

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en août 2016

Les étudiants ont consacré plus de 9h en août à regarder des vidéos sur ordinateur

En août 2016, 33,2 millions d'individus âgés de 2 ans et plus ont regardé au moins une vidéo depuis leur écran d'ordinateur, soit plus d'un Français sur 2 (53,3%). Parmi eux, on retrouve 2,6 millions d'étudiants.

Les étudiants sont de grands consommateurs de vidéos avec 9 heures et 22 minutes consacrées à cette activité dans le mois. C'est une fois et demie de plus que l'ensemble des vidéonautes (5 heures et 47 minutes). Les étudiants composent ainsi 12,5% du temps passé de l'Audience Vidéo Ordinateur alors qu'ils représentent 7,4% de la population française.

Au quotidien, les étudiants privilégient les formats plus courts en consacrant en moyenne 3 minutes et 21 secondes par vidéo pour 21 vidéos vues. Un an plus tôt, ils regardaient en moyenne 14 vidéos par jour et dédiaient à chacune d'elle 4 minutes et 12 secondes.


La sous-catégorie de sites la plus consultée par les étudiants pour regarder des vidéos est « Vidéos / Cinéma » : ils étaient 2 millions à passer chacun 7 heures et 9 minutes sur ces contenus. Les « Blogs / Sites communautaires » arrivent à la 2^{ème} place avec 1,2 million de vidéonautes. En termes de temps passé, ce sont les Jeux en ligne qui prennent la place de dauphin avec 5 heures et 49 minutes consacrées à ces vidéos au cours du mois d'août 2016.

Top 5 des sous-catégories en audience vidéo des étudiants en août 2016

Rang	Sous-catégories	Audience vidéo des étudiants	Couverture vidéonaute des étudiants	Temps passé par étudiant
1	Vidéos / Cinéma	1 978 000	77,5%	7:09:22
2	Blogs / Sites communautaires	1 249 000	48,9%	1:38:50
3	Médias TV / Radio	575 000	22,5%	2:33:03
4	Jeux en ligne	378 000	14,8%	5:49:04
5	Multi-catégories - Divertissement	362 000	14,2%	0:17:34

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en août 2016


Le Top 15 des Brands Player les plus visitées en France

Rang	Brands Players 	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	24 682 000	1 530 551 000	78 343 000
2	Facebook	14 420 000	867 847 000	38 750 000
3	Dailymotion - TS	11 331 000	181 018 000	17 063 000
4	Digiteka - TS	8 435 000	50 144 000	1 261 000
5	France Televisions - T	5 339 000	33 129 000	12 271 000
6	CCM Benchmark - TS	3 215 000	6 149 000	136 000
7	MYTF1 - TS	3 111 000	21 727 000	6 258 000
8	BFM TV - TS	2 775 000	14 987 000	1 739 000
8	Tele Loisirs	2 775 000	11 903 000	445 000
10	AlloCine - TS	2 773 000	14 796 000	312 000
11	Groupe Cerise	2 711 000	15 618 000	510 000
12	auFeminin - T	2 562 000	4 090 000	224 000
13	6play - TS	2 213 000	14 816 000	5 150 000
14	Twitter.com	1 772 000	22 527 000	708 000
15	You Watch	1 567 000	19 691 000	5 499 000

T : acteur dont le périmètre est en partie taggué et dont les usages site-centric sont en partie calés

TS : acteur dont le périmètre est entièrement taggué et dont les usages site-centric sont entièrement calés (TS pour Taggué 100% Site-Centric)

Le Top 15 des Brands Site-Support les plus visitées en France

Rang	Brands Sites-Supports 	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	YouTube	21 279 000	1 389 882 000	71 312 000
2	Facebook	15 057 000	891 690 000	39 881 000
3	France Televisions	4 922 000	31 998 000	12 229 000
4	Orange	3 678 000	54 085 000	3 228 000
5	Dailymotion	3 643 000	40 235 000	6 617 000
6	AlloCine	2 775 000	14 873 000	318 000
7	MYTF1	2 771 000	20 515 000	6 244 000
8	Tele Loisirs	2 497 000	10 052 000	314 000
9	6play	1 572 000	13 769 000	5 077 000
10	auFeminin	1 571 000	2 420 000	193 000
11	Gentside	1 569 000	8 770 000	223 000
12	BFM TV	1 479 000	8 065 000	1 684 000
13	MSN	1 448 000	8 754 000	268 000
14	Google	1 371 000	5 759 000	316 000
15	Ohmymag.com	1 369 000	5 640 000	255 000

La brand Site-Support **VEVO on YouTube** est comprise dans la brand Site-Support YouTube.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en août 2016



Définitions et méthodologie

Brands Player : Agrégation de l'audience du ou des player(s) vidéo d'un même diffuseur quel que soit le site sur lequel il est diffusé.

Brands Site-Support : Agrégation de l'audience des pages d'un site sur lesquelles des vidéos ont été vues, quel que soit le player sur lequel est jouée la vidéo.

Vidéonautes uniques par mois : Nombre total d'individus ayant regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur au cours du mois, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même site-support ou le même player plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Vidéos vues par mois : Nombre de vidéos vues par l'ensemble des internautes sur une brand.

Temps total passé par mois : Nombre d'heures passées par l'ensemble des internautes sur une brand.

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, 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.

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel

Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure Médiamétrie-eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible, par catégorie de sites, et par lieu de connexion : au domicile, sur le lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion (domicile, travail et autres lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

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.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Benoit David

01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Laure Osmanian-Molinero

01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr