

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet mobile en France Juillet - Septembre 2011

Source : Médiamétrie - 3^{ème} trimestre 2011 - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



Il y a un an, Médiamétrie, Mediametrie//NetRatings et l'AFMM lançaient en France la mesure d'audience passive de l'Internet mobile qui consacrait définitivement le mobile comme un média à part entière, en le dotant d'un outil permettant de mesurer ses performances.

Ce média a connu au cours de cette année un développement exponentiel : au 3^{ème} trimestre 2010, 13,7 millions de personnes se connectaient à l'Internet mobile au cours du dernier mois. Un an plus tard, ils sont près de 5 millions de plus soit **18,3 millions de mobinautes dernier mois** ⁽¹⁾ (+34%). Aujourd'hui ce sont 6 millions de personnes qui se connectent tous les jours à l'Internet mobile, soit 2 fois plus qu'il y a un an.

Cet essor de l'Internet mobile - rendu possible par l'accessibilité des équipements et des offres des opérateurs - s'appuie sur la forte croissance des smartphones : **4 utilisateurs de téléphone mobile sur 10 en sont désormais équipés**, contre 1 sur 4 l'an passé.

Les classements d'audience trimestrielle de l'Internet mobile des groupes et des marques montrent que les Français sont de plus en plus nombreux à consulter les **moteurs de recherche**, les **portails** (opérateurs et généralistes), les **réseaux sociaux**, les **sites médias** (actualités, sports, divertissement...) et les **services pratiques**.



92,6% des mobinautes ont consulté au moins un site - optimisé ou non pour le mobile – accessible depuis le navigateur internet de l'ensemble des téléphones mobiles, en passant par le réseau 3G des opérateurs. Cela représente une progression de 1,3 point par rapport au 3^{ème} trimestre 2010. **7 337 sites** sont mesurés au 3^{ème} trimestre 2011 contre 4 991 au lancement de la mesure.

52,9% des mobinautes ont consulté au moins une application mobile connectée à partir de leur smartphone et du réseau opérateur (3G). En forte progression - plus de 21 points - par rapport au 3^{ème} trimestre 2010, les applications mobiles fonctionnent **en complément de la navigation sur les sites**. **1 127 applications** mobiles connectées sont mesurées au 3^{ème} trimestre 2011. C'est presque 3 fois plus qu'au lancement de la mesure (407 en octobre 2010), et plus de 100 applications supplémentaires par rapport au 2^{ème} trimestre 2011.

L'essor de l'Internet mobile s'accompagne du développement de sa mesure qui, après une année d'existence, est utilisée par plus de 40 clients dont les agences médias et les annonceurs pour optimiser leurs investissements sur le nouveau média mobile.

Organisation des classements d'audience

Groupe (Parent) : société actionnaire principal des marques qui lui sont rattachées.

Marque (Brand) : se décline en sites et/ou en applications qui lui sont rattachés.

Site : ensemble d'URLs sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale.

Application : programme téléchargeable consultable via le système d'exploitation du téléphone.



mediametrie

mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Groupes

Rang	Parent (groupes)	Visiteurs uniques 3 ^{ème} trimestre 2011
1	Google	13 777 293
2	Facebook	12 265 522
3	France Telecom - Orange	10 089 292
4	SFR	7 697 371
5	Twitter	7 150 652
6	Groupe Lagardere	6 031 059
7	Apple Computer	6 009 719
8	Pages Jaunes	5 884 109
9	Wikimedia Foundation	5 320 226
10	Bouygues - Bouygues Telecom	4 999 254
11	Yahoo!	4 567 035
12	Microsoft	4 162 141
13	CCM Benchmark Group	3 943 512
14	Groupe TF1	3 909 534
15	Dailymotion	3 606 386
16	Groupe Figaro	3 585 860
17	Groupe Amaury	3 370 732
18	AlloCine	3 169 630
19	Iliad	3 033 629
20	Schibsted	2 984 389

Groupe ou Parent : Société actionnaire principal des brands qui lui sont rattachées. Le Parent consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une brand ne peut être comptabilisé que dans un seul Parent.



mediametrie

mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Marques

Rang	Brand (marques)	Visiteurs uniques 3 ^{ème} trimestre 2011
1	Google	13 189 418
2	Facebook	12 265 522
3	YouTube	9 563 787
4	Orange	9 382 616
5	SFR	7 660 227
6	Twitter.com	7 150 637
7	iTunes	5 711 442
8	Wikipedia	5 269 167
9	Apple	5 121 235
10	Bouygues Telecom	4 986 296
11	PagesJaunes	4 876 520
12	Mappy	4 142 080
13	Yahoo!	3 937 780
14	MSN/Windows Live	3 616 733
15	Dailymotion	3 606 386
16	Game Center	3 376 880
17	Allocine	3 169 294
18	Leboncoin.fr	2 950 688
19	KKO	2 829 730
20	Free	2 787 110

Marque ou Brand : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.



Le Top 20 des Sites

Rang	Sites	Visiteurs uniques 3 ^{ème} trimestre 2011
1	Google	12 374 954
2	Facebook	12 114 801
3	Orange	8 678 504
4	YouTube	7 481 240
5	SFR	7 124 322
6	Twitter.com	7 032 505
7	Wikipedia	5 267 474
8	Apple	5 121 235
9	Bouygues Telecom	4 728 616
10	PagesJaunes	4 337 897
11	Mappy	4 104 126
12	Yahoo!	3 915 517
13	Dailymotion	3 471 003
14	MSN/Windows Live	3 078 942
15	Leboncoin.fr	2 950 688
16	KKO	2 829 730
17	Free	2 787 110
18	L Internaute Magazine	2 633 049
19	Amazon	2 183 869
20	Pure Shopping	2 050 481

Site : Un site est un ensemble d'URL sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale. La mesure mobile intègre les URLs des sites internet consultés à partir d'un téléphone mobile, qu'ils soient optimisés pour le téléphone ou non.



Le Top 20 des Applications

Rang	Applications	Visiteurs uniques 3 ^{ème} trimestre 2011
1	Google	9 349 229
2	YouTube	7 599 510
3	iTunes	5 632 876
4	Facebook	4 176 097
5	Game Center	3 376 672
6	Orange	3 346 541
7	Android	2 586 091
8	Pages Jaunes	2 320 438
9	SFR	2 239 810
10	Shazam	2 088 445
11	Bouygues Telecom	2 081 253
12	AlloCine	1 765 443
13	Twitter.com	1 442 791
14	Le Monde	1 359 723
15	La Chaine Meteo	1 276 664
16	Meteo France	1 268 094
17	Samsung Mobile	1 239 590
18	MSN/Windows Live	1 112 373
19	Tele Loisirs	1 078 855
20	Deezer	983 513

Application mobile : Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et consultable à partir du système d'exploitation du téléphone. Dans la mesure mobile sont prises en compte les applications connectées au réseau opérateur (3G) et consultées à partir d'un téléphone.



mediametrie

mediametrie // NetRatings

METHODOLOGIE

Innovation dans le monde de l'audience, la mesure de l'internet mobile recense l'ensemble des connexions à l'internet mobile sur les réseaux des 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR) avec le profil des mobinautes. Leur anonymat est totalement garanti.

Mesure de référence, elle a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel).

PERIMETRE DE LA MESURE

La mesure d'audience de l'Internet Mobile prend en compte les usages réalisés exclusivement à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS).

Sont mesurés : les sites Internet - adaptés au mobile ou non - et les applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur).

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants ne font pas partie de la mesure : navigation à partir de téléphones RIM/Blackberry, navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple), navigation à partir du navigateur Opéra, clients des opérateurs virtuels (MVNO).

DEFINITIONS

- (1) **Mobinaute Dernier Mois** : Personne ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : - consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile. Cet indicateur est issu de l'étude Téléphonie et Services Mobiles réalisée par téléphone.
- (2) **Visiteurs Uniques** : Nombre total de personnes ayant visité un groupe, une marque, un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée.

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 2010, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 67,5 M€.

*Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediаметrie.fr. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediаметrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/audiencelemag
Mediаметrie//NetRatings - détenue conjointement par Médiаметrie et Nielsen - développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.
Pour tout savoir sur la mesure d'audience de l'Internet Mobile, télécharger le guide en cliquant [ici](#).*

Contacts Presse :

Adélie Ménager - Tél.: 01 71 09 93 18 - e-mail : amenager@mediаметrie.fr

Laure Osmanian Molinero – Tél.: 01 47 58 97 55 – e-mail : losmanian@mediаметrie.fr