

# JO de Pékin : le sacre d'Internet

Les dernières Olympiades ont consacré la réussite d'un athlète de fond : Internet. La Toile s'annonçait comme une vitrine incontournable des Jeux Olympiques en Chine. Les grands groupes de télévisions occidentaux, désireux de ne pas rater le coche, ont redoublé d'efforts pour assurer un service de qualité sur Internet.

Selon *La Tribune*, le groupe France Télévision a enregistré une très forte affluence de « 200.000 internautes par jour » selon des chiffres de Laurent Soullignac, dg de France Télévision Interactive. Sur la Toile, le groupe affiche ainsi une affluence quatre fois supérieure à celle des précédents Jeux Olympiques d'Athènes.

Des géants de la télévision américaine et britannique ont concentré leurs efforts sur le réseau des réseaux. La chaîne américaine **NBC** a enregistré sur son portail une affluence de **10 millions d'internautes**. Les web-spectateurs ont visionné plus de 6 millions d'heures de programmes et **56 millions de vidéos**. La chaîne britannique **BBC** détient à son actif 3 millions de spectateurs, une performance enregistrée notamment lors de l'obtention de la septième médaille du nageur américain Michael Phelps. Le portail **Yahoo** a réalisé une belle performance. Pas moins de **4,7 millions de visiteurs** ont suivi les épreuves olympiques via le portail américain.

Les Chinois détiennent sans conteste la médaille d'Or. Pas moins de 100 million d'internautes se connectaient quotidiennement pour suivre le déroulement des épreuves.

En France, malgré l'impossibilité de diffuser les images officielles, des sites comme **Dailymotion**, grâce notamment à ses nombreux partenariats (France 24, France Inter, l'INSEP) sont parvenus à tirer leur épingle du jeu. « Sur toute la période des JO, nous avons enregistré 1 million de vidéos vues », précise Martin Rogard, dg France de Dailymotion.