

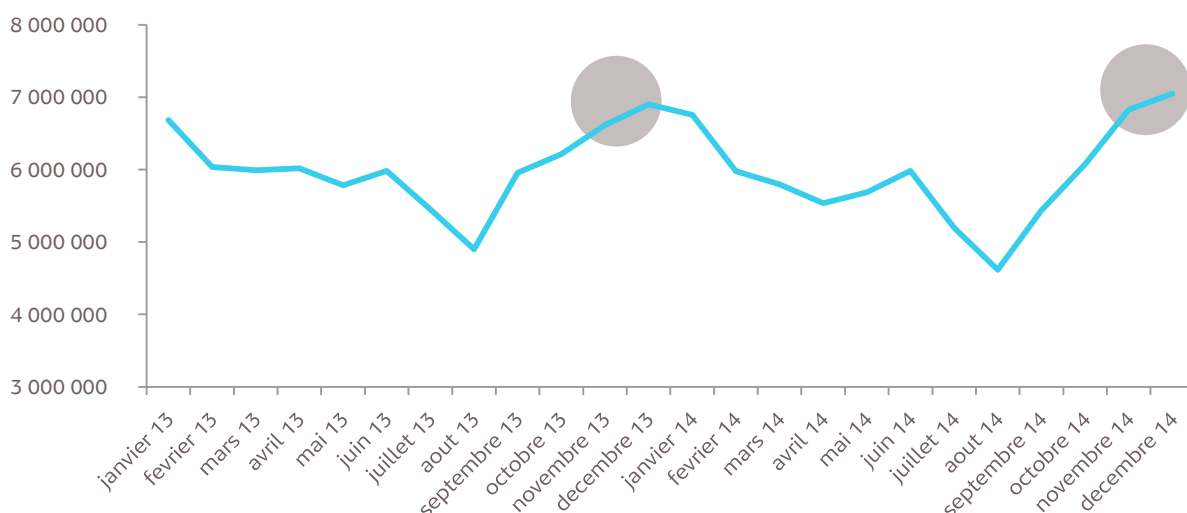
## L'audience de l'internet en France en décembre 2014

### 7 millions d'internautes par jour sur les sites marchands généralistes

En décembre 2014, 7 millions d'internautes, soit plus d'1 sur 4 (28,2%) ont consulté en moyenne chaque jour au moins un site marchand généraliste. Ils étaient 6,8 millions à surfer quotidiennement sur ces sites en novembre et 6,9 millions il y a 1 an.

En novembre et décembre, période des fêtes de fin d'année, les sites marchands généralistes enregistrent leurs meilleures audiences quotidiennes de l'année.

#### Evolution de l'audience quotidienne moyenne par mois sur les sites marchands généralistes de janvier 2013 à décembre 2014



Au total, sur le mois, ce sont 31,5 millions d'internautes qui ont consulté au moins un site marchand généraliste, soit plus de 2 internautes sur 3 (67,2%). Les 35-49 ans et les CSP+ sont nombreux à s'y être rendus : respectivement, 80,9% et 79,8% d'entre eux ont visité au moins un de ces sites au cours du mois.

Le leader de la sous-catégorie « sites marchands généralistes » est Amazon avec 20,5 millions de visiteurs uniques, suivi par la Fnac, Cdiscount, Carrefour et Priceminister.

#### Top 5 de la sous-catégorie « Sites marchands généralistes en décembre 2014


Rang	Sites	Visiteurs uniques par mois	Couverture par mois	Visiteurs uniques par jour	Couverture par jour
1	Amazon (B)	20 512 000	43,7%	2 584 000	10,3%
2	Fnac (B)	13 289 000	28,3%	1 110 000	4,4%
3	Cdiscount (B)	13 034 000	27,8%	1 199 000	4,8%
4	Carrefour (B)	8 363 000	17,8%	600 000	2,4%
5	PriceMinister (B)	7 935 000	16,9%	635 000	2,5%

\* Evolution de la mesure entre décembre 2013 et janvier 2014

► Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Décembre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

L'audience de l'internet en France en Décembre 2014












## Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes 	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 242 000
2	Microsoft	35 135 000
3	Facebook	27 083 000
4	Orange	21 382 000
5	Webedia	21 295 000
6	Wikimedia Foundation	21 205 000
7	Amazon	20 767 000
8	CCM Benchmark Group	20 481 000
9	Solocal Group	19 236 000
10	Vivendi	18 688 000
11	Schibsted	16 419 000
12	Groupe Lagardere	16 296 000
13	Iliad	15 796 000
14	Yahoo	15 482 000
15	Groupe Auchan	14 287 000
16	Groupe Casino	13 879 000
17	La Poste	13 648 000
18	Fnac	13 369 000
19	Prisma Media	13 254 000
20	auFeminin	13 047 000
21	Groupe Credit Agricole	12 301 000
22	Groupe Le Monde	12 166 000
23	Groupe Figaro	11 891 000
24	M6	11 887 000
25	Apple Computer	11 519 000
26	eBay	11 436 000
27	Association VideoLAN	11 161 000
28	Groupe TF1	11 110 000
29	Adobe	10 598 000
30	francetélévisions	10 491 000
31	Groupe Amaury	10 150 000
32	Dailymotion	9 412 000
33	Ministere de l Education Nationale	9 024 000
34	Gouvernement Francais	8 954 000
35	Roularta	8 838 000
36	Carrefour	8 689 000
37	PriceMinister	8 069 000
38	SNCF France	7 972 000
39	Oxygem Media	7 961 000
40	InterActiveCorp	7 664 000
41	Mondadori	7 597 000
42	Next Radio TV	7 532 000
43	DARTY	7 420 000
44	Societe Generale	7 286 000
45	Dropbox	7 098 000
46	OTTO	6 846 000
47	Meteo France	6 645 000
48	E.Leclerc	6 415 000
49	Oredis	6 406 000
50	La Redoute	6 362 000

Une opération de codage est actuellement en cours sur le Parent WEB66. Dans ce cadre, nous ne sommes pas en mesure de publier le niveau Parent des éditeurs de la Presse Quotidienne Régionale sur les résultats des mois de décembre et de décembre. Les Brands restent quant à elles publiées.

L'audience de l'internet en France en Décembre 2014

## Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques 	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 082 000	15 140 000
2	Facebook	26 759 000	7 516 000
3	Microsoft	25 702 000	3 681 000
4	YouTube	23 245 000	3 659 000
5	Wikipedia	20 861 000	2 600 000
6	Amazon	20 512 000	2 584 000
7	Orange - T	19 635 000	5 534 000
8	Windows Live	17 050 000	2 744 000
9	Leboncoin.fr - TS 	16 377 000	2 982 000
10	PagesJaunes - TS 	15 785 000	1 431 000
11	Free	15 255 000	1 967 000
12	Skype	14 390 000	4 801 000
13	Yahoo - T	14 149 000	2 555 000
14	Fnac	13 289 000	1 110 000
15	Cdiscount	13 034 000	1 199 000
16	Apple	11 519 000	1 384 000
17	Videolan	11 160 000	1 624 000
18	Blogger	11 096 000	884 000
19	SFR	10 518 000	1 874 000
20	France Televisions - TS 	10 491 000	897 000
21	Adobe	10 432 000	612 000
22	CommentCaMarche - TS	10 097 000	633 000
23	Marmiton - TS	9 689 000	673 000
24	OverBlog	9 510 000	637 000
25	Dailymotion - TS	9 412 000	666 000
26	Linternaute.com - TS	9 353 000	586 000
27	Le Figaro - TS 	9 036 000	880 000
28	AlloCine - TS	8 905 000	755 000
29	eBay	8 726 000	1 047 000
30	Outlook (Outlook.com)	8 464 000	1 975 000
31	Carrefour	8 363 000	600 000
32	MSN - T	8 275 000	1 619 000
33	Credit Agricole	8 179 000	1 553 000
34	PriceMinister	7 935 000	635 000
35	Le Monde - TS 	7 899 000	867 000
36	Bing	7 595 000	1 014 000
37	L Express.fr - TS 	7 174 000	458 000
38	Dropbox	7 098 000	1 162 000
39	Tele Loisirs - TS 	6 875 000	1 034 000
40	LA POSTE	6 861 000	1 205 000
41	Mappy - TS 	6 834 000	400 000
42	MYTF1 - T	6 667 000	510 000
43	Meteo France - TS	6 645 000	871 000
44	Darty	6 518 000	406 000
45	Le Parisien - TS 	6 487 000	489 000
46	vente-privee	6 406 000	1 025 000
47	La Redoute	6 362 000	429 000
48	Le Journal des Femmes - TS	6 353 000	383 000
49	20minutes.fr - TS 	6 179 000	524 000
50	auFeminin - TS	6 071 000	327 000

## Définitions et méthodologie

**Groupe ou Parent (P)** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B)** : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

**Channel (C)** : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

**Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

**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/vidéo, 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.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **Tag** sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **Taggé** 100 % **Site-Centric**)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

## 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 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 (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous 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 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.*

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

*Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)*

*Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)*

### Contact Presse :

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*llellouche-filliau@mediametrie.fr*