles formes de consommation des médias et des loisirs numériques** prennent de l'ampleur :

- Ainsi plus de 12% des contacts TV et vidéo sont réalisés sur les chaînes numériques ou via Internet, et donc en dehors des canaux traditionnels que sont les chaînes hertziennes analogiques, les K7 et DVD⁽²⁾.

- De la même manière, plus de 7% des contacts avec les contenus audio (radio et musique) ont lieu sur des supports numériques et dématérialisés comme Internet, les MP3 ou les téléphones mobiles, et donc en dehors des canaux classiques que constituent les tuners ou les chaînes hifi⁽²⁾.

Cette synthèse Medias360 est réalisée pour la deuxième année consécutive, à partir des études de référence de Médiamétrie. Elle dresse un panorama des nouvelles pratiques médias et multimédias des Français, qu'ils soient internautes ou non. Elle quantifie les équipements - ordinateur, accès à Internet, box, consoles de jeux, baladeurs, téléphones mobiles, etc. - et leurs utilisations, pour déceler les tendances fortes et la pratique des nouveaux usages pour la télévision, la radio, le cinéma, la musique, les jeux, l'Internet (streaming, podcast, internet mobile, etc.).

Sources citées :

(1) Médiamétrie / GfK - Référence des Equipements Multimédias / Janvier-Mars 2007

(2) Médiamétrie - Media In Life / Janvier-Février 2007

(3) Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet / Janvier-Mars 2007

(4) Médiamétrie - Téléphonie et Services mobiles / Janvier-Mars 2007 / Base : utilisateurs principal de téléphone mobile avec fonction internet mobile

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet et les Nouveaux Médias. Egalement spécialiste des secteurs du cinéma et de la vidéo, Médiamétrie met son expertise et son savoir-faire à la disposition des autres industries des loisirs numériques et de l'entertainment : musique, jeux vidéo et spectacle du vivant. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes. L'entreprise investit plus de 10% de son chiffre d'affaires en Recherche et Développement.

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero – Tél. : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Nelly Dubner – Tél. : 01 47 58 97 26
ndubner@mediametrie.fr