

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Octobre 2005

**Plus de 8 internautes à domicile sur 10 se connectent en haut débit
Une progression de plus de 50 % en un an**

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages internet – Octobre 2005 –Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En octobre 2005, 25 410 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit près de la moitié de la population âgée de 11 ans et plus (49%). La France compte 2 224 000 d'internautes en plus par rapport à octobre 2004, soit une progression de 10%.

	Octobre 2005	Octobre 2004	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	25 410 000	23 186 000	+ 10%
	Soit 49% des Français	soit 45,2% des Français	

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages internet – Octobre 2005 –Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Plus de 8 internautes sur 10 à domicile (82,7%) sont connectés en haut débit, soit une très forte progression de 53% en un an. Aujourd'hui, ce sont 5 167 000 d'internautes supplémentaires qui sont connectés en haut débit.

	Octobre 2005	Octobre 2004	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile via une connexion haut débit (câble ou ADSL) au cours du dernier mois	14 912 000	9 745 000	+ 53%
	soit 82,7% des internautes domicile	soit 63,9% des internautes domicile	

La connexion en haut débit stimule les usages en offrant un plus grand confort d'utilisation et la possibilité de consommer facilement des contenus audiovisuels. Cela se traduit par une augmentation de la fréquence des connexions des internautes et par une augmentation du temps de consultation. A titre d'exemple, en septembre 2005, un internaute bas débit surfe 5h30 par mois, alors qu'il surfe 17h21 en haut débit par mois.

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 3^{ème} Trimestre 2005 – Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 3^{ème} trimestre 2005 près de 9 millions de foyers ont accès à Internet.
Plus de 7 foyers sur 10 équipés d'un micro-ordinateur (73%) sont connectés à Internet.

	3 ^{ème} trimestre 2005	2 ^{ème} trimestre 2005	1 ^{er} trimestre 2005
Nombre de foyers équipés micro-ordinateur	12 273 000 soit 48,5 % des foyers	11 970 000 soit 47,3 % des foyers	11 641 000 soit 46,0 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	8 983 000 soit 35,5 % des foyers	8 705 000 soit 34,4 % des foyers	8 022 000 soit 31,7 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique⁽²⁾ sur le web Applications Internet exclues⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Octobre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En octobre 2005, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de **20h33mn** contre 19h52mn en septembre 2005 et 16h43mn en octobre 2004. Le temps passé a progressé de 41mn en un mois.

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Octobre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	14 100 000	15,2
2	Free	11 345 000	8,1
3	Wanadoo	11 064 000	13,3
4	MSN	10 917 000	11,1
5	Microsoft	10 288 000	6,6
6	Yahoo!	9 059 000	8,8
7	PagesJaunes	7 567 000	3,9
8	Voila	7 165 000	5,4
9	eBay	6 102 000	7,6
10	Mappy	5 586 000	2,2
11	Lycos Europe	5 361 000	3,8
12	Fnac	4 715 000	3,3
13	Cdiscount.com	4 617 000	3,8
14	voyages-sncf.com	4 564 000	2,2
15	01 Net	4 248 000	2,5
16	Tiscali.fr	4 045 000	2,1
17	LA POSTE	3 799 000	6,7
18	L Internaute	3 768 000	2,6
19	AOL (*)	3 738 000	7,8
20	Amazon	3 597 000	2,3
21	Skyrock	3 577 000	7,3
22	ViaMichelin	3 566 000	2,2
23	TF1	3 470 000	4,1
24	Credit Agricole	3 195 000	6,3
25	PriceMinister	3 187 000	2,5
26	Club-Internet	3 186 000	6,7
27	La Redoute	3 162 000	2,6
28	Telecom Italia	3 076 000	8,2
29	France Telecom	3 059 000	2,6
30	Alapage	2 844 000	2,2

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet incluses ⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Octobre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Brand	Visiteurs uniques	Nombre de visites par internautes
1	Google	14 243 000	13,8
2	Microsoft	13 700 000	9,6
3	MSN	12 454 000	17,1
4	Wanadoo	11 454 000	15,5
5	Free	11 345 000	7,6
6	Yahoo!	9 282 000	8,6
7	PagesJaunes	7 567 000	3,7
8	Voila	7 165 000	5,1
9	eBay	6 102 000	7,2
10	Mappy	5 586 000	2,2
11	AOL	5 393 000	13,9
12	Lycos Europe	5 361 000	3,6
13	Fnac	4 715 000	3,2
14	Cdiscount.com	4 617 000	3,7
15	voyages-sncf.com	4 564 000	2,2
16	01 Net	4 248 000	2,4
17	Tiscali.fr	4 045 000	2,1
18	eMule	3 888 000	20,8
19	LA POSTE	3 799 000	6,4
20	L Internaute	3 768 000	2,5
21	Real	3 732 000	4,9
22	Amazon	3 597 000	2,3
23	Skyrock	3 577 000	6,7
24	ViaMichelin	3 566 000	2,2
25	TF1	3 470 000	3,9
26	Apple	3 467 000	4,4
27	Credit Agricole	3 195 000	6,2
28	PriceMinister	3 187 000	2,5
29	Club-Internet	3 186 000	6,2
30	La Redoute	3 162 000	2,6

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Applications Internet exclues ⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Octobre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs Uniques ⁽²⁾
1	Google	14 100 000
2	Wanadoo	11 064 000
3	MSN	10 917 000
4	Yahoo!	9 059 000
5	PagesJaunes	7 567 000
6	Voila	7 165 000
7	Mappy	5 586 000
8	Lycos Europe	5 361 000
9	01 Net	4 248 000
10	Tiscali.fr	4 045 000
11	LA POSTE	3 799 000
12	L Internaute	3 768 000
13	AOL(*)	3 738 000
14	Skyrock	3 577 000
15	ViaMichelin	3 566 000
16	TF1	3 470 000
17	Club-Internet	3 186 000
18	Telecom Italia	3 076 000
19	Alapage	2 844 000
20	AlloCine	2 682 000
21	France Televisions	2 629 000
22	Doctissimo	2 340 000
23	aufeminin.com	2 309 000
24	Lastminute.com	1 881 000
25	Orange	1 802 000
26	M6	1 687 000
27	nouvelobs.com	1 666 000
28	Boursorama	1 490 000
29	Groupe Express-Expansion	1 429 000
30	Le Figaro	1 402 000
31	Le Journal du Net	1 390 000
32	Meetic	1 311 000
33	Monsieur Prix	1 295 000
34	keljob.com	1 141 000
35	Radio France	1 103 000
36	RTL net	1 053 000
37	Caradisiac	1 052 000
38	Expedia	1 007 000
39	Liberation	986 000
40	Virgin Entertainment	913 000
41	Koodpo	778 000
42	seloger.com	734 000
43	Anyway.com	723 000
44	EMW	716 000
45	Cadremploi	692 000
46	Le Guide du Routard	592 000
47	Lacentrale.fr	578 000
48	NordNet	537 000
49	Bayard	501 000
50	Logic-immo.com	474 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux : lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis...

(2) **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(3) **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers media...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

(4) **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Multimédias

Les Observatoires Multimédias de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédia des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédia et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile, etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédia... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. 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.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages...)

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 2004, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros avec un effectif de 324 personnes.

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.

Pour toute information presse contacter : Nelly DUBNER

Tél. : 01 47 58 97 26 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr