



# Dossier de Presse



Paris, le 20 mai 2008

Contact : Emmanuelle Godard

Email : [emmanuelle.godard@ipsos.com](mailto:emmanuelle.godard@ipsos.com)



Téléphone : 01 41 98 94 31

Ce dossier de presse sera ultérieurement consultable et téléchargeable sur notre site Internet  
<http://www.ipsos.fr>.

Les informations figurant dans ce dossier ne peuvent être utilisées à des fins commerciales.



## Passion Actu

Nous assistons actuellement à un véritable **bouleversement des modes d'information**. Le développement d'Internet, l'essor de la presse gratuite, l'accès aux chaînes d'information sur le bouquet gratuit de la TNT ont révolutionné l'accès à une information qui se doit d'être **immédiate, à la demande** et dont la **gratuité** est presque devenue une règle auprès des jeunes générations. Un bouleversement également dans la nature de l'information puisque le public a de plus en plus la possibilité d'y apporter sa propre **contribution**.

Dans ce contexte, Ipsos Media a mené **une investigation en profondeur auprès des internautes « fans d'actu »** \* visant notamment à :

- appréhender leur mode de consommation de l'actu : à quels moments ? dans quels lieux ? quels media et quels supports privilégient-ils ? pour quels types d'info ?
- déterminer la complémentarité des différentes sources d'information
- évaluer le bénéfice perçu des supports d'information utilisés en presse, en radio, en télévision et sur Internet
- connaître l'utilisation et l'apport d'Internet en matière d'information

\* **population ayant un fort intérêt à l'égard de l'actualité générale (Note  $\geq$  9/10) et qui la suivent assidument dans les médias.**

(suite page 2)

[suite...]

### Pour les fans d'actu, s'informer est davantage un plaisir qu'une contrainte

Après de cette population, l'actu constitue un réel centre d'intérêt autour duquel ils aiment échanger avec leurs amis, leurs collègues, ... **S'informer est davantage un plaisir qu'une contrainte** imposée par leur activité professionnelle ou leurs études. Fans d'actu, ils consomment l'information à **tous moments de la journée et quels que soit les lieux** (plus de la moitié s'informe régulièrement dans les transports).

### Additionner les sources constitue le meilleur moyen de se tenir bien informé

Pour s'informer ils aiment à multiplier les sources : selon eux, « **additionner les sources constitue le meilleur moyen de se tenir bien informé** ». 1/3 utilisent régulièrement les 4 media pour s'informer : 90% regardent régulièrement la Télévision pour s'informer, 69% lisent régulièrement la presse, 63% consultent régulièrement Internet et 59% écoutent régulièrement la radio.

Pour s'informer, ils **regardent régulièrement 6 programmes de télévision différents** : en premier lieu les journaux télévisés des grandes chaînes généralistes (38% regardent régulièrement le JT de 20h de TF1, 33% le JT de 20H de France 2 et 28% le 19-20h sur France 3) ; ils sont près d'un quart (23%) à suivre régulièrement l'actualité sur les chaînes d'info thématiques.

Par ailleurs, ils lisent en moyenne pour s'informer **6 titres de presse dont 2 de façon régulière** : en presse quotidienne, ils privilégient pour s'informer le quotidien de leur région (31% le lisent régulièrement), 20 Minutes (17%), Metro (14%) et Le Monde (10%).

Ils sont 36% à lire régulièrement un hebdomadaire d'actualité : Le Canard Enchaîné (11% déclarent le lire régulièrement), Le Nouvel Observateur (9%), L'Express (8%), Marianne (7%) et Le Point (7%).

Ils écoutent **régulièrement 2 programmes d'informations en radio** : France Info constitue leur première source d'information (24% l'écoutent régulièrement), viennent ensuite les matinales de France Inter (16%), RTL (11%) et Europe 1 (10%).

Sur Internet, **lorsqu'ils cherchent une information sur un fait d'actualité, 40%** déclarent aller en priorité sur un **moteur de recherche, 35%** directement sur un **site media** (de presse, radio ou télévision) et **21%** sur un **portail généraliste**. Les 3 sites qu'ils consultent le plus régulièrement pour s'informer sont Google Actualités (23%), MSN Actualités (19%) et Lemonde.fr (15%).

En ce qui concerne les **nouveaux sites d'information** (Rue89, Mediapart, Lepost, Agoravox, ...), ils s'inscrivent déjà dans leur logique de diversification des sources d'informations. 53% déclarent les connaître et 31% les utilisent pour s'informer

Enfin, **plus de la moitié des personnes interrogées (53%)** déclarent avoir déjà donné leur **point de vue sur un sujet d'actualité** dont 37% sur Internet.

[suite...]

## Les titres de presse et leur déclinaison Internet : Une image proche et des fonctions complémentaires

Les fans d'actu utilisent les titres dans leur version papier et dans leur version Web de façon **complémentaire** : s'ils cherchent avant tout sur les sites de presse l'essentiel de l'actualité, à être au courant des derniers événements et à pouvoir approfondir certains sujets, l'analyse, l'expertise ainsi que le plaisir restent avant tout l'apanage des titres dans leur version papier.

Pour les internautes fans d'actu, la **presse** est perçue, par rapport à Internet, comme le media le plus **fiable**, permettant le mieux de **comprendre le monde** qui nous entoure et dont ils se sentent le plus **proche**.

**Internet**, en revanche, est plébiscité pour sa **réactivité**, son **indépendance** à l'égard des pouvoirs politiques et économiques, sa capacité à faire **revivre l'événement** et son **interactivité** pour permettre au plus grand nombre d'exprimer son point de vue.

Force est de constater que **quel que soit le site de presse, il bénéficie en grande partie des traits d'image qui caractérisent le titre d'origine**.

## La méthodologie

Etude réalisée online du 7 mars au 7 avril 2008 auprès d'un échantillon de 6 735 individus représentatifs de la population des internautes âgés de 15 ans de façon à sélectionner et interviewer une population de « fans d'actu ». Cette population est composée d'internautes ayant un fort intérêt à l'égard de l'actualité générale et qui la suivent assidument dans les médias.

1 886 internautes fans d'actu ont ainsi été interviewés on-line sur :

- Leur consommation de l'actualité (moments et lieux)
- Leur intérêt à l'égard de différentes thématiques d'actualité
- Leurs sources d'informations privilégiées parmi 110 supports d'information (titres de presse, programmes radio, émissions de télévision et sites Internet)
- Leur opinion à l'égard du traitement de l'information pour chaque media en général
- Leurs motifs de consultations des différentes sources d'informations (titres de presse, sites Internet, chaînes de télévision et stations de radio) et l'image de chacune d'elle
- Leur consommation d'actu en convergence
- Leur utilisation et l'apport perçu des nouveaux sites d'informations « indépendants »
- Leur participation à l'actu

Pour plus d'information :

Contact Etudes :  
Emmanuelle Godard  
01 41 98 94 31  
[emmanuelle.godard@ipsos.com](mailto:emmanuelle.godard@ipsos.com)

**Avec une équipe alliant experts des médias et spécialistes des techniques d'enquêtes quantitatives et qualitatives, Ipsos Media développe des solutions de mesure, de valorisation, de compréhension et de conseil pour le marketing éditorial et publicitaire. La combinaison d'études collectives, de protocoles normés, et d'études ad hoc singulières et innovantes permet de répondre aux enjeux de performance et de développement des supports et des régions.**