

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en septembre 2018

En septembre, les 35-49 ans ont consacré 6h06 à regarder des vidéos, soit une demi-heure de plus qu'il y a un an

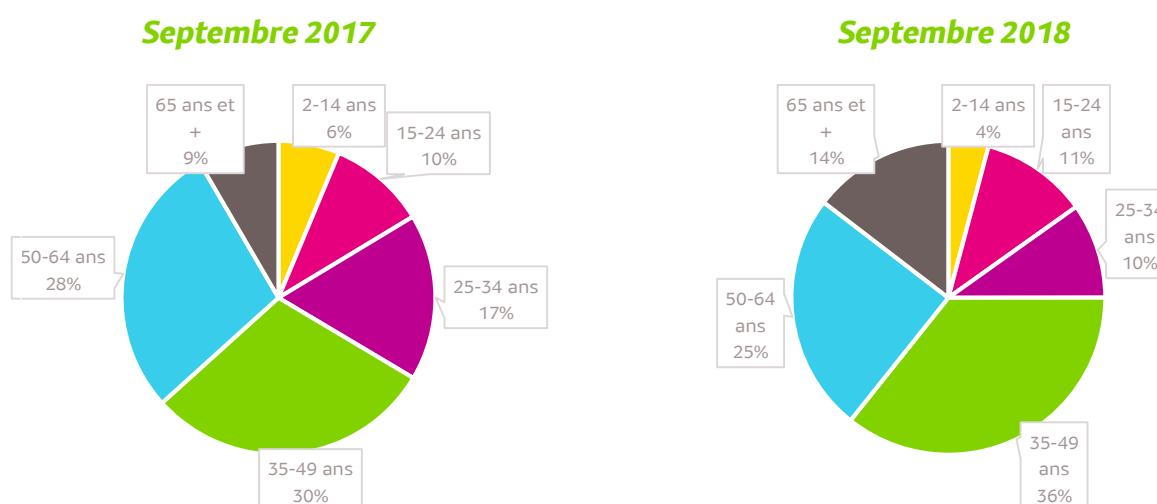
En septembre 2018, 27,8 millions d'internautes ont visionné des vidéos depuis un ordinateur, soit 44,3 % de la population française de 2 ans et plus.

Les hommes ont regardé 85 vidéos en moyenne au cours du mois, alors que les femmes en ont visionné seulement 58.

En un an, le profil des vidéonautes a peu changé, mais certaines catégories de population, notamment les plus de 35 ans, passent davantage de temps à regarder des vidéos sur ordinateur.

Ainsi, les vidéonautes de 35-49 ans y consacrent une demi-heure supplémentaire par mois par rapport à septembre 2017, soit un total de 6h06 en moyenne. Les vidéonautes de plus de 65 ans ont augmenté leur temps de visionnage mensuel de 1h35 en moyenne et y consacrent ainsi 3h50 par mois. Leur part dans le temps passé atteint désormais 14%.

Profil des vidéonautes ordinateur (en % du Temps passé)



Source : Audience Vidéo Ordinateur, septembre 2018, copyright Médiamétrie//NetRatings

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en septembre 2018

Top 15 : Brand Players les plus visités en France en septembre 2018

Brands Players <i>(Les résultats de la Brand Player Yahoo ne sont pas disponibles dans ce classement)</i>	Vidéonautes uniques par mois	Total vidéos vues par mois	Temps total par mois, en heures
Google/YouTube	22 724 000	1 029 332 000	43 701 000
Dailymotion - TS	11 327 000	221 534 000	32 597 000
Facebook	10 337 000	412 167 000	15 847 000
Digiteka - TS	7 287 000	105 823 000	4 006 000
France Televisions - TS	3 666 000	19 514 000	5 856 000
CCM Benchmark - TS	3 005 000	36 267 000	684 000
MYTF1 - TS	2 787 000	27 505 000	7 308 000
Twitter	2 155 000	21 446 000	315 000
AlloCine - TS	2 035 000	10 905 000	919 000
BFM TV - TS	1 965 000	20 991 000	1 689 000
Figaro - TS	1 456 000	7 797 000	213 000
auFeminin - T	1 365 000	2 456 000	66 000
6play - TS	1 054 000	9 316 000	4 894 000
Instagram	922 000	2 900 000	48 000
Tele Loisirs	719 000	2 890 000	71 000

T : acteur dont le périmètre est en partie taggué et dont les usages site-centric sont en partie calés

TS : acteur dont le périmètre est entièrement taggué et dont les usages site-centric sont entièrement calés

Top 15 : Brand Supports les plus visités en France en septembre 2018

Brands Supports <i>(Telestar.fr, Topsante et Les Echos ne sont pas disponibles dans ce classement)</i>	Vidéonautes uniques par mois	Total vidéos vues par mois	Temps total par mois, en heures
YouTube	19 894 000	938 334 000	40 996 000
Facebook	10 402 000	414 103 000	15 927 000
Orange	3 057 000	44 243 000	5 193 000
Dailymotion	2 804 000	20 052 000	2 938 000
AlloCine	2 035 000	10 905 000	919 000
France Televisions	2 020 000	13 237 000	5 039 000
MYTF1	1 981 000	25 229 000	7 034 000
franceinfo	1 975 000	6 067 000	894 000
Ouest France	1 781 000	15 045 000	743 000
BFM TV	1 664 000	16 340 000	1 646 000
L Equipe	1 635 000	24 486 000	3 603 000
Le Figaro	1 553 000	8 104 000	222 000
MSN	1 177 000	10 265 000	761 000
auFeminin	1 171 000	2 095 000	56 000
SFR	1 166 000	3 936 000	377 000

La Brand Support **VEVO on YouTube** est comprise dans la Brand Support YouTube.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en septembre 2018



Méthodologie de la mesure d'Audience Vidéo Ordinateur

La mesure de l'Audience Vidéo Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Médiamétrie//NetRatings, un échantillon de 16 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur 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 de l'Audience Vidéo Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 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'ACPM, 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 vidéo sur ordinateur sont disponibles mensuellement par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...) et par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...).

Définitions

Brand Player : Agrégation de l'audience du ou des player(s) vidéo d'un même diffuseur quel que soit le site sur lequel il est diffusé.

Brand Support : Agrégation de l'audience des pages d'un site sur lesquelles des vidéos ont été vues, quel que soit le player sur lequel est jouée la vidéo.

Vidéonautes uniques par mois : Nombre total d'individus ayant regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur au cours du mois, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même site-support ou le même player plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Vidéos vues par mois : Nombre de vidéos vues par l'ensemble des internautes sur une Brand.

Temps total passé par mois : Nombre d'heures passées par l'ensemble des internautes sur une Brand.

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 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.

*www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie*

Contact Presse :

Benoit David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr