

L'Année Internet 2014

- + d'écrans
- + de contenus
- + d'interactivité
- + de complémentarité entre écrans

En 20 ans, Internet a conquis plus de 8 foyers français sur 10. Confidentiel en 1996 avec 0,4% des familles connectées, il est désormais rentré dans la vie de 82,6% d'entre elles, qui se connectent de multiples façons : sur ordinateur, smartphone, tablette ou par le téléviseur. Que ce soit pour se divertir, consommer, ou communiquer -en particulier sur les réseaux sociaux- tous les domaines de la vie sont concernés et évoluent, portés par la multiplication et la complémentarité des écrans et l'enrichissement des contenus en particulier vidéo. L'année 2014 apporte son lot d'évolution avec une croissance continue des équipements et une richesse événementielle qui poussent les comportements vers toujours plus d'interactivité et d'échange.

Toujours plus d'internautes sur ordinateurs, mobiles et tablettes

Si le nombre d'internautes continue à croître (43,8 millions, +1,5% en un an), ce sont les populations mobinautes et tablonauts qui enregistrent les plus fortes progressions : 55,7% des Français sont aujourd'hui mobinautes (+6 points vs 2013) et 29,1% des internautes sont tablonauts (+7,2 points). Ces progressions sont largement portées par celles des écrans avec 55,6% d'individus équipés de smartphones (+2,7 points par rapport au 2^{ème} trimestre 2014) et 36,2% de foyers équipés de tablettes (+3,6 points vs 1^{er} trimestre 2014). Si toutes les catégories de population progressent, les 25-34 ans sont les champions de la connexion Internet sur tous les écrans.

Avec davantage d'écrans dans les foyers, les Français sont aussi plus nombreux à être « ultra-connectés » : 22% se connectent chaque mois à ces 3 écrans contre 18% en 2013. 12% sont même « hyper-connectés », c'est-à-dire connectés à un téléviseur en plus des 3 écrans. Au-delà des écrans, les Français vont même jusqu'à s'équiper d'objets connectés pour 5% d'entre eux.

Forte tendance et progression cette année : les internautes se connectant à la fois sur ordinateur et mobile sont 70% en novembre 2014 contre 52% l'an dernier. Et nouvelle tendance, davantage de personnes se connectent uniquement via leur smartphone : 4,6% des internautes contre 2,8% en 2013, principalement des moins de 35 ans.

2014, une année sportive et politique sur Internet

Cette progression des « ultra-connectés » s'observe aussi dans l'attention portée aux grands événements de l'année que les internautes ont suivi sur ordinateur, mobile et tablette. Avec la Coupe du monde de football, les sites de sport ont enregistré un pic d'audience en juin avec 20,6 millions de visiteurs uniques sur

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Internet 2014

ordinateur. Un succès notamment porté par les vidéos de sport avec plus de 5 millions de vidéonautes en juin et juillet.

De même, sur mobile et tablette, les sites et applications de sport enregistrent un pic avec 12,4 millions de mobinautes en juin et près de 5 millions de tablonautes au 3^{ème} trimestre.

Quant à l'actualité généraliste, elle a été marquée sur Internet par les élections municipales. Le 24 mars, lendemain du 1^{er} tour, 11,4 millions de visiteurs uniques ont surfé sur les sites d'actualité sur ordinateur, soit 49% de plus qu'un jour moyen du mois, constituant un record d'audience historique pour cette catégorie de sites.

Des vidéos sur tous les écrans

On observe le poids croissant de la vidéo dans les usages internet : 10,2 millions d'internautes regardent chaque jour des vidéos sur ordinateur soit 13% de plus en un an. Et ils y passent en moyenne 29 minutes par jour. Par ailleurs, les players des portails vidéos et des chaînes TV représentent 2/3 du temps passé sur des vidéos par mois. En effet, de plus en plus de Français regardent la télévision sur ordinateur, smartphone ou tablette : 82% de plus en 2 ans soit 2 millions chaque jour qui y passent en moyenne 1h43. Les 15-24 ans sont les plus assidus : 700 000 d'entre eux y consacrent 2h04 chaque jour.

Autre usage vidéo en développement : la vidéo à la demande (VOD). 11% des internautes l'ont pratiquée au cours du dernier mois contre 6% un an auparavant. Cette croissance est tirée par celle de la SVOD (vidéo à la demande sur abonnement). Le marché a connu en 2014 une mutation avec l'arrivée de nouveaux acteurs, en particulier Netflix en septembre, qui a bénéficié à l'ensemble du marché. La notoriété du nouvel entrant s'est rapidement installée et il est identifié par 60% des internautes. Pour autant, seuls 2% des internautes ont consulté le site en décembre. Au Brésil et au Royaume-Uni, où le service a été lancé il y a 3 ans, il arrive désormais dans le top 5 des sites de « vidéo / cinéma » en touchant 5% des internautes.

Toujours plus d'internautes sur les réseaux sociaux

Si de plus en plus de personnes regardent des contenus TV ou VOD sur ordinateur, smartphone ou tablette, les Français sont aussi plus nombreux à utiliser un de ces écrans en même temps qu'ils regardent la télévision, notamment pour commenter les programmes sur les réseaux sociaux. 27,8% des internautes et 43,5% des 15 à 24 ans ont déjà consulté des commentaires sur la télévision via les réseaux sociaux. Lancé mi-janvier 2015, Médiamétrie Twitter TV Ratings permet déjà d'identifier le divertissement et le sport comme étant au cœur de cette audience sociale. Du 19 janvier au 15 février 2015, les Victoires de la musique (France 2, le 13/02/2015) arrivent en tête avec 588 000 personnes exposées aux tweets relatifs à l'émission. Viennent ensuite le match de Ligue 1 : Lyon – PSG (Canal+, le 08/02/2015) avec une audience cumulée de 470 000 personnes) puis la finale du Championnat du Monde de Handball diffusée sur TF1 le 1er février (419 000).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Internet 2014

De fait, Twitter compte aujourd'hui 27% d'inscrits parmi ceux qui sont inscrits à un réseau social et enregistre ainsi la plus forte progression de l'année : +9 points. Tandis que des services plus récents comme Snapchat ou Whatsapp comptent déjà 12% et 11% d'inscrits.

Des internautes accros aux jeux

Si les « Blogs / Sites communautaires » continuent à gagner des adeptes qui y consacrent toujours plus de temps, ils sont dépassés en 2014, en temps par personne, par la catégorie des « jeux en ligne » auxquels les internautes ont consacré en moyenne chacun 8h05 au cours du mois de décembre. 39% des joueurs s'y adonnent sur les réseaux sociaux et une nouvelle tendance consiste à visionner les vidéos d'autres joueurs en action. Les jeux sur smartphone continuent leur progression avec près de 18 millions de mobinautes chaque mois soit 20% de plus qu'il y a un an.

Davantage de cyberacheteurs et de commerce collaboratif

L'appétence des internautes pour les sites liés à des communautés et nécessitant un engagement se manifeste aussi dans le succès des sites collaboratifs. Au-delà des services désormais bien connus de co-voiturage déjà pratiqués par 13% des internautes, se développent par exemple l'achat de produits alimentaires en provenance directe du producteur (8%) ou l'échange de biens ou services entre particuliers (4%). Un succès qui s'explique notamment par le contexte économique, tout comme l'essor du e-commerce qui capte toujours plus d'acheteurs en ligne : 34,6 millions soit 879 000 de plus en un an.

Vers la mesure de l'Internet Global

Depuis 30 ans, Mediamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Afin d'offrir une vision complète de l'audience internet des marques, sur tous les écrans, Médiamétrie fait évoluer sa mesure Internet Global en intégrant l'audience des tablettes à celle des ordinateurs et mobiles à partir des résultats du mois de janvier. A l'horizon 2016 Médiamétrie enrichira encore la mesure de l'audience globale des marques digitales avec la création d'un panel unique regroupant des individus utilisateurs d'un, deux ou trois écrans (ordinateur, téléphone mobile et tablette) permettant d'étudier chacune des populations surfant sur l'un et / ou l'autre de ces écrans.

[Retrouvez une synthèse de la conférence en vidéo](#)



► Sources : **Médiamétrie** : Observatoire des Usages Internet (11 ans et plus - 4^{ème} trimestre 2014) ; Téléphonie et Services Mobiles (11 ans et plus - 4^{ème} trimestre 2014) ; Web Observatoire (15 ans et plus - 3^{ème} trimestre 2014) ; Homes Devices (4^{ème} trimestre 2014) ; Mesure d'audience de l'Internet mobile (11 ans et plus - Novembre 2014) ; Mesure tablettes (15 ans et plus - 3^{ème} trimestre 2014) ; Global TV (15 ans et plus - Avril-Juin 2014) ; VOD 360 (Novembre-Décembre 2014 - 6 ans et plus) ; Baromètre Netflix (15 ans et plus - Octobre 2014) ; Screen 360 (15 ans et plus) ; Médiamétrie Twitter TV Ratings ; Etude Réseaux Sociaux (2014)

Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings : Mesure Internet Global (15 ans et plus - Novembre 2014)

Médiamétrie//NetRatings : Mesure d'audience Internet et vidéo sur ordinateur (2ans et plus - Décembre 2014) ; Baromètre FEVAD (15 ans et plus - Mai 2014)

The Nielsen Company pour le Royaume-Uni et le Brésil (2 ans et plus - Décembre 2014)

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Année Internet 2014



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. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

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.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse Médiamétrie :

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr