

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Juin 2006

Plus de 10 millions de foyers français sont équipés d'une connexion Internet à domicile

Evolution de la population internautes

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Juin 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En Juin 2006, 27 289 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de la moitié (52,3%) de la population âgée de 11 ans et plus. La population internaute a progressé de 6 % entre Juin 2005 et Juin 2006.

	Juin 2006	Juin 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	27 289 000 Soit 52,3% des Français	25 662 000 soit 49,5% des Français	+ 6%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Juin 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Plus de 8 internautes sur 10 (88,1%) sont connectés à domicile en haut débit, soit 17 983 000 internautes.

Cela représente une augmentation de 4 682 000 internautes en un an, soit +35% par rapport à Juin 2005.

	Juin 2006	Juin 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile via une connexion haut débit (câble ou ADSL) au cours du dernier mois	17 983 000 soit 88,1% des internautes domicile	13 301 000 soit 77,8% des internautes domicile	+ 35%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 2ème Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 2ème trimestre 2006, plus de 13 millions des foyers français (soit 51,5%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 185 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté en un an de près de 10% (9,9%).

Plus de 10 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente plus de 4 foyers sur 10 (41,6%) contre 34,4% des foyers au 2ème trimestre 2005.

	2 ^{ème} trimestre 2006	1 ^{er} trimestre 2006	2 ^{ème} trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	13 155 000 soit 51,5 % des foyers	12 914 000 soit 50,6 % des foyers	11 970 000 soit 47,3 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	10 633 000 soit 41,6 % des foyers	9 911 000 soit 38,8 % des foyers	8 705 000 soit 34,4 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique⁽²⁾ sur le web Applications Internet exclues⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juin 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En Juin 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 22h10 contre 22h46mn en mai 2006 et 19h17mn en Juin 2005.

Le temps passé sur le web a augmenté de 2h53mn entre Juin 2005 et Juin 2006.

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juin 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	16 434 000	18,1
2	Orange	12 447 000	14,3
3	MSN/Windows Live	12 264 000	12,9
4	Free	11 740 000	8,1
5	Yahoo!	9 925 000	9,5
6	Microsoft	9 717 000	4,7
7	PagesJaunes	9 100 000	4,4
8	Mappy	7 485 000	2,5
9	Voila	6 992 000	6,2
10	eBay	6 563 000	8,7
11	Lycos Europe	5 629 000	3,9
12	voyages-sncf.com	5 385 000	3,3
13	L Internaute	5 148 000	2,9
14	La Redoute	5 036 000	3,2
15	Alice	5 017 000	6,0
16	TF1 Network	5 002 000	5,3
17	Cdiscount.com	4 801 000	3,3
18	Fnac	4 780 000	3,2
19	Skyrock Network	4 419 000	7,4
20	01Net	4 392 000	2,3
21	Wikipedia	4 355 000	2,0
22	ViaMichelin	4 176 000	2,4
23	AOL(*)	3 888 000	8,3
24	PriceMinister	3 702 000	2,4
25	impots.gouv.fr	3 580 000	1,9
26	Amazon	3 482 000	2,2
27	LA POSTE	3 479 000	5,9
28	Doctissimo Network	3 412 000	2,0
29	France Televisions	3 404 000	2,4
30	Credit Agricole	3 267 000	7,2

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet incluses ⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Juin 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs uniques ⁽²⁾	Nombre de visites par internauts
1	Google	16 484 000	16,2
2	Microsoft	14 533 000	8,0
3	MSN/Windows Live	14 007 000	18,5
4	Orange	12 819 000	15,6
5	Free	11 740 000	7,6
6	Yahoo!	10 179 000	9,0
7	PagesJaunes	9 100 000	4,2
8	Mappy	7 485 000	2,5
9	Voila	6 992 000	5,7
10	eBay	6 563 000	8,2
11	Lycos Europe	5 629 000	3,7
12	AOL	5 420 000	14,5
13	voyages-sncf.com	5 385 000	3,3
14	L Internaute	5 148 000	2,8
15	La Redoute	5 036 000	3,2
16	Alice	5 023 000	5,8
17	TF1 Network	5 002 000	5,0
18	Cdiscount.com	4 801 000	3,3
19	Fnac	4 780 000	3,1
20	Skyrock Network	4 419 000	6,8
21	01Net	4 392 000	2,3
22	Wikipedia	4 355 000	2,0
23	eMule	4 301 000	17,3
24	Real Network	4 237 000	5,6
25	ViaMichelin	4 176 000	2,3
26	Apple	3 829 000	4,3
27	PriceMinister	3 702 000	2,4
28	impots.gouv.fr	3 580 000	1,8
29	Amazon	3 482 000	2,2
30	LA POSTE	3 479 000	5,6

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Applications Internet exclues ⁽³⁾

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juin 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque ⁽⁴⁾	Visiteurs Uniques ⁽²⁾
1	Google	16 434 000
2	Orange	12 447 000
3	MSN/Windows Live	12 264 000
4	Yahoo!	9 925 000
5	PagesJaunes	9 100 000
6	Mappy	7 485 000
7	Voila	6 992 000
8	Lycos Europe	5 629 000
9	L Internaute	5 148 000
10	Alice	5 017 000
11	TF1 Network	5 002 000
12	Skyrock Network	4 419 000
13	01Net	4 392 000
14	ViaMichelin	4 176 000
15	AOL(*)	3 888 000
16	LA POSTE	3 479 000
17	France Televisions	3 404 000
18	aufeminin.com	3 115 000
19	Club-Internet	3 060 000
20	AlloCine	2 859 000
21	M6	2 301 000
22	Le Figaro	2 187 000
23	Alapage	2 050 000
24	Infos-du-Net.com	1 875 000
25	Le Monde	1 871 000
26	nouvelobs.com	1 853 000
27	lastminute.com Network	1 838 000
28	Boursorama	1 732 000
29	LeGuide.com	1 671 000
30	Mistergooddeal	1 641 000
31	ZDNet	1 621 000
32	Expedia	1 612 000
33	Groupe Express-Expansion	1 481 000
34	Le Journal du Net	1 435 000
35	Shopping.com Network	1 387 000
36	Meetic	1 243 000
37	Presence PC	1 242 000
38	Caradisiac	1 105 000
39	Monsieur Prix	1 073 000
40	RTL net	1 069 000
41	Radio France	1 065 000
42	CNET	1 037 000
43	Sport24	1 023 000
44	Liberation	1 001 000
45	EMW	995 000
46	Bestofmicro	985 000
47	Webmarchand	939 000
48	Lacentrale.fr	885 000
49	01men	863 000
50	seloger.com	772 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

⁽¹⁾ **Internaute** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis...)

⁽²⁾ **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

⁽³⁾ **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

⁽⁴⁾ **Marque ou 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 agrègera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile, etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est 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.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages...)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Nelly DUBNER

Tél. : 01 47 58 97 26

Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr