



L'année Internet 2013

L'internaute ultra connecté / exposé / engagé

L'explosion des tablettes et des smartphones, favorisée par des offres commerciales toujours plus attractives, la progression du multi-équipement et des écrans dans les foyers induisent de nouveaux usages d'internet pour communiquer, s'informer, se divertir ou encore consommer. « *Les internautes sont aujourd'hui ultra-connectés et s'ils sont de plus en plus sollicités via cette exposition décuplée sur la toile, ils savent aussi se mettre en scène en utilisant les réseaux sociaux pour partager contenus en tous genres et expériences personnelles* », déclare Estelle Duval, Directrice de Mediametrie//NetRatings, et d'ajouter : « *Internet est plus que jamais au cœur du quotidien des Français et l'arrivée des objets connectés pourrait ouvrir la voie à de nouveaux usages* ».

La tablette, le petit écran qui monte

Avec une progression de 105 % en 1 an, la tablette s'invite de plus en plus dans les foyers français. Ils sont aujourd'hui 8 millions à pouvoir surfer sur cet écran, l'apparition de tablettes low cost sur le marché n'étant probablement pas étrangère à cette progression à trois chiffres.

Le smartphone se généralise également, sa progression étant elle aussi très rapide depuis quelques années (x 2,6 en 3 ans). En 2013, près des 2/3 des équipés mobiles (62%) possèdent un smartphone, soit 26,2 millions de personnes. Pour autant, l'ordinateur est toujours très présent dans les foyers. 8 sur 10 sont équipés d'un ordinateur fixe ou portable en 2013 et 3 foyers sur 10 en possèdent même plusieurs.

Un internaute multi-écrans et hyper connecté

43,2 millions d'internautes, 27 millions de mobinautes et 11,2 millions de tablonauts en 2013 : ces chiffres qui augmentent d'année en année sont à rapprocher du nombre d'écrans présents dans les foyers français : 5,3 écrans il y a 6 ans, 6,5 aujourd'hui. Et bien que certaines catégories de la population comme les 50 ans et plus et les retraités ne soient pas encore totalement convertis, les écarts tendent à se réduire (14,4% de retraités sont internautes en 2013 contre 13,3% en 2012). L'internaute devient un internaute multi-écrans qui souhaite pouvoir se connecter partout et tout le temps, particulièrement en mobilité avec le « device » de son choix. En 2013, 52 % des internautes se sont connectés à internet à partir d'un ordinateur et d'un téléphone mobile. Une ultra-connexion amenée à se développer avec l'émergence des objets connectés : plus de 3 internautes sur 4 ont déjà entendu parler des objets connectés, une appellation sous laquelle les internautes regroupent aussi bien TV connectées, smartphones et tablettes, que des appareils domestiques ou des équipements à porter sur soi. Ceux qui leur semblent les plus utiles sont liés à la maison : sécurité, domotique ou à la voiture.

Consulter des contenus médias et multimédias autrement

Que ce soit pour consulter la presse, regarder des contenus TV en « live » ou en « catch up » ou encore écouter la radio, les Français n'hésitent plus, ils passent par internet pour être au cœur de l'actualité, en complément des supports traditionnels.

Ainsi, chaque mois en 2013, 15,4 millions de personnes ont écouté la radio sur internet (en live ou replay) et ils étaient 13,3 millions à regarder la TV en ligne, en direct et en replay. De plus en novembre 2013, les sites d'actualités ont rassemblé 30,8 millions de visiteurs uniques sur ordinateur et / ou mobile.

Pour se divertir, les internautes sont nombreux à écouter de la musique en ligne (streaming gratuit ou payant) : en novembre 2013, il étaient 18 millions.

Les internautes sont également des vidéonautes avertis : ils regardent en moyenne 9 vidéos chaque jour et y consacrent en moyenne 31 minutes quotidiennement ; pour les plus jeunes ces chiffres s'élèvent respectivement à 14 et 13 vidéos pour les 2-14 ans et 15-24 ans avec un temps journalier de 48 et 51 minutes pour chacune de ces tranches d'âge.

Les réseaux sociaux pour dialoguer, se divertir, se mettre en scène et s'engager

En 2013, 8 internautes sur 10 sont inscrits sur au moins un réseau social. Devenus incontournables, les sites communautaires sont aujourd'hui le terrain de nombreuses activités pour les internautes : le dialogue et aussi le partage de contenus audio, photos, vidéos. Marqués par le phénomène des selfies, ces autoportraits numériques diffusés sur la toile, les internautes utilisent également les réseaux sociaux pour se mettre en scène. Ainsi, 16 millions d'internautes ont posté une photo sur un réseau social en 2013 ; ils étaient 7 millions à poster une vidéo. De plus, les internautes s'engagent et prennent la parole via les réseaux sociaux, notamment lorsqu'il s'agit de commenter des programmes de télévision : 1 internaute sur 5 a déjà commenté un programme en 2013 ; ils étaient 1/3 parmi les 15-24 ans.

Les réseaux sociaux sont également un tremplin pour la propagation des jeux en ligne à l'image du succès de Candy Crush qui a attiré en novembre 2013 près de 4,6 millions de visiteurs uniques sur téléphone mobile. D'une manière générale, les jeux en ligne séduisent de nombreux internautes : en 2013, 21,4 millions d'internautes ont joué à au moins un jeu gratuit et 3,2 millions à au moins un jeu payant.

Internet : également pour consommer

Avec près de 33,8 millions de cyberacheteurs, soit 38,5% de plus qu'il y a 4 ans, Internet est une plateforme économique devenue incontournable. Mais Internet s'invite également dans les magasins physiques. Afin d'être sûrs d'acheter dans les meilleures conditions, smartphone en main, 38% des mobinautes recherchent des informations, comparent les prix et consultent des commentaires sur les produits qu'ils envisagent d'acquérir.



Médiamétrie au cœur des nouveaux usages de l'internet

Afin d'être au plus près des nouvelles pratiques de l'Internet, Médiamétrie fait évoluer son offre et ses mesures. Depuis janvier 2014, Nielsen Online Campaign Ratings permet de mesurer l'efficacité et de piloter au quotidien les campagnes publicitaires en ligne. L'Internet Global qui mesure l'audience des sites sur ordinateur et téléphone mobile, intègrera la navigation sur la tablette en fin d'année. Enfin, à horizon 2015, un panel unique permettra de suivre l'ensemble du trafic sur le web et les applications, quel que soit l'écran utilisé (ordinateurs, mobiles et tablettes).

Retrouvez les faits marquants de l'Année Internet 2013 dans une interview vidéo d'Estelle Duval, Directrice de Mediametrie//NetRatings



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 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

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_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llellouche-filliau@mediametrie.fr