

En août, les JO et les sites religieux font carton plein

Le dernier baromètre établi pour la France par **comScore** révèle sans surprise, que les derniers **Jeux Olympiques** ont drainé des audiences massives. Les sites religieux ont également enregistré une affluence record, provoquée par les journées mondiales de la jeunesse, une réunion internationale de jeunes chrétiens.

Entre juillet et août les sites d'information sportifs ont fait le plein. Avec une croissance de +18% durant la période estivale, ces sites affichent une plus de 11 millions de visiteurs uniques. Le groupe Amaury, propriétaire de *l'Equipe.fr*, profite des JO et rassemble plus de 3,7 millions de visiteurs sur ses sites, avec une croissance de 23% entre juillet et août.

Pour les sites religieux, la croissance du nombre de visiteurs uniques est identique (+18%). Toutefois, le thème religieux n'attire que 853.000 visiteurs au mois d'août.

Les jeux de hasard ne semblent pas avoir pâti de la période estivale. Le portail de la Française des jeux enregistre une croissance de 30% de son nombre de visiteurs qui atteint presque 1,8 million de visiteurs.

Pour les sites plus visités, le classement reste relativement inchangé. **Google** et sa série de sites restent les adresses les plus visitées de France au mois d'août. Le titan de la recherche affiche 25,2 millions de visiteurs, soit 3 millions de mieux que les sites de **Microsoft**. Sur un classement comprenant 25 sites, le très populaire **Facebook** occupe le 24ème rang avec 6,3 millions de visiteurs.