

Table des matières

Introduction	13
1. Principaux résultats	15
Le temps passé à s'informer	15
Les taux de pénétration des différents médias	16
Le numérique	17
Numériques et traditionnels	17
2. La collecte des données	19
L'approche régionale.....	21
La pondération.....	21
3. L'évolution des habitudes d'information	23
4. La situation en 2015	27
La popularité des différents médias plus en détails.....	27
Le jeu des variables sociodémographiques.....	30
Les jeunes et les moins jeunes.....	34
5. La fréquentation des médias numériques	41
L'accès aux appareils électroniques.....	41
La fréquentation des sites d'information	42
Abonnement à des bulletins d'information	45
L'utilisation des applications pour tablettes et téléphones intelligents.....	46
6. L'interactivité	49
Sur les sites d'information	49
Utilisation des réseaux sociaux numériques	50

7. Les périodes et les lieux de fréquentation des médias.....	55
8. Qui sont les novateurs?.....	57
Un indice des pratiques novatrices	57
Réseaux socionumériques et pratiques en matière d'information	66
9. Attention accordée à l'information politique	71
Conclusion	73
Annexe A – Les rubriques d'actualité	79
Annexe B – Le questionnaire.....	93
Annexe C	105