

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en décembre 2018

Le temps passé sur les vidéos d'actualités a progressé de 48% en un mois

En décembre 2018, 27,3 millions d'internautes ont visionné au moins une vidéo depuis un ordinateur, soit 43,4% de la population française de 2 ans et plus. Les CSP+ sont plus friands de vidéos que la moyenne : les 2/3 d'entre eux (62,4%) en ont consulté.

Les vidéos d'actualités ont été particulièrement prisées en fin d'année. 9,2 millions de Français en ont regardé au moins une, soit 23% d'individus de plus qu'en décembre 2017. Plus de 9 millions d'heures de vidéo ont été visionnées au total au cours du mois, soit une progression de 27% par rapport à décembre 2017 et de 48 % par rapport à novembre 2018.

En décembre, BFM TV, Le Figaro et Ouest France sont les trois sites ayant attiré le plus grand nombre de vidéonautes sur ordinateur.



Vidéo sur ordinateur : Actualités Top 5 Vidéonautes uniques mensuels

	Sites	Vidéonautes uniques mensuels	Couverture France Entière
1	BFM TV	2 477 000	3,9 %
2	Le Figaro	2 288 000	3,6 %
3	Ouest France	1 987 000	3,2 %
4	franceinfo	1 969 000	3,1 %
5	Linternaute.com	1 452 000	2,3 %

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



Top 15 : Brand Players les plus visités en France en décembre 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	22 040 000	1 130 075 000	46 928 000
Dailymotion - TS	11 074 000	177 859 000	14 391 000
Facebook	10 678 000	606 574 000	16 091 000
Digiteka - TS	8 329 000	155 440 000	4 882 000
France Televisions - TS	3 779 000	22 062 000	7 175 000
MYTF1 - TS	3 434 000	32 869 000	8 417 000
CCM Benchmark - TS	3 277 000	38 992 000	849 000
BFM TV - TS	2 667 000	22 399 000	4 489 000
AlloCine - TS	2 352 000	12 168 000	1 038 000
Figaro - TS	2 154 000	11 010 000	338 000
Twitter	2 104 000	21 683 000	327 000
auFeminin - T	1 391 000	2 402 000	63 000
MSN	901 000	5 474 000	82 000
6play - TS	868 000	9 365 000	4 545 000
Instagram	766 000	3 302 000	29 000

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 décembre 2018

Brands Supports	Vidéonautes uniques par mois	Total vidéos vues par mois	Temps total par mois, en heures
YouTube	19 648 000	1 016 841 000	43 858 000
Facebook	10 795 000	609 033 000	16 199 000
Orange	2 949 000	48 226 000	2 906 000
Dailymotion	2 839 000	17 814 000	1 462 000
BFM TV	2 477 000	20 348 000	4 465 000
MYTF1	2 444 000	27 510 000	7 998 000
AlloCine	2 352 000	12 168 000	1 038 000
Le Figaro	2 288 000	11 339 000	347 000
France Televisions	2 074 000	15 385 000	6 611 000
Ouest France	1 987 000	19 565 000	796 000
franceinfo	1 969 000	7 337 000	646 000
MSN	1 547 000	11 318 000	468 000
Linternaute.com	1 452 000	21 459 000	396 000
LCI	1 319 000	5 438 000	417 000
L Equipe	1 097 000	16 759 000	1 340 000

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en décembre 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 :

Benoît David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr