

Médias digitaux ou traditionnels :
Une nouvelle étude d'opinion met en lumière les préférences des Français et place Legend en tête des podcasts

Entre recherche d'authenticité, crainte de surinformation, temps de concentration et quête d'indépendance, les habitudes médiatiques des Français évoluent et placent les médias digitaux en tête de leur préférence.

En seulement 20 mois d'existence, Legend, média digital développé en partenariat avec /influx, redéfinit l'information numérique et s'impose comme un acteur incontournable du paysage médiatique.

[Selon une étude Odoxa](#) (cliquer sur le lien), Legend est désormais une référence et atteint la place de premier podcast de France.

Les principaux enseignements de cette étude exclusive sont les suivants :

- **Indépendance, rapidité et contenus** : Les Français attribuent de nombreux atouts aux médias digitaux : Leur indépendance (41% des personnes sondées perçoivent les médias internet comme plus indépendants, un chiffre plus élevé que les médias traditionnels), leur rapidité d'information (85 % estiment que les médias internet permettent d'être informé rapidement) leurs contenus (72 % aiment découvrir des personnalités ou des thèmes nouveaux, peu abordés par les médias traditionnels).
- **Les 18-25 ans passent deux fois plus de temps que la moyenne à consulter les médias digitaux (18 minutes)**. Une minute de plus par jour que sur les médias traditionnels (17 minutes). Pour capter ces audiences jeunes et hyper connectées, il est nécessaire de proposer des formats courts pour diffuser l'information rapidement et capter l'attention. Malgré tout, des réserves

persistent quant à la qualité et à la standardisation de l'information. Ce constat pousse les pure players à explorer de nouveaux formats : les contenus longs et approfondis.

- **Engagement record : Legend captive son audience**

29 minutes : c'est le temps moyen que passent les utilisateurs sur Legend, soit plus de deux fois plus que sur des plateformes comme Brut (13 minutes). Cet engagement exceptionnel montre une connexion unique avec un public à la recherche de contenu immersif. Dès son lancement, Legend a su séduire une importante audience : 35 % des 18-34 ans connaissent la plateforme, tout comme 24 % des cadres. L'ascension de Legend le place en tête des médias de confiance auprès des jeunes générations et des décideurs de demain. Un contenu qui fait la différence puisque 87 % des utilisateurs ont une image positive de Legend, un chiffre comparable aux leaders historiques. 32 % lui attribuent même une "très bonne image » dépassant Brut qui atteint 29 %.

Le contenu de Legend est perçu comme unique et introuvable ailleurs par 78 % des utilisateurs, contre 69 % pour Brut. Les sondés ont plébiscité sa singularité, son objectivité (validée par 75 %) et la profondeur de ses sujets (74 % de satisfaction). C'est ainsi que le média est parvenu à se démarquer dans un secteur saturé. *« Nos données montrent un taux d'engagement impressionnant de 29 minutes en moyenne, témoignant de la capacité de Legend à se démarquer dans un paysage digital critiqué pour la superficialité de ses approches et de ses contenus. Legend répond à un besoin de profondeur et d'authenticité et parvient ainsi à capter une audience en quête d'expériences enrichissantes »* déclare Céline Bracq, Directrice Générale d'Odoxa.

- **Legend : premier podcast de France et acteur majeur du paysage médiatique.** Avec son statut de premier podcast de France, Legend a conquis un large public en seulement 20 mois. Le média s'inscrit en opposition à la standardisation, offrant du contenu diversifié, rigoureux, et pertinent pour un public curieux de nouveauté et de confiance.

Les données sont issues de sondage réalisé par Odoxa en octobre 2024 auprès de 12 181 français représentatifs de la population âgée de 18 ans et plus. Enquête menée par internet du 18 au 30 septembre 2024. La méthode des quotas a été appliquée pour garantir la représentativité de l'échantillon.

A propos d'/influx

Avec plus de 30 talents représentés en exclusivité, /influx rassemble plus de 100 millions d'abonnés sur les chaînes de ses créateurs, et plus de 2 milliards de vues par an. /influx a été créé en 2018 par Manuel Diaz, pour structurer le marché de l'influence et opère en tant qu'agent artistique, spécialisée dans la création de contenus originaux, sélectionnant ses talents tant pour leur capacité à créer des contenus authentiques, inédits et pertinents que pour l'engagement et la fidélité de leur communauté. Ces créateurs indépendants, français et internationaux, aux univers distincts, portent un regard nouveau sur l'usage d'une marque, la mettent en perspective, la racontent comme jamais.

<https://www.influxcrew.com/>

A propos d'Odoxa

Odoxa est un institut d'études indépendant. Il réalise et analyse des études quantitatives et qualitatives auprès de cibles spécifiques ou du grand public. Odoxa, vient du rapprochement des deux termes grecs « Odos » et « Doxa ». Odos, signifie le chemin ou la voie au sens propre comme au sens figuré, Doxa correspond à l'ensemble des opinions, des valeurs et des préjugés communément admis par une société à un moment donné.

<https://www.odoxa.fr/>

Contact presse : dguerlain@image7.fr

Contact Odoxa : celine.bracq@odoxa.fr

96 Bd de Sébastopol
75003 Paris
France

hello@influxcrew.com
[influxcrew.com](https://www.influxcrew.com)

S.A.S.U au capital de 20.760 Euros - SIRET 8387 4090 0000 33 - APE 8299Z