



Levallois, le 19 octobre 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE

MEDIAMETRIE PARTENAIRE DU 6^e FORUM INTERNATIONAL DE LA METEO AVEC UNE ENQUÊTE EXCLUSIVE : LES FRANÇAIS ET LA METEO

Médiamétrie a pour vocation de mesurer et comprendre les comportements du public à l'égard des médias audiovisuels et interactifs dans un contexte de transformation numérique. Parmi les contenus offerts par ces médias, la météo occupe une place toute particulière auprès du public. C'est pourquoi Médiamétrie s'est tout naturellement associé en tant que partenaire au Forum International de la Météo dont la 6^{ème} édition se déroulera du 20 au 25 octobre 2009 à la Serre de l'Orangerie, Parc André Citroën (Paris) sur le thème « La Ville face aux changements climatiques ».

Dans le cadre de ce partenariat, Médiamétrie a réalisé, du 1er au 8 octobre, un sondage par internet exclusif sur « Les Français et la Météo ». Mené auprès d'un échantillon de 1001 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine, ce sondage explore le rapport du public avec la météo :

- Son intérêt pour la météo
- Les moyens utilisés pour s'informer sur la météo
- La perception des changements climatiques
- L'influence sur le climat de la pollution, l'industrie, le nucléaire, la déforestation, le gaz à effet de serre, les transports...
- Le rôle des présentateurs météo sur l'information relative aux changements climatiques
- La confiance accordée aux médias pour aborder les changements climatiques et la protection de l'environnement

Ce sondage met en évidence l'émergence des nouveaux médias dans l'information météorologique et l'évolution de la perception du public en matière de changements climatiques.

1. LES MOYENS D'INFORMATION DES FRANÇAIS SUR LA METEO

LES FRANÇAIS S'INTERESSENT DE PLUS EN PLUS A LA METEO

Plus de 8 Français sur 10 s'informent tous les jours ou presque du temps qu'il va faire. Cet intérêt pour la météo est en constante progression depuis 2000 (75% en 2000 pour 81% en 2009), tant chez les hommes (74% à 79%) que chez les femmes (76% à 82%).

La fréquence d'information est toutefois en léger recul puisqu'en 2000, 56% des Français s'informaient sur la météo tous les jours. Ils sont 48% aujourd'hui. Ce léger recul de l'information au quotidien est notamment du à l'offre météo présentée dans les médias qui donnent de plus en plus des prévisions à 2 ou 3 jours.

« De façon générale, avez-vous l'habitude de vous informer sur la météo ? »

	Ensemble			Hommes			Femmes		
	2000	2002	2009	2000	2002	2009	2000	2002	2009
Tous les jours	56%	60%	48%	53%	58%	46%	58%	62%	50%
Presque tous les jours	19%	17%	33%	21%	16%	33%	18%	19%	32%
Une ou 2 fois par semaine	16%	14%	13%	16%	15%	14%	16%	12%	13%
Moins souvent	3%	4%	4%	4%	5%	5%	3%	3%	4%
Jamais	6%	5%	2%	6%	6%	2%	5%	4%	1%

COMMENT LES FRANÇAIS S'INFORMENT-ILS SUR LA METEO ? LA FORTE PERCEE D'INTERNET

En 2009, les Français ont placé Internet en 2^{ème} position des moyens d'informations sur la météo. Cette forte percée d'Internet qui change le trio de tête des moyens d'information sur la météo composé jusqu'alors de la Télévision, de la Radio et de la Presse écrite s'explique notamment par le doublement de nombre d'internautes depuis 2002.

La Télévision reste le principal moyen d'information sur la météo, citée par 86% des personnes interrogées, Internet arrive en seconde position avec 73%, devant la Radio (49%) et la Presse écrite (21%).

Le Télétexte, encore utilisé par 22% des Français en 2002, ne l'est plus que par 2% en 2009. Les répondeurs téléphoniques (1%) et Minitel (0%) ne sont quasiment plus utilisés pour s'informer sur la météo.

« Quels sont les moyens que vous utilisez pour vous informer sur la météo ... »*

	2000	2002	2009
Télévision	96%	93%	86%
Internet	5%	13%	73%
Internet sur des sites dédiés à la météo**	-	-	59%
Internet sur des sites traditionnels ou d'information a la météo**	-	-	23%
Internet via les fils RSS**	-	-	4%
Radio	54%	58%	49%
Presse écrite	34%	35%	21%
Téléphone portable**	-	-	8%
Télétexte chaînes de TV	15%	22%	2%
Service interactif sur TV**	-	-	2%
Répondeurs téléphoniques	14%	12%	1%
Minitel	3%	3%	0%
Autres	1%	3%	2%

(*) Plusieurs réponses possibles, (**) Nouvel item en 2009

LES PREVISIONS METEO A 3 OU 4 JOURS SONT LES PLUS RECHERCHEES

Pour la première fois depuis 2000, les Français sont plus nombreux à s'intéresser aux prévisions météo à 3 et 4 jours plutôt qu'à celles du jour au lendemain.

Ainsi en 2009, 41% des Français s'intéressent aux prévisions météo pour les 3 ou 4 jours contre 22% en 2002 et 21% en 2000. L'information à court terme sur la météo, c'est-à-dire celle du jour au lendemain, est en net recul depuis 2002 : 40% sont à la recherche de cette information en 2009, soit 10 points de moins qu'en 2002.

« Lorsque vous vous informez sur la météo, êtes-vous davantage intéressé(e) par les prévisions... »

	2000	2002	2009
Du jour ou du lendemain	53%	50%	40%
Des 3 ou 4 jours à venir	21%	22%	41%
De la semaine à venir	26%	28%	19%

LES PREVISIONS METEO A 7 JOURS DE PLUS EN PLUS UTILISEES

Près des trois quarts des Français utilisent souvent ou de temps en temps les prévisions météo à 7 jours pour préparer leur week-end une semaine à l'avance. Ces prévisions sont en nettes augmentations depuis 2002. 38% des Français les consultaient en 2002, ils sont aujourd'hui 73%.

« Il est désormais possible d'obtenir des informations météorologiques 7 jours à l'avance. Vous arrive t-il de prendre en compte ces prévisions pour organiser dès le samedi ou le dimanche votre week-end suivant ? »

	2002	2009
Souvent	13%	25%
De temps en temps	25%	48%
Rarement	23%	20%
Jamais	39%	7%

2. LA PERCEPTION DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES ET L'INFLUENCE DE CERTAINS PHENOMENES SUR LE CLIMAT

LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES INQUIETENT DE PLUS EN PLUS LES FRANÇAIS

La pollution atmosphérique est considérée comme le phénomène le plus préoccupant : 86% des Français sont convaincus que la pollution atmosphérique peut avoir des conséquences négatives sur la planète, soit 10 points de plus qu'en 2002. En très nette augmentation, l'influence des gaz à effet de serre (+20 points en sept ans) ou encore le développement des activités industrielles (+6 points) préoccupent très largement les Français.

« Selon vous, un phénomène tel que (...) peut-il avoir des conséquences négatives sur les conditions climatiques de notre planète ? »

	Oui, certainement		
	2000	2002	2009
La pollution atmosphérique	73%	76%	86%
Les gaz à effet de serre	-	63%	83%
Le développement des activités industrielles	70%	62%	68%
Le recul des forêts	80%	68%	68%
Les pratiques agricoles	-	-	48%
Le transport aérien	-	-	36%
Le développement du nucléaire	40%	37%(**)	31%

(**) L'utilisation du nucléaire

LES FRANÇAIS PRETS A SE MOBILISER

81% des Français pensent qu'il faut se mobiliser dès maintenant contre la pollution atmosphérique. Le recul des forêts (83%) ainsi que les gaz à effet de serre (74%) sont également des facteurs de pollution sur lesquels les Français se sentent prêts à se mobiliser. En revanche, les pratiques agricoles ainsi que le développement des activités industrielles semblent moins accessibles pour une mobilisation personnelle.

« Pensez-vous qu'il faille se mobiliser dès maintenant pour diminuer... ? »

	Oui
Le recul des forêts	83%
La pollution atmosphérique	81%
Les gaz à effet de serre	74%
Le transport aérien	61%
Le développement du nucléaire	51%
Le développement des activités industrielles	30%
Les pratiques agricoles	27%

IMPACT DES GESTES QUOTIDIENS SUR LE CLIMAT ET L'ENVIRONNEMENT

Une très grande majorité des Français (84%) estiment que leurs gestes quotidiens peuvent avoir un impact positif sur le climat et l'environnement. Ce sont les 25-34 ans et les 35-49 ans les plus persuadés. Près de la moitié des 25-34 ans (45%) en sont même convaincus.

Vos gestes quotidiens peuvent-ils avoir un impact positif sur les changements climatiques et la protection de l'environnement ?

	Ensemble	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +
Oui, tout a fait	39%	35%	45%	42%	38%	28%
Oui, plutôt	45%	47%	42%	45%	43%	55%
Non, pas vraiment	14%	15%	10%	13%	16%	16%
Non, pas du tout	1%	1%	2%	0%	2%	1%
Ne se prononce pas	1%	1%	1%	0%	1%	0%

LES FRANÇAIS INQUIETS QUANT A L'AVENIR DE LEURS ENFANTS

L'inquiétude observée en 2002 reste d'actualité cette année, puisque 90% des Français se déclarent préoccupés par ces changements climatiques pour l'avenir de leurs enfants (+4 points par rapport à 2002), dont 50% très préoccupés.

« Les problèmes que posent les changements climatiques vous préoccupent-ils quant à l'avenir de vos enfants ? »

	2002	2009
Oui, beaucoup	57%	50%
Oui, un peu	29%	40%
Non, pas vraiment	9%	6%
Non, pas du tout	4%	2%
Ne se prononce pas	1%	2%

3. L'INFORMATION RELATIVE AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

PLUS DE LA MOITIE DES FRANÇAIS ESTIMENT ÊTRE SUFFISAMMENT INFORMES SUR LES CONSEQUENCES DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

En 2009, 58% des Français estiment être suffisamment informés par les médias sur les conséquences que peuvent avoir les changements climatiques. Ce sentiment a évolué depuis 2002 (+10 points), preuve que les médias ont su se mobiliser pour accélérer la prise de conscience dans l'opinion publique.

Ce sentiment d'être suffisamment informé est partagé par l'ensemble des Français, quelle que soit la tranche d'âge. Toutefois, les jeunes sont moins nombreux que leurs aînés à l'évoquer (54% pour les 15-24 ans, avec 11% de « tout à fait bien informés »).

« Globalement, pensez-vous être suffisamment informé par les médias sur les conséquences que peuvent avoir les changements climatiques sur l'avenir de notre planète ? »

	Ensemble		15-24 ans		25-34 ans		35-49 ans		50-64 ans		65 ans et +	
	2002	2009	2002	2009	2002	2009	2002	2009	2002	2009	2002	2009
Oui, tout à fait	18%	12%	6%	11%	13%	12%	14%	9%	24%	14%	29%	19%
Oui, plutôt	30%	46%	19%	43%	39%	43%	31%	50%	27%	48%	33%	48%
Non, pas vraiment	37%	33%	49%	33%	37%	33%	38%	34%	37%	33%	27%	31%
Non, pas du tout	14%	7%	26%	11%	11%	9%	16%	5%	11%	4%	7%	1%
Ne se prononce pas	1%	2%	0%	2%	0%	2%	1%	2%	1%	2%	4%	1%

PRESSE ECRITE ET TELEVISION : DES MEDIAS DE CONFIANCE

La presse écrite est le média en qui les Français ont le plus confiance pour traiter les sujets liés aux changements climatiques et à la protection de l'environnement (39%). C'est auprès des plus jeunes et des plus âgés que la Presse écrite recueille le taux de confiance le plus élevé : 44% des 15-24 ans et 49% des 65 ans et plus.

La télévision arrive en deuxième position : 31% des Français lui font le plus confiance pour traiter ces sujets. Seuls les 35-49 ans placent ce média en tête.

Les sites web et plus encore la radio sont plus en retrait arrivant en 3^{ème} et 4^{ème} position.

« En quel média avez-vous le plus confiance quand il s'agit de sujets liés aux changements climatiques et à la protection de l'environnement ? »

	Ensemble	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +
Presse écrite	39%	44%	37%	33%	42%	48%
TV	31%	32%	30%	37%	23%	22%
Sites web	21%	18%	22%	22%	24%	13%
Radio	9%	5%	10%	8%	10%	16%
Ne répond pas	0%	1%	1%	0%	1%	1%

LES PRESENTATEURS METEO : AMBASSADEURS DES PROBLEMES CLIMATIQUES ?

Alors que les Français placent la télévision en 2^{ème} position des médias en qui ils ont le plus confiance pour aborder ces thèmes, le rôle des présentateurs météo leur apparaît comme primordial pour faire passer des messages sur ces thèmes : que ce soit au cours des bulletins météo ou dans d'autres émissions d'information.

Une grande majorité des Français (69%) estiment que les problèmes posés par les changements climatiques devraient faire l'objet de messages dans les bulletins météo, opinion toutefois en léger recul par rapport à 2002 (- 6 points).

De la même manière, les présentateurs météo sont reconnus comme des relais d'information sur ces questions et 67% des Français considèrent qu'ils devraient intervenir sur ces questions dans des émissions d'informations. Un quart des Français en sont même convaincus.

« Selon vous, les présentateurs météo devraient-ils inclure plus souvent des informations relatives aux problèmes posés par les changements climatiques dans leurs bulletins météo ? »

ET

« Selon vous, les présentateurs météo devraient-ils intervenir plus souvent dans d'autres émissions d'informations pour évoquer ces problèmes ? »

	Dans les bulletins météo		Dans d'autres émissions d'information	
	2002	2009	2002	2009
Oui, tout à fait	43%	31%	41%	25%
Oui, plutôt	32%	39%	33%	42%
Non, pas vraiment	16%	21%	18%	23%
Non, pas du tout	7%	7%	7%	8%
Ne se prononce pas	2%	2%	1%	2%

Méthodologie

Cette étude a été réalisée par internet du 1er au 8 octobre 2009 auprès d'un échantillon de 1001 personnes résidant en France métropolitaine, âgées de 15 ans et plus, au Centre de Recueil d'Information de Médiamétrie.

Sélectionné par la méthode des quotas, cet échantillon est représentatif de la population française en termes de sexe, de tranches d'âge, d'activité, de région et de catégorie d'agglomération.

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€.

A propos de la Société Météorologique de France (SMF)

La Société Météorologique de France présidé, par Jean Jouzel, est une association de loi 1901, fondée en 1852 et reconnue d'utilité publique. Elle est liée à l'établissement public Météo-France par une convention de coopération. A l'origine, Société savante, la SMF est aujourd'hui un lieu de communication, d'échanges et de débats. Elle organise différentes manifestations à caractère scientifique: colloques, cycles de conférences, expositions, jeux-concours etc., décerne deux prix scientifiques et publie la revue trimestrielle *La Météorologie*, coéditée avec Météo-France et parrainée par l'INSU-CNRS et l'ADEME.

Contacts Presse :

SMF/FIM : Christian Vannier – Tél. : 01 45 56 57 52 / 06 32 34 5414

-E-mail : christian.vannier@meteo.fr

MEDIAMETRIE : Isabelle MAURICE – Tél. : 01 47 58 97 55

-E-mail : imaurice@mediametrie.fr