

L'Année Médias Outremer 2017

Le digital prend sa place aux côtés de la TV et de la radio, toujours au cœur de la consommation média à l'Outremer

Si les habitants d'Outremer sont de vrais adeptes de télévision et de radio, deux médias qui les accompagnent et rythment leur quotidien, Internet prend une place de plus en plus prépondérante ces dernières années. Caroline Petit, Responsable d'Etudes et de Clientèle chez Médiamétrie commente : « *Comme le montrent les études médias que nous menons depuis plus de 25 ans sur ces territoires, la place des médias traditionnels reste très forte et ancrée dans les habitudes des habitants d'Outremer. Cependant, avec l'évolution des taux d'équipement informatique et le développement de smartphones plus perfectionnés, Internet s'impose rapidement dans les foyers à la fois comme relais des médias et comme média à part entière offrant une multitude d'usages. Une tendance que confirme l'Observatoire des Usages Digitaux Antilles-Guyane et Réunion, une étude que nous avons récemment publiée* ».

Télévision et Radio demeurent indétrônables sous toutes leurs formes

En moyenne, plus de **80%** des Ultramarins regardent la **télévision** chaque jour, soit **1,7 million** de 13 ans et plus sur les zones Caraïbes, Océan Indien et Pacifique. Les habitants des Antilles et de Mayotte sont particulièrement nombreux à suivre les programmes quotidiennement (respectivement **87,4%** en **Martinique**, **86,7%** en **Guadeloupe** et **91,4%** à **Mayotte**).

Un attachement au média TV qui ne se dément pas avec les années, puisque les programmes fédèrent chacun de ces téléspectateurs généralement bien **plus de 4h** par jour, et parfois même près de 5h comme en Martinique et en Guadeloupe. Un chiffre légèrement supérieur à celui de la **Métropole** qui affiche une durée d'écoute quotidienne par téléspectateur de **4h45**.

Et comme ailleurs, l'usage de la TV se délinéarise, notamment grâce au replay qui permet de rattraper ses programmes favoris après leur diffusion initiale. Aux Antilles, en Guyane et à la Réunion, plus de **6 internautes sur 10** ont déjà regardé au moins une fois un programme de télévision au cours du dernier mois après sa diffusion, et ce quel que soit l'écran.

La **radio** est également très présente dans le quotidien des habitants d'Outremer avec **1,5 million** d'auditeurs quotidiens.

Si elle est écoutée plus longtemps qu'en **Métropole** - plus de **3h** versus **2h50** - il existe des disparités selon les territoires. La radio accompagne par exemple les auditeurs **gadeloupéens** pendant **4h23** chaque jour, les **polynésiens 3h10** ou encore les **guyanais** pendant **3h25**.

A noter l'émergence des supports multimédias pour écouter la radio, puisqu'entre **63%** et **75%** des Ultramarins selon les territoires déclarent avoir déjà écouté la radio sur un ordinateur, un smartphone, une tablette ou un téléviseur.

De plus, aux Antilles-Guyane et à la Réunion, **3 internautes sur 10** ont déjà écouté au moins une fois une émission de radio après sa diffusion à l'antenne, quel que soit l'écran.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Année Médias Outremer 2017



Si télévision et radio fédèrent largement les habitants de l'Outremer, il existe des spécificités de consommation intimement liées au rythme de la vie quotidienne. Aussi les pics d'audience, que ce soit pour l'un ou l'autre des deux médias, sont décalés par rapport à ceux de la Métropole.

Pour la TV, le pic d'audience se situe au moment du Journal Télévisé du soir, rendez-vous incontournable diffusé entre **19h et 20h**, quand en Métropole les téléspectateurs sont les plus nombreux au moment du prime time qui débute un peu avant 21h.

Le pic d'audience de la radio se situe également plus tôt : entre **6h00 et 7h00** contre 8h00-8h15 en Métropole.

Avec 3 internautes sur 4 tous les mois, Internet s'impose

Internet et les usages digitaux font aujourd'hui pleinement partie de la vie des Ultramarins, comme le démontre l'Observatoire des Usages Digitaux. Ainsi, si **85%** des habitants des Antilles, de la Guyane ou encore de la Réunion se sont déjà connectés à Internet, ils sont aujourd'hui **3 sur 4** à surfer sur la toile tous les mois, que ce soit via un ordinateur, un smartphone ou une tablette. Un chiffre en constante progression : par exemple, à la Réunion si près de 420 000 personnes se connectaient à Internet chaque mois en 2013, elles sont 520 000 en 2017.

Sans surprise, les plus jeunes (13-34 ans), souvent précurseurs et prescripteurs de nouvelles tendances, sont sur-représentés au sein de la population internaute de ces territoires.

A l'instar de la plupart des internautes dans le monde, les Antillais, Guyanais et Réunionnais utilisent Internet pour toutes les activités qu'il propose : effectuer des recherches, communiquer par email, s'informer sur l'actualité, acheter en ligne ou encore surfer sur les réseaux sociaux.

A ce titre, les internautes ultramarins, comme métropolitains, sont inscrits en moyenne sur près de **3** réseaux sociaux.

Que ce soit aux Antilles-Guyane ou à la Réunion, le **smartphone** a su s'imposer et détrône désormais l'ordinateur pour les usages quotidiens. Il est, comme en Métropole, le 1^{er} écran pour surfer sur internet « tous les jours ». A titre d'exemple, aux **Antilles-Guyane**, **57,7%** des internautes se connectent tous les jours depuis un smartphone vs **41,4%** d'entre eux via un ordinateur. A la **Réunion**, ce chiffre s'élève à **53,8%** des internautes contre **48%** pour l'ordinateur.

Les études en Outremer

Depuis 1991, l'enquête Métridom mesure l'audience des médias radio et télévision dans les départements de Guadeloupe, Martinique et Réunion et depuis 1994 en Guyane.

Depuis 2011, Médiamétrie mesure aussi l'audience des médias radio et télévision à Mayotte (pour rappel Mayotte est devenu le 5^{ème} département d'Outremer depuis 2011), depuis 2013 en Nouvelle Calédonie et 2014 en Polynésie.

En 2015, l'échantillon de l'étude Métridom Guyane TV & Radio s'étoffe : 1 650 interviews réalisées au global (vs 1 300 depuis 2012) réparties sur 2 périodes de l'année (une vague Avril-Mai de 650 interviews sur 6 semaines / une vague de rentrée Octobre-Décembre de 1 000 interviews sur 8 semaines).

En 2016, Médiamétrie lance une étude d'audience Presse aux Caraïbes.

En 2017, l'Observatoire des Usages Internet (OUI) évolue et devient l'Observatoire des Usages Digitaux (OUD) annuel & pluri-DOM.

Méthodologie OUD Antilles-Guyane & Réunion

L'étude OUD 2017 a été réalisée par téléphone auprès de 900 personnes résidant aux Antilles-Guyane (dont 350 en Guadeloupe, 350 en Martinique et 200 en Guyane) et auprès de 500 personnes résidant à la Réunion, âgées de 13 ans et plus. Représentativité de l'échantillon en termes de sexe, âge, activité et régions. Date du terrain : du 11 au 23 décembre 2017.

L'OUD Antilles-Guyane et Réunion propose deux volets :

- L'analyse des populations internautes (nombre et profil) ainsi que les usages digitaux (achats en ligne, réseaux sociaux, fréquence d'utilisation par écran, nouvelles pratiques TV & Radio etc.).
- L'étude des performances et profils des sites et applications mobiles référents sur les marchés antillo-guyanais et réunionnais.

Définition des indicateurs d'audience

Audience cumulée (AC) : nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant regardé une chaîne de télévision ou écouté une station de radio au cours d'une période donnée quelle que soit la durée de leur écoute.

Durée d'écoute par téléspectateur (DET) / auditeur (DEA) : moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les chaînes de télévision/stations de radio par l'ensemble des téléspectateurs/auditeurs du support étudié.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances 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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93M€.

www.mediаметrie.fr

Twitter : @Médiаметrie

Facebook : Médiаметrie

Contact Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediаметrie.fr