

# 2006 : la vidéo s'est emparée de la Toile

Le web poursuit sa conquête de la population française, désormais plus d'un foyer français sur deux (55%) possède un micro-ordinateur. Et en 2006, les français ont continué à s'équiper de manière intensive : ainsi, au 4ème trimestre, ils sont 13% de plus à en posséder par rapport à l'année précédente, augmentation la plus élevée depuis 2003.

Selon Médiamétrie, le phénomène marquant de l'année 2006 dans le domaine de l'Internet a été sa fonction de catalyseur de la création de contenus, notamment par le grand public. En plus des sites Internet « classiques », les contenus numériques prennent désormais des nouvelles formes collaboratives: podcast, flux RSS, blogs, vlogs, wiki, forums.

En 2006, près d'un tiers des internautes assidus (31,4%) sont des « créateurs » de contenus multimédias. Ils diffusent leurs propres contenus audio et vidéo, possèdent leur blog ou site personnel, ou ont créé leur forum. Plus de 8 internautes assidus sur 10 (81,1%) sont des « contributeurs » : ils votent en ligne pour des sites, donnent leur avis sur des produits ou services, écrivent des commentaires sur des blogs, contribuent aux wikis. Enfin, plus de 4 millions d'internautes ont créé un blog.

Le nombre des créateurs de blogs a pratiquement doublé depuis un an. Les jeunes restent les plus actifs dans ce domaine : les 3/4 des bloggeurs (75,5%) ont moins de 25 ans. Le parcours de Kamini illustre le potentiel qu'offre l'Internet pour la création et son rôle de révélateur. Kamini a émergé sur le net pour entrer par la suite dans le système plus traditionnel de production musicale. La fréquentation de son site atteste de son succès fulgurant : en octobre 2006, 832.000 visiteurs uniques ont consulté le site de Kamini.

Les sites communautaires et de partage (audio, vidéo) ont été les grands succès de l'année 2006 :

-8 fois plus de visiteurs pour Dailymotion en un an : 3.067.000 visiteurs uniques en décembre 2006

-11 fois plus de visiteurs pour Youtube

-9 fois plus pour Myspace.

Un exemple qui illustre le poids de cette nouvelle culture du partage, l'encyclopédie en ligne Wikipédia qui confirme son succès en 2006. L'audience du site a plus que doublé en 2006. 6.756.000 visiteurs uniques ont consulté ce site en décembre 2006.

Internet devient également de plus en plus un support de « consommation » de contenus audio et vidéo : près de 11 millions d'internautes ont consulté un site vidéo ou cinéma en décembre 2006, soit une progression de 75% par rapport à décembre 2005.

Radio et vidéo sur Internet ou téléphone mobile, consommation en streaming ou en différé, les nouvelles pratiques gagnent du terrain. Près de 3 internautes sur 10 (27%) écoutent la radio sur Internet et 9,7 millions d'utilisateurs du Web ont consulté des contenus vidéo sur le dernier mois.