

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Décembre 2006

Près de 30 millions de Français se sont connectés à Internet au cours du dernier mois

57% des Français internautes

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Décembre 2006 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En décembre 2006, 29 961 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 57,4% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés au cours du dernier mois. La population internautes a ainsi progressé de 10% en un an de décembre 2005 à décembre 2006.

	Décembre 2006	Décembre 2005	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.	29 961 000 soit 57,4% des Français	27 210 000 Soit 52,5% des Français	+ 10%

Plus de 20 millions d'internautes connectés en haut débit à domicile

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Décembre 2006 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

20 318 000 internautes, soit près de 9 internautes à domicile sur 10 (89,1%), sont connectés en haut débit à domicile.

Cette population d'internautes connectés en haut débit est en progression de 28% par rapport à décembre 2005, soit une augmentation de 4 388 000 internautes en un an.

	Décembre 2006	Décembre 2005	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.	20 318 000 soit 89,1% des internautes domicile	15 930 000 Soit 85,3% des internautes domicile	+ 28%

Plus de 11 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 4^{ème} Trimestre 2006 -
Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 4^{ème} trimestre 2006, plus de 14 millions de foyers français (54,9%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 597 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 13% en un an.

Au 4^{ème} trimestre 2006, 11,3 millions de foyers (44,3%) ont accès à Internet, contre 9,5 millions (37,7%) au 4^{ème} trimestre 2005, soit une progression de 19% (+1 784 000 foyers) en un an.

	4 ^{ème} trimestre 2006	3 ^{ème} trimestre 2006	4 ^{ème} trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	14 023 000 soit 54,9 % des foyers	13 510 000 soit 52,9 % des foyers	12 426 000 soit 49,1 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	11 316 000 soit 44,3 % des foyers	10 881 000 soit 42,6 % des foyers	9 532 000 soit 37,7 % 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 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En décembre 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 22h27mn contre 24h02mn en novembre 2006 et 20h16mn en décembre 2005.

Le temps passé par mois sur le web a augmenté de 2h11mn en un an de décembre 2005 à décembre 2006.

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 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	19 077 000	18,0
2	MSN/Windows Live	14 456 000	11,0
3	Orange	13 278 000	13,8
4	Free	13 105 000	8,1
5	Yahoo!	10 428 000	9,3
6	Microsoft	10 223 000	3,4
7	PagesJaunes	9 985 000	3,8
8	eBay	9 232 000	8,6
9	Voila	7 499 000	5,3
10	L Internaute	7 154 000	3,2
11	Fnac	7 032 000	2,9
12	Mappy	6 849 000	2,1
13	Wikipedia	6 756 000	2,3
14	TF1 Network ⁽⁵⁾	6 697 000	5,8
15	01net. Network ⁽⁵⁾	5 820 000	2,7
16	Cdiscount.com	5 745 000	3,6
17	Lycos Europe	5 408 000	3,4
18	aufeminin.com Network ⁽⁵⁾	5 337 000	2,3
19	Amazon	5 248 000	2,5
20	La Redoute	5 097 000	3,3
21	Skyrock Network ⁽⁵⁾	5 092 000	6,5
22	M6 Network ⁽⁵⁾	5 052 000	3,1
23	Alice	5 014 000	6,4
24	LA POSTE	4 736 000	5,4
25	PIXmania.com	4 598 000	2,4
26	voyages-sncf.com	4 581 000	2,6
27	Bestofmedia Network ⁽⁵⁾	4 449 000	2,3
28	AlloCine	4 377 000	2,5
29	PriceMinister	4 352 000	2,6
30	Doctissimo Network ⁽⁵⁾	4 305 000	2,1

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 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs uniques ⁽²⁾	Nombre de visites par internautes
1	Google	19 103 000	16,2
2	MSN/Windows Live	16 516 000	16,9
3	Microsoft	15 835 000	7,7
4	Orange	13 791 000	15,6
5	Free	13 105 000	7,5
6	Yahoo!	10 673 000	9,0
7	PagesJaunes	9 985 000	3,7
8	eBay	9 232 000	8,1
9	Voila	7 499 000	4,9
10	L Internaute	7 154 000	3,1
11	Fnac	7 032 000	2,8
12	Mappy	6 849 000	2,1
13	Wikipedia	6 756 000	2,2
14	TF1 Network ⁽⁵⁾	6 697 000	5,4
15	AOL	5 837 000	13,0
16	01net. Network ⁽⁵⁾	5 820 000	2,7
17	Cdiscount.com	5 745 000	3,6
18	eMule	5 539 000	16,7
19	Lycos Europe	5 408 000	3,2
20	aufeminin.com Network ⁽⁵⁾	5 337 000	2,2
21	Amazon	5 248 000	2,5
22	La Redoute	5 097 000	3,3
23	Skyrock Network ⁽⁵⁾	5 092 000	6,0
24	M6 Network ⁽⁵⁾	5 052 000	3,0
25	Alice	5 022 000	6,0
26	Apple	4 958 000	4,3
27	Real Network ⁽⁵⁾	4 881 000	5,0
28	LA POSTE	4 736 000	5,2
29	PIXmania.com	4 598 000	2,4
30	voyages-sncf.com	4 581 000	2,6

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

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Décembre 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs Uniques ⁽²⁾
1	Google	19 077 000
2	MSN/Windows Live	14 456 000
3	Orange	13 278 000
4	Yahoo!	10 428 000
5	PagesJaunes	9 985 000
6	Voila	7 499 000
7	L Internaute	7 154 000
8	Mappy	6 849 000
9	TF1 Network ⁽⁵⁾	6 697 000
10	01net. Network ⁽⁵⁾	5 820 000
11	Lycos Europe	5 408 000
12	aufeminin.com Network ⁽⁵⁾	5 337 000
13	Skyrock Network ⁽⁵⁾	5 092 000
14	M6 Network ⁽⁵⁾	5 052 000
15	Alice	5 014 000
16	voyages-sncf.com	4 581 000
17	Bestofmedia Network ⁽⁵⁾	4 449 000
18	AlloCine	4 377 000
19	Doctissimo Network ⁽⁵⁾	4 305 000
20	AOL(*)	3 948 000
21	LeGuide.com Network ⁽⁵⁾	3 825 000
22	ViaMichelin	3 731 000
23	France Televisions	3 674 000
24	Club-Internet	3 617 000
25	3 Suisses	3 438 000
26	Clubic.com	3 228 000
27	Alapage	3 101 000
28	commentcamarche.net	2 958 000
29	Shopping.com Network ⁽⁵⁾	2 138 000
30	Le Monde	2 025 000
31	Expedia	2 000 000
32	Boursorama Network ⁽⁵⁾	1 919 000
33	2xMoinsCher.com	1 796 000
34	ZDNet	1 779 000
35	Le Journal du Net	1 697 000
36	achetezfacile.com	1 621 000
37	Groupe Express-Expansion	1 580 000
38	Le Figaro	1 440 000
39	Caradisiac	1 430 000
40	nouvelobs.com	1 428 000
41	lastminute.com Network ⁽⁵⁾	1 408 000
42	CNET~	1 350 000
43	Monsieur Prix	1 282 000
44	Meetic	1 274 000
45	France 24	1 248 000
46	Radio France	1 228 000
47	RTL Network ⁽⁵⁾	1 188 000
48	Newsweb Sports Network ⁽⁵⁾	1 114 000
49	NRJ Group	1 052 000
50	Jeuxvideo.fr	914 000

* Hors AOL Propriétaire

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 marque (voir ci-dessous) au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même marque 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 agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

(5) **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.

Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :

- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,

- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte

Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

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 Multimédia 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 foyers, interrogés en face à face sur leurs équipements médias et multimédias.

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 8 500 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 électroniques. 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, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie devrait réaliser un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 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 panel Médiamétrie//NetRatings. Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Sophie Rodriguez

Tél. : 01 47 58 97 26

Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : srodriguez@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr