

L'audience de l'Internet mobile en France en Février 2015

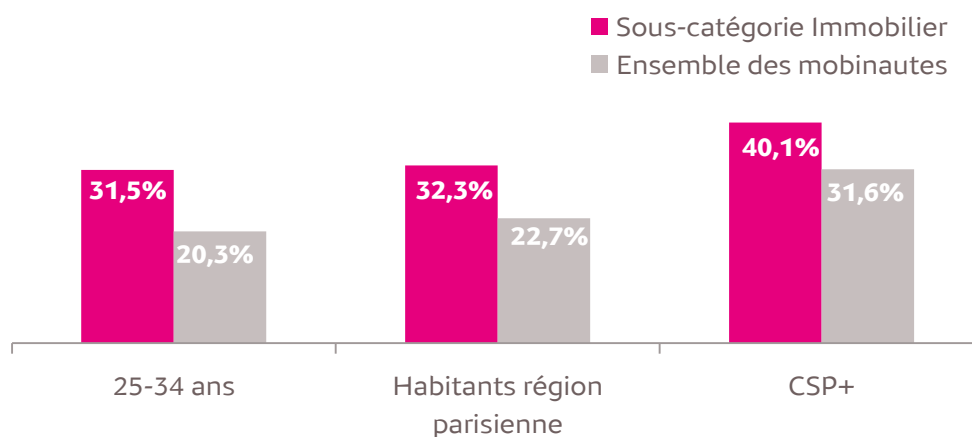
Plus de 4,5 millions de mobinautes sur les sites et applications d'immobilier

En février 2015, 4,5 millions de mobinautes uniques, soit 12,8% de la population mobinaute ont consulté au moins un site ou une application de la sous-catégorie « Immobilier ». L'audience de la sous-catégorie est en constante progression depuis 3 mois : c'est 446 000 visiteurs uniques supplémentaires par rapport à janvier 2015 (+11%) et 1,4 million de plus par rapport à décembre 2014 (+45,5%).

Les sites et applications « Immobiliers » sont particulièrement consultés sur smartphone par les 25-34 ans, les CSP+ et les habitants de la région parisienne.

Les 25-34 ans représentent 31,5% de l'audience des sites/applications de la sous-catégorie « Immobilier » alors qu'ils composent 20,3% de l'audience totale de l'internet mobile. Les franciliens représentent 32,3% et les CSP+ 40,1% de l'audience des sites et applications de la sous-catégorie « Immobilier » alors qu'ils représentent respectivement 22,7% et 31,6% de l'audience totale mobinaute.

Part des cibles au sein de l'audience de la sous-catégorie « Immobilier » et de l'audience mobile



En février 2015, les mobinautes ont consulté en moyenne 5,3 applications et ont visité 46 sites distincts

**Plus de 9 mobinautes sur 10 (91,9%) ont visité au moins un site sur mobile et 87% au moins une application.
La mesure comprend 21 154 brands et 5 238 applications.**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en Février 2015



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Marques*

Rang	Marques 	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Facebook	22 270
2	Google	22 188
3	Dailymotion	12 288
4	Orange	11 876
5	Wikipedia	11 745
6	Apple	11 044
7	Samsung	9 046
8	Leboncoin.fr	8 747
9	AccuWeather.com	7 564
10	Yahoo	7 419
11	Amazon	7 115
12	PagesJaunes	6 864
13	Shazam	6 721
14	AlloCine	5 807
15	Instagram	5 713
16	Bouygues Telecom	5 255
17	King.com	4 928
18	France Televisions	4 785
19	Le Figaro	4 703
20	Le Monde	4 522

Marque ou Brand : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS).

Depuis février 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l'audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3^{ème} trimestre 2015.

Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

Sur le mois de février 2015, une livraison incomplète des données de logs opérateur a nécessité un retraitement des résultats. Les modélisations mises en œuvre ont permis de produire les résultats des Marques, Sites et Applications mais n'ont pas pu être appliquées au niveau Groupe. Ce classement n'est donc pas publié ce mois-ci.

Le Top 20 des Sites*


Rang	Sites 	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Facebook	22 218
2	Google	20 559
3	Dailymotion	12 263
4	Wikipedia	11 738
5	Orange	9 431
6	Leboncoin.fr	7 548
7	Amazon	6 707
8	Apple	5 623
9	Bouygues Telecom	5 017
10	AlloCine	4 609
11	France Televisions	4 561
12	PagesJaunes	4 395
13	Le Figaro	4 291
14	L Equipe	4 051
15	20minutes.fr	3 921
16	Le Parisien	3 856
17	Linternaute.com	3 699
18	Le Monde	3 611
19	L Obs	3 194
20	Doctissimo	3 193

Site : Un site est un ensemble d'URLs sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale. La mesure mobile intègre les URLs des sites internet consultés à partir d'un téléphone mobile, qu'ils soient optimisés pour le téléphone ou non.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS). Depuis février 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l'audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3^{ème} trimestre 2015. Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

Sur le mois de février 2015, une livraison incomplète des données de logs opérateur a nécessité un retraitement des résultats. Les modélisations mises en œuvre ont permis de produire les résultats des Marques, Sites et Applications mais n'ont pas pu être appliquées au niveau Groupe. Ce classement n'est donc pas publié ce mois-ci.

Le Top 20 des Applications*

Rang	Applications	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Apple 	8 946
2	Samsung	8 694
3	AccuWeather.com	6 750
4	Shazam	6 599
5	Orange	6 210
6	Google	5 732
7	Yahoo	5 611
8	Instagram	5 184
9	King.com	4 793
10	Deezer	3 911
11	Viber	3 279
12	PagesJaunes	2 995
13	Ksmobile.com	2 690
14	Windows Phone	2 650
15	Waze	2 641
16	Leboncoin.fr	2 559
17	Meteo France	2 478
18	La Chaine Meteo	2 406
19	L Equipe	2 241
20	Bouygues Telecom	2 121

Application mobile : Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et consultable à partir du système d'exploitation du téléphone. Dans la mesure mobile sont prises en compte les applications connectées au réseau opérateur (3G/4G) et consultées à partir d'un téléphone.

*Pour mémoire, le périmètre actuel de la Mesure Mobile couvre l'ensemble du web à l'exception des pages sécurisées (HTTPS).

Depuis février 2015, Médiamétrie déploie une technologie de mesure sur mobile (meter) sur un panel de 3000 individus afin d'intégrer l'audience des pages sécurisées (HTTPS) à la Mesure de l'Internet Mobile au 3^{ème} trimestre 2015.

Suite au passage en HTTPS de la majorité des pages de l'acteur YouTube, celui-ci est absent du classement des Marques, Sites et Applications.

Sur le mois de février 2015, une livraison incomplète des données de logs opérateur a nécessité un retraitement des résultats. Les modélisations mises en œuvre ont permis de produire les résultats des Marques, Sites et Applications mais n'ont pas pu être appliquées au niveau Groupe. Ce classement n'est donc pas publié ce mois-ci.

Définitions et méthodologie

Méthodologie

Innovation dans le monde de l'audience, la mesure de l'Internet mobile recense l'ensemble des connexions à l'internet mobile sur les réseaux de 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR), modélise les autres opérateurs, et intègre une estimation statistique de la pratique en wifi.

Mesure de référence, la mesure d'audience de l'Internet mobile a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel).

Périmètre de la mesure

La mesure d'audience de l'Internet Mobile prend en compte les usages réalisés exclusivement à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS).

En complément, les résultats prennent en compte, par une estimation statistique, les usages réalisés via un réseau wifi. Cette estimation repose sur les résultats d'un échantillon de sites et d'applications mobiles fournis par des opérateurs site-centric. Ces résultats permettent d'identifier le gain d'audience apporté par les connexions réalisées via un réseau wifi. Un coefficient est ainsi déterminé afin d'estimer l'audience consolidée wifi + réseaux opérateurs, à partir de l'audience sans wifi donnée par la mesure.

Sont mesurés : les sites Internet - adaptés au mobile ou non - et les applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur).

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants ne font pas partie de la mesure : navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple) et navigation à partir du navigateur Opéra. Plusieurs applications et sites mobiles sont sécurisés au format https (réseaux sociaux, banques, assurances, mail, portails...). Leur audience peut ne pas être prise en compte intégralement dans la mesure d'audience.

Depuis les résultats de décembre 2013, le surf des abonnés « autres opérateurs » est modélisé dans la mesure. Le calcul du poids ainsi que du profil des autres opérateurs est réalisé sur la base de l'étude de cadrage Médiamétrie : Téléphonie et Services Mobiles. Les résultats « tous opérateurs » sont ainsi obtenus par l'application d'un coefficient statistique. Le niveau « tous opérateurs » est devenu le niveau de référence de la mesure.

Définitions

Mobinaute Dernier Mois : personne ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

Visiteurs Uniques : Nombre total de personnes ayant visité un groupe, une marque, un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'audience de l'internet mobile en France en Février 2015

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 et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4M€.

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.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie Bourotte

Tél : 01 47 58 97 55

nbourotte@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr