

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les tendances de la blogosphère⁽¹⁾ par Médiamétrie

Plus de 7 millions d'internautes consultent au moins un blog chaque mois. L'internaute prend le pouvoir et agit sur le web notamment grâce aux blogs : plus de 3 millions d'internautes ont créé un blog et 4 millions ont déjà posté un commentaire.

« Médiamétrie mesure déjà la blogosphère depuis 2005 et le web 2.0 depuis ses débuts, précise François-Xavier Hussherr, Directeur du Département Internet et Nouveaux Médias. Pour la première fois, Médiamétrie propose les résultats de fréquentation de blogs et d'acteurs du web 2.0 souscripteurs de Médiamétrie-eStat. Ces sites, qui ne représentent qu'une partie des blogs et des acteurs du web 2.0, fournissent des points de repères utiles pour une meilleure compréhension du marché. »

Médiamétrie fait un point sur les tendances de la blogosphère à travers la mesure de :

- la consultation et le nombre d'internautes qui contribuent à la blogosphère,
- l'audience des principales plates-formes de blogs⁽²⁾,
- le zoom sur une régie publicitaire de blogs,
- la fréquentation des blogs⁽³⁾ souscripteurs de Médiamétrie-eStat⁽⁴⁾,
- la fréquentation des acteurs du web 2.0 hors blogs⁽⁵⁾, souscripteurs de Médiamétrie-eStat.

La consultation et le nombre d'internautes qui contribuent à la blogosphère

7,3 millions d'internautes consultent des blogs chaque mois

A la question « Avez-vous consulté un blog au cours du dernier mois ? », 7 308 000 internautes (soit 27,6% des internautes) y ont répondu de manière positive au 1^{er} trimestre 2006, contre 6 724 000 d'internautes au 3^{ème} trimestre 2005.

3,2 millions d'internautes ont déjà créé un blog

Au 1er trimestre 2006, on compte 3 197 000 d'internautes français qui ont déjà créé un blog, ce qui représente plus d'un internaute sur 10 (12,1%). Depuis le 3ème trimestre 2005, plus de 900 000 internautes supplémentaires ont été séduits par la création d'un blog.

4 millions d'internautes ont déjà posté un commentaire sur un blog

Au 1er trimestre 2006, 4 074 000 internautes ont posté au moins un commentaire sur un blog, soit 15,4% des internautes français.

Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet – 1er Trimestre 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

L'audience des principales plates-formes de blogs⁽²⁾

Les plates-formes de blogs permettent aux internautes de créer et d'éditer leur propre blog. Ce classement donne l'audience des principales plates-formes.

Par Prestataire	Visiteurs uniques ⁽⁶⁾ Avril 2006	Taux de pénétration ⁽⁷⁾ Avril 2006
Skyblog	4 177 000	20,2%
MSN Spaces	2 958 000	14,3%
OverBlog	2 328 000	11,3%
Six Apart *	1 876 000	9,1%
Blogger	1 566 000	7,6%
BlogSpirit *	1 306 000	6,3%

Source : Médiamétrie//NetRatings, Panel France – Domicile et/ou lieu de travail - Avril 2006 – Applications Internet exclues – Copyright Médiamétrie//NetRatings- Tous droits réservés

* Le détail des agrégats pris en compte pour calculer l'audience de chaque plate-forme est précisé en page 7 du communiqué de presse.

Zoom sur une régie publicitaire qui commercialise des blogs : Influence

Médiamétrie propose aux régies publicitaires des blogs de mesurer leur audience afin que les blogueurs, ceux qui le souhaitent, puissent valoriser leur espace publicitaire auprès des annonceurs. A titre d'exemple, Influence, est une régie qui commercialise une soixantaine de sites dont une vingtaine de blogs, compte 1 172 000 visiteurs uniques* en avril 2006 sur l'ensemble des blogs qu'elle gère.

Il existe d'autres régies de blogs comme par exemple Skyrégie et la régie de Msn, qui commercialisent respectivement les espaces publicitaires sur Skyblog et Msn Spaces, dont les résultats d'audience ont été communiqués ci-dessus.

* Le détail de l'agrégat pris en compte pour calculer l'audience de la régie Influence est précisé en page 7 du communiqué de presse.

Top des blogs⁽³⁾

La fréquentation des blogs souscripteurs de Médiamétrie-eStat⁽⁴⁾

Pour la première fois, Médiamétrie propose les résultats de fréquentation des blogs souscripteurs de Médiamétrie-eStat. Les blogs sont présentés par plate-forme ce qui garantit une homogénéité des résultats.

Blog	Visites cumulées⁽⁸⁾ 15 avril – 14 mai 2006	Pages Vues cumulées⁽⁹⁾ 15 avril – 14 mai 2006
PLATE-FORME BLOGSPIRIT		
laboiteaimages.hautetfort.com	84 768	133 390
Notre-mariage.blogspirit.com	29 591	88 848
stalker.hautetfort.com	24 233	38 363
boboparisienne.hautetfort.com	23 980	43 792
memoiresdestands.hautetfort.com	18 811	37 849
lamusicale.blogspirit.com	17 672	26 435
Paris14.info	14 765	28 602
gwenaelle.blogspirit.com	14 180	23 556
champignac.hautetfort.com	11 457	26 527
lsj.hautetfort.com	10 459	19 300
ddlf.hautetfort.com	10 170	13 644
européus.org	8 332	11 591
sablier.hautetfort.com	7 843	12 124
romero2008.hautetfort.com	7 128	18 757
krysalia.hautetfort.com	6 621	9 961

PLATE-FORME SIX APART

loiclemeur.com	106 141	178 362
lebloggenealogie.com	76 917	135 703
guim.typepad.com	29 626	45 811

PLATE-FORME SKYBLOG

enyasims	438 069	2 714 969
pourjoe01	429 944	2 098 769
decosblog	333 576	1 448 739
mon-ptit-coeur	313 865	1 932 764
Paris8depression	297 542	400 177
rondesvivantes	279 902	1 221 309
fashions-victim	272 522	1 123 294
la-tribu-d-nanas	261 335	963 984
la-tribu-d-gars	259 948	1 048 780
fiction7-hp	227 430	663 749
sosies-de-stars	227 406	1 813 738
onetreehill44	224 627	823 352
la-sexy-attitude	204 115	624 835
babapouffe	180 626	646 049
street-wars2	170 888	2 103 765

AUTRES PLATES-FORMES ET TECHNOLOGIES

Generationmp3.com	516 836	1 098 362
Le Journal du Geek	150 856	253 418
Pointblog	107 155	181 117
Igeneration	93 266	193 240
Ubergizmo	65 743	101 493
W3sh	64 526	117 205
Le Journal du Gamer	47 791	91 967
Parisist	31 501	42 790
404 brain not found	25 814	41 060
Fanny's World	17 410	28 010
Fubiz	14 726	32 279
Comme un camion	12 893	30 108
Nicolas Voisin	11 528	21 302

Source : Médiamétrie-eStat – CybereStat - 15 avril au 14 mai 2006 – Copyright Médiamétrie-eStat - Tous droits réservés

Les résultats de fréquentation ne prennent pas en compte les contenus hors blogs et sites comme par exemple les flux RSS.

Top des acteurs du web 2.0 hors blogs⁽⁵⁾

La fréquentation des acteurs du web 2.0 hors blogs souscripteurs de Médiamétrie-eStat⁽⁴⁾

Pour la première fois, Médiamétrie propose les résultats de fréquentation des acteurs du web 2.0 hors blogs souscripteurs de Médiamétrie-eStat. Le point commun de ces acteurs est de proposer un système simple de production et de partage de contenus par les internautes que ce soit des contenus textes, audio, vidéo,...

Site	Visites cumulées ⁽⁸⁾ 15 avril – 14 mai 2006	Pages Vues cumulées ⁽⁹⁾ 15 avril – 14 mai 2006
Agoravox	229 819	622 661
Dailymotion	3 444 148	49 707 745
Podemus	240 797	1 213 320

Source : Médiamétrie-eStat – CybereStat - 15 avril au 14 mai 2006 - Copyright Médiamétrie-eStat - Tous droits réservés

Les résultats de fréquentation ne prennent pas en compte les contenus hors blogs et sites comme par exemple les flux RSS.

Caractéristiques des résultats

Les résultats issus du communiqué de presse sur les blogs s'appuient sur la gamme de produits et services développés et commercialisés par le Département Internet et Nouveaux Médias de Médiamétrie : les Observatoires Numériques, le Panel d'audience de Médiamétrie//NetRatings, la mesure de trafic Médiamétrie-eStat.

Ces produits et services sont destinés à analyser les tendances de l'Internet et à mesurer l'activité des sites en termes d'audience, de fréquentation et de performance pour permettre aux Directions Marketing et Internet d'optimiser leurs stratégies en ligne.

Pour plus d'informations consultez le site Internet : <http://www.mediametrie.fr>.

Sources utilisées

- Les Observatoires Numériques : La gamme des Observatoires Numériques est la gamme d'études de Médiamétrie qui vous permet de suivre les évolutions Internet et Multimédia en France et les principaux éléments participant à ces évolutions.

- Le Panel d'audience de Médiamétrie//NetRatings : Grâce au suivi en temps réel de l'activité sur Internet de plus de 7000 panélistes, le service Nielsen//NetRatings donne accès à une large gamme d'indicateurs et d'analyses sur les usages et comportements des internautes, sur l'audience des sites Internet (sections de sites et pages les plus visitées, sites de provenance et de destination), et sur les applications Internet (messageries Instantanées, lecteurs de contenus audio/vidéo, ...).

- La mesure de trafic de Médiamétrie-eStat : Les solutions Médiamétrie-eStat mesurent la fréquentation des sites à partir d'images transparentes (ou marqueurs) qui comptent de manière exhaustive l'accès aux pages de tous les internautes. Cette mesure est adaptée à tous les types de technologies de sites et notamment l'Internet mobile. Les indicateurs de fréquentation et de performance, actualisés quotidiennement, sont consultables via des interfaces en ligne propres à chaque site audité. Pour plus d'informations sur les produits et services du Département Internet et Nouveaux Médias, consultez le site Internet : <http://www.mediametrie.fr>.

Définitions

⁽¹⁾Blogosphère : La blogosphère est un terme qui désigne l'ensemble des blogs et/ou des créateurs de blogs.

⁽²⁾Plate-forme de blogs : Une plate-forme de blogs permet aux internautes de créer et d'éditer leur propre blog. Le périmètre de mesure de la plate-forme de blogs comprend à la fois l'audience du portail, et l'audience des blogs créés et édités par la technologie de la plate-forme (exemples d'urls : xxx.plate-forme.fr ; marques blanches ; noms de domaine propres aux blogs).

⁽³⁾Blogs : Un blog est un site web personnel qui permet à son auteur de s'exprimer en créant des notes écrites et/ou des contenus audio et vidéo (de type podcast) qu'il soumet aux autres internautes de façon publique ou restreinte. Ces notes peuvent être commentées par d'autres internautes. Sur un blog, les notes sont archivées par ordre chronologique inversé et il est possible la plupart du temps de s'y abonner grâce à la technologie des flux RSS.

⁽⁴⁾Sites souscripteurs de Médiamétrie-eStat : comprend les sites clients mesurés par Médiamétrie-eStat qui souhaitent communiquer leurs résultats de fréquentation. La mesure du trafic de ces sites est réalisée grâce à la technologie du marqueur (ou tag). Il s'agit d'un code à insérer dans le code source de la page auditée, qui va s'afficher sous la forme d'une petite image (visible ou non) et qui permet de comptabiliser la fréquentation.

⁽⁵⁾ Acteurs du Web 2.0 hors blogs : Le point commun de ces acteurs est de proposer un système simple de production et de partage de contenus par les internautes (texte, audio, vidéo,...) notamment grâce aux outils que sont les blogs, les flux RSS et les podcasts,... Ces contenus sont proposés librement par des internautes aux autres internautes.

⁽⁶⁾Visiteurs Uniques : le nombre total d'individus ayant visité une brand, un channel et/ou un agrégat au moins une fois pour la période concernée. Les individus qui consultent le site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

⁽⁷⁾Taux de pénétration : nombre de visiteurs uniques d'une brand, d'un channel et/ou un agrégat exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internautes pour la période concernée.

⁽⁸⁾Visites : Une visite correspond à l'ensemble des pages vues par un internaute (celui-ci est identifié par un cookie ou par le couple adresse IP/version du navigateur) entre le moment où il se connecte au site jusqu'au moment où il le quitte. L'absence de consultation de nouvelles pages pendant une durée supérieure à 30 minutes vaut pour fin de la visite.

⁽⁹⁾Pages Vues : Une page vue est comptabilisée quand la page demandée par l'internaute, qui comporte un marqueur ou tag Médiamétrie-eStat, est totalement chargée par son navigateur.

Liste des principaux domaines associés aux plates-formes publiés.

Cette précision permet d'avoir une vue globale de l'ensemble des sites mesurés.

Remarque : la mention étoile (*) signifie que le site comporte des sous-domaines qui appartiennent aux URLS déclarées par le site.

Par exemple, une URL se lit de la façon suivante : sousdomaine.domaine.fr.

Plates-formes

BlogSpirit : *.hautetfort.com; *.blogspirit.com; *.blog.20minutes.fr; *.blog.expedia.fr; *.blogs.eurosport.fr; *.blogs.eurosport.com ; *.blogs.eurosport.de; *.blogs.eurosport.es; *.blogs.it.eurosport.com; *.amalthe-blog.com; *.boardinglobe.com; *.blogs.francefootball.com; *.m6blog.m6.fr; *.blogs.marieclaire.fr; *.photoblogs.famili.fr; *.midiblogs.com; *.blogstation.fr; *.blog50.com; *.blogs.telethon.fr; *.blogs.rugbyhebdo.fr; *.blogs.lequipeauto.fr; *.blogs.lequipe.fr; *.silvousplait.fr; *.blogs.melody.tv; www.deniaud-online.com; apres-le-non.forum-carolus.org; www.au-poil.com; blog.communication-publique.fr; www.communiqueparlimage.com; deficit-et-pacte.forum-carolus.org; blog.e-mergences.net; www.europeus.org; de.europeus.org; en.europeus.org; www.eurosduvillage.com; ww.france3europe.com; www.hagbardpoker.com; laurent.hausermann.org;www.didierjoliot.com; lacellule.blogs.lalibre.be; www.laurentdelporte.com;www.danielriot.com; www.legweak.com; paddlenews.blogs.lalibre.be; www.paris14.info; www.pariszine.info; www.blogdedvedjian.com; blog.pejfrance.org; www.philippepinault.com; www.planete-metissage.com; www.planete-madagascar.com; www.planete-inde.com; www.planete-turquie.com; www.planete-indonesie.com; www.pspfactory.net; www.reelmusic.ch; www.romero-blog.fr; blog.route-equateur.com; www.tousazimuts.net; wimbledon.rtlsport.be; www.sergissimo.com; www.cucugnan.info; www.quinze.info; www.heureuse-camargue.com;www.chassagnette.fr;www.moulinsaintmichel.com; blogtv.leprogres.fr; blogsports.leprogres.fr;blogtempslibre.leprogres.fr; blogactu.leprogres.fr; centraliens-marseille.fr; www.pierrevallet.com; www.arthurpoesie.com

Six Apart: *.typepad.com ; *.blogs.com ; *.livejournal.com ; *.u-blog.net ; www.europe2blog.fr; www.neufblog.com; www.turboblog.fr; blog.lemonde.fr ; www.vnunetblog.fr; blog.01net.com ; www.planetblog.fr; www.blogemploi.com; blogs.psychologies.com ; www.club-blog.fr; www.noosblog.fr; www.blogsdesport.fr; + 600 blogs qui ont leur nom de domaine propre notamment les sites suivants : www.monputeaux.com; www.loiclemeur.com ; www.blogdsk.net; www.publius.fr ; www.detournements.com ; www.20sur20.net ; www.thomasblard.com; www.pascalrossini.com; www.theatre-nordouest.com; www.docteurfleurence.com; www.marketingetudes.com; www.reginarubens.net; www.planete-it.com; www.prthoughts.com; www.lestauxdinteret.com; blog.arts-culinaires.com....

Régie

Régie Influence : 404brain.net; agoravox.fr; thebenitoreport.typepad.com; blogotheque.net; blographic.com; commeuncamion.com; dailymotion.com; fannyb.typepad.com; fubiz.net; chryde.net ; icionaime.com ; igeration.fr ; journaldugamer.com ; journaldugeek.com ; lemague.net ; loiclemeur.com ; moteurs.blogs.com ; nuesblog.com ; parisist.com; pointblog.com; ratiatum.com; sincever.com ; ubergizmo.com/fr ; w3sh.com

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie-eStat

Médiamétrie-eStat est l'opérateur de référence en France de la mesure du trafic Internet « site centric ». Les solutions commercialisées par Médiamétrie-eStat couvrent les besoins de tous les sites en matière de pilotage des stratégies sur l'Internet fixe et mobile.

CybereStat, la mesure collective de la fréquentation des sites Internet en France, est destinée aux grands sites à vocation publicitaire. eStat'Pro qui propose des services analogues, s'adresse aux sites de toutes tailles, en particulier ceux des PME/TPE et l'offre eStat'Perso s'adresse aux sites personnels ainsi qu'aux universités, écoles...

La base de clients de Médiamétrie-eStat pèse près des deux tiers du marché en France parmi lesquels Wanadoo, Alice/Tiscali, France Télévisions, les sites du groupe Lagardère, Skyrock, Orange, Club Internet, Galeries Lafayette, Printemps, Lapeyre...

Pour plus d'informations sur les solutions de Médiamétrie-eStat, visitez le site : www.mediametrie-estat.com

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Contacts Presse : Médiamétrie – Nelly Dubner – tel : 01 47 58 97 26 –
ndubner@mediametrie.fr