

L'audience de la vidéo sur Internet en France en septembre 2015

2,8 millions d'internautes ont regardé des vidéos d'actualité informatique et électronique

En septembre 2015, 34,2 millions d'internautes ont regardé au moins une vidéo en ligne sur leur ordinateur. Parmi eux, 2,8 millions ont visionné au moins une vidéo sur un site d'« Actualités informatique / Electronique grand public ». Il s'agit de la plus forte audience vidéo de cette sous-catégorie depuis août 2012.

En un an, le nombre de vidéonautes uniques sur ces sites a progressé de 24,2%, soit 547 000 visiteurs uniques supplémentaires.

Les CSP+ sont particulièrement adeptes de vidéos sur l'actualité du monde informatique et électronique ainsi que de tutoriels sur les logiciels. En septembre, ils composaient 41,5% des internautes ayant regardé au moins une vidéo d'actualité informatique / électronique grand public alors qu'ils représentaient 31,2% de la population vidéonaute. La durée moyenne passée par les CSP+ à regarder ces vidéos est de près de 10 minutes, contre 6 minutes et 18 secondes pour l'ensemble des vidéonautes de cette sous-catégorie.


En ce mois de rentrée, 01net arrive en tête du classement avec 1,3 million de vidéonautes uniques sur le mois. Il est suivi de CommentCaMarche avec 661 000 vidéonautes uniques puis de Clubic.com avec 559 000 internautes qui ont vu au moins une vidéo sur ce site en septembre.

Top 3 des sites-supports de vidéo d'« Actualités Informatique / Electronique grand public » en septembre 2015

Brands sites-supports	Vidéonautes uniques par mois	Temps par vidéonaute par mois	Temps moyen par vidéo
01net	1 342 000	0:02:23	0:00:37
CommentCaMarche	661 000	0:05:33	0:01:16
Clubic.com	559 000	0:06:48	0:01:46

L'audience de la vidéo sur internet en France en septembre 2015


Le Top 15 des Brands Players les plus visitées en France

Rang	Brands Player 	Visiteurs Uniques par mois	Vidéos vues par mois	Total temps passé par mois en heures
1	Google/YouTube	24 461 000	1 221 396 000	40 086 000
2	Dailymotion - TS	17 134 000	243 186 000	17 682 000
3	Facebook	11 179 000	280 008 000	22 885 000
4	Digiteka - TS	8 717 000	41 205 000	1 168 000
5	TF1 / Wat - TS	7 336 000	57 321 000	12 825 000
6	France Televisions - T	5 669 000	20 296 000	6 829 000
7	auFeminin - TS	4 391 000	4 588 000	152 000
8	Tele Loisirs	4 167 000	27 373 000	664 000
9	AlloCine - TS	3 903 000	20 043 000	473 000
10	CCM Benchmark - TS	3 755 000	13 930 000	424 000
11	BFM TV - TS	3 548 000	16 942 000	1 494 000
12	CANAL+ - TS	3 538 000	14 470 000	3 633 000
13	6play - TS	2 344 000	12 982 000	3 780 000
14	Gentside	2 108 000	16 508 000	618 000
15	Mediabong	1 936 000	4 880 000	260 000

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 Sites-Supports les plus visitées en France

Rang	Brands Site-Support 	Visiteurs uniques par mois	Vidéos vues par mois	Total temps passé par mois en heures
1	YouTube	20 814 000	1 064 279 000	34 501 000
2	Facebook	12 516 000	325 138 000	25 038 000
3	Dailymotion	6 682 000	50 131 000	4 318 000
4	France Televisions	5 217 000	19 451 000	6 804 000
5	MYTF1	4 246 000	42 211 000	12 043 000
6	AlloCine	3 864 000	20 010 000	475 000
7	Orange	3 833 000	31 729 000	1 869 000
8	Tele Loisirs	3 751 000	25 970 000	630 000
9	Marmiton	2 772 000	2 965 000	141 000
10	CANAL +	2 320 000	7 888 000	1 171 000
11	auFeminin	2 138 000	1 795 000	13 000
12	BFM TV	2 133 000	11 380 000	1 401 000
13	Gentside	2 108 000	16 570 000	626 000
14	Closer	1 949 000	6 711 000	180 000
15	6play	1 631 000	11 050 000	3 641 000

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

Suite au passage du player Yahoo en mode sécurisé, les audiences vidéo de celui-ci n'ont pu être mesurées. Les audiences vidéo de ce mois sont donc publiées sans celles de Yahoo.

Définitions et méthodologie

Brands Players : 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 Sites-Supports : 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 Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//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'octobre 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'OJD, 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 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 82,4 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.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr