

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# L'audience de l'Internet en France

Janvier 2006

**Près de 5,5 millions de Français supplémentaires en un an séduits par l'Internet haut débit**

### Evolution de la population internautes

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

En janvier 2006, 26 716 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit 51,6% de la population âgée de 11 ans et plus. La population internaute a progressé de 11% en un an de janvier 2005 à janvier 2006.

	Janvier 2006	Janvier 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	<b>26 716 000</b> <b>Soit 51,6% des Français</b>	24 144 000 soit 47,1% des Français	+ 11%

### La population internaute connectée à domicile en haut débit

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

15 983 000 internautes sont connectés à domicile en haut débit, soit plus de 8 internautes sur 10 (82,6%).

En un an, le nombre d'internautes connectés en haut débit à domicile a progressé de 5 493 000 Français (52%).

	Janvier 2006	Janvier 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	<b>15 983 000</b> <b>soit 82,6% des internautes domicile</b>	10 490 000 soit 67,7% des internautes domicile	+ 52%

## Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 4<sup>ème</sup> Trimestre 2005 –  
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005 plus de 9,5 millions de foyers ont accès à Internet.  
Près de 8 foyers sur 10 équipés d'un micro-ordinateur (77%) sont connectés à Internet. Depuis la fin de l'enquête (le 15 décembre 2005) et du fait de la période de Noël, la barre des 50% de foyers équipés d'un micro-ordinateur a été franchie.

	4 <sup>ème</sup> trimestre 2005	3 <sup>ème</sup> trimestre 2005	2 <sup>ème</sup> trimestre 2005	1 <sup>er</sup> trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	<b>12 425 000</b> <b>soit 49,1 % des foyers</b>	12 273 000 soit 48,5 % des foyers	11 970 000 soit 47,3 % des foyers	11 641 000 soit 46 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	<b>9 532 000</b> <b>soit 37,7 % des foyers</b>	8 983 000 soit 35,5 % des foyers	8 705 000 soit 34,4 % des foyers	8 022 000 soit 31,7 % des foyers

## Le temps passé par visiteur unique<sup>(2)</sup> sur le web Applications Internet exclues<sup>(3)</sup>

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

En janvier 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de **22h41mn** contre **20h16mn** en décembre 2005 et de 18h53mn en janvier 2005. Le temps passé a augmenté de 2h25mn en un mois et de 3h48mn depuis un an.

## Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues<sup>(3)</sup>

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

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	14 921 000	16,7
2	Wanadoo	11 566 000	14,4
3	Free	11 547 000	8,5
4	MSN	11 337 000	12,3
5	Microsoft	11 038 000	7,0
6	Yahoo!	9 836 000	9,1
7	PagesJaunes	7 925 000	4,3
8	eBay	7 275 000	7,7
9	Voila	7 112 000	5,6
10	Lycos Europe	6 161 000	3,8
11	L Internaute	5 695 000	3,1
12	Mappy	5 617 000	2,2
13	Cdiscount.com	5 217 000	4,2
14	Telecom Italia	5 108 000	6,0
15	voyages-sncf.com	4 862 000	2,3
16	Fnac	4 754 000	3,3
17	01 Net	4 712 000	2,6
18	La Redoute	4 643 000	3,1
19	LA POSTE	4 198 000	6,8
20	Skyrock Network	4 050 000	7,4
21	TF1	3 718 000	3,9
22	Amazon	3 700 000	2,4
23	PriceMinister	3 468 000	2,9
24	ViaMichelin	3 430 000	2,2
25	M6	3 418 000	3,2
26	Credit Agricole	3 357 000	6,9
27	AOL(*)	3 346 000	8,9
28	Wikipedia	3 056 000	1,8
29	Club-Internet	3 005 000	8,1
30	AlloCine	2 910 000	3,0

\* Hors AOL Propriétaire

## Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet incluses <sup>(3)</sup>

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

Rang	Marque <sup>(4)</sup>	Visiteurs uniques <sup>(2)</sup>	Nombre de visites par internauts
1	Google	14 956 000	15,0
2	Microsoft	14 377 000	9,9
3	MSN	12 962 000	17,9
4	Wanadoo	11 913 000	16,7
5	Free	11 547 000	8,0
6	Yahoo!	10 070 000	8,7
7	PagesJaunes	7 925 000	4,1
8	eBay	7 275 000	7,3
9	Voila	7 112 000	5,3
10	Lycos Europe	6 161 000	3,6
11	L Internaute	5 695 000	3,0
12	Mappy	5 617 000	2,2
13	AOL	5 219 000	14,5
14	Cdiscount.com	5 217 000	4,1
15	Telecom Italia	5 108 000	5,6
16	voyages-sncf.com	4 862 000	2,3
17	Fnac	4 754 000	3,3
18	01 Net	4 712 000	2,5
19	La Redoute	4 643 000	3,0
20	eMule	4 266 000	18,7
21	LA POSTE	4 198 000	6,4
22	Skyrock Network	4 050 000	6,7
23	Real	3 801 000	5,1
24	Apple	3 728 000	4,5
25	TF1	3 718 000	3,7
26	Amazon	3 700 000	2,4
27	PriceMinister	3 468 000	2,8
28	ViaMichelin	3 430 000	2,1
29	M6	3 418 000	3,1
30	Credit Agricole	3 357 000	6,8

## Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Applications Internet exclues <sup>(3)</sup>

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

Rang	Marque <sup>(4)</sup>	Visiteurs Uniques <sup>(2)</sup>
1	Google	14 921 000
2	Wanadoo	11 566 000
3	MSN	11 337 000
4	Yahoo!	9 836 000
5	PagesJaunes	7 925 000
6	Voila	7 112 000
7	Lycos Europe	6 161 000
8	L Internaute	5 695 000
9	Mappy	5 617 000
10	Telecom Italia	5 108 000
11	01 Net	4 712 000
12	LA POSTE	4 198 000
13	Skyrock Network	4 050 000
14	TF1	3 718 000
15	ViaMichelin	3 430 000
16	M6	3 418 000
17	AOL(*)	3 346 000
18	Club-Internet	3 005 000
19	AlloCine	2 910 000
20	Doctissimo	2 816 000
21	France Televisions	2 702 000
22	aufeminin.com	2 686 000
23	Alapage	2 569 000
24	Orange	2 010 000
25	Infos-du-Net.com	1 968 000
26	lastminute.com Network	1 772 000
27	Boursorama	1 698 000
28	Le Monde	1 657 000
29	Monsieur Prix	1 635 000
30	ZDNet	1 619 000
31	Le Journal du Net	1 615 000
32	Groupe Express-Expansion	1 465 000
33	nouvelobs.com	1 451 000
34	Presence PC	1 417 000
35	Expedia	1 328 000
36	Le Figaro	1 184 000
37	CNET~	1 108 000
38	Meetic	1 098 000
39	Caradisiac	1 080 000
40	Radio France	1 062 000
41	RTL net	1 044 000
42	Liberation	995 000
43	Virgin Entertainment	991 000
44	Koodpo	846 000
45	Les Echos	831 000
46	Anyway.com	829 000
47	Bestofmicro	784 000
48	EMW	703 000
49	Le Guide du Routard	696 000
50	Magicmaman.com NetWork	638 000

\* 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 interactifs. 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 et les Nouveaux Médias.*

*En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros (e) avec un effectif de 330 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](mailto:ndubner@mediametrie.fr)

[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)