

Seuls 11% des consommateurs de presse s'informent exclusivement en ligne

Au cours du dernier trimestre **42% des lecteurs de presse en France, âgés entre 15 et 65 ans ont téléchargé ou lu de la presse en ligne** selon le baromètre REC (Référence E-Content) de [l'institut GfK](#) (qui s'est appuyé sur les réponses de mille internautes français âgés entre 15 et 65 ans). Une grande majorité reste donc attachée au support papier.

D'ailleurs même parmi les lecteurs de contenus numérique, **47% du temps de lecture est consacré à la presse papier** contre 53% à la presse sur Internet. Et Philippe Person, directeur Entertainment chez GfK, cité dans le communiqué, affirme que « *seuls 11% des férus d'actualité en ligne y consacrent l'intégralité de leur temps de lecture* ».

Malgré la crise de la presse, le traitement des nouvelles du monde reste très consommé. Selon le cabinet d'études, l'actualité **représente 79% des consultations** au cours du premier trimestre 2011. Le contexte a en effet favorisé un léger accroissement du nombre de visites de l'ensemble des sites dédiés, notamment avec la catastrophe au Japon et les révolutions au Maghreb. « *Lorsqu'il y a une actualité très forte (...) les gens ont besoin de savoir ce qu'il se passe, et vite, et Internet est devenu un outil idéal pour cela* », explique Philippe Person.

Les sites des quotidiens nationaux (*Le Figaro, Le Monde, Libération...*) arrivent donc logiquement **en tête** devant les quotidiens régionaux (*Ouest France...*) et les 'news magazines' (*Le Point, L'express, Nouvel Obs...*). Ensuite, c'est la presse people qui récolte les faveurs des internautes, suivie de près par le sport.