



## COMMUNIQUE DE PRESSE

# L'audience de l'Internet en France

## Août 2009

### Impôts, rentrée scolaire et photos enregistrent les plus fortes progressions de mots-clés

Source : Médiamétrie//NetRatings - Service Search Marketing - Home & Work - France - Août 2009  
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

#### Les 10 plus fortes progressions de mots-clés

Parmi les mots-clés ayant été tapés par plus de 25 000 internautes en juillet et en août 2009

Rang	Mot-clé	Evolution du nombre de chercheurs vs juillet 2009	Nombre d'internautes ayant tapé le mot-clé
1	impot	189%	94 223
2	vacances scolaires	168%	91 384
3	vacances scolaires 2010	147%	72 933
4	intersport	128%	148 788
5	photobox	118%	98 486
6	justin tv	111%	148 116
7	but.fr	109%	95 078
8	mypix	108%	53 688
9	truffaut	107%	75 549
10	canal+	104%	78 959

En août 2009, le mot-clé « **impot** » enregistre la plus forte progression du mois. Le solde de l'impôt sur le revenu étant fixé pour la majorité des contribuables au mardi 15 septembre, on compte 189% d'internautes supplémentaires ayant tapé ce mot clé par rapport à juillet 2009.

Le thème de la **rentrée scolaire** revient souvent qu'il s'agisse des vacances scolaires ou des achats de rentrée. En effet « vacances scolaires » et « vacances scolaires 2010 » sont dans le top 3 des plus fortes progressions avec respectivement +168% et +147% d'internautes qu'au mois dernier. Les mots-clés liés aux achats de rentrée ont également été recherchés par 2 fois plus d'internautes qu'il s'agisse d'articles de sport avec « intersport », d'équipement de la maison avec « but.fr » ou de jardinage avec « truffaut ».

Enfin les vacances d'été passées, les internautes ont été nombreux à rechercher des informations sur le **développement de photos** : +118% pour « photobox » et +108% pour « mypix ».

# mediametrie // NetRatings

## Le Top 50 des Groupes <sup>(2)</sup> les plus visités en France

Tous lieux de connexion  
Applications Internet incluses <sup>(4)</sup>

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2009  
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Groupes <sup>(2)</sup>	Visiteurs Uniques <sup>(5)</sup> Tous Lieux de Connexion
1	Google	30 088 000
2	Microsoft	28 681 000
3	France Telecom	21 457 000
4	Facebook	17 095 000
5	PagesJaunes	16 761 000
6	Iliad	16 120 000
7	Yahoo!	16 018 000
8	Groupe TF1	15 928 000
9	eBay	14 772 000
10	Groupe Laqardere	14 240 000
11	Benchmark Group	14 190 000
12	PPR	13 936 000
13	Vivendi Universal	12 925 000
14	Wikimedia Foundation	12 888 000
15	CommentCaMarche	11 710 000
16	M6	11 223 000
17	Bertelsmann	10 763 000
18	PriceMinister	10 749 000
19	Groupe Credit Agricole	10 494 000
20	OTTO	10 442 000
21	auFeminin	9 847 000
22	Apple Computer	9 587 000
23	Groupe Figaro	9 254 000
24	Web 66	9 047 000
25	La Poste	8 867 000
26	AOL LLC	8 783 000
27	Editions Aixoises Multimedia	8 708 000
28	Amazon	8 283 000
29	Groupe Auchan	7 792 000
30	Groupe Orbus	7 771 000
31	Dailymotion	7 597 000
32	SNCF France	7 595 000
33	Next Radio TV	7 585 000
34	Michelin	7 482 000
35	Meteo France	7 340 000
36	Groupe Casino	7 288 000
37	Videolan.org	7 031 000
38	Mozilla Foundation	6 948 000
39	francetelevisions	6 657 000
40	Societe Generale	6 535 000
41	RealNetworks, Inc.	6 400 000
42	Bestofmedia Group	6 281 000
43	AlloCine	6 202 000
44	Le Monde	6 003 000
45	Hi-Media	5 848 000
46	Gouvernement Francais	5 804 000
47	Blogmusik.net	5 718 000
48	CanalBloq	5 580 000
49	Amadeus Global Travel Distribution	5 528 000
50	Neuf Cegetel	5 448 000

## Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues <sup>(4)</sup>

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2009  
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque <sup>(3)</sup>	Visiteurs Uniques <sup>(5)</sup> Tous Lieux de Connexion
1	Google	29 686 000
2	MSN/Windows Live	20 450 000
3	Orange	18 530 000
4	Facebook	17 095 000
5	Free	15 709 000
6	Yahoo!	15 451 000
7	PagesJaunes	14 726 000
8	YouTube	13 655 000
9	Wikipedia	12 758 000
10	L Internaute Magazine	12 713 000
11	Microsoft	11 707 000
12	eBay	11 254 000
13	CommentCaMarche	10 234 000
14	TF1 / Wat	10 156 000
15	auFeminin	9 831 000
16	SFR	9 205 000
17	PriceMinister	9 052 000
18	Presse Regionale	9 047 000
19	Voila	8 816 000
20	Mappy	8 800 000
21	Leboncoin.fr	8 708 000
22	Overblog	8 444 000
23	Bing	8 263 000
24	Amazon	7 919 000
25	3 Suisses	7 839 000
26	Skyrock	7 699 000
27	Dailymotion	7 597 000
28	ViaMichelin	7 385 000
29	AOL	7 384 000
30	Meteo France	7 340 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

# mediametrie // NetRatings

## Le Top 30 des Sites les plus visités en France Tous lieux de connexion Applications Internet incluses <sup>(4)</sup>

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2009  
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque <sup>(3)</sup>	Visiteurs Uniques <sup>(5)</sup> Tous Lieux de Connexion
1	Google	29 737 000
2	MSN/Windows Live	24 958 000
3	Microsoft	20 480 000
4	Orange	19 402 000
5	Facebook	17 095 000
6	Free	15 709 000
7	Yahoo!	15 670 000
8	PagesJaunes	14 726 000
9	YouTube	13 655 000
10	Wikipedia	12 758 000
11	L Internaute Magazine	12 713 000
12	eBay	11 292 000
13	CommentCaMarche	10 234 000
14	TF1 / Wat	10 156 000
15	auFeminin	9 831 000
16	Apple	9 587 000
17	SFR	9 247 000
18	PriceMinister	9 052 000
19	Presse Regionale	9 047 000
20	Voila	8 816 000
21	Mappy	8 800 000
22	Leboncoin.fr	8 708 000
23	Overblog	8 444 000
24	Bing	8 263 000
25	Amazon	7 920 000
26	3 Suisses	7 839 000
27	Skyrock	7 699 000
28	Dailymotion	7 597 000
29	AOL	7 524 000
30	ViaMichelin	7 385 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

## Le Top 50 des Sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion  
Applications Internet exclues <sup>(4)</sup>

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2009  
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque <sup>(3)</sup>	Visiteurs Uniques <sup>(5)</sup> Tous Lieux de Connexion
1	Google	29 686 000
2	MSN/Windows Live	20 450 000
3	Orange	18 530 000
4	Yahoo!	15 451 000
5	PagesJaunes	14 726 000
6	YouTube	13 655 000
7	L Internaute Magazine	12 713 000
8	eBay	11 254 000
9	CommentCaMarche	10 234 000
10	TF1 / Wat	10 156 000
11	auFeminin	9 831 000
12	SFR	9 205 000
13	PriceMinister	9 052 000
14	Voila	8 816 000
15	Overblog	8 444 000
16	Bing	8 263 000
17	3 Suisses	7 839 000
18	Skyrock	7 699 000
19	Dailymotion	7 597 000
20	AOL	7 384 000
21	Meteo France	7 340 000
22	Doctissimo	7 009 000
23	La Redoute	6 962 000
24	01net	6 711 000
25	Cdiscount	6 684 000
26	France Televisions	6 647 000
27	Bestofmedia	6 281 000
28	AlloCine	6 200 000
29	Ciao	5 686 000
30	Le Figaro	5 389 000
31	Rue du Commerce	4 888 000
32	CANAL +	4 546 000
33	Clubic.com	4 502 000
34	LeGuide	4 462 000
35	Le Monde	4 261 000
36	M6	4 039 000
37	Tele Loisirs	4 031 000
38	Premiere.	3 791 000
39	Shopping.com	3 761 000
40	NRJ	3 628 000
41	Caradisiac	3 510 000
42	Jeuxvideo.com	3 217 000
43	Le Journal du Net	3 053 000
44	L Express.fr	2 967 000
45	Droit-Finances.net	2 962 000
46	Cityvox	2 959 000
47	Nouvelobs.com	2 949 000
48	20 minutes	2 783 000
49	Mistergooddeal	2 712 000
50	Plurielles	2 683 000

A noter, le détail des co-brandings se trouve en page 6

## Détail des co-brandings des marques présentes dans les classements sites :

**20 minutes** : 20minutes.avignonbondyblog.fr ; 20minutes.bondyblog.fr ; 20minutes.lyonbondyblog.fr ; 20minutes.marseillebondyblog.fr ; 20minutes.neuillybondyblog.fr

**3 Suisses** : upfactory.com ; excedence.com

**AOL** : missworld.fr.aol.amuso.com ; cegetelportail.fr ; neufportail.fr ; page d'accueil de cegetel.net ; pages d'accueil de portail.club-internet.fr ; page d'accueil de portail.dartybox.com ; aol.pixum.fr ; rencontres.sfr.aol.fr ; fantasyfootball.aol.fr

**auFeminin** : bebeblog.com ; cartebulle.com ; idprenoms.com ; nom-famille.com ; tibooparc.com ; Tiboo.com ; toutes-les-villes.com ; sante-az.com ; voyage-bons-plans.com ; marmikid.org ; marmiton.com ; marmiton.org ; parcours-gourmand.org ; recettesdevalerie.com ; joyce.fr ; teemix.aufeminin.com

**Bestofmedia** : Jeuxvideopc.com ; tomsgames.com ; tomsgames.fr ; tomshardware.com ; bestofmicro.com ; bestofmicro.fr ; tomsguide.com ; jeuxcherche.com ; jeuxvideo-flash.com

**Caradisiac** : Forum-auto.com

**Cityvox** : spectacles.fr ; cinefil.fr ; cinefil.com ; concerts.fr ; webcity.fr ; webcity.com

**France Televisions** : serie.wakfu.com

**Free** : devises.fr ; euroinvestor.fr

**L Express.fr** : lire.fr ; lentreprise.com ; votreargent.fr ; lexpansion.com ; lexpansion.cadremploi.fr

**La Redoute** : laredoute-coaching.com

**Le Figaro** : Leconjugueur.com ; Lefigaro.alapage.com

**Le Monde** : lemonde.football365.fr ; lemonde.homelidays.com ; lemonde.reverso.net ; lemonde.fr/programme-tele ; xahutu.com/lemonde/singapore

**M6** : incroyablementmobile.fr ; nouvellestar.fr ; habbo.fr

**MSN/Windows Live** : msn.lediet.fr ; telemaison.fr ; msn.dromadaire.fr ; msn.logic-immo.com ; msn.dvdrama.com ; msn.serierama.com ; msn.yezorno.com ; lacentrale.fr/msn/ ; msnauto.assurland.com ; msnauto.lacentrale.fr ; encarta.greatschools.net ; msn.foxsports.com ; msn.englishtown.fr ; ninjadude.com ; today.com ; celebrity.rightpundits.com ; msn.toutelatele.com

**Nouvelobs.com** : challenges.fr ; team.nouvelobs.sports.fr ; easyvols.org/nouvelobs ; easy-tours.org/nouvelobs

**NRJ** : kingomusic.com ; grattage.com ; moobtv.com

**Orange** : orange.ebay.fr

**Overblog** : erog.fr

**Plurielles** : Blogs féminins d'Overblog ; 1001boutiques.com ; 1001boutiques.fr ; 1001listes.be ; 1001listes.com ; 1001listes.fr ; 1001listes.net ; 1001lists.com ; 1001mariages.com ; 1001mercis.com ; milleetunelistes.com ; milleetunelistes.fr ; millemariages.com ; plurielles.lediet.fr ; rueducadeau.com ; ruedumariage.com ; tf1.notrefamille.com

**Premiere.** : Viedemerde.fr ; mcm.vm-wl.com ; mcm.netmcm-vm-wl.com ; tele7.fr ; mcm.fr ; mcm.net

**Presse Regionale** : larep-emploi.com ; larep.com ; lalsace.fr ; lepays.fr ; maville.com ; bienpublic.com ; bpnantes.com ; bourgogneannonces.fr ; poursortir.com ; sortir21.com ; sortir71.com ; charente.com ; charentelibre.com ; courrier-picard.fr ; ledauphine-annonces.com ; ledauphine.com ; annonces.ladepeche.fr ; ladepeche.fr ; dna.fr ; estrepublikain.fr ; libertedelest.fr ; est-legales.com ; lejsl.com ; lindependant.com ; jobdumidi.com ; midilibre.com ; autodumidi.com ; guidesdumidi.com ; montpellierplus.com ; centrefrance.com ; lamontagne.fr ; lejdc.fr ; lepopulaire.fr ; leberry.fr ; corsematin.com ; nicematin.com ; varmatin.com ; centreouest-auto.com ; centreouest-emploi.com ; centreouest-immo.com ; centreouest-marches.com ; lanouvellerepublique.fr ; ouest-france.fr ; presseocean.fr ; paris-normandie.fr ; leparisien.com ; leparisien.fr ; billetterie-progres.com ; leprogres-annonces.com ; leprogres.fr ; leprogresplus.com ; rhonalpemploi.com ; laprovence-automoto.com ; laprovence-emploi.com ; laprovence-immo.com ; laprovence.com ; republicain-lorrain.fr ; sudouest-annonces.com ; sudouest-auto.com ; sudouest-emploi.com ; sudouest-immo.com ; sudouest-legales.com ; sudouest.com ; letelegramme-auto.com ; letelegramme-immo.com ; letelegramme.com ; bretagne.com ; lunion.presse.fr ; lavoixdunord.fr ; lyonne-republicaine.fr ; journal-lamarseillaise.com ; lamarseillaise.fr ; leveil.fr ; jhm.fr ; bourgogne-restaurants.com ; bourgogne-emploi.com ; bourgogne-recettes.com ; parisetudiant.com

**TF1 / Wat** : tf1.kelformation.com ; leblogtvnews.com ; emissionstf1.aliceadsl.fr ; logintf1.aliceadsl.fr ; world-cdn.taatu.com/taatuworld/index\_star\_academy.html ; page d'accueil de aliceadsl.fr ; chatsderace.com ; chiensderace.com ; ushuaia.com

**Yahoo!** : assurland.com/\*partnerlinkid=232h11 à 16 ; babel.viabloga.com ; blogtrotters.fr ; blpwebzine.blogs.com/politicshow ; ilovepolitics.info ; reu-oi.blogspot.com ; six35.fr ; \*yahoo.monster.fr ; alainmouton-qashqai.com ; carnetderoute-audi.com ; fr.yahoo.123envoiture.com ; kelkoo.fr ; monsieurprix.com ; Geocities.com ; Musicmatch Jukebox

# Définitions et Méthodologies

## DEFINITIONS

<sup>(1)</sup> **Internautes** : La population internaute de référence 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 <sup>(6)</sup>

<sup>(2)</sup> **Groupe ou Parent** : entités qui détiennent le contrôle des pages Web (ou URLs) mesurées. Ce contrôle est généralement financier (+ de 50%). Un groupe propriétaire peut ainsi regrouper une ou plusieurs marque(s).

<sup>(3)</sup> **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 agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

<sup>(4)</sup> **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.).

<sup>(5)</sup> **Visiteurs Uniques** : nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

<sup>(6)</sup> **Autres lieux de connexion** : lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, ...), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, ...), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

## LES ETUDES

### L'Observatoire des Usages Internet

Cette étude suit l'évolution de la population internaute et étudie en détail les usages des Français en matière d'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 selon leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet. L'étude s'appuie sur une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...

### La Référence des Équipements Multimédias

Cette étude est réalisée conjointement avec GfK, chaque trimestre auprès de 6000 Français âgés de 15 ans et plus. Elle constitue la référence du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques et micro-informatiques, accès à Internet.

### Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 25 000 individus, recruté par téléphone et sur Internet, une méthodologie unique qui permet de refléter au mieux la diversité de l'Internet. 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. Une méthode exclusive permet d'estimer l'audience pour les autres lieux de connexion (bibliothèque, cybercafés, ...), en complément du domicile et du lieu de travail.

Les informations d'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et par catégorie de sites (exemples : sites d'information généralistes, sites de e-commerce, sites de voyages...)

Le nouveau logiciel de mesure NetSight – lancé en septembre 2008 – apporte des informations précises sur les technologies utilisées dans les applications web 2.0, le temps passé et l'engagement des internautes. Il ouvre des possibilités de rapprochement des résultats obtenus par les mesures panel - user-centric - et de fréquentation - site-centric – dont Médiamétrie est l'un des acteurs avec Médiamétrie-eStat. Ce rapprochement permettra d'obtenir un ensemble d'indicateurs complémentaires : visites et visiteurs uniques, couvertures, pages vues, origine des visites, temps passé, vidéos consultées, radios écoutées, efficacité publicitaire.

### **A propos de Médiamétrie**

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs 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 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.

### **A propos de Médiamétrie//NetRatings**

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

**Pour toute information presse contacter :**

**Isabelle MAURICE**

Tél. : 01 47 58 97 55

e-mail : imaurice@mediametrie.fr