

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juillet 2018

1 million de Français ont regardé des vidéos sur les sites de sport... depuis un ordinateur sur leur lieu de travail

En juillet 2018, 26,5 millions d'internautes ont visionné au moins une vidéo sur ordinateur, soit 42,2 % de la population française de 2 ans et plus. Chaque jour, 6,7 millions d'internautes ont vu 10 vidéos chacun en moyenne.

Au cours de ce mois de diffusion de la Coupe du Monde de Football et du Tour de France, 2,9 millions de Français ont regardé au moins une vidéo sur les sites de Sport. Chaque jour, ces vidéonautes ont consacré plus de 20 minutes en moyenne aux sites de sport, en plus des retransmissions live sur les sites des chaînes TV.

Près d'un million de vidéonautes ont regardé des vidéos sur les sites de sport depuis leur lieu de travail ; c'est deux fois plus qu'en juillet 2017 (493 000).

Tous lieux confondus, L'Equipe reste le média favori pour visionner des contenus vidéo liés au sport, avec près de 1,5 million de vidéonautes uniques sur ordinateur au cours du mois.

Les meilleures Audiences Vidéo Ordinateur des sites de Sport

Rang	Brand Support	Vidéonautes uniques sur Ordinateur en juillet 2018
1	L Equipe	1 419 000
2	365	334 000
3	Eurosport	306 000
4	Foot Mercato	241 000



Top 15 des Brand Players les plus visitées en France en juillet 2018

Rang	Brands Players : en raison d'un périmètre de taggage incomplet, les résultats de la Brand Player Yahoo ne sont pas disponibles dans ce classement.	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	21 205 000	1 089 545 000	44 101 000
2	Dailymotion - TS	11 071 000	201 456 000	23 140 000
3	Facebook	10 795 000	471 727 000	17 160 000
4	Digiteka - TS	7 185 000	119 139 000	4 466 000
5	MYTF1 - TS	4 085 000	49 543 000	11 701 000
6	France Televisions - TS	3 840 000	20 937 000	7 087 000
7	CCM Benchmark - TS	2 679 000	36 004 000	668 000
8	BFM TV - TS	2 334 000	24 513 000	2 075 000
9	Twitter	2 086 000	20 073 000	288 000
10	AlloCine - TS	2 067 000	10 565 000	841 000
11	auFeminin - T	1 925 000	3 031 000	178 000
12	Figaro - TS	1 506 000	7 069 000	186 000
13	Instagram	1 147 000	4 870 000	29 000
14	6play - TS	1 013 000	7 120 000	3 448 000
15	Tele Loisirs	704 000	2 672 000	85 000

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)

Top 15 des Brand Supports les plus visitées en France en juillet 2018

Rang	Brands Supports	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	YouTube	18 568 000	979 128 000	41 153 000
2	Facebook	10 949 000	474 065 000	17 219 000
3	MYTF1	3 464 000	45 773 000	11 521 000
4	Orange	3 257 000	41 450 000	4 547 000
5	Dailymotion	2 749 000	17 205 000	1 958 000
6	France Televisions	2 284 000	14 677 000	6 174 000
7	AlloCine	2 067 000	10 565 000	841 000
8	BFM TV	1 994 000	22 012 000	2 069 000
9	franceinfo	1 908 000	5 657 000	945 000
10	auFeminin	1 719 000	2 721 000	163 000
11	Le Figaro	1 587 000	7 383 000	191 000
12	Ouest France	1 499 000	24 492 000	868 000
13	L Equipe	1 419 000	18 676 000	2 110 000
14	SFR	1 244 000	5 163 000	471 000
15	MSN	1 230 000	7 571 000	426 000

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en juillet 2018



Méthodologie de la mesure d'Audience Vidéo Ordinateur

La mesure de l'Audience Vidéo Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Médiamétrie//NetRatings, un échantillon de 16 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur 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 de l'Audience Vidéo Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure 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 vidéo sur ordinateur sont disponibles mensuellement par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

Définitions

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.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//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 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

*www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie*

Contact Presse :

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr