



mediametrie

Levallois, le 17 septembre 2009

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### OBSERVATOIRE DES DEPENSES MEDIAS ET MULTIMEDIAS

#### ***Les dépenses médias et multimédias ne connaissent pas la crise***

Source : Médiamétrie – Observatoire des Dépenses Médias et Multimédias / Mai 2009  
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

**Cette année, les foyers français ont dépensé 2 324€ (soit 4,3%\* de plus par rapport à 2008) pour leurs achats dans les domaines des médias et du multimédia, hors redevance audiovisuelle. Ils ont dépensé plus mais différemment.**

#### **Quand les ménages aiment, ils ne comptent pas !**

Le poste **Internet** occupe « la tête du peloton des augmentations » des dépenses médias et multimédias, un poste qui marque une progression de 22% par rapport à 2008. **L'audiovisuel** profite aussi d'une nette progression avec près de 8% d'augmentation en un an, hors redevance audiovisuelle (il représente 635€ redevance incluse).

La progression du média Internet est en grande partie due aux équipements avec notamment la croissance des Netbooks, les mini PC spécialement conçus pour faciliter l'accès à Internet. L'Observatoire des Dépenses Médias et Multimédias met en évidence la progression du nombre de foyers qui dépensent pour l'accès à Internet. A cela s'ajoute une croissance du montant dépensé par foyer sur les abonnements Internet (+11%).

Pour l'ensemble des dépenses liées à **l'audiovisuel** (tv, radio, vidéo, etc.), les équipements tirent la croissance des dépenses des foyers. Cette progression s'explique par une volonté de s'équiper en « postes numériques » sans doute stimulée par l'arrêt annoncé de la diffusion analogique terrestre. Notons que le montant dépensé pour les abonnements audiovisuels se stabilise.

Pour sa part, **la téléphonie** (fixe et mobile) qui représente plus d'un tiers des dépenses médias et multimédias des foyers, marque une légère progression (+3%). Concernant la téléphonie mobile, la part de l'abonnement et des services associés est plus importante que celle des équipements.

Le poste de dépenses **jeux vidéo et consoles** progresse également (+4%). Ce sont les équipements qui favorisent cette croissance. Les foyers continuent de s'équiper en consoles de jeux de toutes sortes. Néanmoins, ils dépensent moins en jeux vidéo.

Les foyers consacrent moins d'argent à **la musique** et notamment à l'achat de CD.

*\*Le périmètre de l'étude a évolué entre 2008 et 2009 pour intégrer le montant moyen de la redevance payé par les foyers. En tenant compte des foyers exonérés de redevance, le montant de 116€ est ramené à une moyenne de 98€ sur l'ensemble des foyers, portant ainsi le montant total des dépenses médias et multimédias des foyers à 2422 euros en 2009.*



**mediametrie**

**L'Observatoire des Dépenses Médias et Multimédias (OD2M)** a été réalisé en Avril-Mai 2009, auprès de 1 735 foyers en France. Il porte sur l'ensemble des dépenses réalisées par le ménage au cours des 12 derniers mois pour les équipements médias collectifs et individuels (audiovisuel, micro-informatique, consoles de jeux, téléphonie fixe et mobile, son, images et nomades), les abonnements médias collectifs et individuels (internet, téléphonie, TV) et celles consacrées aux postes "presse/loisirs numériques/cinéma". La prochaine vague sera conduite au premier semestre 2010 L'enquête fournit deux relevés de dépenses : l'un par type de médias, grâce à la constitution d'une nomenclature, l'autre par nature des dépenses (équipements, abonnements, presse/loisirs numériques/cinéma).

### **A propos de Médiamétrie**

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.

### **Contacts Presse :**

Isabelle Maurice -Tél. : 01 47 58 97 55 - [imaurice@mediametrie.fr](mailto:imaurice@mediametrie.fr)

Julie Albessard -Tél. : 01 47 58 97 26 - [jalbessard@mediametrie.fr](mailto:jalbessard@mediametrie.fr)