

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

Près d'1 internaute sur 2 aux petits soins de sa maison ou son jardin

En mai 2015, 22 millions d'internautes ont consulté au moins un site de la sous-catégorie « Maison / Jardin » soit 1,9 million de visiteurs uniques supplémentaires en un an (+10%). Cela représente près de la moitié de la population internautes (46,6%). Chaque jour de mai 2015, ils étaient en moyenne près de 3 millions (2,8 millions) à consulter au moins un des sites de cette sous-catégorie ; chacun y consacrant près de 11 minutes.

Les internautes CSP+ apprécient particulièrement les sites de « Maison / Jardin » puisqu'ils représentent 38,6% de leur audience tandis qu'ils comptent pour 29% de la population internautes. De même, les internautes âgés de 35 à 49 ans représentent 32,8% de l'audience de ces sites contre 24,7% en moyenne.

Ils consacrent également plus de temps à la consultation de ces sites : 48 minutes pour les CSP+ et 49 minutes pour les 35-49 ans contre 42 minutes pour l'ensemble des visiteurs de la sous-catégorie.

En tête de ces sites en mai 2015 : Leboncoin.fr Maison avec 7,6 millions de visiteurs uniques, suivi de deux enseignes françaises, Leroy Merlin et Castorama avec respectivement 5,7 millions et 4,5 millions de visiteurs uniques. Arrivent ensuite IKEA (3,4 millions de d'internautes) et Conforama (2,5 millions).

Top 5 de la sous-catégorie « Maison / Jardin » en mai 2015

Rang	Brands	Visiteurs uniques par mois	Couverture internaute mensuelle (%)
1	Leboncoin.fr Maison - TS OJD	7 629 000	16,2
2	Leroy Merlin	5 675 000	12,0
3	Castorama	4 460 000	9,4
4	IKEA	3 396 000	7,2
5	Conforama	2 529 000	5,4













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

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 466 000
2	Microsoft	35 284 000
3	Facebook	26 530 000
4	Wikimedia Foundation	21 934 000
5	Orange	21 725 000
6	Webedia	20 566 000
7	CCM Benchmark Group	20 547 000
8	Solocal Group	20 163 000
9	Vivendi	18 862 000
10	Schibsted	17 703 000
11	Groupe Lagardere	17 141 000
12	Amazon	17 062 000
13	Iliad	16 381 000
14	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	15 568 000
15	Yahoo	14 143 000
16	M6	13 923 000
17	Groupe Auchan	13 421 000
18	Groupe Le Monde	12 928 000
19	Groupe Figaro	12 785 000
20	Prisma Media	12 404 000
21	La Poste	11 976 000
22	Groupe Credit Agricole	11 805 000
23	Groupe TF1	11 515 000
24	francetélévisions	11 326 000
25	Groupe Casino	11 208 000
26	Gouvernement Francais	11 011 000
27	Groupe Amaury	10 566 000
28	auFeminin	10 530 000
29	eBay	10 183 000
30	Association VideoLAN	10 123 000
31	Apple Computer	9 986 000
32	Ministere de l Education Nationale	9 813 000
33	Dailymotion	9 532 000
34	Next Radio TV	8 883 000
35	Meteo France	8 846 000
36	Adobe	8 619 000
37	Roularta	8 481 000
38	SNCF France	8 000 000
39	Fnac	7 807 000
40	Michelin	7 708 000
41	OTTO	7 483 000
42	Societe Generale	6 760 000
43	Mondadori	6 730 000
44	Carrefour	6 666 000
45	Dropbox	6 566 000
46	20 Minutes France	6 517 000
47	Kingfisher	6 294 000
48	Tripadvisor	6 153 000
49	Twitter	6 007 000
50	PriceMinister	5 932 000

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

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques 	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 504 000	15 289 000
2	Facebook	26 441 000	7 888 000
3	Microsoft	24 660 000	3 331 000
4	YouTube	23 831 000	3 893 000
5	Wikipedia	21 682 000	2 644 000
6	Orange - T	19 902 000	5 273 000
7	Windows Live	17 702 000	2 867 000
8	Leboncoin.fr - TS 	17 685 000	3 014 000
9	Amazon	16 718 000	1 715 000
10	Free	15 645 000	1 876 000
11	PagesJaunes	15 627 000	1 276 000
12	Skype	15 274 000	4 802 000
13	impots.gouv.fr	14 481 000	872 000
14	Yahoo - T	12 772 000	2 418 000
15	France Televisions - TS 	11 326 000	956 000
16	Blogger	10 930 000	855 000
17	Cdiscount	10 162 000	761 000
18	Videolan	10 123 000	1 512 000
19	SFR	10 081 000	1 930 000
20	Apple	9 986 000	1 214 000
21	CommentCaMarche - TS	9 564 000	614 000
22	Dailymotion - TS	9 532 000	700 000
23	Le Figaro - TS 	9 222 000	796 000
24	Linternaute.com - TS	9 050 000	553 000
25	OverBlog	9 044 000	588 000
26	Outlook (Outlook.com)	9 033 000	2 089 000
27	Meteo France - TS	8 846 000	1 135 000
28	AlloCine - TS	8 577 000	682 000
29	Adobe	8 445 000	531 000
30	MSN - T	8 375 000	1 663 000
31	Service-Public.fr - TS 	8 076 000	433 000
32	eBay	7 833 000	889 000
33	Fnac	7 784 000	529 000
34	Le Monde - TS 	7 753 000	773 000
35	Credit Agricole	7 670 000	1 369 000
36	Mappy - TS 	7 628 000	465 000
37	Bing	7 051 000	980 000
38	Marmiton - TS	6 991 000	396 000
39	ViaMichelin - TS	6 954 000	464 000
40	Tele Loisirs - TS 	6 918 000	944 000
41	Doctissimo - TS 	6 911 000	410 000
42	Le Parisien - TS 	6 617 000	468 000
43	Dropbox	6 566 000	857 000
44	Voyages-Sncf.com	6 554 000	443 000
45	20minutes.fr - TS 	6 481 000	522 000
46	L Obs - TS 	6 410 000	461 000
47	MYTF1 - T	6 368 000	511 000
48	L Express.fr - TS 	6 285 000	402 000
49	Carrefour	6 278 000	443 000
50	TripAdvisor	6 153 000	367 000

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 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.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Adélie MENAGER

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr