

## Communiqué de presse

### Média in Life 2010

#### L'émancipation des jeunes favorise les médias classiques

Source: Médiamétrie – Media In Life – Base Lundi-Dimanche 2010, 00h-24h - Ensemble 13 ans et plus - Toutes localisations, avec ou sans accompagnement, avec ou sans activité courante - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés – Reproduction interdite

**D'année en année, les Français intensifient et diversifient leurs contacts quotidiens avec les médias. Toutefois, les différences de pratiques médias sont en grande partie liées à l'étape de la vie à laquelle ils se situent : notamment, les jeunes qui ont quitté le domicile familial sont plus enclins que ceux qui vivent encore chez leurs parents à pratiquer les médias « classiques » comme la télévision, la radio, la presse et le cinéma. Ces médias semblent liés à une certaine « maturité » puisque l'arrivée d'enfants dans un foyer conforte encore leur prééminence.**

#### **EMANCIPES OU A LA MAISON, LES JEUNES SONT « MEDIAVORES »**

Plus on avance dans la vie, plus on privilégie les grands médias (télévision, radio, presse, Internet et cinéma). Les jeunes émancipés – jeunes de moins de 30 ans ayant quitté le domicile parental - leur consacrent près des ¾ de leurs contacts médias et multimédias et les jeunes à la maison 3 sur 5. Une proportion qui monte à 90% pour les jeunes seniors inactifs et 85% pour les parents expérimentés.

Pratique unanime et générationnelle, Internet rassemble 7 jeunes sur 10 au cours d'une journée - qu'ils soient « à la maison » ou « émancipés ». Toutefois, les jeunes émancipés ont plus de contacts quotidiens avec le web (9) que les jeunes à la maison (près de 7).

Les jeux vidéo, la vidéo et la musique sont des loisirs majoritairement appréciés par les jeunes, qu'ils soient encore à la maison ou bien émancipés.

Bénéficiant des équipements et pratiques de leurs parents, les jeunes à la maison sont plus majoritairement exposés aux médias et loisirs numériques que les jeunes émancipés. En revanche, les jeunes émancipés sont plus consommateurs de médias au cours de la journée. Ils consacrent plus de 7 contacts sur 10 aux activités médias - radio, TV, presse, Internet et cinéma. Les jeunes à la maison en consacrent 6 sur 10. Les jeunes émancipés consacrent plus de contacts à la presse (le double) et à la radio (1,5 fois plus) que les jeunes à la maison.

Les jeunes émancipés pratiquent plus le téléphone fixe que les jeunes à la maison – ils sont 1 sur 5 contre 1 sur 7. Cela peut s'expliquer par les offres « triple play » qui permettent de téléphoner gratuitement, alors que les jeunes à la maison privilégient leur mobile, moyen de communication personnel.



**mediametrie**

Les jeunes à la maison consacrent 2/3 de contacts en plus au téléphone mobile que les jeunes émancipés. Ces derniers privilégient davantage la voix (versus SMS/texto) : ils y consacrent 1/3 de leurs contacts avec leur téléphone mobile. Les jeunes à la maison se servent davantage et principalement de leur téléphone mobile pour envoyer des SMS : les textos représentent 84% de leurs contacts avec leur téléphone mobile. De manière générale, les jeunes ont tendance à accroître leur communication par textos. La part de ce mode de communication a très nettement augmenté ces dernières années par rapport aux communications téléphoniques.

Les jeunes à la maison sont joueurs : 3 sur 10 pratiquent les jeux vidéo alors que les jeunes émancipés sont 15%. En revanche, ils ont des pratiques équivalentes en matière de vidéo et de musique.

Ces tendances sont confortées par la présence d'enfants dans le foyer puisque les parents expérimentés privilégient les médias classiques : ils leur consacrent 85% de leurs contacts médias et multimédias lors d'une journée, soit 5,5 contacts de plus que les couples 35-49 ans sans enfant. La presse, la radio et la télévision tiennent une place importante. Mais les parents expérimentés sont de plus en plus nombreux à pratiquer Internet au cours d'une journée : 56% en 2010.

Les couples 35-49 ans sans enfant ont plus de contacts avec Internet, le téléphone mobile et autres loisirs numériques. Le nombre de leurs contacts avec Internet, en forte augmentation, atteint 5,6 par jour en 2010.

#### **41 CONTACTS QUOTIDIENS AVEC LES MEDIAS**

Ces diversités de comportements accompagnent une tendance globale : d'année en année, les Français intensifient leurs contacts quotidiens avec les médias. En 2010, les personnes vivant en France ont eu **41** contacts avec les médias et loisirs numériques au cours d'une journée. Cela correspond à une augmentation de 7% par rapport à 2008. Toutes les tranches d'âge sont concernées, même si c'est auprès des 18-24 ans que ce phénomène est le plus marqué, en lien avec l'augmentation de leur pratique d'Internet et du téléphone mobile.

Nos concitoyens apprécient de diversifier les médias : près d'1 Français sur 3 est en contact avec au moins **4** grands médias (TV, radio, presse, Internet et cinéma) au cours d'une journée ; il y en avait 1 sur 4 il y a deux ans.

Les médias « classiques » - télévision, radio, presse et cinéma - dominent le paysage médiatique puisque la quasi-totalité de la population (99%) est en contact avec au moins l'un d'entre eux au cours d'une journée. Les loisirs numériques – vidéo, téléphone fixe et mobile, musique et jeux vidéo - ne sont pas en reste : plus de 3 Français sur 4 les pratiquent au cours d'une journée.

Les loisirs numériques sont pratiqués de manière régulière tout au long de la journée à la différence des grands médias caractérisés par des temps forts de consommation, les « prime-time ». Internet et le téléphone mobile sont les activités qui ont connu la plus forte progression ces deux dernières années.



mediametrie

**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.**

**Les catégories étudiées**

**Les jeunes à la maison** : Personnes de moins de 25 ans vivant au domicile parental.

**Les jeunes émancipés** : Personnes de moins de 30 ans, ayant quitté le domicile parental, vivant seules ou à plusieurs en colocation/cohabitation (sans lien de parenté et ne formant pas de couple).

**Les couples 35-49 ans sans enfant** : Personnes vivant en couple, avec un chef de famille âgé de 35 à 49 ans et sans enfant dans le foyer.

**Les nouveaux parents** : Personnes ayant la charge d'enfant(s) ayant moins de 11 ans.

**Les parents expérimentés** : Personnes ayant la charge d'enfant(s), ayant tous atteint 11 ans, et dont au moins un a moins de 25 ans.

***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.*

**Contact presse :**

Laure Osmanian Molinero - Tel: + 33 1 47 58 97 55 - E-mail: losmanian@mediametrie.fr

[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)