

Quelle
simultanéité ?

Moments d'écoute
privilégiés pour
chaque media ?

La Télévision, c'est
quand ?

**Quelles
COMPLEMENTARITES
possibles ?**

Exclusivité et
duplication ?

Combien de contacts
media au cours d'une
journée ?

Et les autres pratiques
multimedia?

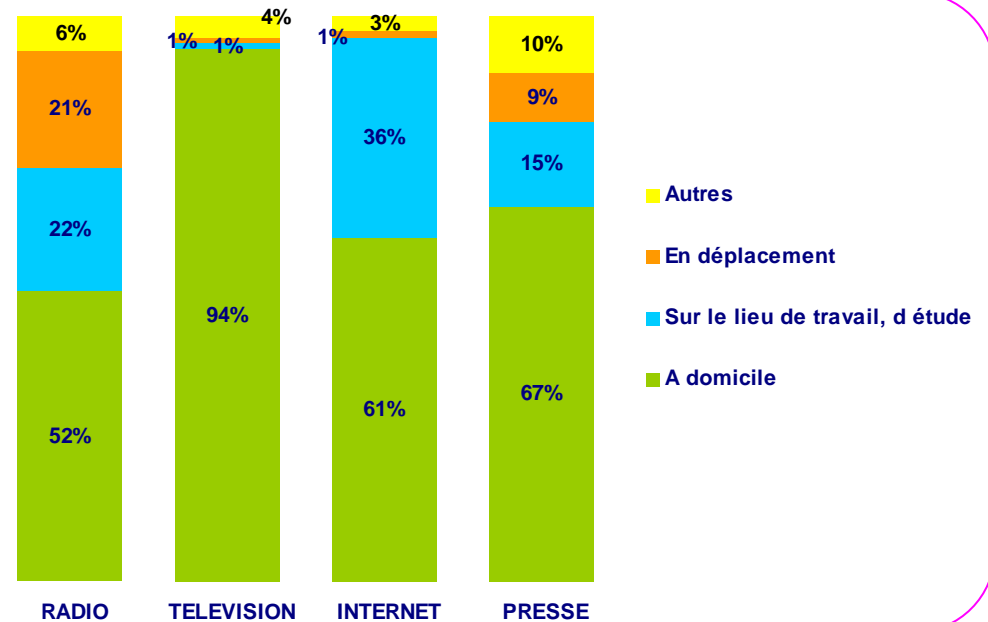
Media et activités
courantes ?

La Radio, c'est où?

MEDIA IN LIFE / Quelles COMPLEMENTARITES possibles ?

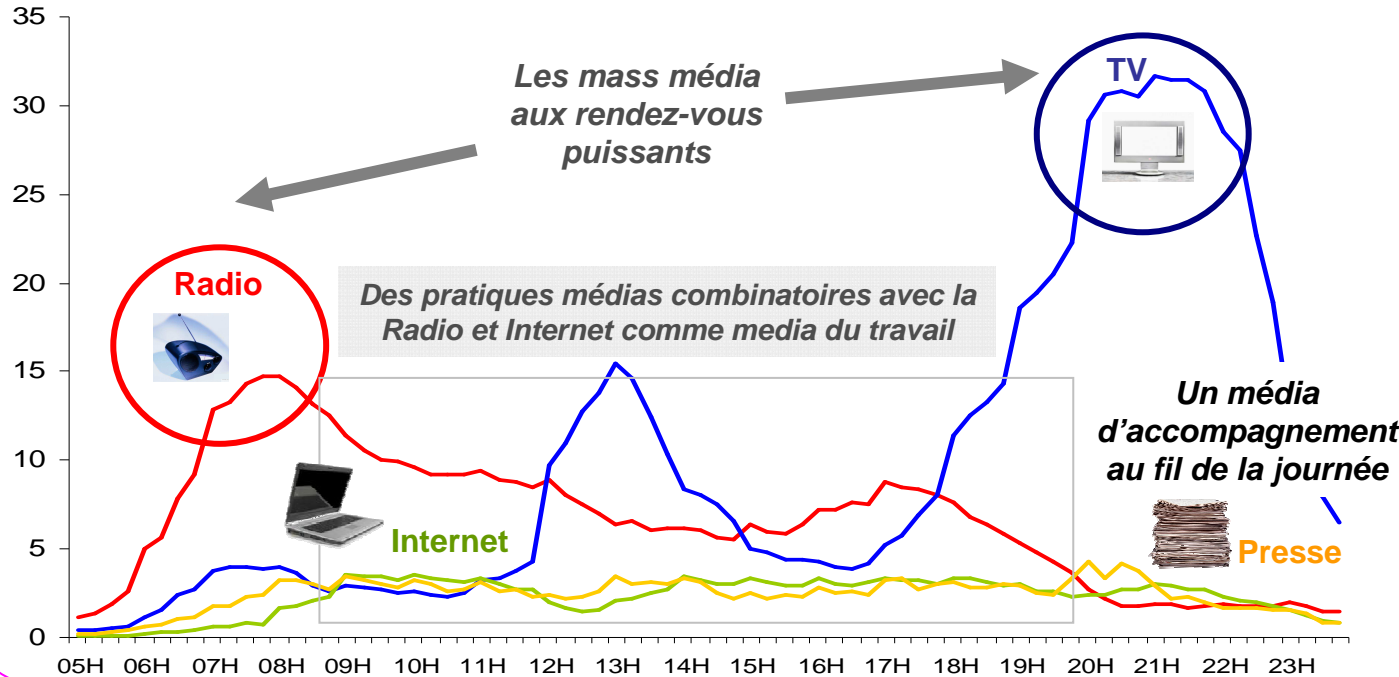
Part des localisations dans la consommation média des 13 ans et +

Les media se consomment **DIFFEREMMENT SELON LES LIEUX** et deviennent **COMPLEMENTAIRES** pour tracer efficacement les 13 ans et + **PARTOUT.**



Source : MEDIAMETRIE, Media In life, Cumul Janvier-Décembre 2008, LàV, 5h-24h Cible 13 ans et +.

Répartition de la consommation par média des 13 ans et + (en milliers de pratiquants)



La **COMPLEMENTARITE** se confirme aussi tout au long de la **JOURNEE.**

Radio, Télévision, Presse, et Internet offrent des **COMBINAISONS EFFICACES** pour tracer les 13 ans et +.

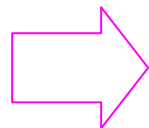
Source : MEDIAMETRIE, Media In Life, Cumul Janvier-Décembre 2008, LàV, 5h-24h Cible 13 ans et +.

Dans un contexte d'**Hyperchoix,**

tracer l'individu dans son

parcours media et **multimedia**

pour **optimiser** tous les points de **contact**



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

Définition

- **Media In Life**, étude de **Médiamétrie**, permet d'**analyser**, suivant les différents moments de la journée, la **répartition des usages des médias et les contextes de fréquentation**.
- L'**objectif** est de **retracer les activités médias** d'un individu **au cours d'une journée**.

Méthodologie

- Media In Life s'inscrit dans le cadre du dispositif du **Panel Radio**. La population interrogée est âgée de **13 ans et plus, résidante en France métropolitaine**. **9 100 panélistes** sont interrogés et ont accepté en complément de renseigner un journal d'activités médias.

Résultats à disposition

- **Evolution du volume de contacts** médias et multimédias
- **Evolution du poids des pratiques** médias et multimédias
- **Evolution du taux de pratique** des médias et des activités
- **Nombre de médias pratiqués** sur une journée ou sur un quart d'heure moyen
- **Duplications des médias entre eux** sur un quart d'heure moyen
- **Les contextes de consommation** : accompagnement, activités, localisations, etc.
- **Evolution de la pratique de chaque média et de chaque activité multimédia**
- **Derniers médias pratiqués avant achat**

Planning des sorties

- **2 périodes d'enquête** qui se déroulent en Janvier-Février et Septembre-Octobre.
- **1 sortie annuelle** en mars

