



COMMUNIQUE DE PRESSE

ETUDE DE REFERENCE

L'audience de l'Internet mobile en France

Résultats du 4^{ème} trimestre 2010

Source : Médiamétrie - octobre - novembre - décembre 2010 - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Médiamétrie publie pour la seconde fois les audiences des sites, portails et applications consultés à partir d'un téléphone mobile en France.

Le dernier trimestre 2010 est marqué par une poursuite de la croissance des usages de l'Internet mobile. La France compte désormais 15,5 millions de mobinautes dernier mois⁽¹⁾ pour 43,4 millions de personnes équipées de téléphone mobile. En un an, 3,3 millions de Français supplémentaires ont été séduits par la possibilité d'accéder à de nouveaux services et contenus médias à partir de leur téléphone ⁽²⁾.

Les résultats de la mesure d'audience de l'Internet mobile permettent également de cerner le profil des mobinautes à travers un panel d'individus qui complète la collecte exhaustive anonyme des données de connexion. Les mobinautes sont majoritairement des hommes (à 60%) et sont massivement âgés de 16 à 49 ans. Le succès des smartphones au 4^{ème} trimestre 2010 contribue à faire évoluer leurs usages. La part des mobinautes qui se connectent de plus en plus fréquemment aux sites, portails et applications mobiles est en croissance.

Top 20 des Groupes ⁽³⁾

Rang	Parent (groupe)	Visiteurs uniques ⁽⁴⁾ au 4 ^{ème} trimestre 2010
1	Google	10 751 463
2	Facebook	9 999 471
3	France Telecom - Orange	9 708 960
4	SFR	7 624 570
5	Bouygues – Bouygues Telecom	4 999 876
6	Apple Computer	4 914 517
7	Microsoft	4 585 390
8	PagesJaunes Groupe	4 236 792
9	Wikimedia Foundation	3 584 439
10	Twitter	3 540 614
11	Yahoo!	3 387 384
12	Groupe Lagardère	3 378 600
13	Groupe TF1	2 935 642
14	Groupe Figaro	2 414 302
15	Dailymotion	2 406 444
16	Bertelsmann	2 339 132
17	AlloCine	2 221 182
18	Iliad	2 197 655
19	SNCF France	2 164 466
20	Benchmark Group	1 910 697



mediametrie

mediametrie // NetRatings

Top 20 des Marques ⁽⁵⁾

Rang	Brand (marque)	Visiteurs uniques ⁽⁴⁾ au 4 ^{ème} trimestre 2010
1	Facebook	9 999 471
2	Google	9 931 964
3	Orange	9 119 391
4	SFR	7 591 299
5	YouTube	7 139 087
6	Bouygues Telecom	4 990 631
7	iTunes	4 686 359
8	MSN/Windows Live	3 591 514
9	Wikipedia	3 550 595
10	Twitter.com	3 540 609
11	PagesJaunes	3 477 420
12	Apple	3 093 810
13	Mappy	2 930 897
14	Yahoo!	2 696 792
15	Dailymotion	2 406 444
16	AlloCine	2 221 025
17	Free	1 873 265
18	Leboncoin.fr	1 810 915
19	Game Center	1 766 703
20	L Internaute Magazine	1 743 843

Méthodologie de la mesure

La mesure d'audience de l'internet mobile est fondée sur une méthodologie innovante : elle associe la collecte exhaustive et anonymisée des connexions des téléphones mobiles sur les réseaux des 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR) et sur un panel représentatif de mobinautes permettant de qualifier le profil des visiteurs des sites et applications mesurés. Cette solution hybride permet d'allier exhaustivité, précision et ciblage publicitaire.

Cette mesure de référence a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel). Les résultats d'audience sont établis sur une période trimestrielle.

Périmètre de la mesure

La nouvelle mesure d'audience de l'Internet Mobile intègre les usages réalisés à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS). Les autres équipements permettant de se connecter à internet en mobilité (iPod Touch, iPad, Tablette PC, etc.) sont exclus de la mesure. L'étude couvre l'audience des sites Internet adaptés au mobile ou non et des applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur). La mesure prend en compte tous les utilisateurs de l'internet mobile, clients des opérateurs télécoms français, quelle que soit leur localisation.



mediametrie

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants sont à ce jour exclus de la mesure : navigation à partir de téléphones RIM/Blackberry, navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple), navigation à partir du navigateur Opéra, clients des opérateurs virtuels (MVNO).

Les connexions réalisées en wifi (hors réseau des opérateurs télécom) seront prises en compte courant 2011.

Les résultats du 4^{ème} trimestre portent sur 6 158 marques et 541 applications mobiles (soit 134 supplémentaires par rapport au 3^{ème} trimestre 2010). Le périmètre d'intégration se renforcera à chaque publication avec en particulier l'apparition de nouveaux sites et une prise en compte encore plus exhaustive des applications mobiles.

Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings publie **un guide** pour tout savoir sur la nouvelle mesure d'audience de l'Internet Mobile. Ce guide est téléchargeable en accès libre sur le site de Médiamétrie (www.mediamedetrie.fr). Pour télécharger le guide cliquer [ici](#).

* DEFINITIONS

(1) Mobinautes Dernier Mois : individus ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : - consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

(2) Source : Téléphonie et Services Mobiles / Mobile Consumer Insight - 4^{ème} trimestre 2010

(3) Groupe ou Parent : le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisé 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.

(4) Visiteurs Uniques : nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site ou la même application mobile) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois, excepté quand ils disposent de plusieurs téléphones distincts pour surfer sur l'Internet mobile.

(5) Marque ou Brand : Une brand est un agrégat de domaines, de sous domaines, pages et/ou applications identifiés, de façon cohérente et homogène, comme appartenant à une même marque

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 et le Cross-Médias.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Plus d'informations sur www.mediamedetrie.fr

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél.: 01 47 58 97 55

losmanian@mediamedetrie.fr

Nelly Dubner

Tél.: 01 47 58 97 26

ndubner@mediamedetrie.fr