

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juillet 2017

Les 15-24 ans adeptes des vidéos de jeux en ligne sur ordinateur consacrent 3h48 en moyenne par mois à cette activité

En juillet 2017, 32,1 millions d'individus ont regardé au moins une vidéo depuis leur ordinateur, soit plus d'un Français sur deux (51%). En moyenne, ils ont chacun consacré 4h46 à cette activité au cours du mois.

Les sites de la sous-catégorie « Jeux en ligne » ont attiré près de 1,7 million de vidéonautes sur ordinateur en juillet 2017. 16,8 % de l'audience de la sous-catégorie est composée d'individus ayant entre 15 et 24 ans, alors que cette tranche d'âge ne représente que 9,9 % du total vidéonautes ordinateur sur le mois.

Les vacances scolaires peuvent être l'occasion pour les fans de visionnage live de jeux vidéo et d'e-sport (compétitions officielles de jeux vidéo en ligne) de passer davantage de temps sur leur ordinateur.

Chez les 15-24 ans par exemple, le temps total passé à visionner des vidéos de jeux en ligne en juillet augmente de 44 % par rapport à juin. En moyenne, les jeunes adeptes de ces vidéos y consacrent près de deux heures de plus par mois que les 25-34 ans, soit 3h48 en moyenne.

Temps passé par vidéonaute ordinateur sur la sous-catégorie « Jeux en ligne » en juillet 2017 (en heures)



Rang	Cible	Temps par vidéonaute ordinateur
1	15-24 ans	03:48:00
2	25-34 ans	01:52:00
3	35-49 ans	01:12:00
4	50 ans et +	00:56:00

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juillet 2017

Le Top 15 des Brands Players les plus visités en France

Rang	Brands Players BP	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	25 053 000	1 446 279 000	67 484 000
2	Facebook	13 487 000	797 136 000	30 814 000
3	Digiteka - TS	8 827 000	76 032 000	2 116 000
4	Dailymotion - TS	8 549 000	204 911 000	13 861 000
5	France Televisions - TS	4 124 000	19 163 000	6 646 000
6	6play - TS	2 702 000	12 443 000	5 636 000
7	MYTF1 - TS	2 624 000	22 360 000	5 831 000
8	AlloCine - TS	2 616 000	13 581 000	287 000
9	CCM Benchmark - TS	2 430 000	10 021 000	342 000
10	Yahoo - TS	2 286 000	64 656 000	1 405 000
11	Twitter	1 838 000	101 832 000	341 000
12	auFeminin - T	1 807 000	3 085 000	62 000
13	Groupe Cerise	1 673 000	8 142 000	316 000
14	BFM TV - TS	1 641 000	6 395 000	1 585 000
15	Tele Loisirs	1 025 000	5 105 000	255 000

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 Supports les plus visités en France

Rang	Brands Support BS	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	YouTube	21 264 000	1 329 145 000	62 737 000
2	Facebook	13 981 000	811 216 000	31 420 000
3	Orange	3 653 000	85 049 000	2 995 000
4	Dailymotion	2 631 000	29 470 000	1 917 000
5	AlloCine	2 616 000	13 582 000	287 000
6	Yahoo	2 386 000	65 758 000	1 496 000
7	France Televisions	2 200 000	11 520 000	6 002 000
8	franceinfo	1 735 000	4 407 000	569 000
9	MSN	1 732 000	11 864 000	362 000
10	MYTF1	1 586 000	17 273 000	5 458 000
11	BFM TV	1 257 000	4 867 000	1 564 000
12	SFR	1 220 000	3 874 000	825 000
13	6play	1 089 000	4 869 000	3 839 000
14	Le Figaro	1 076 000	3 061 000	167 000
15	LCI	1 070 000	4 512 000	230 000

La Brand Support **VEVO on YouTube** est comprise dans la Brand Support YouTube.



Définitions et méthodologie

Brand 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.

Brand 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 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5 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

Contacts Presse :

Benoit David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Pierre Becker

Tél : 01 80 04 71 44

pbecker@mediametrie.fr