

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en novembre 2018

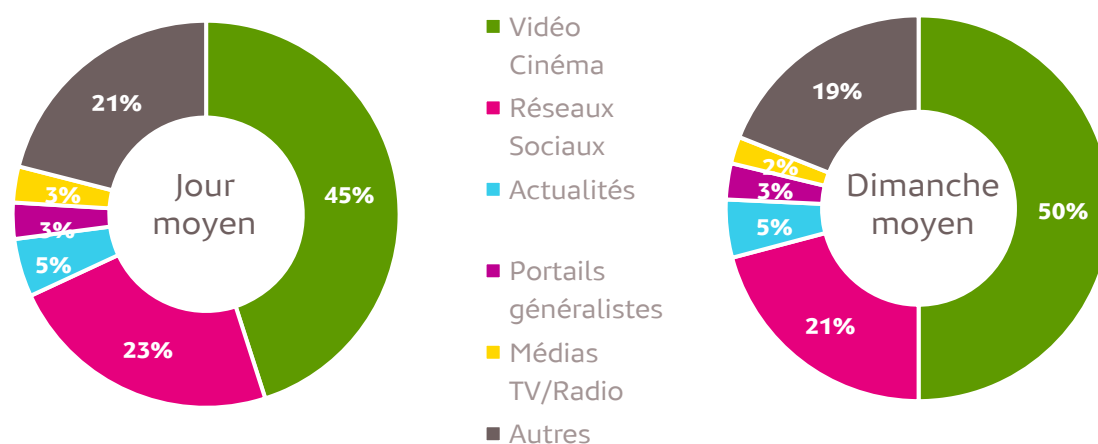
Le nombre de vidéos vues sur ordinateur augmente de 10% le dimanche

En novembre 2018, 28,5 millions d'internautes ont visionné au moins une vidéo depuis un ordinateur, soit 45,4% de la population française de 2 ans et plus.

Chaque jour, 7,8 millions de visiteurs uniques regardent un total de 71 millions de vidéos sur ordinateur. Le dimanche, le nombre de vidéonautes est légèrement moins élevé (7,4 millions), mais le nombre total de vidéos vues s'élève à 78 millions, soit une hausse de 10% par rapport à un jour moyen. Les vidéonautes du dimanche visionnent en moyenne 11 vidéos, contre 9 au cours d'un jour moyen.

Cette hausse est portée par la catégorie Vidéos/Cinéma qui représente à elle seule la moitié des vidéos vues le dimanche. Viennent ensuite les réseaux sociaux (21%) puis les vidéos sur les sites d'actualité (5%).

Vidéo sur ordinateur : Top catégories (en % du Total Vidéos vues)



Audience Vidéo Ordinateur, Novembre 2018,
copyright Médiamétrie//NetRatings



Top 15 : Brand Players les plus visités en France en novembre 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	23 458 000	1 034 180 000	44 325 000
Dailymotion - TS	11 820 000	203 565 000	19 178 000
Facebook	10 866 000	475 466 000	16 422 000
Digiteka - TS	8 332 000	140 672 000	4 737 000
France Televisions - TS	4 197 000	22 518 000	7 461 000
CCM Benchmark - TS	3 960 000	57 872 000	983 000
MYTF1 - TS	3 274 000	33 314 000	8 509 000
BFM TV - TS	2 767 000	21 848 000	2 599 000
AlloCine - TS	2 362 000	11 977 000	1 034 000
Figaro - TS	2 211 000	11 127 000	339 000
Twitter	2 131 000	28 284 000	379 000
auFeminin - T	1 512 000	2 517 000	78 000
6play - TS	1 084 000	10 407 000	5 234 000
MSN	771 000	9 408 000	166 000
Arte - TS	603 000	6 128 000	1 625 000

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 novembre 2018

Brands Supports	Vidéonautes uniques par mois	Total vidéos vues par mois	Temps total par mois, en heures
YouTube	21 016 000	928 811 000	41 021 000
Facebook	10 976 000	476 611 000	16 463 000
Dailymotion	3 318 000	14 015 000	1 331 000
Orange	3 222 000	59 290 000	3 502 000
France Televisions	2 543 000	15 619 000	7 105 000
BFM TV	2 445 000	19 084 000	2 515 000
MYTF1	2 402 000	28 340 000	8 273 000
AlloCine	2 362 000	11 977 000	1 034 000
Le Figaro	2 328 000	11 406 000	347 000
Linternaute.com	2 096 000	20 888 000	306 000
franceinfo	1 938 000	5 950 000	391 000
Ouest France	1 683 000	18 760 000	773 000
MSN	1 445 000	18 331 000	798 000
L Equipe	1 264 000	12 426 000	1 126 000
auFeminin	1 154 000	1 966 000	55 000

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en novembre 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 :

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr