

COMMUNIQUE DE PRESSE

Année Internet 2010

Mobilité & réseaux sociaux

Le média Internet bascule dans la connexion permanente

Source : Médiamétrie - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés – Reproduction interdite

L'année 2010 est l'année de l'Internet pour tous, aussi bien grâce à l'Internet fixe, qu'à l'Internet mobile. C'est l'année des terminaux mobiles - tablettes et nouveaux smartphones - qui favorisent tous les usages d'Internet. Plus que jamais, les internautes sont connectés en permanence, réagissent, interagissent, échangent, partagent sur le Web.

Toujours plus d'internautes connectés en fixe et sur mobile

Internet continue de progresser et intègre le quotidien des Français : en décembre 2010, **38,3 millions d'internautes**¹ se sont connectés à Internet, soit encore 10% de plus qu'un an auparavant. Les Français se connectent à Internet de façon de plus en plus massive : tous les jours, près de **24 millions d'internautes**² sont connectés, soit 3,2 millions de plus qu'en 2009. 5,4 millions d'internautes³ surfent sur la toile en moyenne chaque heure entre 9h et 21h, contre 4,6 millions l'an passé.

Les évolutions technologiques et les équipements font aussi progresser les usages d'Internet. Avec l'explosion des smartphones⁴ - près de 10 millions de personnes en sont équipées au 3^{ème} trimestre 2010 – et l'arrivée des tablettes, une part croissante des Français sont des internautes connectés en permanence. En moyenne, on compte ainsi tous les mois **15,5 millions** de mobinautes⁵, soit 3,3 millions de plus que l'année dernière. Et la moitié de ces mobinautes ont un usage avancé de l'Internet mobile : MMS, services mobiles, radio, vidéo/TV, email, messagerie instantanée, chat, visiophonie. La mobilité favorise tous les usages d'Internet, comme le téléchargement d'applications : près de la moitié des possesseurs de smartphones ont téléchargé une application sur cette même période.

« Social media », la connexion permanente

Parmi les usages du web, les blogs et réseaux sociaux poursuivent leur ascension. Les adeptes d'Internet veulent être connectés à leurs proches, amis ou contacts professionnels, en permanence et être au courant de tout ce qui se passe, sans délai. Ainsi, plus des 3/4 des internautes ont consulté un blog ou un site communautaire en décembre 2010, soit 32,1 millions de personnes⁶ par mois et 11,7 millions par jour. Sur ces mêmes sites, les internautes restent de plus en plus longtemps : en moyenne, ils y passent 5h30 par mois soit 1h20 de plus qu'il y a un an... quand on aime on ne compte pas !

¹ Observatoire des Usages Internet – Décembre 2010

² Panel Médiamétrie/NetRatings – Tous Lieux de connexion – Applications Internet Inclues – Décembre 2010

³ Panel Médiamétrie/NetRatings – Domicile et/ou Lieu de travail – Applications Internet Inclues – Décembre 2010

⁴ Médiamétrie-Nielsen – TSM/MCI – 3^{ème} trimestre 2010

⁵ Médiamétrie-Nielsen – TSM/MCI – 4^{ème} trimestre 2010

⁶ Panel Médiamétrie/NetRatings – Tous Lieux de connexion – Applications Internet Inclues – Décembre 2010



mediametrie

Les principales motivations pour s'inscrire sur un site communautaire sont d'abord de rester en contact avec ses amis ou de reprendre contact avec d'anciens amis. C'est aussi de partager ses passions : c'est ce qui s'est passé au plus fort de la Coupe du Monde de Football en juin dernier. Le 22 juin pendant le match France-Afrique du Sud, 6,4 millions de visiteurs uniques⁷ ont surfé sur un site de sport, soit 2 millions de plus qu'un autre jour du mois de juin.

Les internautes prennent également de plus en plus en compte l'avis des autres avant de faire un achat et ils sont aussi plus que jamais prescripteurs. 2/3 des internautes partagent leurs opinions sur les produits ou services qu'ils achètent, en donnant un avis sur un site marchand, un blog, un forum ou un réseau social. La confiance dans l'achat en ligne continue de progresser et l'augmentation du nombre d'internautes semble entraîner parallèlement l'accroissement du nombre de cyberacheteurs : 27,7 millions de personnes⁸ ont acheté en ligne en 2010, soit 3,3 millions de plus qu'il y a 1 an.

Le média des médias, tous les contenus sont sur le web

De la vidéo à la catch-up TV, en passant par les podcasts radio et autres flux en streaming, Internet offre de nouvelles possibilités à tous les acteurs du marché des médias.

La vidéo gagne de plus en plus d'adeptes. Les portails vidéo online, qui hébergent à la fois des contenus professionnels et des vidéos amateurs, attirent plus de 24,5 millions de visiteurs uniques⁹, soit près de 60% d'internautes. Le mobile contribue déjà à la croissance de la consommation vidéo. A ce jour, un équipé mobile sur 10 a regardé des contenus vidéo/TV sur son mobile au cours du dernier mois. A suivre dans les prochains mois.

Sur le web, les internautes sont aussi en permanence à l'affût des contenus audio : plus de 14 millions de podcasts¹⁰ ont été téléchargés en décembre 2010, soit plus de 26,5% supplémentaires en un an. Le divertissement et la culture représentent chacun 1/3 des téléchargements. Le pic d'écoute de la radio en direct sur Internet se situe entre 11h15 et 11h30¹¹, alors que le pic d'audience de la radio - tous modes d'écoute confondus - se situe entre 8h et 8h15¹², preuve - s'il en est encore besoin - que la consommation des internautes renforce la consommation plus classique de la radio.

Les internautes entretiennent un intérêt marqué pour l'information. Les sites d'actualité sont toujours davantage fréquentés, leur pic d'audience a lieu entre 9 et 10 heures du matin avec plus de 835 000 visiteurs uniques en moyenne sur décembre 2010, soit 114 000 de plus qu'il y a un an (+15,8%)¹³. Plus de la moitié (53%) de ce temps dédié à l'actualité concerne plus particulièrement les sites de presse.

Avec la connexion permanente partout et sur tous les écrans, le public additionne les médias et loisirs numériques. Et la mesure d'audience de l'Internet évolue constamment pour suivre au plus près les nouveaux usages. Elle intègre ainsi les données par jour pour évaluer la capacité du média à toucher les Français au quotidien. Cet indicateur vient enrichir le nombre de visiteurs uniques mensuels qui reste l'indicateur de référence en matière d'audience Internet. Le lancement de la mesure de l'Internet mobile aura été un autre temps fort de l'année 2010.

⁷ Panel Médiamétrie//NetRatings – Tous Lieux de connexion – Applications Internet Incluses – Juin 2010

⁸ Baromètre FEVAD-Médiamétrie//NetRatings sur les comportements d'achat des internautes – Mai 2010

⁹ Panel Médiamétrie//NetRatings – Tous Lieux de connexion – Applications Internet Incluses – Décembre 2010

¹⁰ Médiamétrie-eStat – Etude catch-up Radio – Décembre 2010

¹¹ Médiamétrie-eStat - Etude Streaming-Live Radio – Novembre-Décembre 2010

¹² 126 000 Radio – Vague Novembre-Décembre 2010

¹³ Panel Médiamétrie//NetRatings – Tous Lieux de connexion – Applications Internet Incluses – Décembre 2010



mediametrie

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.

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.

A propos de Médiamétrie-eStat

Médiamétrie-eStat est l'opérateur de référence en France de la mesure des contenus numériques fondée sur une terminologie de marqueurs en «site centric». Les solutions commercialisées par Médiamétrie-eStat couvrent l'ensemble des besoins des éditeurs et régies en matière de pilotage et d'optimisation de leurs contenus web et mobile (sites web, streaming, podcasts, applications mobiles, applications pour tablettes, applications pour TV connectées...). Médiamétrie-eStat anticipe également les changements à venir, et propose la mise en place d'une mesure hybride issue du rapprochement avec la mesure du panel Médiamétrie//NetRatings, permettant de qualifier le trafic réalisé sur un site avec des données sociodémographiques. www.mediametrie-estat.com

Pour toute information presse :

Nelly Dubner - Tel: + 33 1 47 58 97 26 - E-mail: ndubner@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero - Tel: + 33 1 47 58 97 55 - E-mail: losmanian@mediametrie.fr