

Levallois, le 4 décembre 2000

COMMUNIQUE DE PRESSE

Compléments d'information sur les habitudes de comportements des Internautes dans le monde

En octobre, la durée de navigation des Canadiens et des Japonais se situe toujours dans la moyenne supérieure, les Hollandais surfent plus de 30mn de plus que les Français !

Résultats des habitudes de comportement des Internautes dans 18 pays octobre 2000

Pays mesurés par Nielsen//NetRatings	Durée cumulée de navigation	Nombre de sessions	Nombre de pages vues	Durée moyenne d'une page vue (en secondes)	Taux de clics moyen (en %) sur bannière / bouton
Allemagne	7h 33mn	15	802	34	0,56
Australie	7h 27mn	13	515	52	0,28
Brésil	7h 35mn	12	534	51	--
Canada*	8h58mn	18	651	50	0,22
Danemark	5h 01mn	12	531	34	0,46
Etats-Unis	10h 04mn	19	720	50	0,53
Finlande	4h 20mn	10	406	38	0,49
France	6h 14mn	14	566	40	0,40
Hong-Kong	10h 13mn	16	870	42	0,47
Irlande	4h 01mn	8	311	46	0,67
Italie	5h 29mn	11	490	40	0,54
Japon*	8h08mn	17	797	37	0,65
Norvège	5h 18mn	13	529	36	0,46
Nouvelle Zélande	6h 56mn	15	455	56	0,33
Pays Bas*	6h52mn	15	596	41	0,53
Royaume-Uni	5h 15mn	11	408	46	0,46
Singapour	6h 08mn	12	650	34	0,35
Suède	5h 25mn	12	557	35	0,50

Définitions

Domaine : site Internet.

Audience cumulée : nombre d'internautes qui sont allés sur le site au moins une fois pendant la période de l'enquête.

Taux de couverture : nombre d'internautes qui se sont connectés à un site donné rapporté à l'ensemble des internautes qui se sont connectés à Internet depuis leur domicile au cours de la période. Par exemple : « parmi les personnes qui ont accédé à Internet de leur domicile pendant le mois d'octobre, 53% se sont connectés à wanadoo.fr au moins une fois ».

Session : temps passé entre le début et la fin d'une navigation sur Internet.

Pages vues : nombre total de fois qu'une page web a été téléchargée par un internaute, chaque internaute pouvant voir une page plusieurs fois.

Taux de clics : fréquence exprimée en pourcentage, à laquelle un élément publicitaire (bannière ou bouton) a été cliqué.

Caractéristiques de l'enquête

Les résultats du mois d'octobre 2000 sont issus d'un échantillon de 8000 individus de 2 ans ou plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes de 2 ans ou plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins 40 visiteurs uniques sur la période de l'enquête (octobre 2000).

Pour toute information presse :

Charles JUSTER - Tél : 01 47 58 94 39 – Fax : 01 47 58 09 26 E-mail : cjuster@mediametrie.fr

Géraldine LEMOINE - Tél/Fax : 01.46.25.97.81 E-mail : lemoineg@club-internet.fr