

L'Année Internet 2019

Entre surconsommation et tri sélectif

Si avec **92%** de foyers connectés en France et **53,1 millions** d'internautes mensuels, Internet atteint une certaine maturité, ce marché affiche en 2019 un dynamisme toujours incontestable. Les fréquences de connexion augmentent et la place du smartphone est essentielle pour surfer sur le web. Ainsi, en 2019, les internautes se connectent en moyenne **22 jours** sur un mois soit 4 de plus qu'il y a 10 ans et principalement via leur smartphone. Bertrand Krug, Directeur du Département Internet de Médiamétrie développe : **« le mobile est devenu incontournable lorsque l'on parle d'Internet, il porte la croissance. 37,4 millions de Français sont des mobinautes quotidiens, c'est 7 millions de plus qu'il y a deux ans et 4 internautes sur 10 utilisent exclusivement leur mobile pour surfer. »**

Internet : puissant et dynamique

En moyenne, les Français passent **2h12** chaque jour sur Internet. Mais ce chiffre cache de grandes disparités ; les 15% les plus connectés, soit 7,6 millions d'internautes, surfent près de 7 heures par jour (**6h53**) quand les plus modérés, soit 25,4 millions de Français, passent en moyenne **1h10** quotidienne sur la toile.

Les internautes investissent le web en quête d'informations, de communication, de divertissements et de services. Bertrand Krug poursuit : **« les acteurs se multiplient dans tous ces domaines et attirent autour de marques toujours plus puissantes. Ainsi en 2019, 77 marques rassemblaient chaque mois plus de 10 millions de visiteurs uniques contre seulement 17 il y a 10 ans ».**

Réseaux sociaux, messageries et vidéo au cœur des usages Internet

Parmi les usages dominants sur le web, les interactions sociales occupent une place importante dans la vie des internautes. **6 Français sur 10** se connectent chaque jour sur les réseaux sociaux et les messageries ; Facebook, Snapchat et Messenger constituent le trio de tête. Si les jeunes sont les premiers concernés par cet usage, ils marquent souvent leur préférence : à chaque âge son réseau. Ainsi les 11-20 ans font la part belle à Snapchat et Instagram quand Facebook attire davantage les 25-34 ans.

La vidéo a également une place de choix dans les pratiques en ligne : elle séduit en moyenne **4 Français sur 10** chaque jour. Là encore, les jeunes sont en première ligne puisque **38%** des vidéos sont vues par les 15-24 ans. La vidéo rassemble une grande diversité d'acteurs - groupes audiovisuels, pure players, services de SVoD - ou encore plus récemment des plateformes comme Twitch. Toutes renouvellent le genre en événementialisant les contenus et en créant des rendez-vous.

Surfer pour s'informer

L'actualité et l'information sont également au cœur des activités des internautes. En 2019 en moyenne, **44,6 millions** de visiteurs uniques se sont rendus chaque mois sur des sites et applications d'actualité ; c'est **3,4 millions** de plus en 1 an. Ils y ont également consacré plus de temps : **22%** de plus qu'en 2018.

Le jeunes et plus particulièrement les 15-24 ans sont particulièrement adeptes d'infos en ligne : **80,6%** d'entre eux visitent des sites ou apps d'actualité chaque mois contre 71,1% de l'ensemble de la population. Et pour séduire et fidéliser cette cible, les acteurs de l'information n'hésitent pas à s'emparer de la vidéo et des réseaux sociaux pour diffuser leurs contenus.

D'une consommation effrénée à une consommation éco-responsable

En 2019, on compte **40 millions** de cyberacheteurs avec des acteurs très puissants qui trustent le podium des sites marchands comme Amazon, Cdiscount ou la Fnac. Mais de nouveaux sites de produits à bas prix comme Wish, AliExpress ou encore Joom conquièrent de plus en plus d'internautes en quête de bonnes affaires.

Enfin en lien avec des questions sociétales de plus en plus prégnantes, l'internaute citoyen choisit parfois de nouvelles options : louer plutôt qu'acheter, acheter d'occasion plutôt que neuf, vérifier la composition des produits avant achat...

Ainsi, **10%** des Français visitent chaque mois les sites et apps de scan de code-barres, qui incitent à consommer plus sain et plus éthique.

Les consommateurs en ligne plus avertis sont aussi plus éco-responsables : **1 Français sur 10** visite chaque mois des sites et apps anti-gaspillage, soit **3 millions** d'adeptes supplémentaires en un an. Le marché de l'occasion s'accélère également dans la tech, ainsi que dans le dressing des Français puisque **27%** d'entre eux choisissent désormais parfois l'occasion ou la location pour s'habiller.

« 2019 confirme ce que nous observons dans nos mesures depuis quelques temps : une certaine dichotomie, voire presque un paradoxe dans la consommation d'Internet, parfois frénétique et en même temps plus raisonnée », conclut Bertrand Krug.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Internet 2019 - Entre surconsommation et tri sélectif

A propos de Médiamétrie

*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 102,7 M€.
www.mediametrie.fr*

*Twitter : @Mediametrie
Instagram : Mediametrie.official*

Contacts Presse :

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

*Lison Besnard
Tél : 01 80 04 71 44
lbesnard@mediametrie.fr*