

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Janvier 2011

La mesure Internet intègre l'audience quotidienne

A partir de janvier 2011, un nouvel indicateur figure dans les classements des marques : le nombre de visiteurs uniques par jour. Cet indicateur vient enrichir le nombre de visiteurs uniques mensuels qui reste l'indicateur de référence en matière d'audience Internet. Le nombre de visiteurs uniques par jour permet d'évaluer la capacité du média Internet à toucher un large public tous les jours.

Les sites de vidéos, blogs et réseaux sociaux gagnent 5 millions d'internautes de plus en un an

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Les internautes sont de plus en plus nombreux à visiter les sites des sous-catégories vidéos et cinéma : plus de 27 millions en janvier 2011 soit 5 millions de plus en un an (+22%) ! Ce sont près de 2 internautes sur 3 (65,8%) qui ont consulté ces sites ce mois-ci. C'est la plus forte progression par rapport à janvier 2010.

En moyenne, chaque jour, plus de 6 millions d'internautes consultent ces sites soit 1,8 millions d'internautes supplémentaires chaque jour par rapport à janvier 2010 (+40%).

En audience quotidienne, les blogs et sites communautaires enregistrent, derrière les moteurs de recherche, la plus forte progression en un an avec, en moyenne chaque jour, 2,6 millions d'internautes de plus qu'en janvier 2010 (+28%). Les blogs et sites communautaires font véritablement partie du quotidien des internautes français. Aujourd'hui, près de 12 millions de visiteurs uniques consultent chaque jour ces sites.

Les blogs et sites communautaires enregistrent également la 2^{ème} plus forte progression en audience mensuelle avec 4,7 millions d'internautes de plus qu'en janvier 2010. Soit 32,6 millions d'internautes et quasiment 8 internautes sur 10 (78,1%).

Les 2 plus fortes progressions de sous-catégories en janvier 2011

Parmi le top 20 des sous-catégories en janvier 2011

	Audience mensuelle		Audience quotidienne	
	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Evolution vs janvier 2010	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾	Evolution vs janvier 2010
Vidéos / Cinéma	27 412 000	+ 4 964 000	6 372 000	+ 1 813 000
Blogs / Sites communautaires	32 571 000	+ 4 676 000	11 708 000	+ 2 562 000

Plus de 38 millions d'internautes ⁽¹⁾

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2011 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En janvier 2011, plus de 38 millions de personnes âgées de 11 ans et plus se sont connectées à Internet au cours du dernier mois (38,4 millions) soit 71,6% de la population. Le nombre d'internautes progresse de 9% par rapport à janvier 2010.

	Janvier 2011	Janvier 2010	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	38 373 000 soit 71,6% des Français	35 161 000 soit 65,8% des Français	+ 9%

Plus de 34,4 millions d'internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2011 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En Janvier 2011, 34 439 000 internautes, soit 89,5% des internautes à domicile, sont connectés en haut débit. Cette population internaute progresse de 9,6% par rapport à janvier 2010.

	Janvier 2011	Janvier 2010	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile via une connexion haut débit (câble ou ADSL) au cours du dernier mois.	34 439 000 soit 89,5% des internautes domicile	31 422 000 soit 87,0% des internautes domicile	+ 10%

Près de 7 foyers sur 10 ont accès à Internet

Source : GfK / Médiamétrie - La Référence des Equipements Multimédias - 4^{ème} trimestre 2010
Copyright GfK et Médiamétrie - Tous droits réservés

Au 4^{ème} trimestre 2010, près de 19 millions de foyers (18 787 000) ont accès à Internet en France soit près de 7 foyers français sur 10 (69,2%) contre 16,9 millions (62,6%) au 4^{ème} trimestre 2009. Ceci représente une progression de 1 876 000 foyers (+11%) par rapport au 4^{ème} trimestre 2009.

	4 ^{ème} trimestre 2010	3 ^{ème} trimestre 2010	4 ^{ème} trimestre 2009
Nombre de foyers ayant accès à Internet	18 787 000 soit 69,2% des foyers	18 367 000 soit 67,7% des foyers	16 911 000 soit 62,6% des foyers

Le Top 50 des Groupes ⁽²⁾ les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Groupes ⁽²⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾
1	Google	37 006 000
2	Microsoft	34 094 000
3	Facebook	27 502 000
4	France Telecom	24 163 000
5	CCM Benchmark Group	21 118 000
6	PagesJaunes	20 428 000
7	Wikimedia Foundation	19 240 000
8	Iliad	19 128 000
9	Groupe TF1	18 879 000
10	Vivendi Universal	18 330 000
11	PPR	17 744 000
12	Yahoo!	17 408 000
13	Groupe Lagardere	17 035 000
14	eBay	13 719 000
15	Editions Aixoises Multimedia	13 200 000
16	M6	13 064 000
17	Groupe Credit Agricole	12 796 000
18	Web 66 - Presse Regionale	12 765 000
19	La Poste	11 975 000
20	Groupe Casino	11 806 000
21	auFeminin	11 530 000
22	Groupe Auchan	11 496 000
23	Apple Computer	11 317 000
24	Amazon	11 241 000
25	OTTO	11 220 000
26	Groupe Figaro	11 213 000
27	PriceMinister	11 118 000
28	Dailymotion	10 741 000
29	Prisma Presse	10 655 000
30	Association VideoLAN	9 830 000
31	SNCF France	9 081 000
32	francetélévisions	8 865 000
33	Ministere de l Education Nationale	8 017 000
34	Next Radio TV	8 007 000
35	Gouvernement Francais	7 834 000
36	Le Monde	7 762 000
37	Fotovista	7 724 000
38	Scripps Networks Interactive	7 697 000
39	InterActiveCorp	7 641 000
40	AlloCine	7 519 000
41	Societe Generale	7 491 000
42	Roularta	7 260 000
43	Michelin	7 216 000
44	Groupon Inc.	7 172 000
45	LeGuide.com	7 053 000
46	Rue du Commerce	6 990 000
47	Meteo France	6 656 000
48	Carrefour	6 607 000
49	Publiane	6 426 000
50	Hi-Media	6 393 000

Le Top 30 des Sites les plus visités en France Tous lieux de connexion Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽³⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾
1	Google	36 381 000	16 655 000
2	MSN/Windows Live	28 242 000	10 612 000
3	Facebook	27 502 000	9 222 000
4	Microsoft	24 321 000	4 183 000
5	Orange	21 940 000	7 086 000
6	YouTube	20 775 000	3 201 000
7	Wikipedia	19 051 000	2 319 000
8	Free	18 099 000	2 999 000
9	PagesJaunes	17 600 000	2 403 000
10	Yahoo!	16 914 000	3 911 000
11	SFR	14 602 000	3 151 000
12	L Internaute Magazine	13 466 000	1 278 000
13	Leboncoin.fr	13 200 000	2 447 000
14	eBay	11 494 000	1 786 000
15	Apple	11 317 000	1 513 000
16	auFeminin	11 304 000	968 000
17	CommentCaMarche	11 295 000	906 000
18	Overblog	11 182 000	1 060 000
19	Cdiscount	11 043 000	1 136 000
20	Amazon	10 863 000	1 074 000
21	Dailymotion	10 741 000	905 000
22	TF1 / Wat	10 618 000	1 030 000
23	Bing	10 578 000	1 478 000
24	Videolan	9 830 000	1 623 000
25	Blogger	9 588 000	911 000
26	Voila	9 528 000	1 352 000
27	PriceMinister	9 419 000	909 000
28	Fnac	8 967 000	822 000
29	La Redoute	8 880 000	790 000
30	Doctissimo	8 872 000	677 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

Le Top 50 des Sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion
Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽³⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾
1	Google	36 381 000	16 655 000
2	MSN/Windows Live	28 242 000	10 612 000
3	Facebook	27 502 000	9 222 000
4	Orange	21 940 000	7 086 000
5	YouTube	20 775 000	3 201 000
6	Free	18 099 000	2 999 000
7	PagesJaunes	17 600 000	2 403 000
8	Yahoo!	16 914 000	3 911 000
9	SFR	14 602 000	3 151 000
10	L Internaute Magazine	13 466 000	1 278 000
11	eBay	11 494 000	1 786 000
12	auFeminin	11 304 000	968 000
13	CommentCaMarche	11 295 000	906 000
14	Overblog	11 182 000	1 060 000
15	Cdiscount	11 043 000	1 136 000
16	Dailymotion	10 741 000	905 000
17	TF1 / Wat	10 618 000	1 030 000
18	Bing	10 578 000	1 478 000
19	Voila	9 528 000	1 352 000
20	PriceMinister	9 419 000	909 000
21	La Redoute	8 880 000	790 000
22	Doctissimo	8 872 000	677 000
23	France Televisions	8 793 000	959 000
24	Mappy	7 823 000	561 000
25	AlloCine	7 519 000	734 000
26	Le Journal des Femmes	7 033 000	549 000
27	Le Figaro	6 908 000	752 000
28	01net	6 722 000	431 000
29	Meteo France	6 656 000	910 000
30	3 Suisses	6 359 000	499 000
31	Dromadaire	6 317 000	356 000
32	Rue du Commerce	6 181 000	486 000
33	LeGuide	6 160 000	387 000
34	Deezer	6 129 000	744 000
35	Tom's	6 084 000	390 000
36	Skyrock	6 059 000	603 000
37	Tele Loisirs	5 614 000	914 000
38	L Express.fr	5 561 000	447 000
39	Le Monde	5 533 000	680 000
40	LeParisien.fr / Aujourd'hui.fr	5 429 000	565 000
41	Fashionshopping.com	5 331 000	369 000
42	20minutes.fr	5 330 000	616 000
43	CANAL +	5 118 000	427 000
44	Clubic.com	4 933 000	332 000
45	Ciao	4 897 000	258 000
46	L Equipe	4 683 000	1 051 000
47	Droit-Finances.net	4 573 000	249 000
48	Jeuxvideo.com	4 366 000	440 000
49	M6	4 246 000	348 000
50	Premiere.	4 218 000	328 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

mediametrie // NetRatings

Détail des co-brandings des marques présentes dans les classements sites :

auFeminin : sante-az.com ; marmiton.org ; joyce.fr ; teemix.aufeminin.com

Clubic.com : newsvortex.net

Fnac : fnac.metaboli.fr ; fnac.gamesplanet.com ; fnac.telechargement.fr ; fnac-jeux.telechargement.fr ; splitgames.fr ; playfrance.com ; xboxfrance.com ; gamesmoov.fr ; wiidsfrance.com ; fnac.metaboli.fr

France Televisions : mytaratata.com ; pluzz.fr ; franceo.fr

Free : devises.fr ; euroinvestor.fr

L Equipe : news.fr.msn.com/sport/football/coupe-du-monde/communaute-de-supporters/default.aspx ; sportetstyle.fr

L Express.fr : lire.fr ; lentreprise.com ; votreargent.fr ; lexpansion.com ; lexpansion.cadremploi.fr

La Redoute : laredoute-coaching.com

Le Figaro : Leconjugueur.com ; Lefigaro.alapage.com ; madame-figaro.astrofame.fr/?wl=69

Le Monde : lemonde.football365.fr ; lemonde.homelidays.com ; lemonde.reverso.net ;

lemonde.fr/programme-tele ; xahutu.com/lemonde/singapore ; lemonde.sports.fr

LeParisien.fr / Aujourd'hui.fr : location-etudiant.fr/paris-etudiant ; iquesta.com/parisetudiant

M6 : incroyablenobile.fr ; nouvellestar.fr ; absolumentstars.fr

MSN/Windows Live : msn.lediet.fr ; telemaison.fr ; msn.dromadaire.fr ; msn.logic-immo.com ;

msn.dvdrama.com ; msn.serierama.com ; msn.yezorno.com ; lacentrale.fr/msn/ ;

msnauto.assurland.com ; msnauto.lacentrale.fr ; encarta.greatschools.net ; msn.foxsports.com ;

msn.englishtown.fr ; ninjadude.com ; today.com ; celebrity.rightpundits.com ; msn.toutelatele.com

Orange : orange.ebay.fr

Overblog : erog.fr

Premiere. : mcm.vm-wl.com ; mcm.netmcm-vm-wl.com ; tele7.fr ; mcm.fr ; mcm.net ; tv-replay.fr ; public.sfr.fr

SFR : perenoelportable.fr

TF1 / Wat : tf1.kelformation.com ; leblogtvnews.com ; ushuaia.com ; grandjeuteleshopping.com ; tfou-3-6.fr ; lezappingdupaf.com ; reponseatout.grandjeuteleshopping.com

Tom's : Jeuxvideopc.com ; tomsgames.com ; tomsgames.fr ; tomshardware.com ; bestofmicro.com ; bestofmicro.fr ; tomsguide.com ; jeuxcherche.com ; jeuxvideo-flash.com

Yahoo! : assurland.com/*partnerlinkid=232hl11 à 16 ; babel.viabloga.com ; blogtrotters.fr ;

blpwebzine.blogs.com/politicshow ; ilovepolitics.info ; reu-oi.blogspot.com ; six35.fr ;

*yahoo.monster.fr ; alainmouton-qashqai.com ; carnetderoute-audi.com ; fr.yahoo.123envoiture.com ;

kelkoo.fr ; monsieurprix.com ; Geocities.com ; Musicmatch Jukebox ; yahoo.bondyblog.fr ;

yahoo.business.bondyblog.fr ; yahoo.dakar.bondyblog.fr ; yahoo.lausanne.bondyblog.fr ;

yahoo.lyon.bondyblog.fr ; yahoo.marseille.bondyblog.fr ; yahoo.vernier.bondyblog.fr

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

⁽¹⁾ **Internaute** : La population internaute de référence est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux ⁽⁷⁾

⁽²⁾ **Groupe ou Parent** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisé que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

⁽³⁾ **Marque ou Brand** : La Brand est le niveau « marques ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

⁽⁴⁾ **Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

⁽⁵⁾ **Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

⁽⁶⁾ **Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois sur un jour moyen du mois concerné. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois dans une journée ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

⁽⁷⁾ **Autres lieux de connexion** : Lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, ...), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, ...), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

LES ETUDES

L'Observatoire des Usages Internet

Cette étude suit l'évolution de la population internaute et étudie en détail les usages des Français en matière d'Internet.

Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes selon leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet. L'étude s'appuie sur une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...

La Référence des Équipements Multimédias

Cette étude est réalisée conjointement avec GfK, chaque trimestre auprès de 6000 Français âgés de 15 ans et plus. Elle constitue la référence du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques et micro-informatiques, accès à Internet.

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 25 000 individus, recruté par téléphone et sur Internet, une méthodologie unique qui permet de refléter au mieux la diversité de l'Internet. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. Une méthode exclusive permet d'estimer l'audience pour les autres lieux de connexion (bibliothèque, cybercafés, ...), en complément du domicile et du lieu de travail.

Les informations d'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et par catégorie de sites (exemples : sites d'information généralistes, sites de e-commerce, sites de voyages...)

Le logiciel de mesure NetSight – lancé en septembre 2008 – apporte des informations précises sur les technologies utilisées dans les applications web 2.0, le temps passé et l'engagement des internautes. Il ouvre des possibilités de rapprochement des résultats obtenus par les mesures panel - user-centric - et de fréquentation - site-centric – dont Médiamétrie est l'un des acteurs avec Médiamétrie-eStat. Ce rapprochement permettra d'obtenir un ensemble d'indicateurs complémentaires : visites et visiteurs uniques, couvertures, pages vues, origine des visites, temps passé, vidéos consultées, radios écoutées, efficacité publicitaire.

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 et le Cross-Médias.

A propos de Mediametrie//NetRatings

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Pour toute information presse contacter :

Adélie MENAGER

Tél. : 01 71 09 93 18

e-mail : amenager@mediametrie.fr

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : losmanian@mediametrie.fr

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Janvier 2011

La mesure Internet intègre l'audience quotidienne

A partir de janvier 2011, un nouvel indicateur figure dans les classements des marques : le nombre de visiteurs uniques par jour. Cet indicateur vient enrichir le nombre de visiteurs uniques mensuels qui reste l'indicateur de référence en matière d'audience Internet. Le nombre de visiteurs uniques par jour permet d'évaluer la capacité du média Internet à toucher un large public tous les jours.

Les sites de vidéos, blogs et réseaux sociaux gagnent 5 millions d'internautes de plus en un an

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Les internautes sont de plus en plus nombreux à visiter les sites des sous-catégories vidéos et cinéma : plus de 27 millions en janvier 2011 soit 5 millions de plus en un an (+22%) ! Ce sont près de 2 internautes sur 3 (65,8%) qui ont consulté ces sites ce mois-ci. C'est la plus forte progression par rapport à janvier 2010.

En moyenne, chaque jour, plus de 6 millions d'internautes consultent ces sites soit 1,8 millions d'internautes supplémentaires chaque jour par rapport à janvier 2010 (+40%).

En audience quotidienne, les blogs et sites communautaires enregistrent, derrière les moteurs de recherche, la plus forte progression en un an avec, en moyenne chaque jour, 2,6 millions d'internautes de plus qu'en janvier 2010 (+28%). Les blogs et sites communautaires font véritablement partie du quotidien des internautes français. Aujourd'hui, près de 12 millions de visiteurs uniques consultent chaque jour ces sites.

Les blogs et sites communautaires enregistrent également la 2^{ème} plus forte progression en audience mensuelle avec 4,7 millions d'internautes de plus qu'en janvier 2010. Soit 32,6 millions d'internautes et quasiment 8 internautes sur 10 (78,1%).

Les 2 plus fortes progressions de sous-catégories en janvier 2011

Parmi le top 20 des sous-catégories en janvier 2011

	Audience mensuelle		Audience quotidienne	
	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Evolution vs janvier 2010	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾	Evolution vs janvier 2010
Vidéos / Cinéma	27 412 000	+ 4 964 000	6 372 000	+ 1 813 000
Blogs / Sites communautaires	32 571 000	+ 4 676 000	11 708 000	+ 2 562 000

Plus de 38 millions d'internautes ⁽¹⁾

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2011 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En janvier 2011, plus de 38 millions de personnes âgées de 11 ans et plus se sont connectées à Internet au cours du dernier mois (38,4 millions) soit 71,6% de la population. Le nombre d'internautes progresse de 9% par rapport à janvier 2010.

	Janvier 2011	Janvier 2010	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	38 373 000 soit 71,6% des Français	35 161 000 soit 65,8% des Français	+ 9%

Plus de 34,4 millions d'internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2011 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En Janvier 2011, 34 439 000 internautes, soit 89,5% des internautes à domicile, sont connectés en haut débit. Cette population internaute progresse de 9,6% par rapport à janvier 2010.

	Janvier 2011	Janvier 2010	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile via une connexion haut débit (câble ou ADSL) au cours du dernier mois.	34 439 000 soit 89,5% des internautes domicile	31 422 000 soit 87,0% des internautes domicile	+ 10%

Près de 7 foyers sur 10 ont accès à Internet

Source : GfK / Médiamétrie - La Référence des Equipements Multimédias - 4^{ème} trimestre 2010
Copyright GfK et Médiamétrie - Tous droits réservés

Au 4^{ème} trimestre 2010, près de 19 millions de foyers (18 787 000) ont accès à Internet en France soit près de 7 foyers français sur 10 (69,2%) contre 16,9 millions (62,6%) au 4^{ème} trimestre 2009. Ceci représente une progression de 1 876 000 foyers (+11%) par rapport au 4^{ème} trimestre 2009.

	4 ^{ème} trimestre 2010	3 ^{ème} trimestre 2010	4 ^{ème} trimestre 2009
Nombre de foyers ayant accès à Internet	18 787 000 soit 69,2% des foyers	18 367 000 soit 67,7% des foyers	16 911 000 soit 62,6% des foyers

Le Top 50 des Groupes ⁽²⁾ les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Groupes ⁽²⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾
1	Google	37 006 000
2	Microsoft	34 094 000
3	Facebook	27 502 000
4	France Telecom	24 163 000
5	CCM Benchmark Group	21 118 000
6	PagesJaunes	20 428 000
7	Wikimedia Foundation	19 240 000
8	Iliad	19 128 000
9	Groupe TF1	18 879 000
10	Vivendi Universal	18 330 000
11	PPR	17 744 000
12	Yahoo!	17 408 000
13	Groupe Lagardere	17 035 000
14	eBay	13 719 000
15	Editions Aixoises Multimedia	13 200 000
16	M6	13 064 000
17	Groupe Credit Agricole	12 796 000
18	Web 66 - Presse Regionale	12 765 000
19	La Poste	11 975 000
20	Groupe Casino	11 806 000
21	auFeminin	11 530 000
22	Groupe Auchan	11 496 000
23	Apple Computer	11 317 000
24	Amazon	11 241 000
25	OTTO	11 220 000
26	Groupe Figaro	11 213 000
27	PriceMinister	11 118 000
28	Dailymotion	10 741 000
29	Prisma Presse	10 655 000
30	Association VideoLAN	9 830 000
31	SNCF France	9 081 000
32	francetélévisions	8 865 000
33	Ministere de l Education Nationale	8 017 000
34	Next Radio TV	8 007 000
35	Gouvernement Francais	7 834 000
36	Le Monde	7 762 000
37	Fotovista	7 724 000
38	Scripps Networks Interactive	7 697 000
39	InterActiveCorp	7 641 000
40	AlloCine	7 519 000
41	Societe Generale	7 491 000
42	Roularta	7 260 000
43	Michelin	7 216 000
44	Groupon Inc.	7 172 000
45	LeGuide.com	7 053 000
46	Rue du Commerce	6 990 000
47	Meteo France	6 656 000
48	Carrefour	6 607 000
49	Publiane	6 426 000
50	Hi-Media	6 393 000

Le Top 30 des Sites les plus visités en France Tous lieux de connexion Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽³⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾
1	Google	36 381 000	16 655 000
2	MSN/Windows Live	28 242 000	10 612 000
3	Facebook	27 502 000	9 222 000
4	Microsoft	24 321 000	4 183 000
5	Orange	21 940 000	7 086 000
6	YouTube	20 775 000	3 201 000
7	Wikipedia	19 051 000	2 319 000
8	Free	18 099 000	2 999 000
9	PagesJaunes	17 600 000	2 403 000
10	Yahoo!	16 914 000	3 911 000
11	SFR	14 602 000	3 151 000
12	L Internaute Magazine	13 466 000	1 278 000
13	Leboncoin.fr	13 200 000	2 447 000
14	eBay	11 494 000	1 786 000
15	Apple	11 317 000	1 513 000
16	auFeminin	11 304 000	968 000
17	CommentCaMarche	11 295 000	906 000
18	Overblog	11 182 000	1 060 000
19	Cdiscount	11 043 000	1 136 000
20	Amazon	10 863 000	1 074 000
21	Dailymotion	10 741 000	905 000
22	TF1 / Wat	10 618 000	1 030 000
23	Bing	10 578 000	1 478 000
24	Videolan	9 830 000	1 623 000
25	Blogger	9 588 000	911 000
26	Voila	9 528 000	1 352 000
27	PriceMinister	9 419 000	909 000
28	Fnac	8 967 000	822 000
29	La Redoute	8 880 000	790 000
30	Doctissimo	8 872 000	677 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

Le Top 50 des Sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion
Applications Internet incluses ⁽⁴⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2011
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽³⁾	Visiteurs Uniques par mois ⁽⁵⁾	Visiteurs Uniques par jour ⁽⁶⁾
1	Google	36 381 000	16 655 000
2	MSN/Windows Live	28 242 000	10 612 000
3	Facebook	27 502 000	9 222 000
4	Orange	21 940 000	7 086 000
5	YouTube	20 775 000	3 201 000
6	Free	18 099 000	2 999 000
7	PagesJaunes	17 600 000	2 403 000
8	Yahoo!	16 914 000	3 911 000
9	SFR	14 602 000	3 151 000
10	L Internaute Magazine	13 466 000	1 278 000
11	eBay	11 494 000	1 786 000
12	auFeminin	11 304 000	968 000
13	CommentCaMarche	11 295 000	906 000
14	Overblog	11 182 000	1 060 000
15	Cdiscount	11 043 000	1 136 000
16	Dailymotion	10 741 000	905 000
17	TF1 / Wat	10 618 000	1 030 000
18	Bing	10 578 000	1 478 000
19	Voila	9 528 000	1 352 000
20	PriceMinister	9 419 000	909 000
21	La Redoute	8 880 000	790 000
22	Doctissimo	8 872 000	677 000
23	France Televisions	8 793 000	959 000
24	Mappy	7 823 000	561 000
25	AlloCine	7 519 000	734 000
26	Le Journal des Femmes	7 033 000	549 000
27	Le Figaro	6 908 000	752 000
28	01net	6 722 000	431 000
29	Meteo France	6 656 000	910 000
30	3 Suisses	6 359 000	499 000
31	Dromadaire	6 317 000	356 000
32	Rue du Commerce	6 181 000	486 000
33	LeGuide	6 160 000	387 000
34	Deezer	6 129 000	744 000
35	Tom's	6 084 000	390 000
36	Skyrock	6 059 000	603 000
37	Tele Loisirs	5 614 000	914 000
38	L Express.fr	5 561 000	447 000
39	Le Monde	5 533 000	680 000
40	LeParisien.fr / Aujourd'hui.fr	5 429 000	565 000
41	Fashionshopping.com	5 331 000	369 000
42	20minutes.fr	5 330 000	616 000
43	CANAL +	5 118 000	427 000
44	Clubic.com	4 933 000	332 000
45	Ciao	4 897 000	258 000
46	L Equipe	4 683 000	1 051 000
47	Droit-Finances.net	4 573 000	249 000
48	Jeuxvideo.com	4 366 000	440 000
49	M6	4 246 000	348 000
50	Premiere.	4 218 000	328 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

mediametrie // NetRatings

Détail des co-brandings des marques présentes dans les classements sites :

auFeminin : sante-az.com ; marmiton.org ; joyce.fr ; teemix.aufeminin.com

Clubic.com : newsvortex.net

Fnac : fnac.metaboli.fr ; fnac.gamesplanet.com ; fnac.telechargement.fr ; fnac-jeux.telechargement.fr ; splitgames.fr ; playfrance.com ; xboxfrance.com ; gamesmoov.fr ; wiidsfrance.com ; fnac.metaboli.fr

France Televisions : mytaratata.com ; pluzz.fr ; franceo.fr

Free : devises.fr ; euroinvestor.fr

L Equipe : news.fr.msn.com/sport/football/coupe-du-monde/communaute-de-supporters/default.aspx ; sportetstyle.fr

L Express.fr : lire.fr ; lentreprise.com ; votreargent.fr ; lexpansion.com ; lexpansion.cadremploi.fr

La Redoute : laredoute-coaching.com

Le Figaro : Leconjugueur.com ; Lefigaro.alapage.com ; madame-figaro.astrofame.fr/?wl=69

Le Monde : lemonde.football365.fr ; lemonde.homelidays.com ; lemonde.reverso.net ;

lemonde.fr/programme-tele ; xahutu.com/lemonde/singapore ; lemonde.sports.fr

LeParisien.fr / Aujourd'hui.fr : location-etudiant.fr/paris-etudiant ; iquesta.com/parisetudiant

M6 : incroyablemobile.fr ; nouvellestar.fr ; absolumentstars.fr

MSN/Windows Live : msn.lediet.fr ; telemaison.fr ; msn.dromadaire.fr ; msn.logic-immo.com ;

msn.dvdrama.com ; msn.serierama.com ; msn.yezorno.com ; lacentrale.fr/msn/ ;

msnauto.assurland.com ; msnauto.lacentrale.fr ; encarta.greatschools.net ; msn.foxsports.com ;

msn.englishtown.fr ; ninjadude.com ; today.com ; celebrity.rightpundits.com ; msn.toutelatele.com

Orange : orange.ebay.fr

Overblog : erog.fr

Premiere. : mcm.vm-wl.com ; mcm.netmcm-vm-wl.com ; tele7.fr ; mcm.fr ; mcm.net ; tv-replay.fr ; public.sfr.fr

SFR : perenoelportable.fr

TF1 / Wat : tf1.kelformation.com ; leblogtvnews.com ; ushuaia.com ; grandjeuteleshopping.com ; tfou-3-6.fr ; lezappingdupaf.com ; reponseatout.grandjeuteleshopping.com

Tom's : Jeuxvideopc.com ; tomsgames.com ; tomsgames.fr ; tomshardware.com ; bestofmicro.com ; bestofmicro.fr ; tomsguide.com ; jeuxcherche.com ; jeuxvideo-flash.com

Yahoo! : assurland.com/*partnerlinkid=232hl11 à 16 ; babel.viabloga.com ; blogtrotters.fr ;

blpwebzine.blogs.com/politicshow ; ilovepolitics.info ; reu-oi.blogspot.com ; six35.fr ;

*yahoo.monster.fr ; alainmouton-qashqai.com ; carnetderoute-audi.com ; fr.yahoo.123envoiture.com ;

kelkoo.fr ; monsieurprix.com ; Geocities.com ; Musicmatch Jukebox ; yahoo.bondyblog.fr ;

yahoo.business.bondyblog.fr ; yahoo.dakar.bondyblog.fr ; yahoo.lausanne.bondyblog.fr ;

yahoo.lyon.bondyblog.fr ; yahoo.marseille.bondyblog.fr ; yahoo.vernier.bondyblog.fr

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Internaute** : La population internaute de référence est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux ⁽⁷⁾

(2) **Groupe ou Parent** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisé que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

(3) **Marque ou Brand** : La Brand est le niveau « marques ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

(4) **Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

(5) **Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(6) **Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois sur un jour moyen du mois concerné. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois dans une journée ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

(7) **Autres lieux de connexion** : Lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, ...), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, ...), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

LES ETUDES

L'Observatoire des Usages Internet

Cette étude suit l'évolution de la population internaute et étudie en détail les usages des Français en matière d'Internet.

Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes selon leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet. L'étude s'appuie sur une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...

La Référence des Équipements Multimédias

Cette étude est réalisée conjointement avec GfK, chaque trimestre auprès de 6000 Français âgés de 15 ans et plus. Elle constitue la référence du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques et micro-informatiques, accès à Internet.

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 25 000 individus, recruté par téléphone et sur Internet, une méthodologie unique qui permet de refléter au mieux la diversité de l'Internet. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. Une méthode exclusive permet d'estimer l'audience pour les autres lieux de connexion (bibliothèque, cybercafés, ...), en complément du domicile et du lieu de travail.

Les informations d'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et par catégorie de sites (exemples : sites d'information généralistes, sites de e-commerce, sites de voyages...)

Le logiciel de mesure NetSight – lancé en septembre 2008 – apporte des informations précises sur les technologies utilisées dans les applications web 2.0, le temps passé et l'engagement des internautes. Il ouvre des possibilités de rapprochement des résultats obtenus par les mesures panel - user-centric - et de fréquentation - site-centric – dont Médiamétrie est l'un des acteurs avec Médiamétrie-eStat. Ce rapprochement permettra d'obtenir un ensemble d'indicateurs complémentaires : visites et visiteurs uniques, couvertures, pages vues, origine des visites, temps passé, vidéos consultées, radios écoutées, efficacité publicitaire.

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 et le Cross-Médias.

A propos de Mediametrie//NetRatings

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Pour toute information presse contacter :

Adélie MENAGER

Tél. : 01 71 09 93 18

e-mail : amenager@mediametrie.fr

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : losmanian@mediametrie.fr