



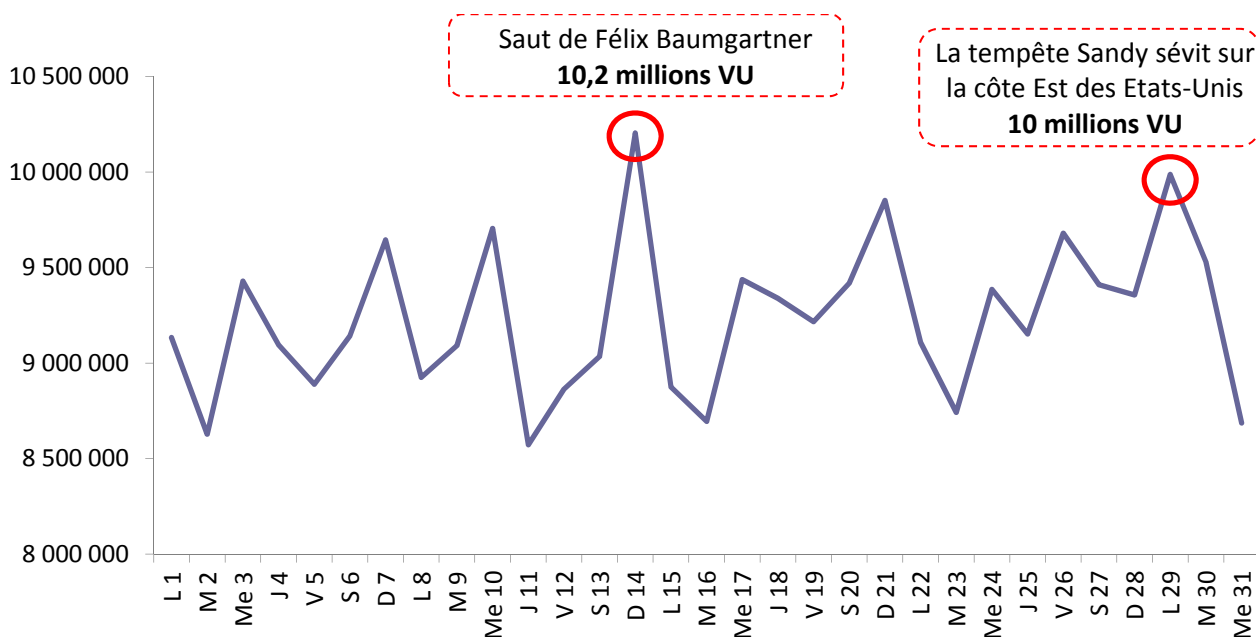
COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de la vidéo sur Internet en France Octobre 2012

Plus de 10 millions de vidéonautes pour Felix Baumgartner et la tempête Sandy

En octobre 2012, 33,1 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo, soit 77,1% des internautes. Deux événements ont impacté positivement l'audience quotidienne de ce mois : le célèbre saut de Félix Baumgartner, premier homme à passer le mur du son, et la tempête Sandy qui a sévi sur la côte Est des Etats-Unis.

Audience quotidienne sur l'ensemble des vidéonautes en octobre 2012



Le 14 octobre, jour de la chute libre de Baumgartner, 10,2 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo, soit 10% d'audience en plus par rapport à un jour moyen d'octobre. Et le jour où la tempête Sandy a frappé les Etats-Unis, on comptait 10 millions de vidéonautes.

L'apparition de deux players dans les classements confirme l'attrait des internautes pour ces deux événements : EarthCam qui montre des vidéos provenant de Webcams installées dans des villes du monde entier et Red Bull, le sponsor officiel de Félix Baumgartner.

Ce player a voyagé sur la toile puisque plus d'un tiers de son audience (38%) a été réalisé en dehors du site de la marque.

Le Top 15 des Brands Players les plus visitées en France Octobre 2012

Rangs	Brands Players	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total Passé par mois en heure
1	Google/YouTube	29 812 000	2 552 273 000	99 393 000
2	Dailymotion - TS	13 632 000	216 217 000	4 497 000
3	TF1 / Wat - TS	9 474 000	71 722 000	15 038 000
4	Facebook	5 045 000	20 921 000	792 000
5	auFeminin - T	4 734 000	10 240 000	278 000
6	France Televisions - T	4 278 000	19 315 000	2 889 000
7	M6 - TS	3 752 000	16 799 000	4 823 000
8	Vimeo	3 745 000	11 492 000	437 000
9	AlloCine - TS	3 674 000	16 347 000	682 000
10	CANAL+ / i>TELE - TS	2 670 000	19 767 000	2 367 000
11	Tele Loisirs	2 557 000	8 816 000	233 000
12	L Equipe	1 447 000	5 309 000	143 000
13	MSN/Windows Live	1 428 000	7 388 000	166 000
14	Perform	1 213 000	13 561 000	215 000
15	Yahoo!	1 166 000	3 725 000	106 000

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

TS : acteurs dont le périmètre est intégralement taggué sont notifiés d'un « TS » (pour Taggé 100% Site-Centric)

Le Top 15 des Brands Sites-Supports les plus visitées en France Octobre 2012

Rangs	Brands Sites-supports	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total Passé par mois en heure
1	YouTube	26 062 000	2 160 023 000	84 646 000
2	Facebook	11 424 000	131 667 000	5 379 000
3	Dailymotion	10 129 000	166 360 000	3 278 000
4	TF1 / Wat	8 607 000	66 099 000	14 011 000
5	auFeminin	4 737 000	21 080 000	568 000
6	France Televisions	4 106 000	19 214 000	2 876 000
7	Google	3 792 000	14 866 000	590 000
8	AlloCine	3 662 000	17 089 000	713 000
9	M6	2 514 000	13 736 000	4 693 000
10	MSN/Windows Live	2 355 000	12 117 000	377 000
11	Tele Loisirs	2 319 000	8 923 000	249 000
12	CANAL +	2 203 000	17 878 000	2 033 000
13	Orange	2 163 000	7 055 000	727 000
14	Yahoo!	1 845 000	6 856 000	209 000
15	L Equipe	1 469 000	5 411 000	150 000

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

Définitions et Méthodologie



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.



Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 22 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, 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. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure Médiamétrie-eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible, par catégorie de sites, et par lieu de connexion : au domicile, sur le lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion (domicile, travail et autres lieux de connexion).

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/mediametrie

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
e-mail : amenager@mediametrie.fr
Tél. : 01 71 09 93 18

Laure OSMANIAN MOLINERO
e-mail : losmanian@mediametrie.fr
Tél. : 01 47 58 97 55