

FD/YMC N° 1-16917  
Contacts IFOP : Frédéric Dabi / Yves-Marie Cann  
Tél : 01 45 84 14 44  
[yves-marie.cann@ifop.com](mailto:yves-marie.cann@ifop.com)



*POUR*



**La relation des Français et des internautes  
à la galaxie des médias**  
Résultats d'ensemble  
Mars 2008

## Sommaire

- 1 -	<b>La méthodologie</b> .....	1
- 2 -	<b>Les résultats de l'étude</b> .....	3
	L'intérêt global et détaillé pour l'actualité .....	4
	La fréquence globale de consommation pour la télévision .....	5
	La fréquence globale d'écoute pour la radio .....	6
	La fréquence globale de lecture pour la presse écrite .....	7
	La fréquence détaillée de lecture détaillée pour la presse écrite .....	8
	La fréquence de consultation pour différentes catégories de sites Internet .....	9
	L'utilisation d'outils de communication et d'information disponibles en ligne .....	11
	L'adhésion à un réseau social en ligne .....	12
	Le nombre de médias utilisés à l'échelle de la semaine .....	13
	La confiance accordée à différentes sources d'information .....	14
	La confiance accordée à différentes catégories de médias .....	15
	La confiance accordée à différentes catégories de sites Internet .....	16
	L'adhésion à différentes propositions .....	17
	Le jugement sur la présence de la publicité dans différents médias .....	19
	La valeur attribuée aux commentaires et contributions apportées en ligne par les internauts .....	20
	Le mot le plus adapté pour décrire sa relation aux médias .....	21
	L'auto-désignation comme leader d'opinion .....	22
	La participation à des contenus collaboratifs sur Internet .....	23

**- 1 -**

**- La méthodologie -**

## Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée pour	<b>Hopscotch et Ifop</b>
Echantillon	Echantillon de <b>1031</b> personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.  La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne ( <i>Computer Assisted Web Interviewing – CAWI</i> ).
Dates de terrain	Du 17 au 19 mars 2008

**- 2 -**

**- Les résultats de l'étude -**

## L'intérêt global et détaillé pour l'actualité

Question : Diriez-vous que vous vous intéressez beaucoup, assez, peu ou pas du tout à... ?

	TOTAL Beaucoup, assez (%)	Beaucoup (%)	Assez (%)	TOTAL Peu, pas du tout (%)	Peu (%)	Pas du tout (%)	TOTAL (%)
• L'actualité en général .....	<b>92</b>	<b>40</b>	<b>52</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
• L'actualité politique et sociale en France	<b>83</b>	37	46	<b>17</b>	15	2	100
• L'actualité internationale .....	<b>78</b>	26	52	<b>22</b>	20	2	100
• L'actualité des nouvelles technologies .....	<b>78</b>	29	49	<b>22</b>	20	2	100
• L'actualité économique .....	<b>75</b>	25	50	<b>25</b>	22	3	100
• L'actualité culturelle .....	<b>72</b>	22	50	<b>28</b>	26	2	100
• L'actualité des marques, les « tendances » ....	<b>39</b>	7	32	<b>61</b>	44	17	100

## La fréquence globale de consommation pour la télévision

Question : En général, regardez-vous la télévision... ?

	Ensemble (%)
<b>Au moins une fois par jour</b> .....	<b>90</b>
• Plusieurs fois par jour .....	53
• Une fois par jour ou presque .....	37
<b>1 à 4 fois par semaine</b> .....	<b>7</b>
• 3 à 4 fois par semaine .....	4
• Au moins une fois par semaine .....	3
<b>Moins souvent (ou jamais)</b> .....	<b>3</b>
TOTAL.....	100

## La fréquence globale d'écoute pour la radio

Question : En général, écoutez-vous la radio... ?

	Ensemble (%)
<b>Au moins une fois par jour</b> .....	<b>78</b>
• Plusieurs fois par jour .....	50
• Une fois par jour ou presque .....	28
<b>1 à 4 fois par semaine</b> .....	<b>12</b>
• 3 à 4 fois par semaine .....	6
• Au moins une fois par semaine .....	6
<b>Moins souvent (ou jamais)</b> .....	<b>10</b>
TOTAL.....	100

## La fréquence globale de lecture pour la presse écrite

Question : En général, lisez-vous un titre de la presse écrite (qu'elle soit gratuite ou payante), un journal, un magazine... ?

	Ensemble (%)
• Tous les jours ou presque .....	37
• 3 à 4 fois par semaine .....	18
• Au moins une fois par semaine .....	24
• Au moins une fois par mois .....	9
• Moins souvent (ou jamais) .....	12
TOTAL.....	100

## La fréquence détaillée de lecture détaillée pour la presse écrite

**Question :** Pour chacun des types de presse écrite suivants, diriez-vous que vous les lisez ou les consultez sous format papier ... ?

	Tous les jours ou presque (%)	3 à 4 fois par semaine (%)	Au moins une fois par semaine (%)	Au moins une fois par mois (%)	Moins souvent (ou jamais) (%)	TOTAL (%)
• Presse quotidienne régionale payante (Ouest-France, La Provence, Le Progrès, La Voix du Nord, etc.).....	21	7	17	13	42	100
• Presse quotidienne nationale payante (Le Monde, Le Figaro, Libération, La Croix, Aujourd'hui en France, L'Equipe, Les Echos, etc.) .....	11	5	14	16	54	100
• Presse quotidienne gratuite (Métro, 20 Minutes, Direct Matin, Direct Soir , etc.).....	9	8	11	14	58	100
• Hebdomadaires d'actualité (Le Nouvel Observateur, Le Point, L'Express, Marianne, Le Figaro Magazine, Le Journal du Dimanche, etc.).....	4	4	19	20	53	100
• Magazines « thématiques » (musique, cinéma, littérature, voyages, automobile, sciences, etc.) .....	2	5	16	32	45	100
• Magazines « dédiés » à des catégories de publics (les jeunes, les seniors, les femmes, les hommes, etc.).....	1	4	15	25	55	100

## La fréquence de consultation pour différentes catégories de sites Internet

Question : Pour chacune des catégories de sites Internet suivantes, diriez-vous que vous en consultez... ?

	Au moins une fois par jour  (%)	Plu- sieurs fois par jour  (%)	Une fois par jour ou presque  (%)	1 à 4 fois par semaine  (%)	3 à 4 fois par semaine  (%)	Au moins une fois par semaine  (%)	Moins souvent (ou jamais)  (%)	TOTAL  (%)
• Portails d'information des moteurs de recherche (Yahoo ! Actualités, Google news, Orange actualité, MSN, etc.).....	<b>67</b>	43	24	<b>24</b>	13	11	<b>9</b>	100
• Sites d'information généralistes issus des médias traditionnels (LeMonde.fr, LeParisien.fr, TF1.fr, Europe1.fr, etc.)....	<b>24</b>	9	15	<b>38</b>	14	24	<b>38</b>	100
• Sites « thématiques » (musique, cinéma, littérature, voyages, automobile, sciences, santé, etc.).....	<b>22</b>	7	15	<b>52</b>	21	31	<b>26</b>	100
• Sites d'information étrangers (en Europe ou à l'international).....	<b>12</b>	4	8	<b>23</b>	7	16	<b>65</b>	100
• Sites « ciblés » pour des catégories de publics (Aufeminin.com, Seniorplus.fr, etc.).....	<b>11</b>	4	7	<b>30</b>	10	20	<b>59</b>	100
• Sites de partage de vidéos (DailyMotion, YouTube, WAT, etc.).....	<b>11</b>	4	7	<b>30</b>	10	20	<b>59</b>	100
• Sites d'information « nouvelle génération » (Rue89, Mediapart, Bakchich) .....	<b>4</b>	2	2	<b>9</b>	3	6	<b>87</b>	100

## La fréquence de consultation pour différentes catégories de sites Internet

**Question :** Et sinon, pour chacune des catégories de sites Internet suivantes, diriez-vous que vous en consultez plusieurs fois par jour, une fois par jour ou presque, 3 à 4 fois par semaine, au moins une fois par semaine ou moins souvent (ou jamais) ?

	Au moins une fois par jour  (%)	Plu- sieurs fois par jour  (%)	Une fois par jour ou presque  (%)	1 à 4 fois par semaine  (%)	3 à 4 fois par semaine  (%)	Au moins une fois par semaine  (%)	Moins souvent (ou jamais)  (%)	TOTAL  (%)
• Boutiques en ligne (vente en ligne de voyages, de musique, matériel informatique, supermarchés en ligne, etc.).....	26	9	17	56	22	34	18	100
• Plates-formes de vente entre internautes (Ebay, PriceMinister, 2xmoinscher, etc.) .....	21	9	12	42	14	28	37	100
• Sites personnels et blogs (toutes thématiques : actualité, cuisine, marketing, etc.).....	13	5	8	37	12	25	50	100
• Sites d'entreprises, de marques .....	9	3	6	42	13	29	49	100
• Forums de discussions dédiés à des produits de consommation (beauté, nouvelles technologies, santé, voyage, etc.).....	7	2	5	27	8	19	66	100
• Site de votre commune, de votre département ou de votre région .....	7	2	5	35	8	27	58	100
• Forums de discussion dédiés à l'actualité et aux enjeux de société .....	4	2	2	18	5	13	78	100
• Plates-formes de blogs (HautEtFort, Skyblog, Typepad...) .....	4	2	2	16	6	10	80	100
• Site du gouvernement ou tout autre site d'un ministère .....	4	1	3	30	7	23	66	100

## L'utilisation d'outils de communication et d'information disponibles en ligne

Question : Parmi l'ensemble des outils de communication et d'information disponibles 'en ligne' sur Internet, lesquels utilisez-vous ?

	Je l'utilise (%)	Je ne l'utilise pas (%)	TOTAL (%)
• Abonnement aux newsletters .....	80	20	100
• Abonnement aux alertes d'actualité .....	32	68	100
• Internet mobile (accessible depuis les téléphones portables)	13	87	100
• Abonnement à des flux RSS (syndication) .....	12	88	100
• Personnalisateur de page d'accueil type Netvibes ou Bloglines .....	8	92	100

## L'adhésion à un réseau social en ligne

Question : Etes-vous membre d'un réseau social en ligne (type Myspace, Facebook, Viadeo, Linked in...) ?

	Ensemble (%)
• Oui .....	19
• Non .....	81
TOTAL.....	100

## Le nombre de médias utilisés à l'échelle de la semaine

Question : A l'échelle de la semaine (en imaginant donc une semaine « normale »), combien de médias principaux utilisez-vous en moyenne pour vous informer ?

	Ensemble (%)
• 1 à 3 médias .....	33
• 4 à 5 médias .....	32
• 6 médias et plus .....	35
TOTAL.....	100

• Moyenne des médias utilisés .....	5.6
-------------------------------------	-----

## La confiance accordée à différentes sources d'information

Question : Quelle confiance accordez-vous à chacune des sources d'information suivantes ?

	<i>Note moyenne</i> <i>(sur 10)</i>	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	TOTAL (%)
• Les médias en général .....	<b>5.7</b>	4	2	6	7	27	19	20	11	3	1	100
• La radio .....	<b>6.4</b>	3	2	5	5	14	15	23	22	7	4	100
• La presse écrite .....	<b>6.4</b>	3	2	4	6	16	15	20	24	7	3	100
• Internet .....	<b>6.0</b>	3	3	6	9	20	16	19	16	5	3	100
• La télévision .....	<b>5.7</b>	5	4	8	8	20	15	17	14	6	3	100

## La confiance accordée à différentes catégories de médias

**Question :** Plus précisément, sur une échelle de 1 à 10, quelle confiance accordez-vous aux informations délivrées par les catégories de médias suivantes ?

	<i>Note moyenne (sur 10)</i>	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	TOTAL (%)
• Les magazines d'actualité à la télévision (reportages, enquêtes, documentaires).....	<b>6.4</b>	2	2	4	6	16	16	21	21	8	4	100
• Les journaux d'actualité à la radio (reportages, interviews, débats, etc.).....	<b>6.4</b>	2	2	4	5	19	14	23	20	8	3	100
• Les magazines « thématiques » (musique, cinéma, littérature, voyages, automobile, sciences, etc.).....	<b>6.4</b>	2	2	3	5	18	16	23	22	6	3	100
• La presse quotidienne nationale payante (Le Monde, Le Figaro, Libération, La Croix, Aujourd'hui en France, L'Equipe, Les Echos, etc.).....	<b>6.3</b>	3	1	4	6	19	18	21	18	7	3	100
• Les magazines d'actualité à la radio .....	<b>6.2</b>	2	2	4	7	18	18	22	20	5	2	100
• Les hebdomadaires d'actualité (Le Nouvel Observateur, Le Point, L'Express, Marianne, Le Figaro Magazine, Le Journal du Dimanche, etc.)..	<b>6.2</b>	3	2	4	7	18	19	22	18	5	2	100
• Les journaux télévisés (13h, 19h, 20h, etc.).....	<b>6.2</b>	4	3	6	8	16	15	17	17	9	5	100
• La presse quotidienne régionale payante (Ouest-France, La Provence, Le Progrès, La Voix du Nord, etc.).....	<b>6.1</b>	3	2	4	7	19	19	20	16	7	3	100
• Les émissions télévisées « de plateau » (avec des invités autour d'un animateur) ...	<b>5.5</b>	5	6	7	10	22	18	15	12	4	1	100
• La presse quotidienne gratuite (Métro, 20 Minutes, Direct Matin, Direct Soir, etc.) .....	<b>5.4</b>	6	3	7	11	25	17	16	11	3	1	100
• Les magazines « dédiés » pour des catégories de publics (les jeunes, les seniors, les femmes, les hommes, etc.) .....	<b>5.3</b>	6	4	7	10	25	19	17	9	2	1	100

## La confiance accordée à différentes catégories de sites Internet

**Question :** De la même manière, sur une échelle de 1 à 10, quelle confiance accordez-vous aux informations délivrées par les catégories de sites Internet suivants ?

	<i>Note moyenne</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
	<i>(sur 10)</i>	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
• Site du gouvernement ou tout autre site d'un ministère..	<b>6.5</b>	3	3	6	5	18	10	15	19	13	8	100
• Site de votre commune, de votre département ou de votre région .....	<b>6.4</b>	3	2	4	7	16	14	21	20	8	5	100
• Portails d'information des moteurs de recherche (Yahoo ! Actualités, Google news, Orange actualité, MSN, etc.).....	<b>6.3</b>	2	3	4	6	18	18	19	20	7	3	100
• Sites d'information généraliste issus des médias traditionnels (LeMonde.fr, LeParisien.fr, TF1.fr, Europe1.fr, etc.).....	<b>6.0</b>	3	2	5	7	20	18	23	15	4	3	100
• Boutiques en ligne (vente en ligne de voyages, de produits de beauté, de matériel informatique, d'électroménager, supermarchés en ligne, etc.).....	<b>6.0</b>	3	4	6	7	18	18	21	16	5	2	100
• Sites « thématiques » (musique, cinéma, littérature, voyages, automobile, sciences, etc.).....	<b>6.0</b>	3	2	4	8	21	19	22	14	5	2	100
• Plates-formes de vente entre internautes (Ebay, PriceMinister, 2xmoinscher, etc.).....	<b>5.6</b>	6	5	7	9	20	17	19	11	5	1	100
• Sites d'entreprises, de marques .....	<b>5.2</b>	6	5	10	11	23	16	15	9	3	2	100
• Sites « ciblés » pour des catégories de publics (Aufeminin.com, Seniorplus.fr, etc.).....	<b>5.1</b>	7	6	9	9	25	19	14	8	2	1	100
• Forums de discussions dédiés à des produits de consommation (beauté, nouvelles technologies, santé, voyage, etc. ).....	<b>5.0</b>	8	6	9	12	24	17	13	7	3	1	100
• Forums de discussion dédiés à l'actualité et aux enjeux de société .....	<b>4.8</b>	9	7	9	12	26	19	10	5	2	1	100
• Sites personnels et blogs (toutes thématiques : actualité, cuisine, marketing... ).....	<b>4.8</b>	9	7	11	15	24	14	11	7	1	1	100
• Sites d'informations « nouvelle génération » (Rue89, Mediapart, Bakchich).....	<b>4.3</b>	15	7	10	12	29	12	8	4	2	1	100

## L'adhésion à différentes propositions (1)

Question : Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des phrases suivantes ? Aujourd'hui en France...

	<b>TOTAL D'accord</b> (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	<b>TOTAL Pas d'accord</b> (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas du tout d'accord (%)	TOTAL (%)
• Il existe des médias de qualité .....	<b>88</b>	24	64	<b>12</b>	10	2	100
• Les blogueurs sont indépendants .....	<b>70</b>	14	56	<b>30</b>	24	6	100
• La liberté de la presse est très bien respectée .....	<b>61</b>	10	51	<b>39</b>	31	8	100
• Les journalistes sont indépendants ...	<b>48</b>	6	42	<b>52</b>	43	9	100

## L'adhésion à différentes propositions (2)

**Question :** Voici différentes propositions. Pour chacune d'entre elles, diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ?

	<b>TOTAL D'accord</b> (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	<b>TOTAL Pas d'accord</b> (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas du tout d'accord (%)	TOTAL (%)
• Il existe des médias sérieux qui diffusent des informations fiables .....	<b>90</b>	26	64	<b>10</b>	9	1	100
• En général, je trouve facilement toute l'information dont j'ai besoin .....	<b>88</b>	25	63	<b>12</b>	11	1	100
• Les entreprises et les marques influencent l'information délivrée par les médias .....	<b>85</b>	25	60	<b>15</b>	14	1	100
• Je me sens à l'aise pour me repérer entre les différents types de médias .....	<b>79</b>	18	61	<b>21</b>	18	3	100
• C'est parfois difficile de bien distinguer l'information de la publicité .....	<b>67</b>	13	54	<b>33</b>	29	4	100
• Globalement, les marques et les publicitaires respectent une certaine éthique de la communication .....	<b>44</b>	3	41	<b>56</b>	46	10	100
• Les sites de qualité sont rares sur Internet .....	<b>41</b>	7	34	<b>59</b>	53	6	100
• Pour moi Internet c'est « un tout », j'ai du mal à différencier les différents types de sites .....	<b>30</b>	3	27	<b>70</b>	52	18	100

## Le jugement sur la présence de la publicité dans différents médias

Question : A votre avis, y-a-t-il trop, assez ou pas suffisamment de publicité... ?

	Trop (%)	Assez (%)	Pas suffisamment (%)	TOTAL (%)
• A la télévision .....	75	25	-	100
• Dans les magazines .....	64	35	1	100
• Sur Internet .....	62	38	-	100
• A la radio .....	51	48	1	100
• Dans la presse écrite quotidienne .....	35	63	2	100

## La valeur attribuée aux commentaires et contributions apportées en ligne par les internautes

Question : Par rapport aux informations délivrées par les journalistes, quelle valeur attribuez-vous aux commentaires et contributions apportées en ligne par les Internautes ?

	Ensemble (%)
• Je n'y accorde aucune valeur.....	18
• Je n'y accorde pas vraiment de valeur, je me concentre principalement sur les informations des journalistes.....	31
• J'y trouve un intérêt complémentaire à celui que j'accorde aux informations des journalistes.....	48
• J'accorde aux commentaires et contributions des internautes plus de valeur qu'aux informations des journalistes.....	3
TOTAL.....	100

## Le mot le plus adapté pour décrire sa relation aux médias

Question : Comment décririez-vous votre relation au(x) média(s) ? Choisissez ci-après le mot qui se rapproche le plus de ce que vous ressentez

	Ensemble (%)
• Attachement .....	11
• Habitude .....	64
• Indifférence .....	15
• Insatisfaction .....	9
• Rejet .....	1
TOTAL.....	100

## L'auto-désignation comme leader d'opinion

**Question :** Voici différentes propositions. Pour chacune d'entre elles, diriez-vous qu'elle vous correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout ?

	<b>TOTAL Oui</b> (%)	Tout à fait (%)	Plutôt (%)	<b>TOTAL Non</b> (%)	Plutôt pas (%)	Pas du tout (%)	TOTAL (%)
• En général, vos interlocuteurs vous considèrent de bon conseil .....	<b>87</b>	8	79	<b>13</b>	12	1	100
• Vous parlez très souvent de l'actualité avec vos connaissances .....	<b>75</b>	19	56	<b>25</b>	22	3	100
• Quand vous parlez de l'actualité avec vos proches, vous leur donnez beaucoup d'informations .....	<b>67</b>	10	57	<b>33</b>	30	3	100
• Dans une discussion sur l'actualité, le plus probable serait que vous parveniez à convaincre vos interlocuteurs de vos idées .....	<b>54</b>	6	48	<b>46</b>	39	7	100

<b>Tableau récapitulatif</b>	Ensemble (%)
• Leadership fort .....	19
• Leadership modéré .....	63
• Leadership faible .....	18
TOTAL.....	100
• Indice moyen de leadership (*) .....	2.2

(\*) Note de lecture : l'indice de leadership s'étend de la valeur 1 (leadership fort) à 5 (leadership faible).

## La participation à des contenus collaboratifs sur Internet

Question : Vous arrive-t-il souvent, régulièrement, rarement ou jamais... ?

	TOTAL Souvent ou régulièrement (%)	Souvent (%)	Régulière- ment (%)	TOTAL Rarement ou jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)	TOTAL (%)
• De recommander un site Internet .....	<b>58</b>	15	43	<b>42</b>	35	7	100
• De transférer à des connaissances des contenus trouvés sur Internet .....	<b>53</b>	14	39	<b>47</b>	33	14	100
• De participer à des forums de discussions .....	<b>15</b>	4	11	<b>85</b>	36	49	100
• De poster des commentaires sur des sites d'information .....	<b>14</b>	3	11	<b>86</b>	37	49	100
• De poster des commentaires sur des blogs .....	<b>12</b>	3	9	<b>88</b>	28	60	100
• De contribuer à la production de contenus participatifs types wiki, Wikipedia, etc. ....	<b>8</b>	2	6	<b>92</b>	22	70	100

<b>TABLEAU RECAPITULATIF</b>	Ensemble (%)
• Participe à la production de contenus sur la toile <sup>1</sup> .....	28
• Ne participe pas à la production de contenus sur la toile .....	72
TOTAL .....	100

<sup>1</sup> Les individus produisant des contenus sur la toile pratiquent souvent ou régulièrement au moins l'une des activités suivantes : participation à des forums de discussion, commentaires sur des sites d'information et/ou des blogs, contribution à la production de contenus participatifs.