

## COMMUNIQUE DE PRESSE

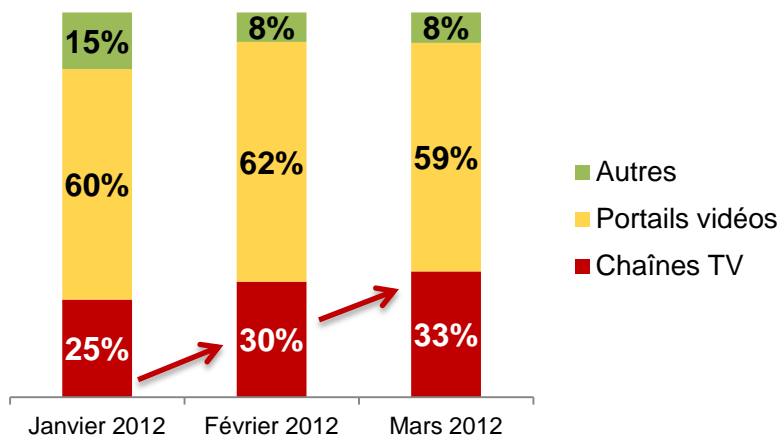
# L'audience de la vidéo sur Internet en France

## Mars 2012

### Un tiers du temps passé sur les chaînes de télévision

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2012, les chaînes de télévision confirment leur position d'acteurs majeurs de la vidéo en ligne. En mars 2012, 14,4 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo sur un player de chaînes télévisées, soit près de la moitié des vidéonautes (47 %). En termes de durée, c'est un tiers du temps passé sur la vidéo qui est consacré aux players de chaînes de télévision. Cette part de temps n'a cessé de progresser tout au long du 1<sup>er</sup> trimestre 2012 : en janvier 2012, 25% du temps passé était consommé sur les players TV et 30% en février 2012.

Part de temps passé par type de brands players



Source : Mediametrie//NetRatings – Mesure audience vidéo - Tous lieux de connexion – France Mars 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 - Mars 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	26 330 000	1 500 530 000	48 032 000
2	Dailymotion - T	14 620 000	202 092 000	7 895 000
3	TF1 / Wat - T	8 323 000	87 143 000	16 191 000
4	VEVO	6 849 000	203 619 000	3 262 000
5	CANAL+ / i>TELE - T	4 118 000	50 183 000	4 210 000
6	France Televisions - T	4 064 000	18 513 000	3 012 000
7	Facebook	3 876 000	13 094 000	609 000
8	M6 - T	3 214 000	19 445 000	5 801 000
9	AlloCine - T	3 170 000	20 647 000	660 000
10	Vimeo	2 999 000	6 879 000	339 000
11	BFM TV	1 818 000	17 919 000	1 663 000
12	MSN/Windows Live	1 761 000	12 383 000	243 000
13	Tele Loisirs	1 439 000	5 342 000	104 000
14	Perform	1 260 000	33 493 000	692 000
15	Orange	1 038 000	7 468 000	1 154 000

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 - Mars 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	22 458 000	1 429 808 000	39 799 000
2	Facebook	10 189 000	114 323 000	4 435 000
3	Dailymotion	9 976 000	121 266 000	4 792 000
4	TF1 / Wat	7 775 000	80 156 000	15 284 000
5	France Televisions	3 817 000	18 072 000	2 993 000
6	CANAL +	3 733 000	45 697 000	3 249 000
7	Orange	2 729 000	17 122 000	737 000
8	AlloCine	2 718 000	19 318 000	573 000
9	MSN/Windows Live	2 632 000	15 560 000	423 000
10	Google	2 390 000	8 703 000	437 000
11	M6	2 335 000	14 663 000	5 076 000
12	Yahoo!	2 166 000	14 964 000	504 000
13	Tele Loisirs	1 450 000	6 211 000	171 000
14	BFM TV	1 286 000	16 811 000	1 583 000
15	L Equipe	1 071 000	3 910 000	142 000

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](http://www.mediametrie.fr). Suivez nous sur Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediametrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com](http://www.facebook.com).*

### **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](mailto:abartea@mediametrie.fr)

**Adélie Ménager**

Tél. : 01 71 09 93 18

e-mail : [amenager@mediametrie.fr](mailto:amenager@mediametrie.fr)