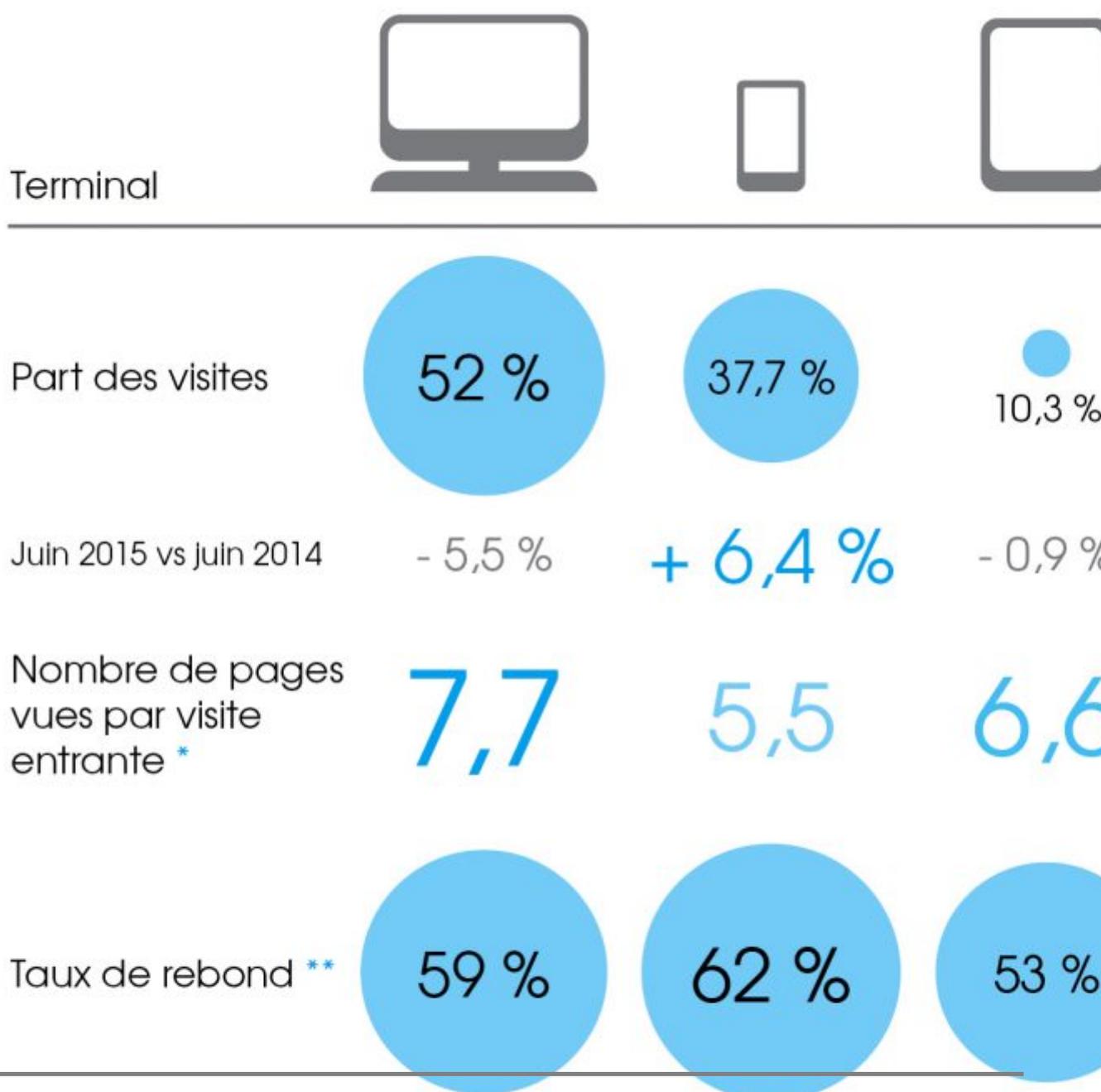


Le smartphone privilégie pour accéder à la presse en ligne

Description

Omnipresent, le plus petit des écrans confirme et accroît sa place pour l'accès à l'information en ligne, bouleversant les habitudes des consommateurs comme celles des éditeurs.

Information en ligne : ordinateur, smartphone ou tablette (juin 2015)



* Visite ayant fait l'objet d'au moins 2 pages consultées.

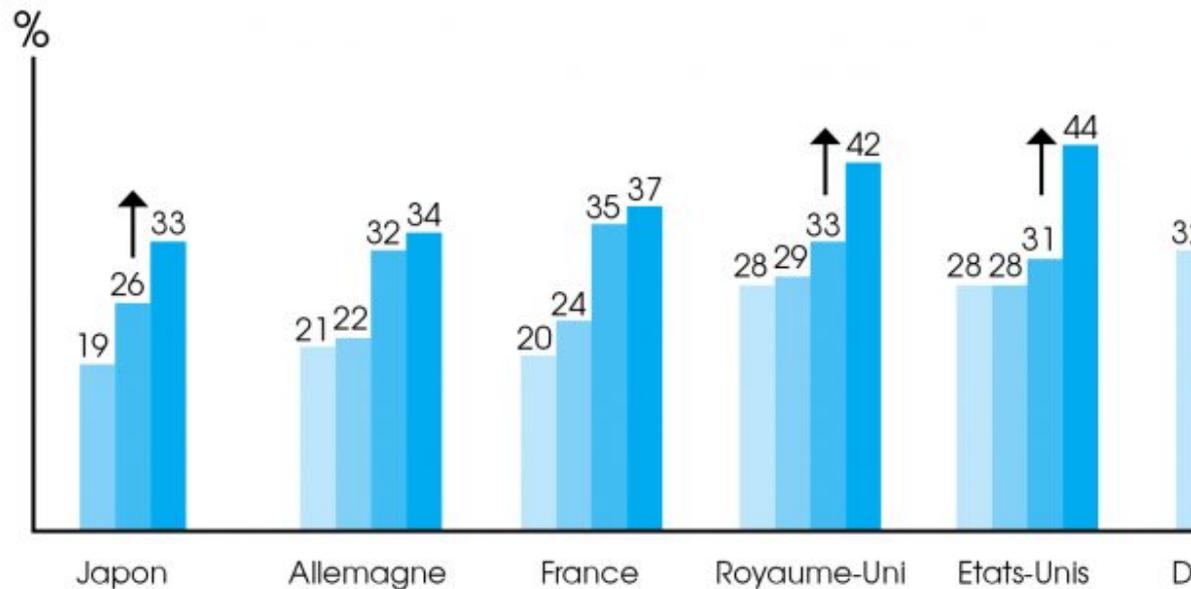
** Nombre de visites d'une seule page sur le nombre total de visites.

Près de deux visites sur cinq d'un site de presse français d'actualité générale proviennent d'un smartphone, soit 37,7 % des visites en juin 2015, contre 52 % depuis un ordinateur et 10,3 % depuis une tablette, selon la société AT Internet. Si l'accès aux sites de presse passe encore majoritairement par un ordinateur fixe, les internautes privilégient de plus en plus souvent l'usage d'un smartphone.

En revanche, le plus petit des trois écrans n'est pas celui qui retient le mieux l'attention des consommateurs d'information. Il totalise d'une part, le plus faible nombre de pages lues et, d'autre part, le plus fort taux de rebond, c'est-à-dire le pourcentage le plus important de visiteurs qui n'iront pas au-delà d'une page sur le site avant de le quitter.

Publiée en juin 2015, l'étude annuelle « Reuters Institute Digital News Report » confirme l'essor du téléphone portable comme terminal d'accès à l'information en ligne. Dans les douze pays étudiés, 46 % des personnes interrogées déclarent utiliser, chaque semaine, un smartphone pour s'informer début 2015, contre 37 % un an auparavant. A l'instar des Etats-Unis et du Japon, le Royaume-Uni enregistre une nette progression entre 2014 et 2015, tandis que l'Allemagne et la France affichent une moindre progression. L'étude indique également que l'Irlande et la Finlande ont rejoint le Danemark, franchissant la barre des 50 % en 2015, tandis que l'Espagne et l'Italie atteignent respectivement des taux de 48 % et 44 %.

L'usage du smartphone pour l'information en ligne entre 2013 et 2015



Question : "Which, if any, of the following devices have you used to access news in the last week?"
 Sondage en ligne réalisé par YouGov entre fin janvier et début février 2015, soit 20 000 personnes interrogées.
 Source : Reuters Institute Digital News Report 2015.

Dans la plupart des pays étudiés, malgré le succès rencontré par les applications mobiles, les personnes interrogées déclarent préférer accéder aux informations grâce à un logiciel de navigation pour téléphone mobile. Ce qui suppose que les informations ne font pas forcément l'objet d'une recherche *a priori* mais sont trouvées par l'intermédiaire de liens en provenance des réseaux sociaux ou d'une messagerie électronique. Seul le Royaume-Uni fait exception, avec 46 % des personnes interrogées préférant accéder aux informations avec des applications, contre seulement 40 % avec un logiciel de navigation mobile, 10 % utilisant indifféremment un ou l'autre de ces modes d'accès à l'information en ligne.

Les mobinautes recourent à un nombre limité de sources d'information fiables sur leur smartphone, 1,52 par personne en moyenne, soit nettement moins que sur une tablette ou sur un ordinateur. Alors que 70 % des utilisateurs de smartphone ont installé une application consacrée à l'information sur leur appareil, un tiers seulement des personnes interrogées utilisent réellement ces services au cours d'une semaine donnée, ce qui constitue une difficulté supplémentaire pour les marques de presse

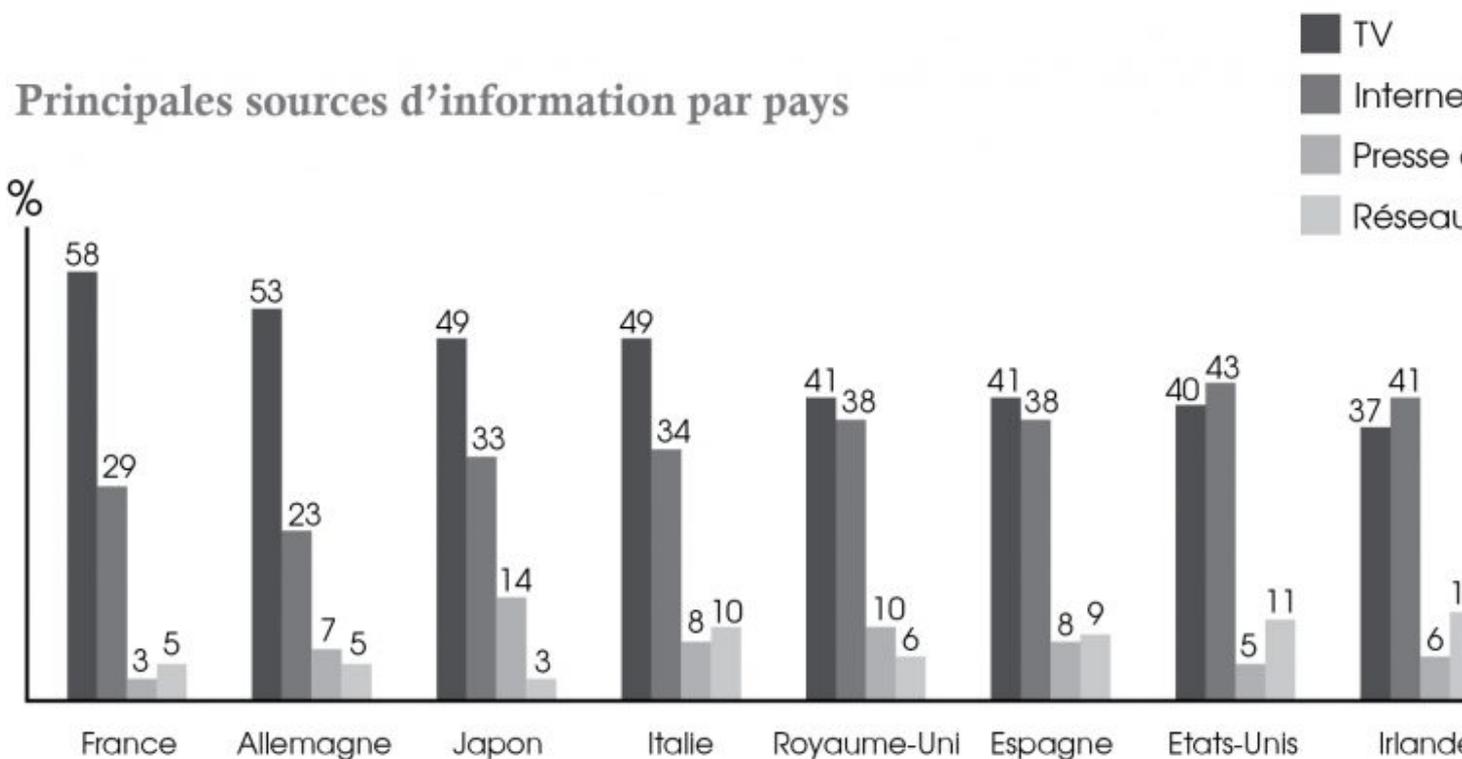
qui souhaitent être diffusés sur ce terminal d'un usage aussi populaire que personnel.

Au Royaume-Uni, plus de la moitié (51 %) des personnes qui s'informent avec un smartphone utilisent régulièrement la BBC News app, soit le taux de pénétration le plus élevé pour une application d'information, tous pays confondus. Au début de l'année 2015, la BBC a opté pour un site web d'information dit adaptatif (*Responsive Web Design*), c'est-à-dire un site unique mais apportant le même confort de lecture quelle que soit la taille de l'écran. Depuis, l'usage des smartphones et des tablettes génère 65 % de son trafic.

Face au succès d'un terminal de poche qui accompagne toute la journée son propriétaire, les éditeurs de presse tentent de retenir l'attention de ce dernier en lui donnant rendez-vous, une technique de fidélisation du public à laquelle sont rattachés les médias traditionnels, la presse imprimée, la radio ou la télévision. Les sites de presse multiplient les services en mode « push », applications, newsletters, afin de se singulariser dans le flot continu et grossissant des informations. En décembre 2014, le newsmagazine *L'Obs* lance « L'Obs du soir » ; *Le Monde* propose sa « Matinale » depuis mai 2015 ; Les *Echos* diffuse désormais trois newsletters, « La Matinale », « La 18 H » et « Le Zapping de la semaine », pour une « actualité en deux minutes » ; le *pure player* Arrêt sur images envoie sa chronique quotidienne « Le Neuf-Quinze », chaque matin, dans la boîte de réception de ses abonnés. Se substituant à l'ordinateur de bureau, le smartphone a largement contribué à allonger la durée quotidienne du temps de « cerveau disponible », faisant notamment du temps passé dans les transports autant d'opportunités de lecture d'information. Le smartphone impose également une nouvelle temporalité. Au flux continu entretenu par les alertes et les notifications, s'ajoute désormais un calendrier des parutions, organisant la diffusion de l'information en ligne selon les différents moments de la journée, privilégiant des formats courts le matin et des articles plus longs le soir.

Pour répondre à cette évolution des pratiques, les groupes internet, en s'imposant comme intermédiaires indispensables pour la distribution de l'information sur téléphone mobile, proposent de nouveaux services aux éditeurs de presse, afin notamment d'améliorer le temps de charge des pages encore trop long sur le petit écran, Facebook avec Instant Articles, Apple avec News et tout récemment Google proposant le format Amp (*Accelerated mobile pages*).

Néanmoins, la popularité de l'usage du smartphone n'a pas encore entamé l'hégémonie de l'ensemble des médias traditionnels. La télévision reste la source d'information majeure dans la plupart des pays, prédominance marquée notamment en France, en Allemagne et au Japon. Cependant, ces moyennes ne rendent pas compte du fossé générique. Les médias sociaux, quant à eux, sont davantage plébiscités, en tant que source d'information, que la presse écrite aux États-Unis, en Irlande, en Italie, en France et en Espagne.



Question : "You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your main source of news?"
 Sondage en ligne réalisé par YouGov entre fin janvier et début février 2015, soit 20 000 personnes.
 Source : Reuters Institute Digital News Report 2015.

Sources :

- « Tracking the Future of the News », Reuters Institute Digital News Report 2015, Nic Newman with David A. L. Levy and Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute For The Study of Journalism, digitalnewsreport.org, juin 2015.
- « Infos du matin, infos du soir : le divorce ? », Justine Brabant, Arrêt-surimages.net, 16 juillet 2015.
- « Les lecteurs de la presse online optent de plus en plus pour le smartphone », Aurélie Bonneville, AT Internet, blog.atinternet.com, 28 juillet 2015.

- « Google accélère le web mobile pour contrer Apple et Facebook », Alexis Delcambre et Alexandre Piquard, Le Monde.fr, 7 octobre 2015.

Categorie

1. Infographies
2. Usages

date création

7 janvier 2016

Auteur

françoise