

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **Nouveau : les 30 chiffres clés de la recherche en ligne Un succès massif**

« Les internautes utilisaient déjà les moteurs de recherche comme leurs aiguilleurs sur le web et cette fonction va en s'accroissant », affirme François-Xavier Hussherr, Directeur du Département Internet et Nouveaux Médias de Médiamétrie à l'occasion de la nouvelle étude de Médiamétrie intitulée « Les 30 chiffres clés de la recherche en ligne » qui dresse le bilan de la recherche sur Internet en France.

#### **Presque tous les internautes utilisent la recherche en ligne**

Plus de 9 internautes sur 10, soit 18,8 millions de Français ont visité au moins un moteur de recherche au 2<sup>ème</sup> trimestre 2005. En termes de fréquence, sur 10 sessions de navigation, 4 incluent la visite d'au moins un moteur de recherche.

<b>Audience de la catégorie Recherche</b>	<b>Deuxième trimestre 2004</b>	<b>Deuxième trimestre 2005</b>
Visiteurs uniques (000)	16 080	18 848
Taux de couverture	89%	91%
Visites par personne	36	49

Source : Médiamétrie//NetRatings Domicile et/ou Lieu de travail, 2<sup>ème</sup> trimestre 2005  
- Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

## Les internautes plébiscitent les moteurs de recherche

Pour accéder à un site web, les internautes utilisent désormais majoritairement les moteurs de recherche, au lieu des accès directs comme les favoris ou la saisie de l'URL du site directement dans leur navigateur. Ainsi, en mai 2005, plus de 4 visites sur 10 (43%) sur un site proviennent d'un moteur de recherche contre 36% en mai 2004.

Source : Panorama Mediametrie-eStat /@position  
– Copyright Médiamétrie-eStat - Tous droits réservés

## Le TOP 5 des moteurs de recherche

Moteurs de recherche	Visiteurs uniques 2 <sup>ème</sup> trimestre 2004	Visiteurs uniques 2 <sup>ème</sup> trimestre 2005
1 - Google	12 672 000	16 574 000
2 - Wanadoo/Voila	7 212 000	8 137 000
3 - MSN	6 452 000	7 572 000
4 - Yahoo!	4 227 000	5 554 000
5 - AOL	2 051 000	1 857 000

Source : Médiamétrie//NetRatings Domicile et/ou Lieu de travail, 2<sup>ème</sup> trimestre 2005, Catégorie Recherche  
– Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

## Le comportement des web chercheurs

Les requêtes des internautes se composent dans 6 cas sur 10 (61%) de plus d'un mot clé. Les signes, tels que les astérisques et guillemets, qui permettent d'effectuer des recherches avancées, sont utilisés dans moins de 2% des requêtes. En moyenne, les internautes utilisent un seul moteur de recherche par requête. Ils consultent 1 à 2 pages (1,8 pages en moyenne) de réponse par recherche.

## La répartition des requêtes des internautes par nombre de mots clés

Nombre de mots clés utilisés par requête	Pourcentage des requêtes Juin 2005
1 mot clé	39%
2 mots clés	33%
3 mots clés	17%
Plus de 3 mots clés	11%

Source : Médiamétrie//Netratings – Service Mega View Search  
Médiamétrie//NetRatings Domicile et/ou Lieu de travail, 2<sup>ème</sup> trimestre 2005,  
– Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

## La répartition des requêtes des internautes par moteur de recherche

Moteurs de recherche	Janvier 2005	Juin 2005
1 – Google	49%	64%
2 – Wanadoo/Voila	17%	11%
3 – Yahoo!	11%	7%
4 – MSN	9%	7%
Autres	14%	11%

En juin 2005, Google est à l'origine de plus de 6 recherches sur 10 sur Internet (64%), soit +15 points par rapport à janvier 2005. Cet indicateur correspond à la part des requêtes effectuées par les internautes avec un moteur de recherche dans le mois par rapport au total des recherches sur Internet à domicile.

Source : Médiamétrie//NetRatings Domicile - Service MegaViewSearch janvier à juin 2005 –  
Copyright Médiamétrie// NetRatings - Tous droits réservés

### **Caractéristiques de l'étude :**

L'étude « Les 30 chiffres clés de la recherche en ligne » s'appuie sur la gamme de produits et services développés et commercialisés par Médiamétrie et ses filiales Internet : les Observatoires Multimédia, le Panel d'audience de Médiamétrie//NetRatings, le MegaPanel, la mesure de trafic de Médiamétrie-eStat.

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

Pour plus d'informations sur cette étude, 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, ...).

- Le MegaPanel : Le MegaPanel est un access panel de 30 000 foyers équipés d'un logiciel de suivi de la navigation Internet. Disponible en permanence comme support d'études et d'enquêtes spécifiques, ce large échantillon permet d'apprécier dans le détail les attitudes et comportements des consommateurs. Grâce à la combinaison des résultats d'enquêtes en ligne et des données de navigation, vous pouvez connaître la façon dont vos clients se

comportent, achètent, réagissent et répondent à vos produits et services, à vos marques et vos promotions, aussi bien en ligne que dans la vie réelle.

- La mesure de trafic de Médiamétrie-eStat : Les solutions Médiamétrie-eStat mesurent la fréquentation des sites à partir d'images transparentes (ou marqueurs) qui comptent de manière exhaustive l'accès aux pages de tous les internautes. Cette mesure est adaptée à tous les types de technologies de sites et notamment l'Internet mobile. Les indicateurs de fréquentation et de performance, actualisés quotidiennement, sont consultables via des interfaces en ligne propres à chaque site audité.

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

### **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-eStat**

Médiamétrie-eStat est l'opérateur de référence en France de la mesure du trafic Internet « site centric ». Les solutions commercialisées par Médiamétrie-eStat couvrent les besoins de tous les sites en matière de pilotage des stratégies sur l'Internet fixe et mobile.

CybereStat, la mesure collective de la fréquentation des sites Internet en France, est destinée aux grands sites à vocation publicitaire. eStat'Pro qui propose des services analogues, s'adresse aux sites de toutes tailles, en particulier ceux des PME/TPE et l'offre eStat'Perso s'adresse aux sites personnels ainsi qu'aux universités, écoles...

La base de clients de Médiamétrie-eStat pèse près des deux tiers du marché en France parmi lesquels Wanadoo, Alice/Tiscali, France Télévisions, les sites du groupe Lagardère, Skyrock, Orange, Club Internet, Galeries Lafayette, Printemps, Lapeyre...

Pour plus d'informations sur les solutions de Médiamétrie-eStat, visitez le site : [www.mediametrie-estat.com](http://www.mediametrie-estat.com)

### **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.

**Pour toute information presse : Nelly Dubner - Tél. : 01 47 58 97 26**

Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : [ndubner@mediametrie.fr](mailto:ndubner@mediametrie.fr) - [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)