

Levallois, le 16 mars 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les réseaux sociaux en France et dans le monde

En France plus de 23 millions d'internautes passent 2 heures et demie par mois sur les sites communautaires ou blogs

10% du temps passé sur le web est consacré aux sites communautaires et blogs

Source : Nielsen On Line - Décembre 2008 – Domicile et / ou Lieu de travail - Allemagne, Australie, Brésil, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni, Suisse et USA - Copyright Nielsen On Line - Tous droits réservés

En décembre 2008, **les sites communautaires et blogs** constituent la **4^{ème} catégorie de sites les plus consultés, devant les emails**, sur l'ensemble des pays mesurés par Nielsen On Line : Allemagne, Australie, Brésil, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni, Suisse et USA. Plus des 2/3 des internautes (**66,8%**) ont visité un de ces sites en décembre. La consultation de ces sites représente près de **10% du temps total passé sur le web dans ces pays**.

Les sites communautaires et blogs touchent 7 internautes sur 10 en France

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2009
Applications Internet incluses ⁽⁷⁾ - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En France, en janvier 2009, **plus de 23 millions d'internautes** (23 378 000), soit **près de 7 internautes sur 10** (69,4%), ont consulté un site communautaire et / ou un blog. Par rapport au mois de septembre 2008, on compte 1,3 millions d'internautes supplémentaires sur ces sites. Ces internautes ont passé en moyenne **2 heures et demie sur ces sites** en janvier 2009 soit près d'**une heure de plus qu'en septembre 2008** (+54 minutes). Au total les internautes ont passé **58,5 millions d'heures** sur ces sites soit 65% de plus qu'en septembre.

Le Top 5 des réseaux sociaux les plus visités en France - Janvier 2009

| Rang | Réseau Social | Type | Visiteurs uniques ⁽¹⁾ | Couverture active ⁽²⁾ (en %) | Temps passé par personne (hh:mm:ss) |
|------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|---|-------------------------------------|
| 1 | Facebook | Brand ⁽³⁾ | 12 243 000 | 36,4% | 03:00:27 |
| 2 | copainsdavant.linternaute.com | Sous-domaine ⁽⁵⁾ | 10 115 000 | 30,0% | 00:21:20 |
| 3 | trombi.com | Brand | 3 987 000 | 11,8% | 00:05:26 |
| 4 | Myspace.com | Channel ⁽⁴⁾ | 3 910 000 | 11,6% | 00:11:10 |
| 5 | Viadeo | Brand | 2 206 000 | 6,6% | 00:12:32 |

En France, les internautes sont adeptes des blogs et réseaux sociaux depuis plusieurs années. En **janvier 2006, plus de 14 millions d'individus** (14 117 000) ont consulté un blog ou site communautaire soit 70,8% de la population internaute.

Il y a 3 ans, la 1^{ère} plateforme de blogs, **Skyblog** rassemblait près de 4 millions de personnes (3 891 000 individus soit 20% des internautes) et **OverBlog** comptait près de 2 millions de visiteurs uniques (1 954 000). Aujourd'hui les 4 premières plateformes de blogs dépassent les **5 millions de visiteurs uniques**.

Le Top 5 des blogs les plus visités en France - Janvier 2009

| Rang | Réseau Social | Type | Visiteurs uniques ⁽¹⁾ | Couverture active ⁽²⁾ (en %) | Temps passé par personne (hh:mm:ss) |
|------|---------------|-------|----------------------------------|---|-------------------------------------|
| 1 | Skyrock | Brand | 8 246 000 | 24,5% | 00:54:30 |
| 2 | Overblog | Brand | 8 174 000 | 24,3% | 00:10:14 |
| 3 | Blogger | Brand | 7 735 000 | 23,0% | 00:07:46 |
| 4 | CanalBlog | Brand | 5 434 000 | 16,1% | 00:14:10 |
| 5 | WordPress.com | Brand | 2 782 000 | 8,3% | 00:02:32 |

En janvier 2006, 1,2 millions d'internautes avaient consulté **Copains d'avant**, 3 ans plus tard, ils sont 9 fois plus à avoir consulté ce site. Quant à **trombi.com**, son audience a été multipliée par 20 en 3 ans.

Le réseau professionnel **Viadeo** a également connu une progression fulgurante : Viadeo compte 11 fois plus d'internautes qu'en janvier 2006 avec 2,2 millions de visiteurs uniques.

2006 a aussi été l'année de **MySpace** en France puisque ce réseau rassemblait 160 000 visiteurs uniques en janvier 2006 et 1 448 000 en décembre 2006. Aujourd'hui l'audience de MySpace atteint près de 4 millions de visiteurs uniques.

L'année 2007 a été marquée par l'arrivée de **Facebook** : en juillet 2007, Facebook avec 241 000 visiteurs uniques est loin derrière MySpace qui atteint près de 2 millions de visiteurs uniques (1 871 000). Aujourd'hui Facebook est le **12^{ème} site le plus consulté en France** et le **1^{er} réseau social en France** avec une audience de plus de 12 millions de visiteurs uniques ce qui représente plus d'un internaute sur 3. D'après l'étude de Nielsen On Line, Facebook est également le 1^{er} réseau social dans 5 autres pays : Australie, Espagne, Italie, Royaume-Uni et Suisse.

A noter, les évolutions présentes dans ce communiqué sont données à titre indicatif dans le but de dégager des tendances et ne doivent pas occulter le changement de méthodologie du panel qui a eu lieu en juillet 2008.

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

⁽¹⁾ **Visiteurs Uniques** : nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

⁽²⁾ **Couverture active** : nombre de visiteurs uniques, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internaute pour la période concernée.

⁽³⁾ **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 agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

⁽⁴⁾ **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 du Channel Voyages de la marque A agrégera l'audience de voyages1.marqueA.fr & voyages2.marqueA.fr).

⁽⁵⁾ **Sous-domaine** : Le sous-domaine est un sous-ensemble du domaine⁽⁶⁾. Ce sont toutes les URLs du type « quelquechose.domaine.com ».

⁽⁶⁾ **Domaine** : Il s'agit ici de l'ensemble des pages regroupées sous un même nom de domaine (nom + extension comme ".fr" ou ".gouv.fr"). Dans le cas présent, mondomaine.net, mondomaine.org et mondomaine.com sont trois domaines différents.

⁽⁷⁾ **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.).

LES ETUDES

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 25 000 individus, recruté par téléphone et sur Internet, une méthodologie unique qui permet de refléter au mieux la diversité de l'Internet. 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. Une méthode exclusive permet d'estimer l'audience pour les autres lieux de connexion (bibliothèque, cybercafés, ...), en complément du domicile et du lieu de travail.

Les informations d'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et par catégorie de sites (exemples : sites d'information généralistes, sites de e-commerce, sites de voyages...)

Le nouveau logiciel de mesure NetSight – lancé en septembre 2008 – apporte des informations précises sur les technologies utilisées dans les applications web 2.0, le temps passé et l'engagement des internautes. Il ouvre des possibilités de rapprochement des résultats obtenus par les mesures panel - user-centric - et de fréquentation - site-centric – dont Médiamétrie est l'un des acteurs avec Médiamétrie-eStat. Ce rapprochement permettra d'obtenir un ensemble d'indicateurs complémentaires : visites et visiteurs uniques, couvertures, pages vues, origine des visites, temps passé, vidéos consultées, radios écoutées, efficacité publicitaire.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs 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 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 57 M€ (e).

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : losmanian@mediametrie.fr