

Levallois, le 28 octobre 2010

COMMUNIQUE DE PRESSE

NOUVELLE ETUDE DE REFERENCE

**L'audience de l'Internet mobile en France
Premiers résultats : juillet - août - septembre 2010**

Source : Médiamétrie - Juillet – Août - Septembre 2010 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Pour la toute première fois en France, Médiamétrie publie les audiences des sites, portails et applications consultés via l'internet mobile. La mesure offre une vision exhaustive de la navigation internet sur téléphone mobile enrichie par des informations détaillées sur les profils des mobinautes.

Franck Abihssira, président de l'AFMM, relève : « *l'usage de l'internet mobile continue de s'accélérer à travers le développement des réseaux 3G, le succès des offres d'accès à l'Internet Mobile et l'arrivée des smartphones : au 3^{ème} trimestre 2010, la France compte 45,9 millions de personnes équipées de téléphone mobile et 13,7 millions de mobinautes dernier mois* ». (source étude TSM// Mobile Consumer Insight).

Selon Laurent Battais, Directeur exécutif, Performance et Cross Médias de Médiamétrie, « *la nouvelle mesure de l'audience mobile consacre définitivement le mobile comme un média à part entière. Elle permet aux annonceurs et à leurs conseils de connaître précisément ses performances et de l'intégrer avec pertinence à leurs plans média.* »

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.

Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings publient 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.mediаметrie.fr). Pour télécharger le guide cliquer [ici](#).



mediametrie

mediametrie // NetRatings



Top 20 des Groupes ⁽²⁾

Rang	Parent (groupe)	Visiteurs uniques ⁽³⁾ au 3 ^{ème} trimestre 2010
1	Google	9 286 973
2	France Telecom - Orange	8 622 070
3	Facebook	8 147 920
4	SFR	7 324 686
5	Bouygues – Bouygues Telecom	4 701 494
6	Apple Computer	4 209 616
7	PagesJaunes Groupe	3 702 022
8	Microsoft	3 596 591
9	Yahoo!	2 986 786
10	Wikimédia Foundation	2 839 185
11	Groupe Lagardère	2 798 413
12	Groupe TF1	2 619 922
13	Groupe Figaro	1 960 938
14	Iliad	1 804 396
15	SNCF France	1 701 797
16	Vivendi Universal	1 661 987
17	Dailymotion	1 636 992
18	AlloCiné	1 627 765
19	Le Monde	1 576 665
20	Météo France	1 562 755

Méthodologie de la mesure

La mesure d'audience de l'internet mobile innove en termes de méthodologie. En effet, cette mesure repose sur la collecte exhaustive et anonymisée des connexions de l'ensemble des téléphones mobiles sur les réseaux des 3 opérateurs (Bouygues Télécom, Orange et SFR) et sur un panel représentatif de 10 000 mobinautes permettant de qualifier le profil des visiteurs des sites et applications mesurés. Cette solution hybride permet d'allier exhaustivité, précision et ciblage publicitaire.

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.

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 en 2011.

Les résultats du 3^{ème} trimestre portent sur 5 286 sites et 407 applications mobiles. 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.



mediametrie

mediametrie // NetRatings

Association Française
AFMM
du Multimédia Mobile

* 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) 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.

(3) 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.

A propos de Médiamétrie (www.mediapmetrie.fr) et de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs 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 2009, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 63,6 M€. Médiamétrie//NetRatings - société détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings - développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Contact presse :

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : losmanian@mediapmetrie.fr

A propos de l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile – www.afmm.fr)

Créée en 2005, l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile) regroupe Bouygues Telecom, SFR, Orange France, les opérateurs mobiles virtuels (MVNO), l'ACSEL (Association de l'Economie Numérique), le GESTE (Groupement des Editeurs de Services en Ligne), la MMA France (Mobile Marketing Association France), des éditeurs de services mobiles et des prestataires techniques ou agences de marketing mobile. Sa mission est de promouvoir et de développer l'usage du multimédia et du marketing mobile en France (Internet mobile, services SMS/MMS, micro-paiement sur facture opérateur, publicité sur le mobile...), notamment à travers les solutions multi-opérateurs SMS+/MMS+, Audience & référencement Gallery, Micro-Paiement Mobile & Enablers, flashcode, Visio+.