



## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **L'année Internet 2012**

### **L'Internet sur tous les écrans, tous les réseaux, au plus près de l'internaute**

**Source : Médiamétrie - L'Année Internet 2012 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

Internet fait toujours plus d'adeptes, quel que soit l'écran : **3% d'internautes supplémentaires en un an (41,2 millions), +24% de mobinautes (23,6 millions) et +138% d'utilisateurs principaux d'iPad (2,3 millions) sans compter un potentiel à venir avec l'émergence des téléviseurs connectés.** Si ces progressions sont liées à l'actualité et aux événements de l'année 2012, elles reflètent également la santé éclatante de pratiques telles que la vidéo, les réseaux sociaux ou le e-commerce qui rayonnent sur tous les écrans. Un rayonnement lui-même porté par l'essor de l'équipement des Français en smartphones et tablettes tactiles. Dans ce contexte de multiplication des écrans et des usages, Médiamétrie fait évoluer ses mesures.

#### **L'actualité sur tous les écrans**

L'année 2012 a été marquée par une actualité forte, notamment politique et sportive, qui a permis aux sites d'actualité ou de sport de battre des records d'audience historiques. Le 7 mai, lendemain du second tour de l'élection présidentielle, les sites de la sous-catégorie « Actualités » atteignaient leur plus fort niveau d'audience avec 10,2 millions de visiteurs uniques à la recherche de commentaires et de pronostics sur les résultats du scrutin. Sur Twitter, c'est le jour-même de l'élection que le record d'audience quotidienne a été atteint avec 1,4 million de visiteurs uniques. Les Français ont suivi cette actualité sur tous les écrans : près de 2 internautes sur 3, et plus d'1 mobinaute sur 3 ont consulté les sites d'actualité en mai, et 82% des utilisateurs principaux d'iPad au 2<sup>ème</sup> trimestre 2012.

Le sport, et tout particulièrement les Jeux Olympiques, ont également passionné les internautes avec un pic d'audience le 3 août pour la médaille d'or de Teddy Riner qui a attiré près de 5 millions d'internautes ce jour-là, soit 23% de plus qu'un jour moyen du mois d'août. Cet événement a également suscité l'engouement des mobinautes et des utilisateurs d'iPad. Sur l'ensemble du mois, 6 millions de personnes ont suivi l'actualité sportive sur leur téléphone mobile ; et au 2<sup>ème</sup> trimestre 2012, 1 million l'ont fait sur iPad.

#### **La vidéo s'envole**

En un an, entre juillet 2011 et juillet 2012, le nombre de vidéonautes a augmenté de 17% et le temps consacré à cette activité de 28%. Si les Français sont nombreux à suivre l'actualité sur Internet et sur tous ses écrans, Internet crée aussi parfois à lui seul l'événement notamment grâce à la diffusion de vidéos, comme l'ont illustré le clip « Gangnam Style » ou le saut en chute libre de Félix Baumgartner. En décembre 2012, on compte 33,7 millions de vidéonautes ; ils ont regardé en moyenne 91 vidéos et y ont consacré presque 5 heures. Les internautes âgés de 15 à 24 ans en sont les plus gros consommateurs : ils regardent 170 vidéos par mois (87% de plus que l'ensemble des vidéonautes) et y consacrent 9 heures et 10 minutes, soit près de 2 fois plus que la moyenne.



**mediametrie**

### **Les réseaux sociaux incontournables**

Autre pilier de l'Internet aujourd'hui, les réseaux sociaux qui comptent près de 30 millions d'inscrits. En décembre 2012, 8 internautes sur 10 ont consulté un blog ou site communautaire, 3 mobinautes sur 4 un site ou une application de cette catégorie et 9 utilisateurs principaux d'iPad sur 10.

Là encore, la puissance de cet usage social étend son rayonnement au-delà de l'Internet dans la sphère de la télévision avec l'expansion du phénomène de la Social TV : 1 internaute sur 4 a déjà commenté un programme TV qu'il était en train de regarder.

### **Le e-commerce investit aussi tous les écrans**

Multiplicité des écrans oblige, l'achat en ligne ne se fait plus uniquement sur l'ordinateur mais aussi sur mobile pour près d'1 mobinaute sur 5 et sur tablette pour 28% des tablonauts. Et à chaque lieu son écran : à domicile on privilégie l'ordinateur et la tablette, tandis qu'au travail, en magasin et dans les transports on préférera le smartphone pour acheter en ligne.

### **Les évolutions de la mesure Internet**

Internet se caractérise aujourd'hui tout d'abord par une fragmentation des usages. Une diversité des pratiques mesurée avec davantage de précision et d'exhaustivité grâce à la mesure hybride lancée en octobre 2012. Une innovation statistique s'appuyant notamment sur la capacité technologique de traiter d'importants volumes de données.

Internet se décline également sur tous les écrans : 3 foyers français sur 4 possèdent un ordinateur, près d'un Français sur 2 un smartphone, et 14% des foyers une tablette tactile. Médiamétrie mesure déjà ces 3 écrans. Pour apporter une vision de cette transversalité des écrans, dès le mois de mars 2013, Médiamétrie proposera à ses clients les premiers résultats consolidés de l'audience Internet sur ordinateurs et smartphones. Cet Internet global complète les mesures d'audience de référence de l'Internet fixe et de l'Internet mobile. Les tablettes seront intégrées dans un second temps.

**Sources : Médiamétrie//NetRatings** : Panel Mediametrie//NetRatings et Mesure d'audience de la vidéo - France - Tous Lieux de connexion - 2 ans et plus ; 8<sup>ème</sup> Baromètre FEVAD sur les comportements d'achats des Internauts.

**Médiamétrie** : Mesure d'audience Internet Mobile - Avec Wifi - 11 ans et plus ; Téléphonie et Services Mobiles / Mobile Consumer Insight - 15 ans et plus ; Panel iPad - 15 ans et plus ; Observatoire des Usages Internet - 11 ans et plus ; Screen 360 - 15 ans et plus ; MédiaFit ; Médiamat - 4 ans et plus

**GfK / Médiamétrie** : Référence des Equipements Multimédias

### **A propos de Médiamétrie**

*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 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2 M€. Pour de plus amples informations, visitez notre site web : [www.mediаметrie.fr](http://www.mediаметrie.fr). Suivez nous sur Twitter: [www.twitter.com/Mediаметrie\\_TM](http://www.twitter.com/Mediаметrie_TM) et sur Facebook : [www.facebook.com/Mediаметrie](http://www.facebook.com/Mediаметrie)*

*Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

### **Contacts presse :**

Adélie Ménager - Tel: 01 71 09 93 18 - E-mail : [amenager@mediаметrie.fr](mailto:amenager@mediаметrie.fr)

Laure Osmanian Molinero - Tel: 01 47 58 97 55 - E-mail: [losmanian@mediаметrie.fr](mailto:losmanian@mediаметrie.fr)