

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de la vidéo sur Internet en France

Octobre 2011

Près de 29 millions de vidéonautes en octobre 2011

En octobre 2011, près de 29 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur. Ils y ont consacré en moyenne 3h28, chacun ayant regardé 71 vidéos au cours du mois.

En termes d'évolution, entre septembre et octobre 2011, le nombre de vidéonautes uniques a progressé de près de 4%, soit plus d'un million de nouveaux vidéonautes en 1 mois. Chacun d'entre eux a visionné 7 vidéos supplémentaires et a consacré 12 minutes de plus à cette activité en ligne.

	Septembre 2011	Octobre 2011	Evolution
Vidéonautes uniques*	27 902 000	28 972 000	+3,8%
Temps par personne	3:16:13	3:28:13	+6,1%
Vidéos vues par personne	64	71	+10,9%

Le Top 15 des Brands Players les plus visitées en France

Source : Mediametrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2011
Copyright Mediametrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Brands Players	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	24 444 000	1 292 683 000	43 446 000
2	Dailymotion - T	11 337 000	142 182 000	4 090 000
3	TF1 / Wat - T	8 253 000	98 889 000	16 640 000
4	Facebook	4 542 000	15 918 000	624 000
5	Vimeo	4 473 000	10 462 000	512 000
6	France Televisions - T	3 375 000	11 699 000	1 445 000
7	AlloCine - T	3 311 000	20 410 000	740 000
8	M6 - T	3 076 000	19 649 000	5 261 000
9	Megavideo	3 035 000	129 337 000	10 192 000
10	CANAL+ / i>TELE - T	2 959 000	46 976 000	3 138 000
11	videobb	1 973 000	38 819 000	4 363 000
12	MSN/Windows Live	1 934 000	7 791 000	160 000
13	Perform	1 586 000	39 250 000	921 000
14	Yahoo!	1 269 000	4 923 000	152 000
15	auFeminin - T	943 000	1 970 000	67 000

Tous les acteurs taggés sont mentionnés par un T.

mediametrie // NetRatings

Le Top 15 des Brands Sites-Supports les plus visitées en France

Source : Mediametrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2011
Copyright Mediametrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Brands Sites-Supports	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	YouTube	19 881 000	1 044 139 000	33 036 000
2	Facebook	9 178 000	99 697 000	4 226 000
3	Dailymotion	7 801 000	105 372 000	2 613 000
4	TF1 / Wat	7 125 000	83 225 000	13 779 000
5	Google	3 897 000	12 677 000	437 000
6	France Televisions	3 398 000	11 814 000	1 451 000
7	AlloCine	3 241 000	20 179 000	734 000
8	CANAL +	2 641 000	41 516 000	2 684 000
9	M6	2 412 000	16 542 000	4 799 000
10	Aeria Games & Entertainment	2 411 000	6 177 000	249 000
11	MSN/Windows Live	2 408 000	9 554 000	235 000
12	Vimeo	1 932 000	3 945 000	160 000
13	Yahoo!	1 541 000	6 820 000	215 000
14	Eurosport	1 302 000	23 122 000	2 515 000
15	Orange	1 203 000	4 080 000	307 000

La brand Site-Support VEVO on YouTube est comprise dans la brand Site-Support YouTube.

Définitions et Méthodologies

Brands Players : Agrégation de l'audience du ou des player(s) vidéo d'un même diffuseur quel que soit le site sur lequel il est diffusé.

Brands Sites-Supports : Agrégation de l'audience des pages d'un site sur lesquelles des vidéos ont été vues, quel que soit le player sur lequel est jouée la vidéo

Vidéonautes uniques par mois : Nombre total d'individus ayant regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur au cours du mois, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même site-support ou le même player plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Vidéos vues par mois : Nombre de vidéos vues par l'ensemble des internautes sur une brand.

Temps total passé par mois : Nombre d'heures passées par l'ensemble des internautes sur une brand.

Tous lieux de connexion : Domicile, lieu de travail et autres lieux de connexion : 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.

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 25 000 individus, recrutés 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.

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. En 2010, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 67,5 M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediametrie.fr. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/audiencelemag.

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 :**Anaïs Barteau**

Tél. : 01 47 58 97 26

e-mail : abarteau@mediametrie.fr

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : losmanian@mediametrie.fr