

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de la vidéo sur Internet en France

Novembre 2011

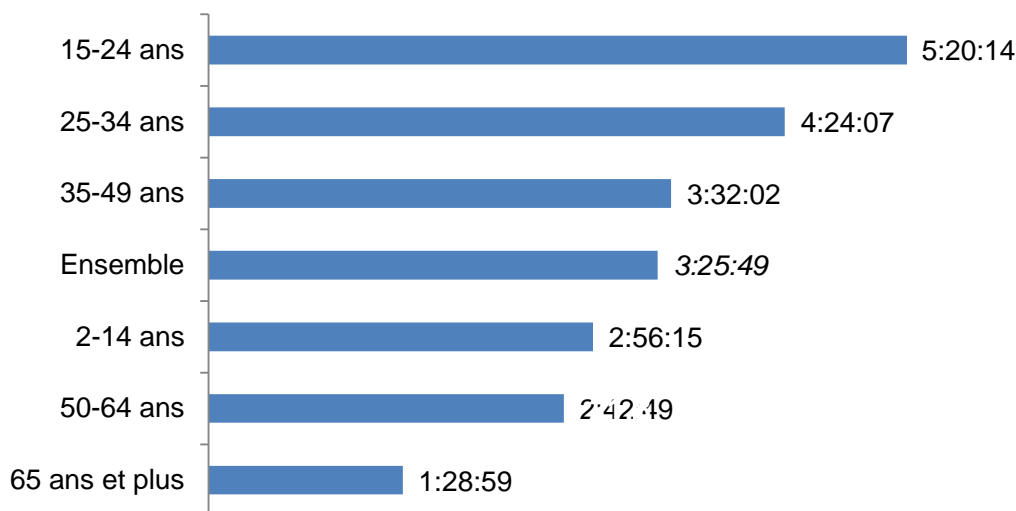
Les moins de 25 ans représentent plus d'un quart du temps passé sur la vidéo

En novembre 2011, plus de 29,4 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur, soit 408 000 vidéonautes de plus qu'au mois d'octobre. Ils y ont consacré en moyenne 3 heures et 26 minutes, chacun ayant regardé 71 vidéos au cours du mois.

Hommes et femmes sont à égalité : ils sont aussi nombreux à avoir regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur en novembre 2011. Toutefois, les hommes sont plus consommateurs : ils ont regardé en moyenne 82 vidéos alors que les femmes en ont regardé 62.

Signe de l'engouement pour la vidéo, ce format a désormais des adeptes inconditionnels : avec 5h20 par personne consacrées à regarder des vidéos en novembre, les 15-24 ans représentent près d'1/5^{ème} du temps global dédié à la vidéo (18,1%) contre près d'1/12^{ème} du temps passé sur le web (7,8%). Plus largement, les moins de 25 ans consomment quant à eux 26,4 % du temps passé sur la vidéo contre 11% du temps web.

Temps passé vidéo par personne en novembre 2011



Le Top 15 des Brands Players les plus visitées en France

Source : Mediametrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Novembre 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	24 637 000	1 347 678 000	45 192 000
2	Dailymotion - T	11 664 000	181 811 000	5 150 000
3	TF1 / Wat - T	7 376 000	68 416 000	13 333 000
4	Facebook	4 442 000	15 894 000	705 000
5	Vimeo	3 754 000	10 452 000	503 000
6	France Televisions - T	3 521 000	13 911 000	2 377 000
7	CANAL+ / i>TELE - T	3 285 000	45 727 000	3 145 000
8	AlloCine - T	3 036 000	20 563 000	599 000
9	M6 - T	3 026 000	19 522 000	5 266 000
10	Megavideo	2 701 000	97 789 000	9 048 000
11	MSN/Windows Live	1 916 000	8 627 000	167 000
12	videobb	1 842 000	35 698 000	3 497 000
13	Perform	1 720 000	24 116 000	531 000
14	Koreus.com	1 115 000	4 457 000	150 000
15	Yahoo!	1 113 000	4 594 000	159 000

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 - Novembre 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	20 374 000	1 092 251 000	33 925 000
2	Facebook	9 595 000	111 043 000	5 158 000
3	Dailymotion	7 991 000	130 710 000	3 305 000
4	TF1 / Wat	6 649 000	61 794 000	12 696 000
5	France Televisions	3 576 000	14 474 000	2 386 000
6	CANAL +	2 938 000	41 491 000	2 696 000
7	Google	2 826 000	11 092 000	401 000
8	AlloCine	2 687 000	18 687 000	535 000
9	MSN/Windows Live	2 572 000	12 045 000	262 000
10	M6	2 457 000	17 034 000	5 032 000
11	Aeria Games & Entertainment	1 913 000	4 595 000	187 000
12	Orange	1 416 000	5 197 000	498 000
13	Yahoo!	1 397 000	6 065 000	199 000
14	Vimeo	1 224 000	2 761 000	172 000
15	Dpstream	1 109 000	48 622 000	4 621 000

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