

Audience Internet Global en France en septembre 2019 27,2 millions d'internautes ont visité les sites et applications de formation et d'éducation pour la rentrée

En septembre, mois de la rentrée scolaire, 27,2 millions d'internautes ont visité les sites et applications de Formation et d'Education*, soit 43,4 % des Français de 2 ans et plus. C'est 2 millions de plus qu'il y a un an.

Particulièrement concernés par ces services, les 15-24 ans sont plus de 2 sur 3 (68,9 %) à avoir visité ces sites et applications au cours du mois. A noter : même dans le cadre d'usages numériques liés à l'éducation, le surf des 15-24 ans est désormais « mobile-first » : sur cette catégorie, près de 9 visiteurs sur 10 de cette tranche d'âge ont utilisé un smartphone. Au cours du mois, les 15-24 ans ont ainsi consacré deux fois plus de temps aux sites et applications d'éducation depuis leur mobile que depuis leur ordinateur.

En termes d'audience mensuelle, IndexEducation, DigiSchool et Le Figaro Etudiant occupent le podium du classement ce mois-ci.



Formation/Education : le top 10 des sites et apps visités en septembre 2019

	Brands/Channels	Audience mensuelle (en visiteurs uniques 2 ans et +)	Couverture mensuelle (en % de la population française de 2 ans et +)
1	IndexEducation.com	4 884 000	7,8 %
2	DigiSchool	3 311 000	5,3 %
3	Le Figaro Etudiant	3 152 000	5,0 %
4	L'Etudiant	3 052 000	4,9 %
5	Pronote	2 990 000	4,8 %
6	EcoleDirecte	2 497 000	4,0 %
7	Education.fr	2 421 000	3,9 %
8	Le Parisien Etudiant	2 151 000	3,4 %
9	Anglaisfacile.com	1 800 000	2,9 %
10	Synonymo.fr	1 703 000	2,7 %

Audience Internet Global, septembre 2019, copyright Médiamétrie//NetRatings



Synthèse des résultats de septembre 2019



52,9 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois, soit **84,4 %** de la population française de 2 ans et plus.




Chaque jour, **45,1 millions** d'internautes se sont connectés en moyenne à Internet, soit **71,9 %** de la population française.




Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par individu est en moyenne de **82 minutes sur mobile** et de **31 minutes sur ordinateur**.

* Cette catégorie n'inclut ni les sites des universités, qui forment une catégorie à part entière, ni les ENT (Espaces numériques de Travail), personnalisés par les Régions ou les établissements.


Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	 Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 672 000	39 507 000
2	Facebook	47 898 000	32 782 000
3	Microsoft	39 625 000	14 342 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	36 413 000	6 122 000
5	Prisma Media	34 158 000	7 099 000
6	Groupe TF1	33 537 000	4 830 000
7	WEB66	33 310 000	7 545 000
8	Altice France	32 918 000	7 343 000
9	Wikimedia Foundation	32 007 000	4 405 000
10	Amazon	31 788 000	5 611 000
11	Webedia	30 828 000	3 843 000
12	Orange	29 927 000	9 675 000
13	Adevinta	29 165 000	6 779 000
14	M6	27 248 000	3 232 000
15	Solocal Group	26 777 000	2 804 000
16	francetélévisions	26 403 000	3 451 000
17	Vivendi	24 732 000	2 860 000
18	Verizon Media	24 415 000	8 293 000
19	La Poste	24 250 000	4 359 000
20	Groupe Le Monde	23 430 000	3 426 000
21	Groupe Credit Agricole	23 126 000	4 915 000
22	Groupe Auchan	22 768 000	2 225 000
23	Groupe Casino	22 175 000	2 662 000
24	Apple Inc.	20 456 000	7 018 000
25	Groupe Les Echos - Le Parisien	20 039 000	2 395 000
26	Groupe Fnac Darty	20 003 000	1 779 000
27	Snapchat	19 315 000	13 615 000
28	SNCF France	18 830 000	2 535 000
29	ReWorld Media	18 004 000	1 445 000
30	CMI France	17 782 000	2 002 000
31	20 Minutes France	17 643 000	2 114 000
32	Twitter	16 839 000	4 264 000
33	Carrefour	16 808 000	1 666 000
34	Ministere de l'Economie des Finances et de l'Industrie	16 655 000	1 479 000
35	Gouvernement Francais	16 326 000	1 184 000
36	Samsung Group	15 909 000	3 439 000
37	Booking Holdings	15 800 000	1 467 000
38	Ministere de l'Education Nationale	15 516 000	2 612 000
39	Groupe Lagardere	15 206 000	1 309 000
40	Groupe Amaury	15 114 000	3 258 000
41	Radio France	14 522 000	1 410 000
42	Assurance Maladie	14 462 000	1 263 000
43	NetFlix	14 187 000	2 980 000
44	Oredis	14 028 000	2 832 000
45	Iliad	13 859 000	1 962 000
46	Societe Generale	13 488 000	2 659 000
47	Doctolib	13 351 000	1 210 000
48	PayPal	13 180 000	1 044 000
49	E.Leclerc	13 058 000	1 333 000
50	Pinterest.com	13 020 000	1 923 000


Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	 Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 672 000	70,0	81,4	43,1
2	Facebook	47 898 000	49,5	85,0	36,2
3	Microsoft	39 625 000	78,1	53,9	19,2
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	36 413 000	49,7	73,8	16,5
5	Prisma Media	34 158 000	32,9	78,8	18,6
6	Groupe TF1	33 537 000	37,6	74,8	21,4
7	WEB66	33 310 000	35,1	77,5	21,0
8	Altice France	32 918 000	42,2	74,7	16,9
9	Wikimedia Foundation	32 007 000	41,1	75,3	13,1
10	Amazon	31 788 000	51,5	63,4	20,0
11	Webedia	30 828 000	43,6	68,3	17,3
12	Orange	29 927 000	47,3	70,4	13,3
13	Adevinta	29 165 000	41,6	67,3	23,9
14	M6	27 248 000	34,4	71,0	19,2
15	Solocal Group	26 777 000	49,5	64,4	13,8
16	francetélévisions	26 403 000	31,2	72,4	19,0
17	Vivendi	24 732 000	39,7	66,0	19,7
18	Verizon Media	24 415 000	33,1	72,7	15,4
19	La Poste	24 250 000	49,1	59,2	14,7
20	Groupe Le Monde	23 430 000	32,9	74,6	14,7
21	Groupe Credit Agricole	23 126 000	49,3	60,5	12,5
22	Groupe Auchan	22 768 000	46,0	60,1	16,6
23	Groupe Casino	22 175 000	42,8	63,6	16,1
24	Apple Inc.	20 456 000	28,3	57,1	47,1
25	Groupe Les Echos - Le Parisien	20 039 000	34,8	72,0	12,0
26	Groupe Fnac Darty	20 003 000	39,4	64,0	14,4
27	Snapchat	19 315 000	-	99,3	0,5
28	SNCF France	18 830 000	36,9	69,7	13,3
29	ReWorld Media	18 004 000	32,0	66,7	14,2
30	CMI France	17 782 000	31,8	69,7	12,3
31	20 Minutes France	17 643 000	25,5	74,6	14,7
32	Twitter	16 839 000	36,7	61,7	19,3
33	Carrefour	16 808 000	42,5	61,7	13,5
34	Ministere de l'Economie des Finances et de l'Industrie	16 655 000	74,2	31,4	8,1
35	Gouvernement Francais	16 326 000	57,8	49,9	9,0
36	Samsung Group	15 909 000	9,3	84,9	15,7
37	Booking Holdings	15 800 000	37,3	61,1	19,5
38	Ministere de l'Education Nationale	15 516 000	54,5	50,8	11,4
39	Groupe Lagardere	15 206 000	33,0	67,7	12,8
40	Groupe Amaury	15 114 000	27,4	67,5	21,7
41	Radio France	14 522 000	26,7	73,1	12,5
42	Assurance Maladie	14 462 000	52,5	51,3	9,9
43	NetFlix	14 187 000	31,0	70,8	13,6
44	Oredis	14 028 000	26,0	67,2	22,4
45	Iliad	13 859 000	64,8	37,9	10,1
46	Societe Generale	13 488 000	44,6	57,7	10,4
47	Doctolib	13 351 000	34,2	64,2	15,5
48	PayPal	13 180 000	42,6	59,9	9,8
49	E.Leclerc	13 058 000	40,4	58,3	15,9
50	Pinterest.com	13 020 000	40,5	52,5	22,1

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	 Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 334 000	37 349 000
2	Facebook	46 882 000	28 095 000
3	YouTube	45 353 000	17 054 000
4	Wikipedia	31 673 000	4 278 000
5	Amazon	31 074 000	5 413 000
6	Leboncoin.fr - T	28 665 000	6 631 000
7	Orange - T ACPM/OJD	28 657 000	9 416 000
8	Instagram	28 020 000	11 014 000
9	WhatsApp	24 399 000	9 626 000
10	Microsoft	23 400 000	4 002 000
11	Le Figaro - T ACPM/OJD	22 774 000	2 492 000
12	Yahoo	22 583 000	7 820 000
13	franceinfo - T ACPM/OJD	21 445 000	2 600 000
14	PagesJaunes - T	20 515 000	1 651 000
15	Apple	20 441 000	7 018 000
16	Cdiscount	19 954 000	2 050 000
17	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	19 845 000	3 264 000
18	BFM TV - T ACPM/OJD	19 385 000	2 366 000
19	Snapchat - T ACPM/OJD	19 315 000	13 615 000
20	Marmiton - T	18 587 000	1 581 000
21	Windows Live	18 430 000	2 917 000
22	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 641 000	2 114 000
23	Le Parisien - T ACPM/OJD	17 596 000	1 902 000
24	SFR	17 578 000	4 326 000
25	Linternaute.com - T	17 456 000	1 099 000
26	Ouest France - T ACPM/OJD	17 218 000	1 975 000
27	LinkedIn	16 797 000	2 743 000
28	Twitter	16 734 000	4 241 000
29	Le Monde - T ACPM/OJD	16 296 000	2 148 000
30	Fnac	16 045 000	1 314 000
31	impots.gouv.fr	15 733 000	1 317 000
32	Samsung	15 656 000	3 420 000
33	Le Journal des Femmes - T	15 131 000	1 049 000
34	L Equipe - T ACPM/OJD	14 939 000	3 181 000
35	Waze	14 847 000	3 141 000
36	La Poste	14 362 000	2 017 000
37	Femme Actuelle - T ACPM/OJD	14 212 000	1 122 000
38	MSN - T	14 209 000	2 971 000
39	Netflix	14 187 000	2 980 000
40	Booking.com	14 028 000	1 252 000
41	Doctissimo - T ACPM/OJD	14 023 000	915 000
42	Outlook	13 959 000	5 451 000
43	MYTF1 - T	13 940 000	1 358 000
44	Credit Agricole	13 919 000	3 269 000
45	Assurance Maladie	13 917 000	1 204 000
46	OUI.sncf	13 678 000	1 331 000
47	Veepee	13 661 000	2 801 000
48	Carrefour	13 366 000	1 349 000
49	Doctolib	13 351 000	1 210 000
50	Free	13 241 000	1 872 000

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	 Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé Le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 334 000	68,7	81,7	42,2
2	Facebook	46 882 000	49,6	82,1	36,5
3	YouTube	45 353 000	47,2	76,0	31,8
4	Wikipedia	31 673 000	40,5	75,0	13,0
5	Amazon	31 074 000	52,4	62,4	18,3
6	Leboncoin.fr - T	28 665 000	41,1	67,3	23,7
7	Orange - T ACPM/OJD	28 657 000	46,4	70,0	12,9
8	Instagram	28 020 000	15,7	86,6	13,9
9	WhatsApp	24 399 000	2,9	98,2	1,5
10	Microsoft	23 400 000	81,6	27,9	8,5
11	Le Figaro - T ACPM/OJD	22 774 000	39,6	68,9	12,5
12	Yahoo	22 583 000	29,6	73,6	15,1
13	franceinfo - T ACPM/OJD	21 445 000	25,9	75,7	13,9
14	PagesJaunes - T	20 515 000	45,9	60,0	13,3
15	Apple	20 441 000	28,3	57,0	47,1
16	Cdiscount	19 954 000	41,3	61,2	16,5
17	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	19 845 000	25,5	71,7	17,0
18	BFM TV - T ACPM/OJD	19 385 000	25,9	76,7	12,1
19	Snapchat - T ACPM/OJD	19 315 000	-	99,3	0,5
20	Marmiton - T	18 587 000	24,4	68,2	20,8
21	Windows Live	18 430 000	62,5	35,7	20,6
22	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 641 000	25,5	74,6	14,7
23	Le Parisien - T ACPM/OJD	17 596 000	32,5	71,6	11,6
24	SFR	17 578 000	39,1	63,1	16,8
25	Linternaute.com - T	17 456 000	37,1	65,3	10,4
26	Ouest France - T ACPM/OJD	17 218 000	28,6	72,5	14,5
27	LinkedIn	16 797 000	34,4	61,4	22,3
28	Twitter	16 734 000	36,8	61,8	18,9
29	Le Monde - T ACPM/OJD	16 296 000	29,7	72,4	11,8
30	Fnac	16 045 000	35,6	64,7	14,7
31	impots.gouv.fr	15 733 000	74,5	30,4	7,9
32	Samsung	15 656 000	9,0	85,0	15,7
33	Le Journal des Femmes - T	15 131 000	27,3	70,0	13,2
34	L Equipe - T ACPM/OJD	14 939 000	26,6	67,9	21,8
35	Waze	14 847 000	0,8	97,7	3,8
36	La Poste	14 362 000	56,5	47,2	12,0
37	Femme Actuelle - T ACPM/OJD	14 212 000	31,0	65,8	14,6
38	MSN - T	14 209 000	88,8	14,7	-
39	Netflix	14 187 000	31,0	70,8	13,6
40	Booking.com	14 028 000	36,1	60,8	19,4
41	Doctissimo - T ACPM/OJD	14 023 000	27,0	72,3	9,9
42	Outlook	13 959 000	55,3	57,7	5,7
43	MYTF1 - T	13 940 000	31,8	60,2	21,7
44	Credit Agricole	13 919 000	52,0	51,8	10,6
45	Assurance Maladie	13 917 000	52,8	50,5	9,8
46	OUI.sncf	13 678 000	37,4	66,2	13,1
47	Veepee	13 661 000	26,2	66,4	22,9
48	Carrefour	13 366 000	38,9	63,1	13,2
49	Doctolib	13 351 000	34,2	64,2	15,5
50	Free	13 241 000	65,3	36,7	9,9



La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 25 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 500 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et 1000 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). 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.

Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «T» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «T ACPM/OJD».

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7M€.

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

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr