

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Décembre 2005

**Date historique pour Internet en France :
Plus d'1 Français sur 2 est internaute**

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Décembre 2005 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Le mois de décembre 2005 marque une date historique dans l'histoire du web français : **pour la première fois, plus de la moitié des Français sont internautes.** Au cours du dernier mois, 27 210 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet représentant **52,5% de la population.** En un an, de décembre 2004 à décembre 2005, la population internaute a progressé de 14%.

	Décembre 2005	Décembre 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	27 210 000 soit 52,5% des Français	23 919 000 soit 46,7% des Français	+ 14%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Décembre 2005 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En un an, le nombre d'internautes connectés en haut débit à domicile a progressé de près de 5 200 000 Français (48%), soit **3,4 fois plus vite** que la croissance du nombre total d'internautes.

En décembre 2005, 15 930 000 internautes se sont connectés à domicile en haut débit, soit plus de 8 internautes sur 10 (85,3%).

	Décembre 2005	Décembre 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	15 930 000 soit 85,3% des internautes domicile	10 769 000 soit 66,8% des internautes domicile	+ 48%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 4^{ème} Trimestre 2005 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 4^{ème} trimestre 2005, plus de 9,5 millions de foyers ont accès à Internet.
Près de 8 foyers sur 10 équipés d'un micro-ordinateur (77%) sont connectés à Internet.
Depuis la fin de l'enquête (le 15 décembre 2005) et du fait de la période de Noël, la barre des 50% de foyers équipés d'un micro-ordinateur a été franchie.

	4 ^{ème} trimestre 2005	3 ^{ème} trimestre 2005	2 ^{ème} trimestre 2005	1 ^{er} trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	12 425 000 soit 49,1 % des foyers	12 273 000 soit 48,5 % des foyers	11 970 000 soit 47,3 % des foyers	11 641 000 soit 46 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	9 532 000 soit 37,7 % des foyers	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 – Décembre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En décembre 2005, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de **20h16mn** contre **16h32mn** en décembre 2004 soit une augmentation de 3h44mn (+23%) depuis un an.

L'augmentation du temps passé s'explique notamment par le fait que les internautes font plus de sessions (38 sessions en moyenne par internaute en décembre 2005 contre 33 en décembre 2004) et que ces sessions sont plus longues (+ 2 minutes par session par rapport à décembre 2004).

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 – Décembre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	14 512 000	15,1
2	MSN	11 120 000	11,7
3	Wanadoo	11 054 000	13,7
4	Free	10 925 000	8,0
5	Microsoft	10 581 000	6,7
6	Yahoo!	9 739 000	8,4
7	PagesJaunes	7 412 000	3,8
8	eBay	7 016 000	7,9
9	Voila	6 847 000	5,3
10	Lycos Europe	5 443 000	3,6
11	Fnac	5 217 000	3,4
12	Telecom Italia	5 170 000	5,5
13	Mappy	5 164 000	2,1
14	LA POSTE	4 964 000	6,2
15	01 Net	4 501 000	2,7
16	Cdiscount.com	4 436 000	3,9
17	L Internaute	4 339 000	2,9
18	voyages-sncf.com	4 174 000	2,1
19	Amazon	4 020 000	2,4
20	Skyrock Network	3 950 000	7,2
21	TF1	3 917 000	3,8
22	La Redoute	3 827 000	2,5
23	PriceMinister	3 474 000	2,7
24	AOL(*)	3 445 000	8,4
25	M6	3 305 000	2,9
26	Alapage	3 284 000	2,4
27	Credit Agricole	3 227 000	6,7
28	ViaMichelin	3 224 000	2,1
29	Club-Internet	3 086 000	6,6
30	AlloCine	2 971 000	2,6

* 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 - Décembre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs uniques ⁽²⁾	Nombre de visites par internauts
1	Google	14 574 000	13,7
2	Microsoft	14 125 000	9,7
3	MSN	12 805 000	17,1
4	Wanadoo	11 452 000	15,5
5	Free	10 925 000	7,5
6	Yahoo!	9 939 000	8,2
7	PagesJaunes	7 412 000	3,7
8	eBay	7 016 000	7,4
9	Voila	6 847 000	5,0
10	Lycos Europe	5 443 000	3,4
11	Fnac	5 217 000	3,4
12	AOL	5 181 000	14,5
13	Telecom Italia	5 170 000	5,2
14	Mappy	5 164 000	2,0
15	LA POSTE	4 964 000	6,0
16	01 Net	4 501 000	2,6
17	Cdiscount.com	4 436 000	3,9
18	L Internaute	4 339 000	2,8
19	eMule	4 197 000	19,8
20	voyages-sncf.com	4 174 000	2,1
21	Amazon	4 020 000	2,4
22	Real	3 991 000	5,0
23	Skyrock Network	3 950 000	6,6
24	TF1	3 917 000	3,7
25	La Redoute	3 827 000	2,4
26	Apple	3 768 000	4,6
27	PriceMinister	3 474 000	2,6
28	M6	3 305 000	2,8
29	Alapage	3 284 000	2,4
30	Credit Agricole	3 227 000	6,5

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 – Décembre 2005 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs Uniques ⁽²⁾
1	Google	14 512 000
2	MSN	11 120 000
3	Wanadoo	11 054 000
4	Yahoo!	9 739 000
5	PagesJaunes	7 412 000
6	Voila	6 847 000
7	Lycos Europe	5 443 000
8	Telecom Italia	5 170 000
9	Mappy	5 164 000
10	LA POSTE	4 964 000
11	01 Net	4 501 000
12	L Internaute	4 339 000
13	Skyrock Network	3 950 000
14	TF1	3 917 000
15	AOL(*)	3 445 000
16	M6	3 305 000
17	Alapage	3 284 000
18	ViaMichelin	3 224 000
19	Club-Internet	3 086 000
20	AlloCine	2 971 000
21	aufeminin.com	2 612 000
22	France Televisions	2 505 000
23	Doctissimo	2 395 000
24	Orange	2 047 000
25	Boursorama	1 611 000
26	Monsieur Prix	1 553 000
27	Le Journal du Net	1 393 000
28	Lastminute.com Network	1 309 000
29	nouvelobs.com	1 262 000
30	Groupe Express-Expansion	1 184 000
31	Expedia	1 172 000
32	Meetic	1 087 000
33	RTL net	1 040 000
34	Virgin Entertainment	1 030 000
35	Radio France	995 000
36	Liberation	941 000
37	Caradisiac	932 000
38	Le Figaro	848 000
39	Koodpo	776 000
40	Les Echos	699 000
41	Anyway.com	692 000
42	Magicmaman.com NetWork	623 000
43	seloger.com	571 000
44	EMW	550 000
45	OuestFrance	505 000
46	Europe 2	469 000
47	Notre Temps (* *)	468 000
48	Le Guide du Routard	439 000
49	Cadremploi	436 000
50	NordNet	429 000

* Hors AOL Propriétaire

** Résultat agrégé non disponible dans l'interface du panel Médiamétrie//NetRatings

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Internaute** : 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 média...

- 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 agrègera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias 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 multimédias 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 Multimédias 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, multimédias... 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 : Valérie-Anne Laudet

Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : valaudet@mediametrie.fr

www.mediаметrie.fr