

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de la vidéo sur Internet en France

Février 2012

Les 15-24 ans consacrent 5h par mois à regarder des vidéos

En février 2012, 30,7 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo en ligne. En moyenne, chaque vidéonaute a consacré 3h19 à cette activité ce mois-ci.

Les jeunes de 15-24 ans passent toujours plus de temps à visionner des vidéos en ligne que l'ensemble des internautes. Au mois de février, chacun d'entre eux a regardé, en moyenne, 132 vidéos et a consacré 4 heures et 59 minutes à cette activité.

Source : Mediametrie//NetRatings – Mesure audience vidéo - Tous lieux de connexion - France – Février 2012 - Copyright Mediametrie//NetRatings - Tous droits réservés

mediametrie // NetRatings

Le Top 15 des Brands Players les plus visitées en France

Source : Mediametrie//NetRatings - Tous lieux de connexion* - France - Février 2012
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	26 262 000	1 609 565 000	49 444 000
2	Dailymotion - T	14 316 000	214 557 000	7 988 000
3	TF1 / Wat - T	8 854 000	79 241 000	14 488 000
4	VEVO	7 537 000	226 986 000	3 392 000
5	CANAL+ / i>TELE - T	4 801 000	48 173 000	3 693 000
6	Facebook	4 250 000	14 684 000	548 000
7	Vimeo	4 033 000	10 290 000	481 000
8	France Televisions - T	3 994 000	17 431 000	2 961 000
9	AlloCine - T	3 678 000	20 713 000	747 000
10	M6 - T	2 998 000	21 912 000	6 324 000
11	MSN/Windows Live	1 944 000	10 383 000	242 000
12	Orange	1 622 000	9 583 000	1 156 000
13	Tele Loisirs	1 488 000	4 699 000	120 000
14	Perform	1 325 000	35 877 000	713 000
15	Yahoo!	1 194 000	5 932 000	133 000

T : acteur dont les résultats issus d'une mesure site-centric s'appuyant sur un « Tag » ont été pris en compte

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

Source : Mediametrie//NetRatings - Tous lieux de connexion* - France - Février 2012
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	22 351 000	1 545 581 000	40 575 000
2	Dailymotion	10 317 000	136 385 000	4 940 000
3	Facebook	10 162 000	132 528 000	5 813 000
4	TF1 / Wat	8 299 000	71 901 000	13 484 000
5	CANAL +	4 370 000	44 376 000	2 751 000
6	France Televisions	3 749 000	17 228 000	2 946 000
7	Google	3 313 000	10 407 000	549 000
8	AlloCine	2 972 000	19 030 000	535 000
9	MSN/Windows Live	2 582 000	13 172 000	396 000
10	Orange	2 479 000	17 083 000	951 000
11	M6	2 339 000	15 373 000	4 775 000
12	Yahoo!	1 713 000	12 116 000	277 000
13	Tele Loisirs	1 395 000	5 433 000	137 000
14	Aeria Games & Entertainment	1 280 000	2 763 000	155 000
15	L Equipe	1 193 000	4 186 000	181 000

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 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2 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 : abartea@mediametrie.fr

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : losmanian@mediametrie.fr