

Pour plus d'informations, contacts presse :

[Agence Wellcom](mailto:cm@wellcom.fr)

Claudia Meleggi / Mathilde Noirot / Leslie Gallaire

01 46 34 60 60

[cm@wellcom.fr](mailto:cm@wellcom.fr) / [mn@wellcom.fr](mailto:mn@wellcom.fr) / [lga@wellcom.fr](mailto:lga@wellcom.fr)

## 51,6% DES FRANÇAIS SE TOURNENT VERS LA PRESSE NUMERIQUE POUR S'INFORMER

PARIS, le 29 mai 2013 – Bousculés par la rapidité d'Internet et l'essor des canaux mobiles, les médias sont aujourd'hui en pleine mutation. Avec l'évolution des technologies, les éditeurs de presse développent de nouvelles offres capables de répondre aux besoins de mobilité et d'instantanéité des consommateurs. Acxiom, expert en connaissance clients et ciblage marketing, a étudié les pratiques des foyers français et l'impact des NTIC sur les moyens d'information. Si plus de la moitié d'entre eux utilise les supports nomades pour s'informer, les abonnements presse online restent l'apanage d'une certaine catégorie de foyers.

### TERMINAUX MOBILES : DES SUPPORTS D'INFORMATIONS QUI SEDUISENT LES FRANÇAIS

Selon Acxiom, pour 48% des foyers français, les journaux et les supports papier restent les supports de prédilection pour la lecture de la presse et se positionnent comme un canal d'information indispensable.

Cependant, alors qu'autrefois ils étaient uniquement disponibles en kiosque, les titres de presse sont aujourd'hui de plus en plus consultables depuis les appareils portatifs ou connectés au Web, entraînant un changement dans le mode de consommation de la presse. Ainsi, 47,5% des foyers français déclarent utiliser un ordinateur pour s'informer des actualités, 10,1% un Smartphone et 6,7% une tablette.

Ces foyers sont largement multi-supports : 37% des foyers utilisant une tablette pour s'informer, se servent également de leur smartphone, et 24,6% des utilisateurs de Smartphone recourent aussi à une tablette.

La lecture numérique concerne en premier lieu les médias « rapides » : les sites des quotidiens nationaux et régionaux sont ainsi consultés respectivement par 9,2% et 8% des foyers français. Les adeptes de l'information en ligne sont de grands consommateurs d'actualité.

A contrario, certains supports conservent une large majorité de lecteurs de la version papier, comme les magazines TV ou la presse féminine.

Pour ces Français en affinité avec la presse numérique, Internet fait partie intégrante du quotidien. En effet, 84,6% des adeptes du Smartphone font régulièrement des achats en ligne et 19,7% possèdent une clé 3G leur permettant d'avoir accès au Web pendant leurs déplacements.

D'après la segmentation Personix d'Acxiom, 3 segments sont particulièrement représentés :

➤ **Les City Couples, représentant 8% des utilisateurs de Smartphone comme support d'information :**

*Jeunes couples des grandes villes et des zones périurbaines déjà inscrits dans la vie active, ils sont très investis dans leur activité professionnelle à laquelle ils se consacrent beaucoup. Stressés par leur vie citadine, consommateurs de plaisirs immédiats, ils laissent apparaître l'envie de développer rapidement un projet durable moteur (achat immobilier, création d'une famille).*

- **Les Golden Family, représentant 5% des utilisateurs de Smartphone comme support d'information :**  
*Ces familles bénéficient d'un pouvoir économique très élevé. Leurs arbitrages de consommation reposent sur des préférences de marque et d'image. La famille et leur activité professionnelle sont au centre de leurs préoccupations, au détriment parfois de leurs relations sociales. Ils font tout, voient tout et consomment tout.*
- **Les Golden City, représentant 3,5% des utilisateurs de Smartphone comme support d'information :**  
*Citadins, majoritairement Franciliens, ces foyers sont à l'écoute des nouvelles opportunités de consommation. Bien installés dans la vie, propriétaires en partie, ils aiment être bousculés et sont ouverts aux changements et à la nouveauté. Ils sont également très cultivés et grands consommateurs de loisirs et d'activités culturelles.*

## **QUI SONT LES SOUSCRIPTEURS D'ABONNEMENTS A LA PRESSE NUMERIQUE ?**

Les nouvelles habitudes d'information des Français poussent les acteurs du secteur à repenser leurs modèles économiques avec des offres 100% numériques. Malgré le potentiel de ce nouveau marché, l'étude Acxiom montre que **seuls 2,5% des foyers français ont déjà souscrit un abonnement de presse en ligne**. Cependant, la tendance va vers une augmentation rapide puisqu'ils sont 3% à prévoir de s'abonner dans les prochains mois.

Ces ménages déjà abonnés se distinguent par leur niveau de vie élevé puisque **47,2% d'entre eux appartiennent à une catégorie socio-professionnelle aisée et 22,4% ont des revenus supérieurs à 3 800€ par mois**. Ils sont relativement jeunes (55,6% ont moins de 45 ans), connectés et mobiles (28,5% possèdent une clé 3G). Ils **consultent leurs abonnements numériques sur leurs tablettes (29,4%) ou sur leur Smartphone (24,9%)**. Mais là encore, les outils digitaux ne sont pas leur seul canal d'information : **près de 60% d'entre eux sont également abonnés à au moins un type de presse papier**.

Selon Acxiom, les clients des médias accessibles en ligne s'assimilent à 3 segments Personix<sup>®</sup> en particulier :

- **Les City Campus, représentant 7,1% des abonnés à la presse numérique :**  
*Jeunes urbains avec peu de revenus, ils vivent très proches de leurs amis qui constituent leur réseau d'entraide. Ils économisent sur des biens de consommation courante et pratiquent des logiques de substitution pour pouvoir s'offrir des extras, des loisirs, des activités culturelles, des produits cosmétiques et des vêtements. Leur équipement de base est constitué de produits technologiques (téléphone, ordinateur et Internet).*
- **Les Singles Branchés, représentant 3,8% des abonnés à la presse numérique :**  
*Adultes seuls, ils vivent à 100 à l'heure avec leurs amis, en réseau et en tribu, avec lesquels ils gardent un lien permanent via le téléphone mobile. Ils consomment autant que possible sans se soucier du lendemain car ils en ont les moyens.*
- **Et également les Golden City, représentant 4,4% des abonnés à la presse numérique .**

### **ACXIOM, EXPERT RECONNU EN SEGMENTATION MARKETING**

Avec une expertise dédiée à la connaissance client et aux études comportementales, Acxiom dispose de la plus vaste base de données consommateurs de France, constituant ainsi l'une des sources d'informations sur les ménages français les plus riches du marché.

La Base Multicanal d'Acxiom compte 22 millions de foyers segmentés, soit 85 % des foyers français, qualifiés tant sur des critères sociodémographiques que comportementaux, constitués à partir de la **Grande Enquête sur la Consommation des Foyers**. De plus, Acxiom s'appuie aussi sur la base des abonnés France Télécom et les données issues du recensement de l'INSEE, pour qualifier les 24 millions de foyers français selon leur profil **Personix<sup>®</sup>**, **première segmentation descriptive et explicative du comportement de consommation des foyers français**.

*Méthodologie de l'étude : Les données sont issues de la Grande Enquête sur la Consommation des foyers français effectuée en novembre 2012. Cette enquête porte sur 197 858 foyers français et les échantillons obtenus ont été redressés afin d'être représentatifs de ces derniers.*

\*\*\*\*\*

**A propos d'Acxiom :**

Acxiom, leader mondial des technologies et des services marketing, aide les directeurs marketing à mieux cibler et atteindre leur audience en proposant un engagement client personnalisé et coordonné sur tous les points de contact. Pour ce faire, Acxiom s'appuie sur une solide expertise de la donnée consommateur et des bases de données clients ainsi que sur des technologies de reconnaissance client et de traitement des données afin de proposer une expérience utilisateur personnalisée multicanal.

Plus d'informations : [www.acxiom.fr](http://www.acxiom.fr)

Créé en 1969, à Little Rock dans l'Arkansas (USA), Acxiom® Corporation (NASDAQ : ACXM) accompagne des clients dans le monde entier via ses filiales aux Etats-Unis, en Europe et en Asie Pacifique. Aujourd'hui, la société emploie plus de 7000 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 1.3 milliard de dollars.

Plus d'informations : [www.acxiom.com](http://www.acxiom.com)



<http://www.wellcom.fr/presse/acxiom/feed>