

## L'audience de l'internet en France en juillet 2015

### 1 Français sur 5 sur les sites d'Informations et Petites Annonces Automobiles

En juillet 2015, 12,6 millions d'internautes, soit plus d'1 Français sur 5 (20,4%) ont consulté au moins un site d'Informations et Petites Annonces Automobiles. Ces sites enregistrent une progression d'audience de 6,5% par rapport à juillet 2014.

Chaque jour du mois de juillet, 1,5 millions d'internautes se sont rendus sur au moins l'un des sites de cette sous-catégorie y consacrant en moyenne 17 minutes quotidiennes et consultant en moyenne 25 pages.

Les internautes CSP+ sont les plus enclins à naviguer sur les sites d'Informations et Petites Annonces Automobiles. Près de 5 millions d'entre eux ont visité au moins un site de cette sous-catégorie en juillet 2015. Ils représentent 39,4% de l'audience des sites d'Informations et Petites Annonces Automobiles alors qu'ils composent 29,4% de la population internaute. Chacun a consulté en moyenne 99 pages et passé 1 heure et 4 minutes sur ces sites au cours du mois.

En tête de la sous-catégorie Informations et Petites Annonces Automobiles, se classe le site Leboncoin.fr Auto avec 6,6 millions de visiteurs uniques en juillet 2015. Ce dernier est suivi de Caradisiac et Lacentrale.fr avec respectivement 3,3 millions et près de 2,4 millions de visiteurs uniques.

#### Top 10 de la sous-catégorie Informations et Petites Annonces Automobiles en juillet 2015

Rang	Supports	Visiteurs uniques par mois	Couverture internautes
1	Leboncoin.fr Auto - TS OJD (C)	6 608 000	14,0%
2	Caradisiac (B)	3 304 000	7,0%
3	Lacentrale.fr - TS (B)	2 377 000	5,0%
4	Auto Plus - TS OJD (B)	1 314 000	2,8%
5	eBay Motors (B)	1 308 000	2,8%
6	L Argus (B)	1 146 000	2,4%
7	ParuVendu Auto - TS OJD (C)	822 000	1,7%
8	Turbo - TS (B)	794 000	1,7%
9	Linternaute.com Auto - TS (C)	758 000	1,6%
10	Fiches-auto.fr (B)	655 000	1,4%












L'audience de l'internet en France en juillet 2015

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

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 477 000
2	Microsoft	34 409 000
3	Facebook	25 834 000
4	Orange	20 666 000
5	Webedia	19 365 000
6	Solocal Group	18 809 000
7	CCM Benchmark Group	18 669 000
8	Schibsted	16 644 000
9	Amazon	16 272 000
10	Groupe Lagardere	15 097 000
11	Wikimedia Foundation	14 356 000
12	Iliad	14 295 000
13	Yahoo	13 132 000
14	M6	12 708 000
15	Groupe Auchan	12 402 000
16	La Poste	12 226 000
17	Groupe Credit Agricole	12 179 000
18	Groupe Figaro	11 852 000
19	Groupe TF1	11 445 000
20	Groupe Amaury	11 434 000
21	Groupe Casino	11 232 000
22	Groupe Le Monde	11 121 000
23	Prisma Media	10 617 000
24	francetélévisions	10 515 000
25	Groupe Numericable - SFR	10 066 000
26	Vivendi	9 747 000
27	Association VideoLAN	9 668 000
28	eBay	9 641 000
29	Apple Computer	9 527 000
30	Gouvernement Francais	9 395 000
31	auFeminin	9 238 000
32	Dailymotion	8 988 000
33	Meteo France	8 888 000
34	Roularta	8 848 000
35	SNCF France	8 668 000
36	Ministere de l Education Nationale	8 370 000
37	Michelin	8 347 000
38	Next Radio TV	7 998 000
39	Adobe	7 993 000
40	Fnac	7 864 000
41	Tripadvisor	7 139 000
42	OTTO	6 582 000
43	Societe Generale	6 564 000
44	Carrefour	6 464 000
45	Mondadori	6 283 000
46	20 Minutes France	6 107 000
47	Hutchison-Priceline	6 106 000
48	La Redoute	6 102 000
49	Pole Emploi	6 047 000
50	PriceMinister	5 914 000

L'audience de l'internet en France en juillet 2015

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

Rang	Marques 	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 518 000	14 435 000
2	Facebook	25 679 000	7 471 000
3	Microsoft	23 282 000	3 082 000
4	YouTube	22 605 000	3 586 000
5	Orange - T	18 840 000	4 750 000
6	Windows Live	16 779 000	2 574 000
7	Leboncoin.fr - TS 	16 643 000	2 711 000
8	Amazon	15 958 000	1 776 000
9	Skype	15 850 000	4 617 000
10	PagesJaunes	14 494 000	1 241 000
11	Wikipedia	14 141 000	1 433 000
12	Free	13 639 000	1 669 000
13	Yahoo - T	11 783 000	2 357 000
14	Cdiscount	10 522 000	828 000
15	France Televisions - TS 	10 515 000	891 000
16	Videolan	9 652 000	1 328 000
17	Apple	9 527 000	1 111 000
18	SFR	9 325 000	1 581 000
19	Blogger	9 256 000	726 000
20	CommentCaMarche - TS	9 219 000	556 000
21	Dailymotion - TS	8 988 000	608 000
22	Meteo France - TS	8 888 000	1 105 000
23	Le Figaro - TS 	8 640 000	817 000
24	Outlook (Outlook.com)	8 563 000	1 935 000
25	Linternaute.com - TS	8 368 000	486 000
26	MSN - T	8 315 000	1 608 000
27	Credit Agricole	8 115 000	1 457 000
28	Adobe	7 872 000	518 000
29	Fnac	7 746 000	542 000
30	ViaMichelin - TS	7 700 000	501 000
31	AlloCine - TS	7 513 000	597 000
32	Mappy - TS 	7 467 000	483 000
33	Le Monde - TS 	7 198 000	721 000
34	eBay	7 177 000	755 000
35	TripAdvisor	7 139 000	454 000
36	Bing	7 118 000	1 006 000
37	Voyages-Sncf.com	7 049 000	507 000
38	OverBlog	6 930 000	423 000
39	Service-Public.fr - TS 	6 706 000	366 000
40	Le Parisien - TS 	6 644 000	476 000
41	L Express.fr - TS 	6 433 000	392 000
42	LA POSTE	6 305 000	999 000
43	MYTF1 - T	6 179 000	467 000
44	La Redoute	6 100 000	427 000
45	20minutes.fr - TS 	6 086 000	502 000
46	Pole Emploi	6 030 000	600 000
47	Tele Loisirs - TS 	6 005 000	760 000
48	Carrefour	5 933 000	409 000
49	Booking.com	5 869 000	395 000
50	Marmiton - TS	5 814 000	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 créée pour être utilisée 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 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.*

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

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

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

#### **Contacts Presse :**

*Nathalie Bourotte*

*Tél : 01 47 58 97 55*

*nbourotte@mediаметrie.fr*

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*ilellouche-filliau@mediаметrie.fr*