

## Communiqué de presse

# 73% des urbains restent média-connectés pendant leurs vacances

---

### Une étude iligo sur la consommation médiatique des urbains pendant les vacances

PARIS, LE 7 NOVEMBRE 2012

Vacances de la Toussaint du 27 octobre au 12 novembre. Pont du 1<sup>er</sup> novembre.... Autant d'occasions pour les urbains de partir en vacances ou en week-end prolongé et de s'offrir une déconnexion d'avec leur quotidien. Mais qu'en est-il de leur comportement média durant ces jours de congés ? Appuient-ils sur le bouton « off » ? Quels médias et quels devices les accompagnent sur leur lieu de villégiature ? Et dans un avenir proche : comment imaginent-ils leurs médias des vacances ? Le point en chiffres avec la dernière étude menée par iligo.

### Des urbains qui restent média-connectés durant leurs vacances

**Si les vacances sont l'occasion d'une déconnexion du quotidien, les urbains n'entendent pas pour autant se déconnecter des médias : 73% d'entre eux conservent les mêmes habitudes de consommation des médias durant leurs congés.**

Un constat encore plus vrai pour certains d'entre eux : les femmes (75%, indice 103) et les 18-34 ans (77%, indice 105).

Les « gros » consommateurs d'un média sont également plus enclins à prolonger leurs habitudes médias durant les vacances. C'est le cas des importants consommateurs de la presse (79%, indice 108) et de la radio (81%, indice 111).



## Le support traditionnel reste privilégié pour prolonger le contact média durant les vacances

**Pour consommer des émissions de télévision ou de radio, les urbains utilisent majoritairement le support d'origine :** 48% des urbains regardent des émissions de télévision sur un écran de télévision, 49% écoutent des émissions de radio en allumant un poste de radio.

Suivent l'ordinateur (utilisé par 28% des urbains pour regarder des émissions de télévision et 23% d'entre eux pour écouter des émissions de radio) et le smartphone (11% des urbains l'utilisent pour regarder la télévision, 14% pour écouter la radio).

**Le constat est un peu différent s'agissant de la lecture de la presse quotidienne.** Le journal reste dominant : 56% des urbains lisent les articles de la presse quotidienne sur support papier. Toutefois, les présences digitales des quotidiens émergent plus largement que pour les contenus audiovisuels : 49% lisent des articles de quotidiens sur un ordinateur durant leurs vacances, 38% sur un smartphone.

S'agissant enfin des sites Internet, l'ordinateur reste la première voie d'accès pour 67% des urbains, suivi du smartphone (54%) et de la tablette (13%).

## Une média-connexion qui devrait s'intensifier à l'avenir grâce au smartphone et la tablette

**A horizon de 3-4 ans, les urbains ne pensent pas abandonner les supports traditionnels de leurs médias. Au contraire, ils sont une plus forte proportion à imaginer qu'ils utiliseront davantage le support d'origine qu'à déclarer le faire aujourd'hui :**

- 65% des urbains imaginent écouter des émissions de radio via un poste de radio durant leurs vacances 2015-2016 (soit un écart de +16 points par rapport à leur pratique actuelle)
- 59% regarder la télévision sur un écran de télévision (+11 points par rapport à leur pratique actuelle)
- 58% à lire des articles de presse magazine sur le support papier (+15 points).

**Mais les plus fortes progressions entre pratiques actuelles et pratiques projectives s'observent sur les nouveaux devices.**

**Le smartphone s'annonce comme le device le plus hybride du point de vue de ses usages médias.** 69% des urbains imaginent utiliser leur smartphone pour surfer sur Internet (+16 points par rapport à leur pratique actuelle), 39% pour regarder la télévision (+27 points), 38% pour lire des articles de presse magazine (+15 points), 33% pour écouter la radio (+19 points).

**La tablette progresse pour la consommation de contenus audiovisuels...** 27% imaginent l'utiliser pour regarder des émissions de télévision (+24 points), 20% pour écouter des émissions de radio (+17 points).

**... Mais s'impose prioritairement dans l'imaginaire des urbains pour l'accès à Internet et la lecture de la presse.** 50% des urbains pensent surfer sur Internet avec une tablette d'ici 3-4 ans (+36 points par rapport à leur pratique actuelle). Ils sont par ailleurs 33% à imaginer lire sur tablette des articles de presse quotidienne (+25 points) et 30% des articles de presse magazine (+25 points).

Smartphone, tablette : les urbains entendent multiplier lors de leurs futures vacances les voies d'accès à leurs médias. Sans délaisser les supports d'origine, ils envisagent de profiter de toutes les potentialités offertes par les nouveaux écrans pour être toujours plus média-connectés durant leurs vacances.



## Méthodologie

- Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)
- Enquête réalisée du 13 août au 21 août 2012
- 1011 répondants, résidant dans des agglomérations de plus de 100 000 habitants, 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

## A propos d'iligo

iligo est une société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies.

iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises :

- Consumer Insight
- Media Insight
- Communication Insight

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

## Contacts

Olivier Goulet

01 53 00 92 84

[olivier.goulet@iligo.fr](mailto:olivier.goulet@iligo.fr)

Pauline Lermigeaux

01 53 00 92 89

[pauline.lermigeaux@iligo.fr](mailto:pauline.lermigeaux@iligo.fr)

