

Total Internet Audience in France in January

Every day, over a third of the French population uses at least one e-mail service

In January 2019, internet users turned to communications websites and apps in massive numbers to send out their New Year wishes.

Although instant messaging services are being used by more than half of the population (32.8 million per month, or 52.3% of the French population), e-mail is still more popular: 42.2 million users log into their e-mail each month, i.e. over 2/3 of the French population (67.2%). That figure is 2.4 million higher than in January 2018.

Every day, over a third of the French population logs into at least one e-mail account (22.7 million web users).

Considering all equipment types and ages together, computers are the most used device for e-mail: 3 minutes per day per user, compared to 1 minute on mobile.

In terms of the main players, nearly half of the French population has Gmail, followed by Outlook and Orange Mail.

Total Internet Audience Top 5 e-mail

	Monthly Unique Visitors	% of the French population	Daily unique visitors
Gmail	29,265,000	46.6%	11,684,000
Outlook	14,709,000	23.4 %	5,106,000
Orange Mail	13,955,000	22.2 %	5,986,000
SFR Mail	6,458,000	10.3 %	2,202,000
Yahoo Mail	5,085,000	8.1%	2,122,000

Total Internet Audience – January 2019 – Copyright Médiamétrie//NetRatings



Summary of results from January 2019



53.6 million individuals connected to the internet at least once during the month, i.e. **85.3%** of the French population aged two years and over.




Every day, an average of **45.5 million** web users connected to the internet, i.e. **72.5%** of the French population.




Applied to the entire French population aged two years and older, the average daily duration per person was **35 minutes on a computer** and **75 minutes on mobile**.


Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	 Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	52 392 000	39 861 000
2	Facebook	47 845 000	32 242 000
3	Microsoft	38 490 000	13 291 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	37 405 000	6 244 000
5	Groupe TF1	33 201 000	4 814 000
6	Altice France	32 620 000	7 374 000
7	Amazon	32 523 000	5 872 000
8	Wikimedia Foundation	32 232 000	4 242 000
9	WEB66	31 767 000	6 763 000
10	Prisma Media	31 674 000	6 100 000
11	Webedia	31 395 000	4 261 000
12	Orange	30 134 000	9 804 000
13	Vivendi	28 509 000	3 588 000
14	Schibsted	28 418 000	6 525 000
15	Solocal Group	26 569 000	2 804 000
16	francetélévisions	25 581 000	3 501 000
17	M6	25 146 000	2 490 000
18	Groupe Le Monde	24 636 000	3 497 000
19	La Poste	24 222 000	4 326 000
20	Groupe Casino	24 154 000	2 987 000
21	Groupe Lagardere	24 023 000	3 118 000
22	Groupe Credit Agricole	23 712 000	4 610 000
23	Oath	23 054 000	7 484 000
24	Groupe Auchan	22 951 000	2 269 000
25	Snapchat	22 290 000	16 196 000
26	Groupe Fnac Darty	20 750 000	1 685 000
27	Apple Inc.	20 212 000	6 578 000
28	Samsung Group	19 431 000	4 244 000
29	20 Minutes France	17 779 000	2 425 000
30	Gouvernement Francais	17 656 000	1 248 000
31	SNCF France	16 445 000	2 007 000
32	Twitter	16 437 000	4 613 000
33	Groupe Le Parisien	16 312 000	1 720 000
34	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	15 403 000	1 155 000
35	Carrefour	15 375 000	1 373 000
36	Oredis	14 855 000	3 080 000
37	Groupe Amaury	14 490 000	2 785 000
38	Iliad	14 487 000	2 107 000
39	Assurance Maladie	14 395 000	1 416 000
40	LinkedIn	14 358 000	2 453 000
41	Pinterest.com	13 751 000	2 229 000
42	Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF	13 678 000	1 501 000
43	Ministere de l Education Nationale	13 450 000	1 996 000
44	eBay	13 428 000	1 615 000
45	Meteo France	13 389 000	2 098 000
46	Radio France	13 037 000	1 241 000
47	NetFlix	13 016 000	2 540 000
48	Societe Generale	12 763 000	2 323 000
49	Hutchison-Priceline	12 481 000	1 026 000
50	Doctolib	12 367 000	1 000 000


Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

	 Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	52 392 000	72,5	79,2	46,5
2	Facebook	47 845 000	50,9	82,9	38,0
3	Microsoft	38 490 000	83,5	39,6	13,0
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	37 405 000	55,2	68,7	17,2
5	Groupe TF1	33 201 000	40,1	71,7	20,3
6	Altice France	32 620 000	47,5	69,7	18,2
7	Amazon	32 523 000	55,4	61,8	19,4
8	Wikimedia Foundation	32 232 000	44,7	70,6	15,1
9	WEB66	31 767 000	41,7	72,1	17,8
10	Prisma Media	31 674 000	36,6	74,0	16,9
11	Webedia	31 395 000	46,8	67,3	18,2
12	Orange	30 134 000	55,4	63,0	15,3
13	Vivendi	28 509 000	39,3	65,3	24,8
14	Schibsted	28 418 000	50,9	60,1	19,8
15	Solocal Group	26 569 000	55,4	58,3	13,2
16	francetélévisions	25 581 000	34,4	70,8	18,5
17	M6	25 146 000	39,0	63,8	19,2
18	Groupe Le Monde	24 636 000	37,0	70,3	14,3
19	La Poste	24 222 000	60,8	50,4	12,9
20	Groupe Casino	24 154 000	48,1	60,3	16,0
21	Groupe Lagardere	24 023 000	37,6	68,5	15,1
22	Groupe Credit Agricole	23 712 000	52,8	55,9	13,8
23	Oath	23 054 000	35,9	68,2	16,2
24	Groupe Auchan	22 951 000	53,0	55,8	16,7
25	Snapchat	22 290 000	-	99,6	-
26	Groupe Fnac Darty	20 750 000	51,4	54,9	14,0
27	Apple Inc.	20 212 000	28,8	55,6	46,0
28	Samsung Group	19 431 000	8,4	70,7	41,1
29	20 Minutes France	17 779 000	25,5	73,3	15,2
30	Gouvernement Francais	17 656 000	64,8	42,2	7,7
31	SNCF France	16 445 000	37,6	66,9	11,8
32	Twitter	16 437 000	38,9	54,6	21,2
33	Groupe Le Parisien	16 312 000	39,6	67,2	9,8
34	Ministere de l'Economie des Finances et de l'Industrie	15 403 000	77,5	25,0	8,6
35	Carrefour	15 375 000	51,8	50,2	15,6
36	Oredis	14 855 000	30,6	65,2	23,6
37	Groupe Amaury	14 490 000	28,0	65,5	21,8
38	Iliad	14 487 000	70,5	31,1	11,3
39	Assurance Maladie	14 395 000	61,4	41,9	10,5
40	LinkedIn	14 358 000	42,5	51,1	22,2
41	Pinterest.com	13 751 000	42,6	53,0	18,4
42	Caisse Nationale Allocations Familiales	13 678 000	61,1	45,1	11,9
43	Ministere de l'Education Nationale	13 450 000	60,3	45,3	7,9
44	eBay	13 428 000	48,0	53,3	11,7
45	Meteo France	13 389 000	43,6	57,6	10,8
46	Radio France	13 037 000	31,4	68,9	11,5
47	NetFlix	13 016 000	33,0	67,8	13,2
48	Societe Generale	12 763 000	56,4	47,1	9,0
49	Hutchison-Priceline	12 481 000	43,3	52,4	20,5
50	Doctolib	12 367 000	35,2	61,6	13,9

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	 Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 937 000	37 724 000
2	Facebook	46 701 000	27 887 000
3	YouTube	46 263 000	17 987 000
4	Wikipedia	31 738 000	4 107 000
5	Amazon	31 158 000	5 534 000
6	Orange - T ACPM/OJD	29 050 000	9 605 000
7	Instagram	28 210 000	11 468 000
8	Leboncoin.fr - T	27 975 000	6 424 000
9	Microsoft	23 691 000	3 447 000
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	22 355 000	2 614 000
11	Snapchat - T ACPM/OJD	22 290 000	16 196 000
12	Cdiscount	22 221 000	2 498 000
13	franceinfo - T ACPM/OJD	21 243 000	2 793 000
14	PagesJaunes - T	20 924 000	1 699 000
15	Yahoo - T	20 627 000	6 858 000
16	Apple	20 200 000	6 578 000
17	WhatsApp	20 186 000	7 842 000
18	Linternaute.com - T	19 532 000	1 251 000
19	BFM TV - T ACPM/OJD	19 197 000	2 276 000
20	Samsung	19 191 000	4 227 000
21	Windows Live	18 968 000	2 997 000
22	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	18 702 000	3 422 000
23	Marmiton - T	18 431 000	1 463 000
24	Dailymotion - T	18 375 000	1 730 000
25	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 773 000	2 425 000
26	LA POSTE	17 229 000	2 081 000
27	SFR	17 132 000	4 198 000
28	Le Monde - T ACPM/OJD	16 446 000	1 987 000
29	Twitter	16 346 000	4 573 000
30	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 312 000	1 720 000
31	Fnac	15 571 000	1 131 000
32	Ouest France - T ACPM/OJD	15 392 000	1 572 000
33	AlloCine - T	14 863 000	1 163 000
34	impots.gouv.fr	14 792 000	1 033 000
35	Outlook (Outlook.com)	14 709 000	5 106 000
36	vente-privee	14 701 000	3 066 000
37	MSN - T	14 493 000	3 524 000
38	LinkedIn	14 358 000	2 453 000
39	L Equipe - T ACPM/OJD	14 088 000	2 687 000
40	Free	13 938 000	1 958 000
41	Credit Agricole	13 810 000	2 956 000
42	Pinterest	13 751 000	2 229 000
43	Le Journal des Femmes - T	13 613 000	837 000
44	caf.fr	13 577 000	1 486 000
45	France Televisions - T ACPM/OJD	13 565 000	1 019 000
46	Assurance Maladie	13 525 000	1 311 000
47	Meteo France - T	13 389 000	2 098 000
48	Bing	13 212 000	1 943 000
49	Service-Public.fr	13 165 000	775 000
50	Netflix	13 016 000	2 540 000

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	 Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 937 000	71,1	79,6	46,0
2	Facebook	46 701 000	51,1	79,8	38,4
3	YouTube	46 263 000	50,7	74,7	34,5
4	Wikipedia	31 738 000	44,6	70,1	15,0
5	Amazon	31 158 000	57,4	58,9	18,0
6	Orange - T ACPM/OJD	29 050 000	54,8	62,8	14,7
7	Instagram	28 210 000	14,8	86,9	14,7
8	Leboncoin.fr - T	27 975 000	50,2	60,5	19,6
9	Microsoft	23 691 000	87,7	17,4	5,4
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	22 355 000	45,6	62,4	13,4
11	Snapchat - T ACPM/OJD	22 290 000	-	99,6	-
12	Cdiscount	22 221 000	47,4	59,4	15,8
13	franceinfo - T ACPM/OJD	21 243 000	29,9	73,3	14,8
14	PagesJaunes - T	20 924 000	51,2	56,1	11,7
15	Yahoo - T	20 627 000	31,3	69,9	16,1
16	Apple	20 200 000	28,8	55,6	46,0
17	WhatsApp	20 186 000	2,3	98,6	0,8
18	Linternaute.com - T	19 532 000	45,2	57,3	13,0
19	BFM TV - T ACPM/OJD	19 197 000	30,2	71,9	13,8
20	Samsung	19 191 000	8,1	70,4	41,5
21	Windows Live	18 968 000	68,2	31,5	18,7
22	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	18 702 000	27,8	72,8	13,1
23	Marmiton - T	18 431 000	29,3	64,8	20,9
24	Dailymotion - T	18 375 000	24,0	59,5	32,5
25	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 773 000	25,4	73,3	15,2
26	LA POSTE	17 229 000	62,7	43,2	9,1
27	SFR	17 132 000	43,4	56,3	17,5
28	Le Monde - T ACPM/OJD	16 446 000	33,9	68,0	12,2
29	Twitter	16 346 000	38,9	54,5	21,3
30	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 312 000	39,6	67,2	9,8
31	Fnac	15 571 000	47,4	55,3	12,1
32	Ouest France - T ACPM/OJD	15 392 000	33,6	65,1	14,5
33	AlloCine - T	14 863 000	37,0	62,7	14,1
34	impots.gouv.fr	14 792 000	78,2	23,9	7,9
35	Outlook (Outlook.com)	14 709 000	60,1	48,9	7,9
36	vente-privee	14 701 000	30,4	64,9	23,8
37	MSN - T	14 493 000	95,5	6,6	-
38	LinkedIn	14 358 000	42,5	51,1	22,2
39	L Equipe - T ACPM/OJD	14 088 000	27,6	65,2	22,2
40	Free	13 938 000	70,0	31,0	11,5
41	Credit Agricole	13 810 000	58,1	44,2	10,3
42	Pinterest	13 751 000	42,6	53,0	18,4
43	Le Journal des Femmes - T	13 613 000	26,6	66,9	15,2
44	caf.fr	13 577 000	61,1	45,0	11,9
45	France Televisions - T ACPM/OJD	13 565 000	29,9	61,6	20,4
46	Assurance Maladie	13 525 000	60,6	42,0	10,0
47	Meteo France - T	13 389 000	43,6	57,6	10,8
48	Bing	13 212 000	95,0	5,4	1,7
49	Service-Public.fr	13 165 000	61,5	42,2	8,3
50	Netflix	13 016 000	33,0	67,8	13,2

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 650 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et 700 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mises au point par Médiamétrie, mariant panels et données site-centric. Chaque mois, la base site-centric s'enrichit de nouvelles données.

De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

A noter : à chaque début de trimestre, Médiamétrie met à jour les théoriques de redressement permettant de cadrer la population internaute sur mobile (étude de référence OUI). Pour les internautes sur ordinateur et tablette, l'actualisation se fait chaque mois.

Définitions & Indicateurs

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques. Une marque ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des marques (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «T» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «TACPM/OJD».

Visiteurs uniques par mois/jour : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours du mois/jour, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

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.

www.mediametrie.fr - Twitter : @Mediametrie - Facebook : Médiamétrie

Contact Presse :

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