

Aude Fredouelle (17/11/14)

## Le Top 5 des moteurs de recherche en France

### LE TOP 5 DES MOTEURS DE RECHERCHE EN FRANCE



Top 5 des moteurs de recherche. © JDN

Si Google conserve sa position ultra dominante parmi les moteurs de recherche, certains de ses principaux concurrents ont vu leur reach fortement diminuer au profit d'autres dont la popularité grimpe. D'autant que malgré une avance écrasante, Google perd petit à petit du terrain.

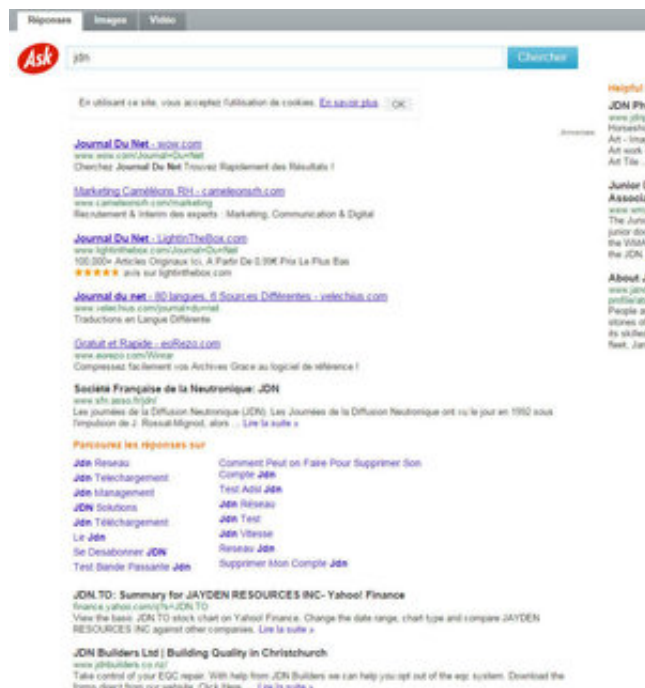
En septembre 2014, 82,5 % des internautes (38,2 millions) se sont rendus sur au moins un moteur de recherche. Chacun a passé 1h05 en moyenne sur l'ensemble de ces sites au cours du mois.

Voici le top 5 de l'audience des moteurs de recherche en France, établi en septembre 2014 par

Médiamétrie//Netratings.

---

## 5E : ASK



5e : Ask. © Capture d'écran Ask

Alors que Ask avait quelque peu accru sa popularité entre septembre 2012 et 2013 (le reach passant de 14,7% à 16%), le moteur de recherche est en perte de vitesse : le mois dernier, seuls 6,42 millions de visiteurs uniques s'y sont connectés, pour un reach de 13,8%.

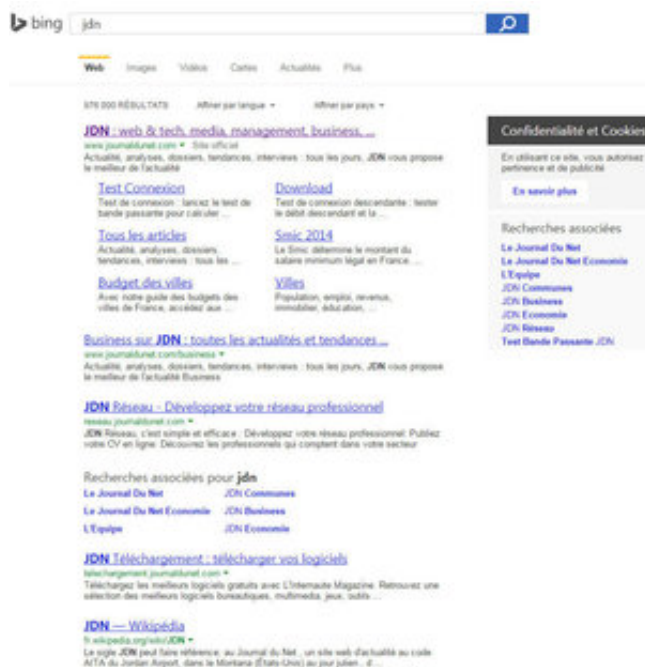
En moyenne, les internautes ont passé six minutes sur Ask en septembre, contre 5 minutes et 4 secondes l'année passée.

**Visiteurs uniques : 6,42 millions**

**Reach : 13,8%**

**Temps passé par personnes : 6'**

## 4E : BING



4e : Bing. © Capture d'écran Bing

Stable depuis plusieurs années, Bing conserve la quatrième place de ce classement. Le moteur de recherche de Microsoft fait mieux que ces trois dernières années en enregistrant une audience de 6,9 millions de visiteurs uniques en septembre 2014 (contre 6,4 millions en 2013 et 5,8 millions en 2012). Son reach est passé de 13,7% à 14,9% en un an.

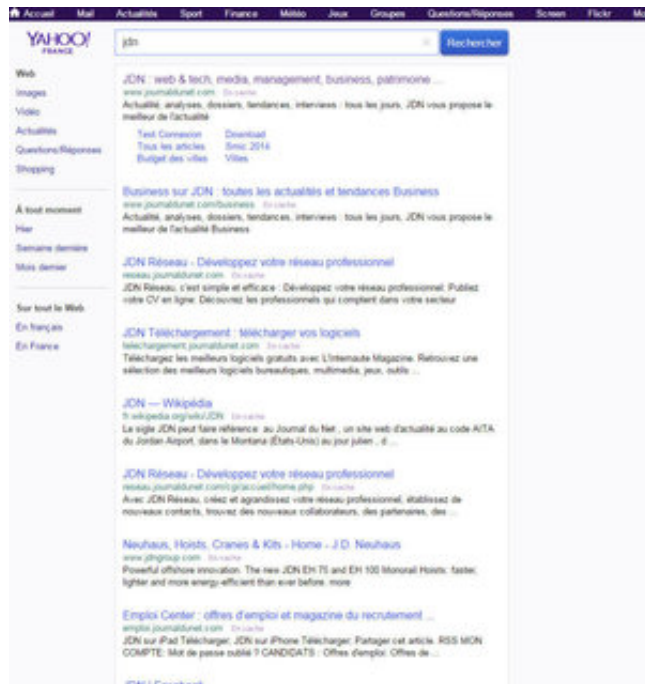
Surtout, le temps passé par les internautes sur le moteur de recherche a bondi depuis l'année dernière : 15 minutes et 53 secondes en moyenne, contre 9 minutes et cinq secondes en septembre 2013.

**Visiteurs uniques : 6,9 millions**

**Reach : 14,9%**

**Temps passé par personnes : 15'53"**

### 3E : YAHOO



3e : Yahoo. © Capture d'écran Yahoo

**Temps passé par personnes : 16'53"**

Yahoo ne cesse de prendre du galon. Le moteur de recherche, qui évinçait l'an dernier Voila de la 5ème place du classement, se hisse cette fois-ci à la 3ème place, juste derrière le leader incontesté Google. Sa popularité ne cesse de grimper : plus de 8 millions de visiteurs uniques s'y sont connectés en septembre, contre 5,1 millions seulement un an plus tôt. Yahoo atteint ainsi un reach de 17,4% (11% en 2013).

En moyenne, les internautes ont passé près de 17 minutes sur Yahoo en septembre. C'est plus du double qu'à la même période l'an dernier (7 minutes).

**Visiteurs uniques : 8,04 millions**

**Reach : 17,4%**

### 2E : GOOGLE IMAGE



2e : Google Images. © Capture d'écran Google Images

Sur les deux premières marches du podium, on retrouve le géant Google, inamovible. C'est son service Google Images qui se classe deuxième, avec 17,92 millions de visiteurs uniques en septembre et 38,7% de reach. C'est toutefois moins que l'année passée (20,5 millions de visiteurs uniques et 44,1% du reach).

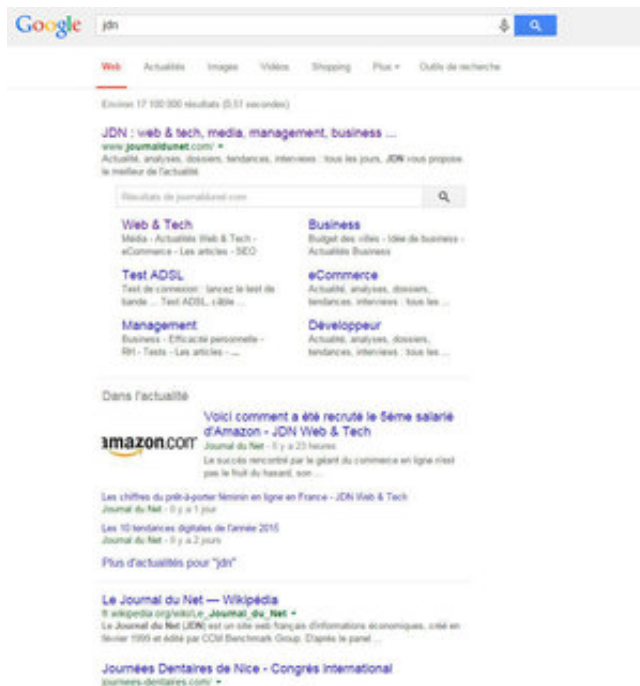
Mais le temps moyen passé par les internautes sur Google Images continue d'augmenter et passe de 7 minutes et 4 secondes à 10 minutes et 27 secondes.

**Visiteurs uniques : 17,92 millions**

**Reach : 38,7%**

**Temps passé par personnes : 10'27"**

# 1ER : GOOGLE



1er : Google. © Capture d'écran Google

Si Google reste encore et toujours en tête, son reach diminue légèrement en un an, de 73,1% à 71,4%. 33,07 millions de visiteurs uniques se sont connectés sur le moteur de recherche en septembre, contre 33,9 millions un an plus tôt. C'est tout de même bien plus que les 8 millions de Yahoo, classé troisième.

En moyenne, les internautes ont passé plus de 56 minutes sur Google le mois dernier, contre 40 minutes en septembre 2013.

**Visiteurs uniques** : 33,07 millions

**Reach** : 71,4%

**Temps passé par personnes** : 56'39"

## EN SAVOIR PLUS

### Précisions :

Le Top 5 présenté ici correspond au classement des sites de la sous-catégorie "Moteurs de Recherche" appartenant à la catégorie "Portails / Moteurs de recherche / Communautés". Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous Lieux de Connexion - France - Applications Internet incluses - Septembre 2014 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés.

### Définitions :

**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).

**Channel** : le niveau Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique (exemple : si la rubrique voyages de la marque A est consultable à l'adresse voyages1.marqueA.fr & voyages2.marqueA.fr, l'audience de la Channel Voyages de la marque A agrégera l'audience de voyages1.marqueA.fr & voyages2.marqueA.fr).

**Visiteurs uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une Brand ou un Channel au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même Brand ou le même Channel plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Couverture active/Reach** : nombre de visiteurs uniques d'une Brand ou d'un Channel, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internaute pour la période concernée.

## **A lire aussi sur le JDN :**

### **Le Top 5 des sites d'immobilier en France**

Qui de SeLoger, Particulier à Particulier ou encore LeBonCoin est le plus populaire ? Découvrez le top 5 de l'audience d'immobilier en France, établi en avril 2014 par Médiamétrie//Netratings.

### **Top 10 des sites de commerce collaboratif en France**

Covoiturage, mode, produits faits main... 5 millions d'internautes consultent chaque mois au moins un site de commerce collaboratif. Lesquels attirent le plus d'audience ?