

Levallois, le 15 décembre 2005

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

# **La blogosphère en ébullition**

Les blogs font une percée remarquée auprès des internautes français. Médiamétrie propose pour la première fois un bilan en trois volets de ce phénomène :

- la notoriété et la consultation des blogs,
- les blogueurs (ou créateurs de blogs) et leur profil,
- un zoom sur l'audience des principales plates-formes de blogs<sup>(1)</sup>.

### **LA NOTORIETE ET LA CONSULTATION DES BLOGS**

#### **Près des 3/4 des internautes savent ce qu'est un blog**

Au deuxième trimestre 2005, 73% des internautes français déclarent savoir ce que sont les blogs. Les jeunes se démarquent : 9 internautes sur 10 (89,1%) de 15-24 ans connaissent les blogs. En ce qui concerne les seniors - les internautes de plus de 50 ans - déjà plus de la moitié (53%) savent ce qu'est un blog.

**Source : Médiamétrie – Expertises et Services en ligne 2<sup>ème</sup> Trimestre 2005– Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

#### **Les blogs consultés par 3 internautes sur 10**

Les blogs sont consultés chaque mois par 6,7 millions d'internautes, soit 28% des internautes français.

**Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet 3<sup>ème</sup> Trimestre 2005– Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

## LES CREATEURS DE BLOGS ET LEUR PROFIL

### Un internaute sur 10 a déjà créé un blog

Au troisième trimestre 2005, 2 271 000 d'internautes ont déclaré avoir déjà créé un blog, soit près d'un internaute sur 10 (9,3%).

Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet 3<sup>ème</sup> Trimestre 2005– Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

### Plus de 8 blogueurs sur 10 ont moins de 24 ans

Les blogs séduisent très largement un public jeune : plus de 8 blogueurs sur 10 (82%) ont moins de 24 ans et plus d'un sur 2 (52%) est un étudiant.

Ce sont les femmes qui ont investi majoritairement les blogs : plus d'un blogueur sur deux (54%) est une femme.

Profil des blogueurs	Pourcentage
Sexe	
Homme	46%
Femme	54%
Age	
11-15 ans	35%
16 - 24 ans	47%
25 - 34 ans	10%
35 - 49 ans	5%
50 ans et plus	3%
Catégorie socioprofessionnelle	
CSP+	13%
CSP-	8%
Etudiants	52%
Retraités et autres inactifs	27%

Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet 3<sup>ème</sup> Trimestre 2005– Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

## ZOOM SUR L'AUDIENCE DES PRINCIPALES PLATES-FORMES DE BLOGS

### **Skyblog, le numéro un : +130% d'internautes sur un an 17,5% des internautes ont consulté au moins un blog édité par Skyblog**

Première plate-forme de blogs en France, Skyblog a connu une ascension fulgurante en termes d'audience : + 130% de visiteurs uniques<sup>(2)</sup> sur un an. En octobre 2005, 3 428 000 internautes ont consulté au moins un blog édité par Skyblog, soit près de deux internautes sur 10 (17,5%). Le temps passé<sup>(3)</sup> par personne sur les Skyblog est de 01h08min et 28 sec, il a augmenté de 20 minutes en un an.

**Source : Médiamétrie//NetRatings, Panel France – Domicile et/ou lieu de travail – Octobre 2004 à 2005 – Applications Internet exclues – Copyright Médiamétrie//NetRatings- Tous droits réservés**

### **Six-Apart : 2 212 000 de visiteurs uniques 11,3% des internautes ont consulté au moins un blog édité par Six-Apart**

En octobre 2005, 2 212 000 internautes ont consulté au moins un blog édité par la société Six-Apart, soit 11,3% des internautes. Les blogs gérés par l'éditeur Six-Apart sont diffusés depuis leur propre réseau (typepad.com, blogs.com, livejournal.com, u-blog.net) ou depuis des sites partenaires.

**Source : Médiamétrie//NetRatings, Panel France – Domicile et/ou lieu de travail – Octobre 2005 – Applications Internet exclues – Copyright Médiamétrie//NetRatings- Tous droits réservés**

### **Over-blog : une audience en forte progression 9,3% des internautes ont consulté au moins un blog édité par Over-blog**

1 815 000 internautes ont visité au moins un blog édité par la plate-forme Over-blog en octobre 2005, soit 9,3% des internautes. L'audience d'Over-blog a progressé de 65% depuis juillet 2005.

**Source : Médiamétrie//NetRatings, Panel France – Domicile et/ou lieu de travail – Juillet 2005 à octobre 2005 – Applications Internet exclues – Copyright Médiamétrie//NetRatings- Tous droits réservés**

#### **Caractéristiques des résultats :**

Les résultats issus du communiqué de presse sur les blogs s'appuient sur la gamme de produits et services développés et commercialisés par le Département Internet et Nouveaux Médias de Médiamétrie : Les Observatoires Mutimédia, le Panel d'audience de Médiamétrie//NetRatings.

Ces produits et services sont destinés à analyser les tendances de l'Internet et à mesurer l'activité des sites en termes d'audience, de fréquentation et de performance pour permettre aux Directions Marketing et Internet d'optimiser leurs stratégies en ligne.

Pour plus d'informations consultez le site Internet : <http://www.mediametrie.fr>.

### **Sources utilisées :**

- **Les Observatoires Multimédia** : La gamme des Observatoires Multimédia est la gamme d'études de Médiamétrie qui vous permet de suivre les évolutions Internet et Multimédia en France et les principaux éléments participant à ces évolutions.

- **Le Panel d'audience de Médiamétrie//NetRatings** : Grâce au suivi en temps réel de l'activité sur Internet de plus de 7000 panélistes, le service Nielsen//NetRatings donne accès à une large gamme d'indicateurs et d'analyses sur les usages et comportements des internautes, sur l'audience des sites Internet (sections de sites et pages les plus visitées, sites de provenance et de destination), et sur les applications Internet (messageries Instantanées, lecteurs de contenus audio/vidéo, ...).

Pour plus d'informations sur les produits et services du Département Internet et Nouveaux Médias, consultez le site Internet : <http://www.mediametrie.fr>.

### **Définitions :**

(1) **Les plates-formes de blogs** : une plate-forme de blogs est un service de création et d'édition de blogs proposé gratuitement ou de manière payante aux internautes par une société.

(2) **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(3) **Temps passé par personne** : Temps moyen passé par personne sur le site web spécifié.

### ***A propos de Médiamétrie***

*Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias.*

*En 2004, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros avec un effectif de 324 personnes.*

### ***A propos de Médiamétrie//NetRatings***

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.*

**Contacts Presse** : Médiamétrie – Nelly Dubner – tel : 01 47 58 97 26 – Email : [ndubner@mediametrie.fr](mailto:ndubner@mediametrie.fr)