

## Communiqué de presse

7 Mars 2013

# Interactions entre Médias et Écrans : Perception des Français 1ère édition du Baromètre Semestriel

---

## Les interactions entre devices connectés et médias renforcent l'expérience des Français

**71% des Français déclarent qu'en développant les interactions  
entre médias et devices connectés, les médias deviennent plus  
ludiques et plus divertissants**

**66% qu'ils offrent ainsi la possibilité aux individus  
de devenir acteurs**

Alors que les Français sont toujours plus largement équipés en devices connectés (smartphones, tablettes), de plus en plus d'interactions se développent entre ces nouveaux écrans et les médias. Social TV, QR Codes ou encore tagging de publicités via Shazam : autant de nouvelles possibilités de passerelles entre les médias et les smartphones ou encore les tablettes.

Comment les Français jugent-ils ces nouvelles interactions entre devices et médias ? Qu'apportent ces interactions à l'expérience média des Français ? Quels sont les médias qui présentent les plus forts potentiels d'interaction avec les nouveaux devices ? Smartphone, tablette : existe-t-il une différence entre ces deux devices ?

La réponse en chiffres avec la première édition du nouveau volet du Baromètre Multi-Ecrans iligo : Les Français et les interactions entre Médias et Écrans.

## La Télévision, l’Affichage numérique, la Presse figurent sur le podium des médias jugés les plus interactifs avec les nouveaux devices

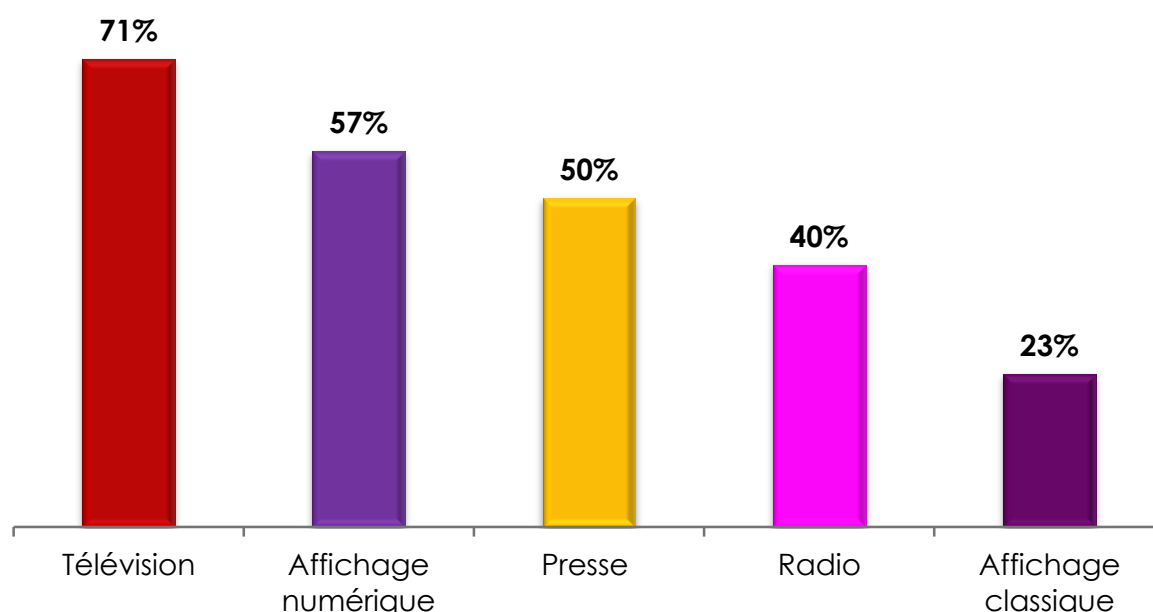
Aux yeux des Français, la Télévision s’impose comme le média présentant le potentiel d’interactivité le plus fort avec les nouveaux devices. Viennent ensuite l’Affichage Numérique en seconde position puis la Presse sur la troisième marche du podium.

Une hiérarchie qui demeure inchangée que l’on s’intéresse aux interactions entre médias et smartphone ou aux interactions entre médias et tablette.

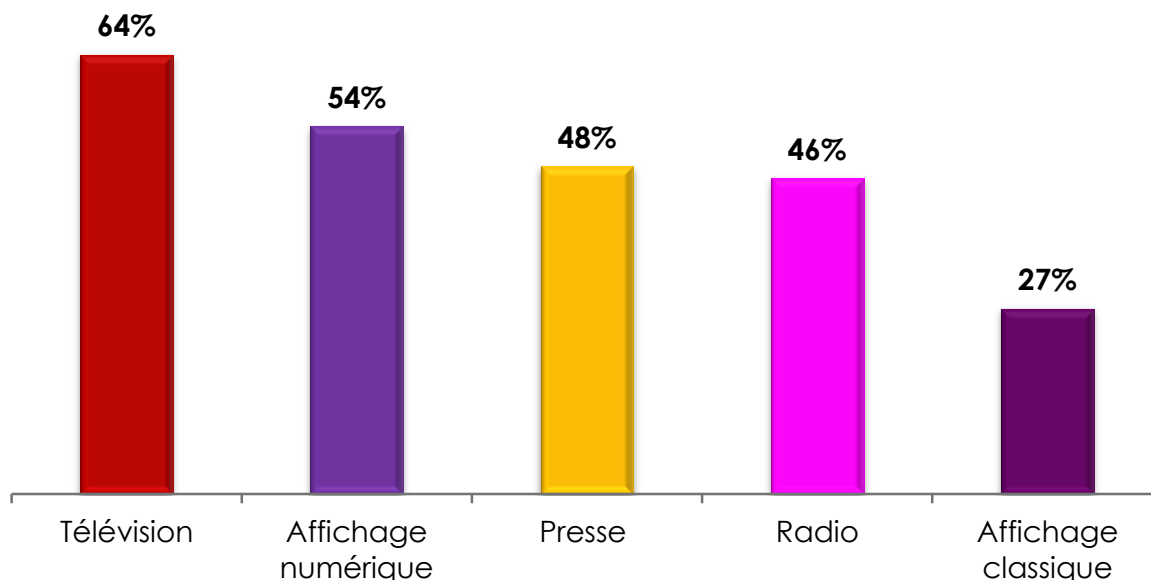
Notons toutefois que la tablette présente un potentiel d’interaction avec les médias plus prononcé que le smartphone.

- Ainsi, 71% des Français classe la télévision dans le top 3 des médias interagissant le mieux avec la Tablette contre 64% pour le Smartphone.
- 57% des Français classent l’Affichage Numérique à la 1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> position des médias interagissant le mieux avec la Tablette vs 54% pour le Smartphone
- 50% des Français classent la Presse dans ce top 3 vs 48% pour le Smartphone

**Question :** « Selon vous, quels sont les médias qui interagissent ou pourraient interagir le mieux avec la Tablette ? » Part des individus ayant classé le média en 1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> position



**Question :** « Selon vous, quels sont les médias qui interagissent ou pourraient interagir le mieux avec le Smartphone ? » Part des individus ayant classé le média en 1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> position



## Des interactions attendues des Français et qui décuplent leur expérience des médias

Aux yeux des Français, le développement de ces interactions semble être une réponse logique à la montée en puissance de leur « culture écrans ». Ainsi 77% des Français estiment qu'en développant les interactions avec les devices connectés, les médias s'adaptent aux enjeux du monde numérique. Une adaptation attendue et souhaitée d'eux puisque 62% des Français estiment que les initiatives des médias en matière d'interactions sont une prise en compte de leurs besoins et leurs attentes.

Des interactions qui enrichissent l'expérience média des Français de trois bénéfices principaux.

**Une expérience média plus ludique :** ainsi, 71% des Français déclarent qu'en développant les interactions les médias deviennent plus ludiques, plus divertissants.

**Une expérience média plus active :** 66% des Français estiment que ce développement leur offre la possibilité de devenir acteurs de leur consommation média.

**Une expérience média plus ubiqué :** pour 63% des Français, en favorisant les interactions avec les devices connectés, les médias se rendent plus accessibles à tous.



## Méthodologie du baromètre

Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)

Terrain réalisé du 31 octobre au 09 novembre 2012.

1004 répondants 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

## A propos du Baromètre des Usages Multi-Ecrans

A travers ce baromètre semestriel, iligo a l'ambition d'analyser la perception, les usages mais surtout l'évolution du rapport des Français aux nouvelles technologies connectées. Le premier volet, lancé en mars 2010 s'intéressait aux tablettes. A ce premier opus, se sont ajoutés trois nouveaux baromètres semestriels : la TV Connectée et la Social TV en octobre 2011, l'interaction entre les médias et les différents écrans en octobre 2012.

Pour tous nos baromètres, une question d'engagement à l'égard de la technologie est posée en utilisant une méthodologie de scoring. Cet indicateur synthétique permet de rendre compte de la force de l'engagement d'un répondant dans l'univers de la technologie.

## 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 Research
- Media Research
- Communication Research

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

## Contact

**Pauline Lermigeaux**

01 53 00 92 84

pauline.lermigeaux@iligo.fr