

# La vidéo en France en 2016

Pratiques et enjeux

23/05/16



Mediametrie



iab.  
france



**Population de référence**

Internaute de 15 ans et plus



**Mode de recueil**

Administration d'un questionnaire sur Internet



**Taille de l'échantillon**

2001 interviews



**Période d'enquête**

Du 3 au 11 mai 2016

## Les éléments mesurés

### ★ 4 écrans:



Ordinateur, Smartphone, Tablette, Téléviseur



### 11 types de supports



Sites dédiés à la vidéo, Réseaux sociaux, Sites de streaming qui vous permettent de regarder des vidéos sans les télécharger, Sites des chaînes de TV pour regarder les émissions en replay, Sites de divertissement, Sites d'actualités, Plateformes de vidéo à la demande payante, Sites des chaînes de TV pour regarder la TV en direct, Espace de télévision à la demande de votre box pour regarder les émissions en replay, Chaînes de TV pour regarder les programmes en direct, Lecteur intégré ou non à mon appareil



### 13 types de contenu



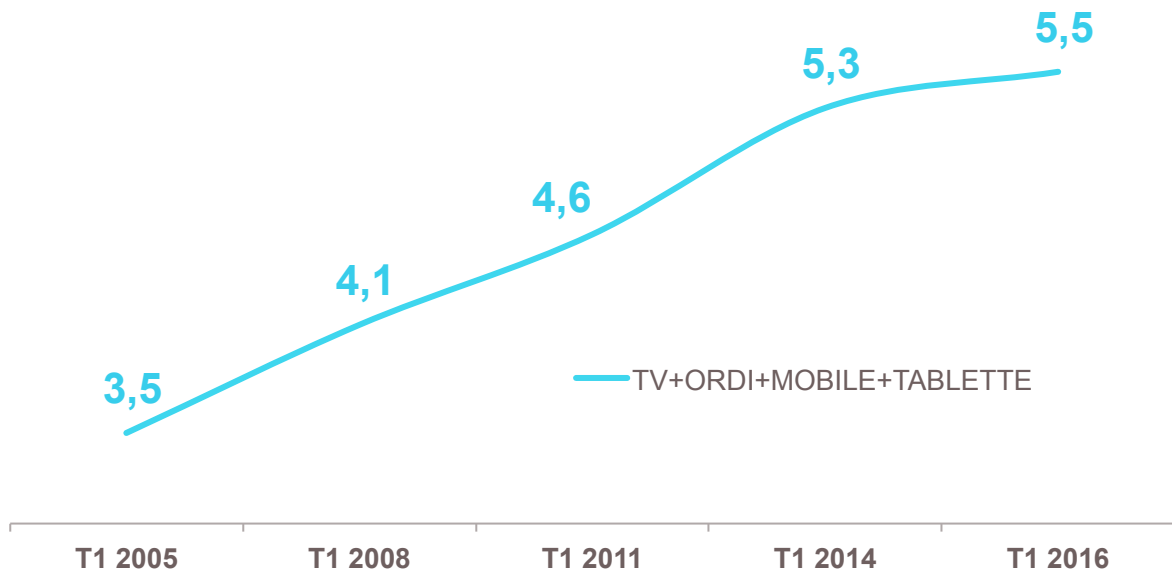
Actualités / informations, Jeux télévisés / divertissements télévisés, Bandes-annonces, Séries, Films, Vidéos sur le sport, Vidéos humoristiques, Sketches, Clips musicaux / Concerts / Danse, Animations, dessins animés, Vidéos éducatives, Documentaires, Vidéos tutorielles, Vidéos personnelles

---

# Petit déjeuner



# Les équipements des Français toujours plus nombreux



**35,8% des foyers équipés des 4 écrans**

## Parmi les foyers en France

**94,1%**  
Équipés TV



**83,6%**  
Équipés ordinateur



**67,8%**  
Équipés smartphone



**44,7%**  
Équipés tablette



## La vidéo : un contenu fédérateur

**70%**

des internautes consomment de la vidéo sur un écran numérique  
au moins une fois par mois



**95%**

15-24 ans



**54%**

65 ans et  
plus

**57%**

**34%**

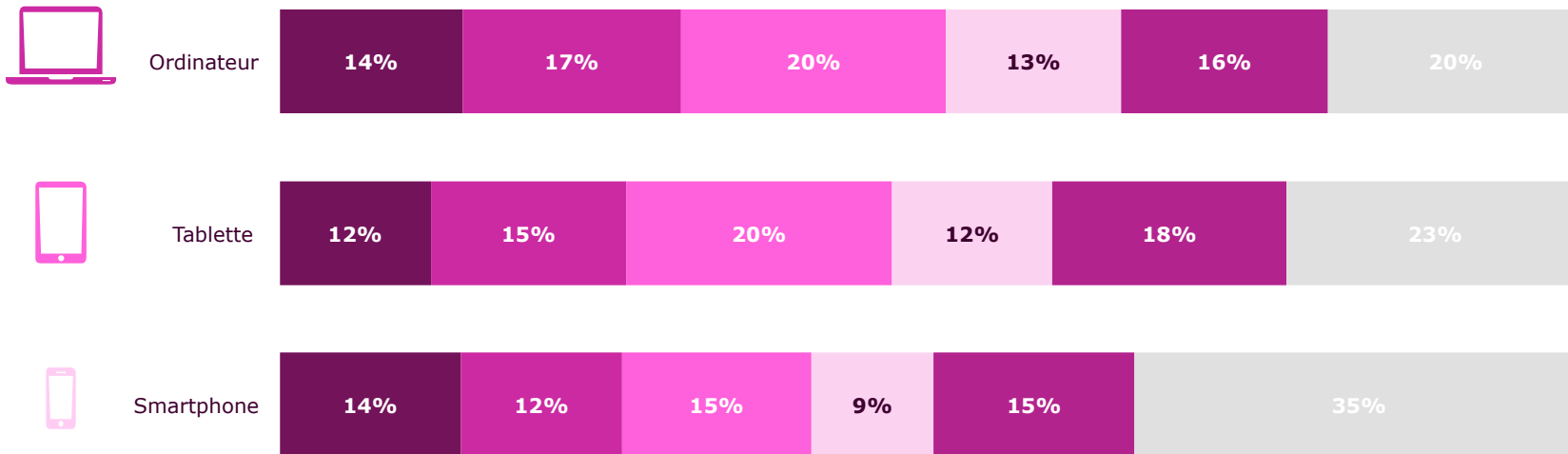
**32%**

## Un format consommé sur des écrans différents

**37%**

Regardent des vidéos sur au moins un écran numérique  
Tous les jours ou presque

■ Plusieurs fois par jour ■ Tous les jours ou presque ■ 1 à 2 fois par semaine ■ 1 à 3 fois par mois ■ Moins souvent ■ Jamais



# La vidéo : un contenu fédérateur



## Ce que la vidéo a de plus

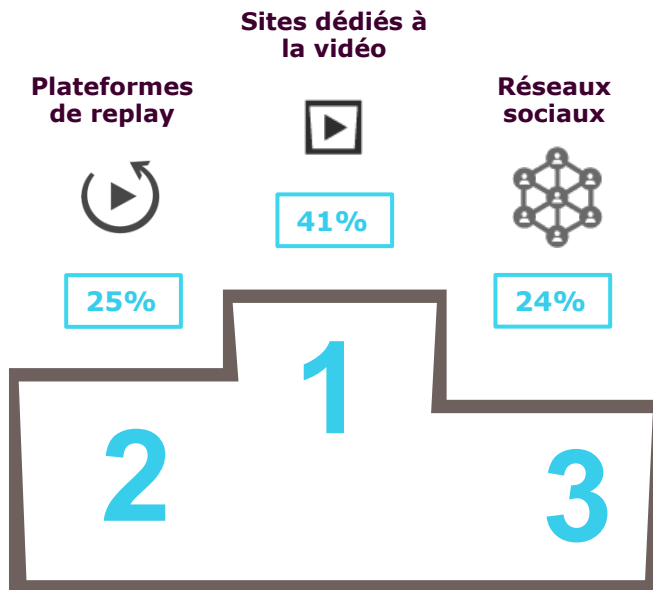
## Les principales raisons qui amènent a un contenu



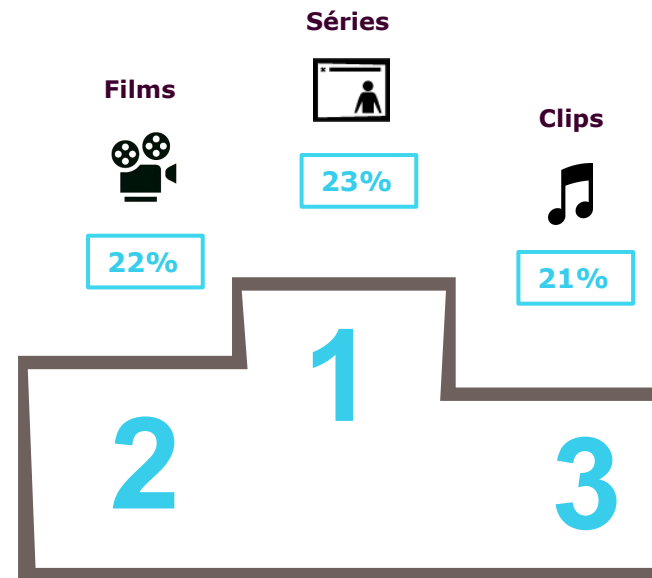


## Plateforme dédiées à la vidéo et séries préférées des internautes

### Top Sites Supports préférés sur au moins un écran numérique



### Top Contents préférés sur au moins un écran numérique



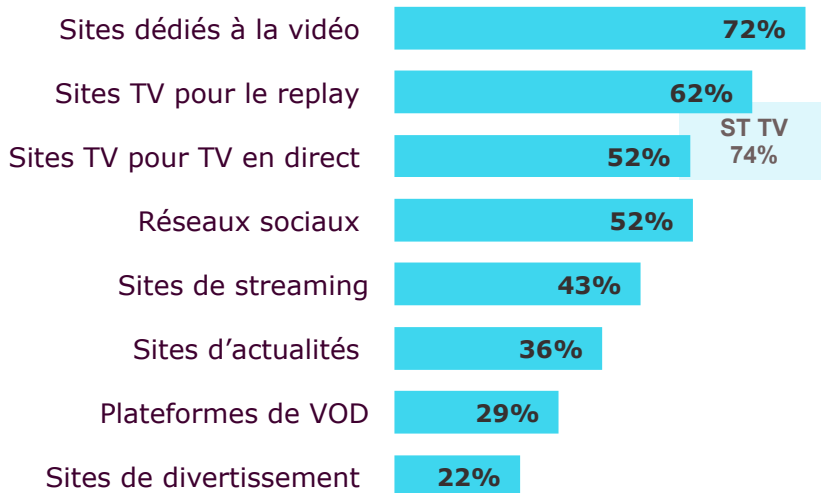
► Base : regarde des vidéos sur ordinateur ou mobile ou tablette

► Question : Sur ordinateur/mobile/tablette, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

# Ordinateur : plateforme multi-entrée et diversité des contenus



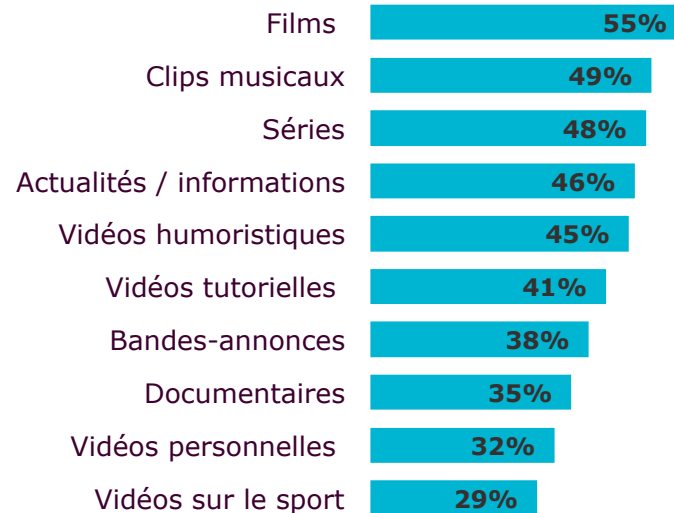
## Usage des supports vidéo



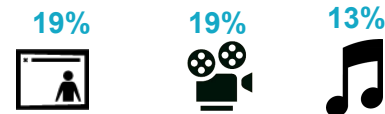
### Les 3 supports préférés

Sites vidéos	Sites TV replay	Sites TV direct
30%	20%	14%

## Usage des contenus vidéo (TOP 10)



### Les 3 contenus préférés



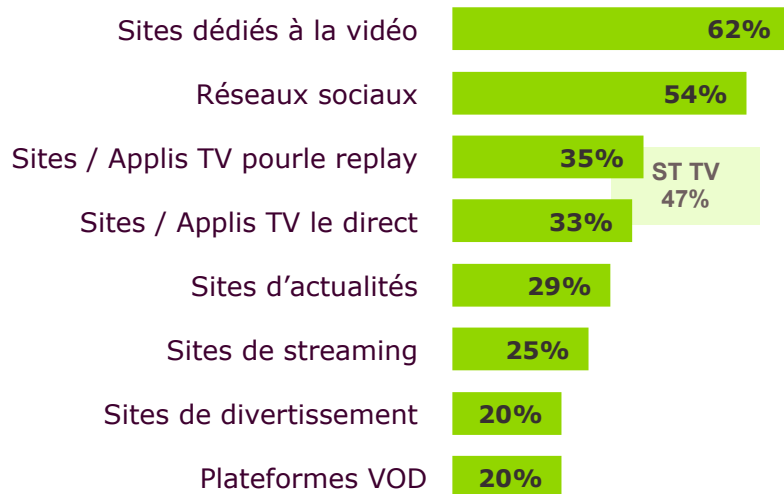
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre ordinateur ? Et votre site ou application préféré ?

# Le mobile : Une entrée plus centralisée et des contenus courts



## Usage des supports vidéo



### Les 3 supports préférés

Sites vidéos	Réseaux sociaux	Sites TV replay
33%	25%	11%

## Usage des contenus vidéo (TOP 10)



### Les 3 contenus préférés



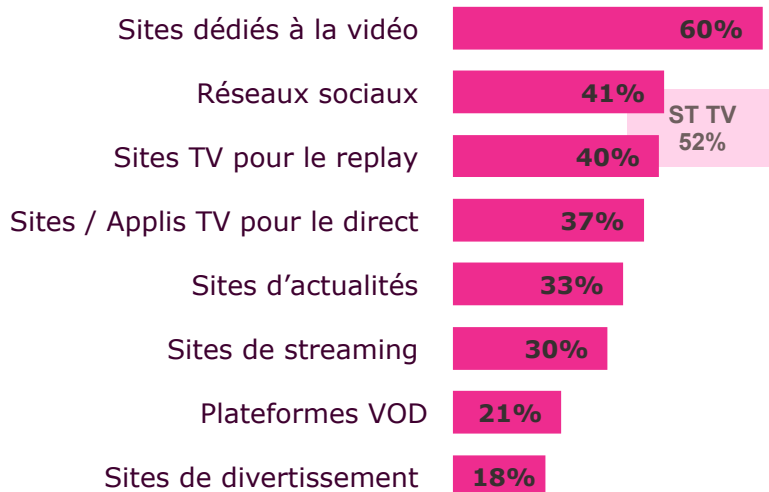
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre ordinateur ? Et votre site ou application préféré ?

# La tablette : une consommation hybride



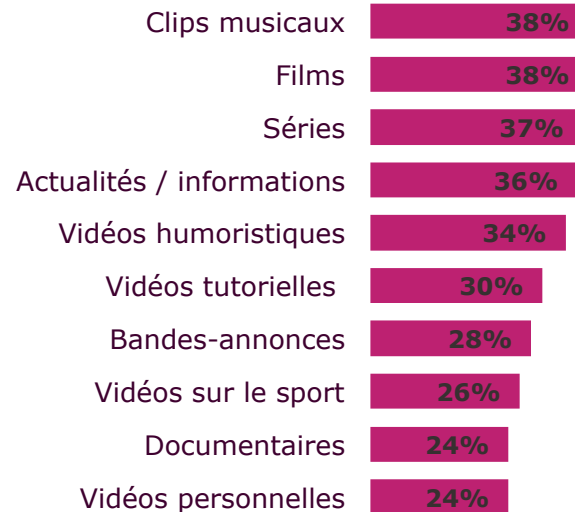
## Usage des supports vidéo



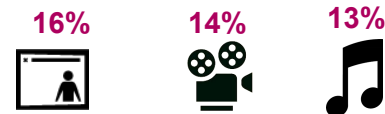
### Les 3 supports préférés

Sites vidéos	Réseaux sociaux	Sites TV replay
33%	15%	14%

## Usage des contenus vidéo (TOP 10)



### Les 3 contenus préférés



► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre ordinateur ? Et votre site ou application préféré ?

## Les combinaisons préférées

Contenu  
préfér<sup>é</sup> et  
support préfér<sup>é</sup>



Séries sur les  
supports replay



Séries sur les  
supports replay



Musique sur les sites  
dédiés à la vidéo

## TV : support et écran de digitalisation



**62%**

**Des internautes  
utilisent le site ou  
l'application  
d'une chaîne sur  
au moins un  
écran**



**42%**

**des internautes  
utilisent une  
plateforme de  
replay sur leur  
téléviseur**



## Les 15-24 ans : Mobilité et agilité



# 95%

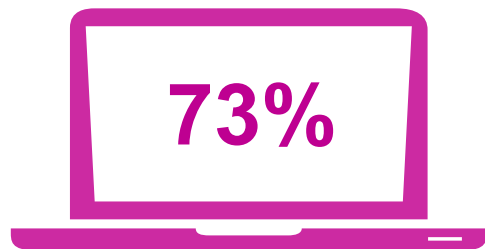
des 15-24 ans consomment de la vidéo sur ordinateur mobile ou tablette au moins une fois par mois

# 64%

 Tous les jours ou presque

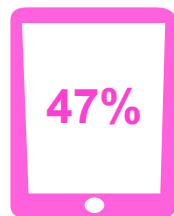
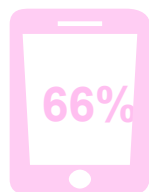
**Supports préférés** : Sites vidéos 36% (+6pts) Réseaux sociaux 19% (+7pts) Sites de streaming 14% (+6 pts)

**Contenus préférés** : Séries 27% (+8 pts) Films 20% (+1 pt) Clips 14% (+1pt)



**Supports préférés** : Sites vidéos 41% (+8pts) Réseaux sociaux 28% (+3pts) Applis TV direct 6% (-4pts)

**Contenus préférés** : Humour 22% (+8 pts) Clips 21% (+3pt) Films 11% (+2pts)



**Supports préférés** : Sites vidéos 36% (+3pts) Réseaux sociaux 22% (+7pts) Applis TV replay 10% (-6 pts)

**Contenus préférés** : Séries 21% (+5pts) Humour 20% (+11 pts) Films 12% (-2 pts)

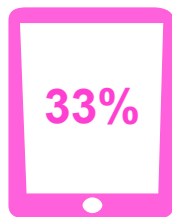
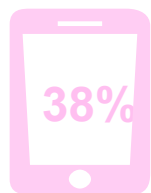
## Les 25-49 ans : une consommation vidéo plus équilibrée



# 71%

des 15-24 ans consomment de la vidéo sur ordinateur mobile ou tablette au moins une fois par mois

# 41%

 Tous les jours ou presque

**Supports préférés** : Sites vidéos 33% (+3pts) TV Replay 20% (=) Réseaux sociaux 14% (+2 pts)

**Contenus préférés** : Séries 22% (+3 pts) Films 19% (=) Clips 14% (+1pt)



**Supports préférés** : Sites vidéos 30% (-3 pts) Réseaux sociaux 28% (+3pts) Applis TV replay 12% (+1pts)

**Contenus préférés** : Clips 17% (-1pt) Actu 14% (-2 pts) Humour 12% (-2pts)

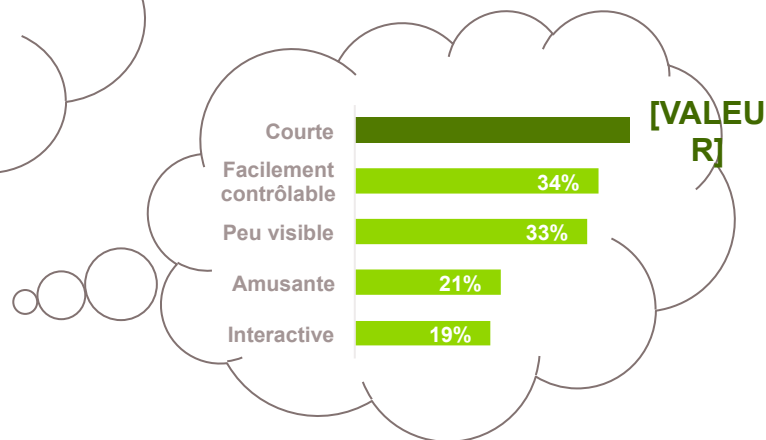
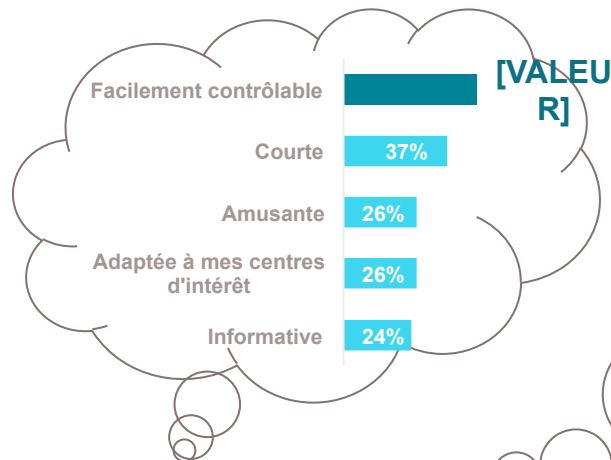
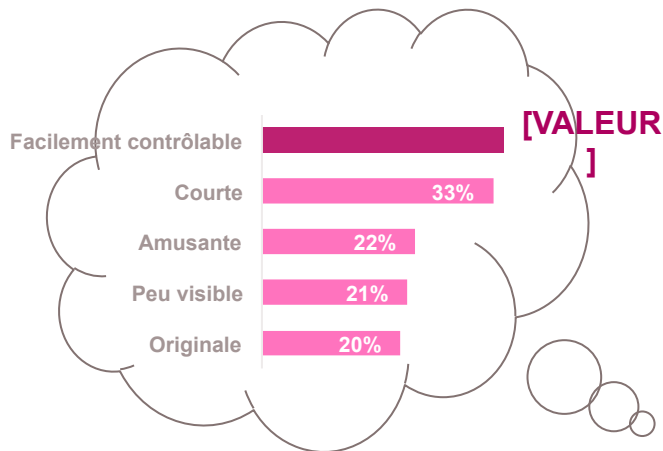


**Supports préférés** : Sites vidéos 34% (+1pt) Réseaux sociaux 15% (=) Applis TV replay 15% (+1pt)

**Contenus préférés** : Séries 17% (+1pt) Films 14% (=) Clip 14% (+1 pts)



# Dans l'idéal, les vidéonautes souhaitent une publicité plus malléable



## En 2016, la vidéo en France c'est...

**Une entrée par les contenus facilitée par la transversalité des écrans, les internautes via le contenu font le lien entre les écrans même si chaque écran dispose de ses propres qualités.**

- Une pratique ancrée sur les écrans numériques, 70% utilisent la vidéo sur ordinateur, smartphone ou tablette. Les internautes sont 37% à regarder des vidéos sur ces écrans tous les jours ou presque.
- Un contenu valorisé car il apporte des choses différentes liées à ses qualités intrinsèques : c'est un format complet, facilement accessible et modulable.
- Un accès à des contenus pléthoriques parmi lesquels les internautes font des choix et décident de ce qu'ils veulent : le thème et la façon dont il est traité sont les éléments clés d'une recherche.
- Sur ordinateur : l'offre vidéo pléthorique présente sur Internet favorise une dispersion des usages sur cet écran. Les internautes utilisent plus de supports différents pour la vidéo et consomment une diversité plus importante de contenus que sur smartphone et tablette.
- Sur smartphone : le point d'entrée pour la vidéo est centrée sur les sites vidéos et les réseaux sociaux qui eux-mêmes agrègent aussi d'autres contenus importants pour les utilisateurs. En terme de contenu, les formats courts sont privilégiés.
- Sur tablette : un écran hybride, voit émerger plus fortement les supports vidéos des chaînes de TV que sur mobile et de fait des contenus un peu plus longs.
- Une nécessité de plus en plus marquée de maîtriser l'univers et notamment la publicité.

# La vidéo en France en 2016

Pratiques et enjeux

23/05/16



Mediametrie



iab.  
france



**Population de référence**

Internaute de 15 ans et plus



**Mode de recueil**

Administration d'un questionnaire sur Internet



**Taille de l'échantillon**

2001 interviews



**Période d'enquête**

Du 3 au 11 mai 2016

## Les éléments mesurés

### ★ 4 écrans:



Ordinateur, Smartphone, Tablette, Téléviseur



### 11 types de supports



Sites dédiés à la vidéo, Réseaux sociaux, Sites de streaming qui vous permettent de regarder des vidéos sans les télécharger, Sites des chaînes de TV pour regarder les émissions en replay, Sites de divertissement, Sites d'actualités, Plateformes de vidéo à la demande payante, Sites des chaînes de TV pour regarder la TV en direct, Espace de télévision à la demande de votre box pour regarder les émissions en replay, Chaînes de TV pour regarder les programmes en direct, Lecteur intégré ou non à mon appareil



### 13 types de contenu



Actualités / informations, Jeux télévisés / divertissements télévisés, Bandes-annonces, Séries, Films, Vidéos sur le sport, Vidéos humoristiques, Sketches, Clips musicaux / Concerts / Danse, Animations, dessins animés, Vidéos éducatives, Documentaires, Vidéos tutorielles, Vidéos personnelles

# 1

## La vidéo : El dorado du digital?

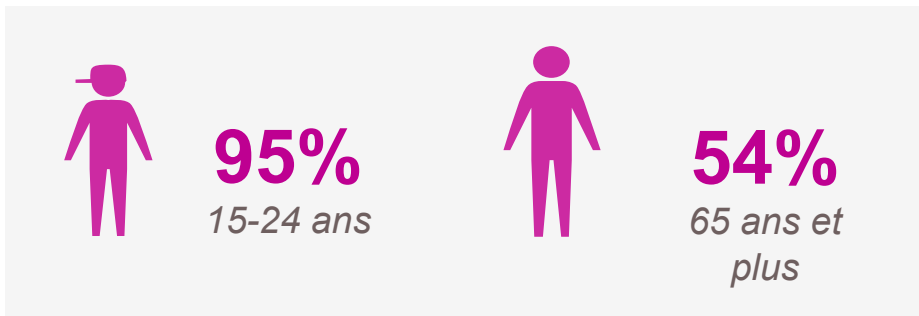


## La vidéo : un contenu fédérateur

La vidéo est un format qui rassemble les internautes, les écrans numériques sont très utilisés notamment par les cibles plus jeunes.

# 70%

des internautes consomment de la vidéo sur un écran numérique

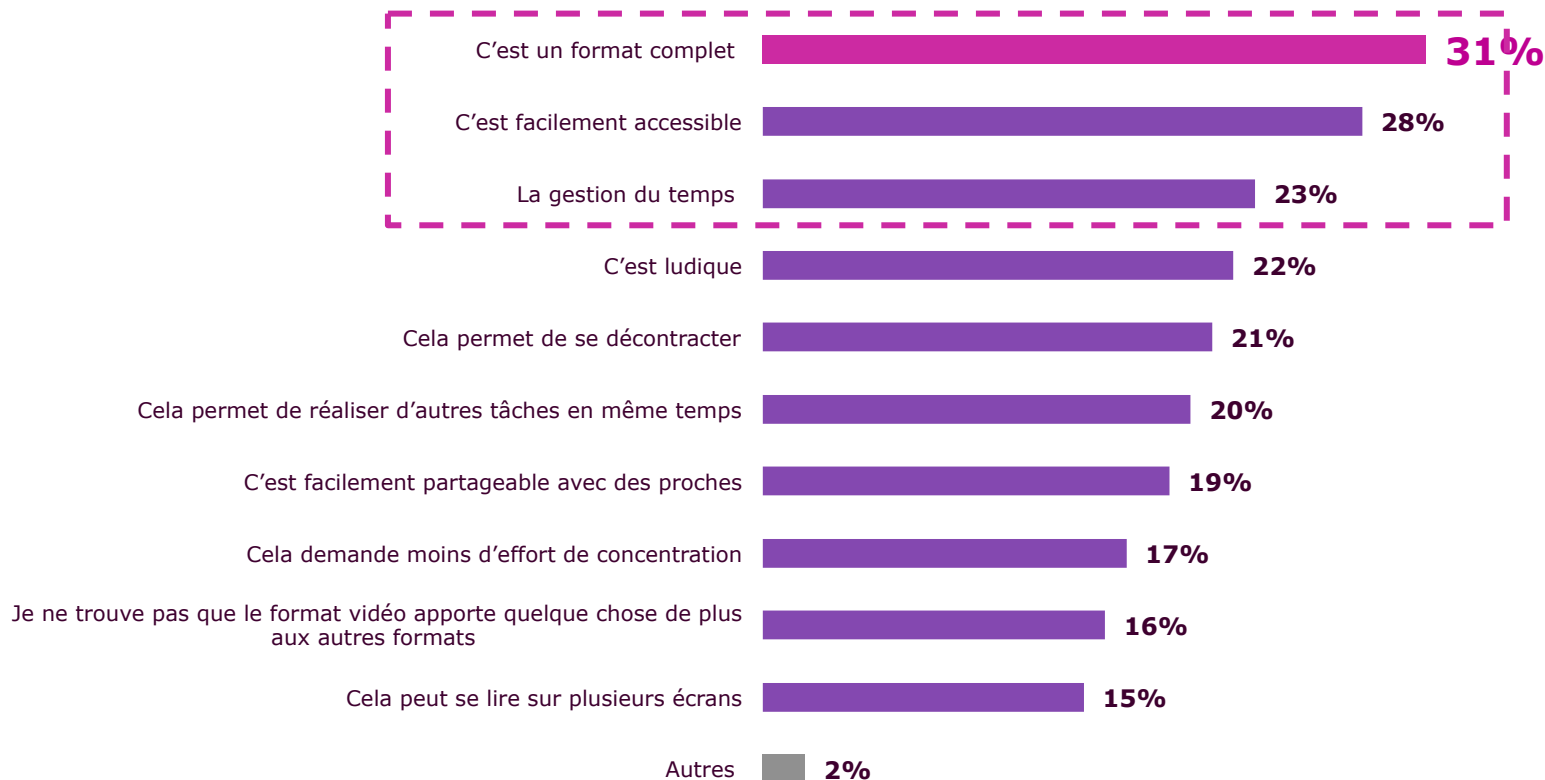


# 37%

Regardent des vidéos sur au moins un écran numérique Tous les jours ou presque

## Complète, accessible et modulable : la vidéo le format idéal ?

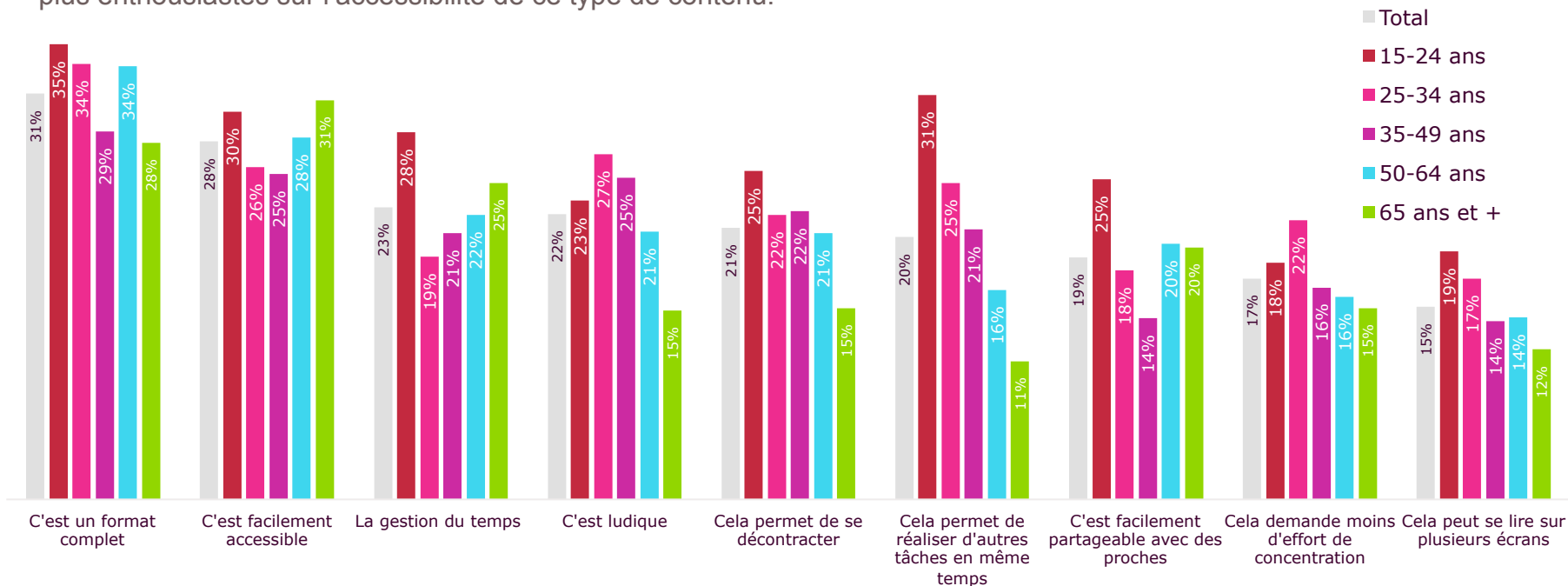
Selon les vidéonautes, le format vidéo est avant tout complet par rapport aux autres formats, mais également facilement accessible et qui permet de mieux gérer son temps.





## Influence par cible

La notion de multitasking est la 2ème citée par les 15-24 ans comme apport de la vidéo. Les plus âgés sont plus enthousiastes sur l'accessibilité de ce type de contenu.



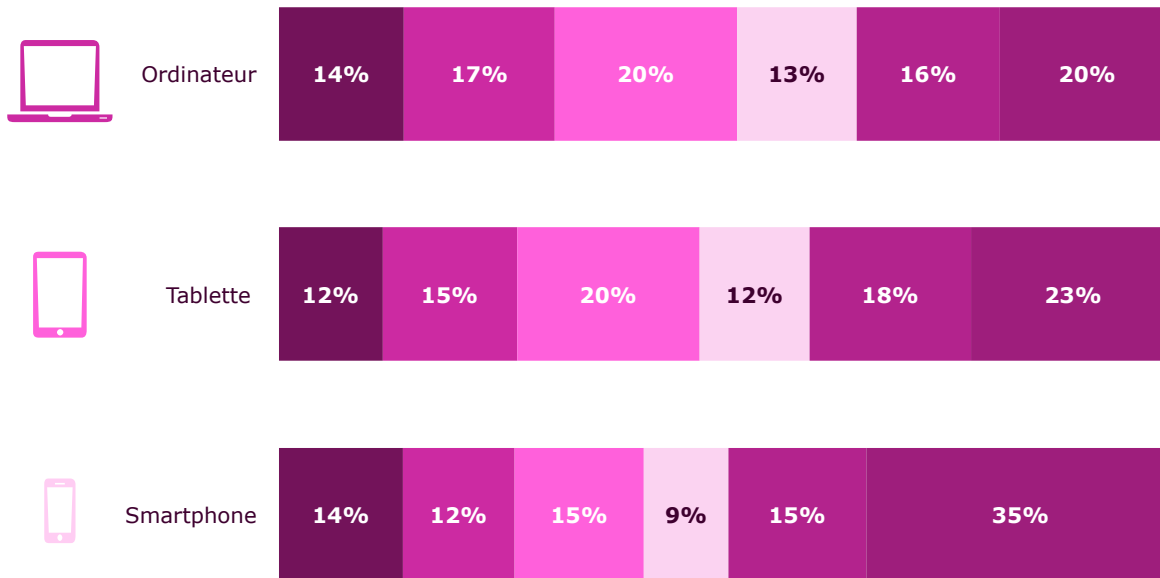
► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels que vous aimez ?

## Selon l'écran une fréquence de consommation différente

Le téléviseur premier écran utilisé est aussi le plus récurrent. Le smartphone est utilisé de façon plus occasionnelle pour consommer la vidéo.

■ Plusieurs fois par jour ■ Tous les jours ou presque ■ 1 à 2 fois par semaine ■ 1 à 3 fois par mois ■ Moins souvent ■ Jamais



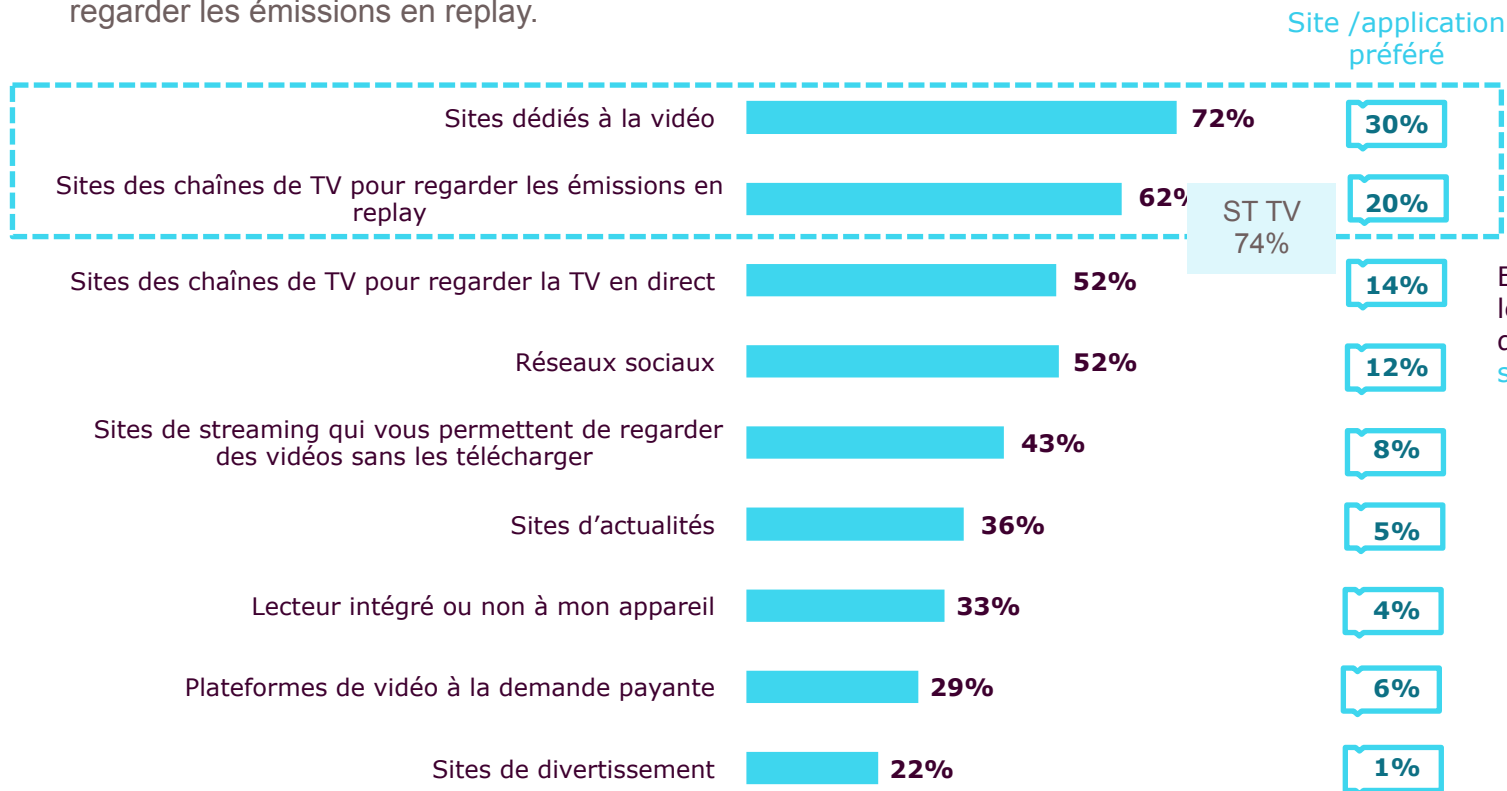
2

Ecran X Contenu X Support



## Types de sites supports consultés sur ordinateur

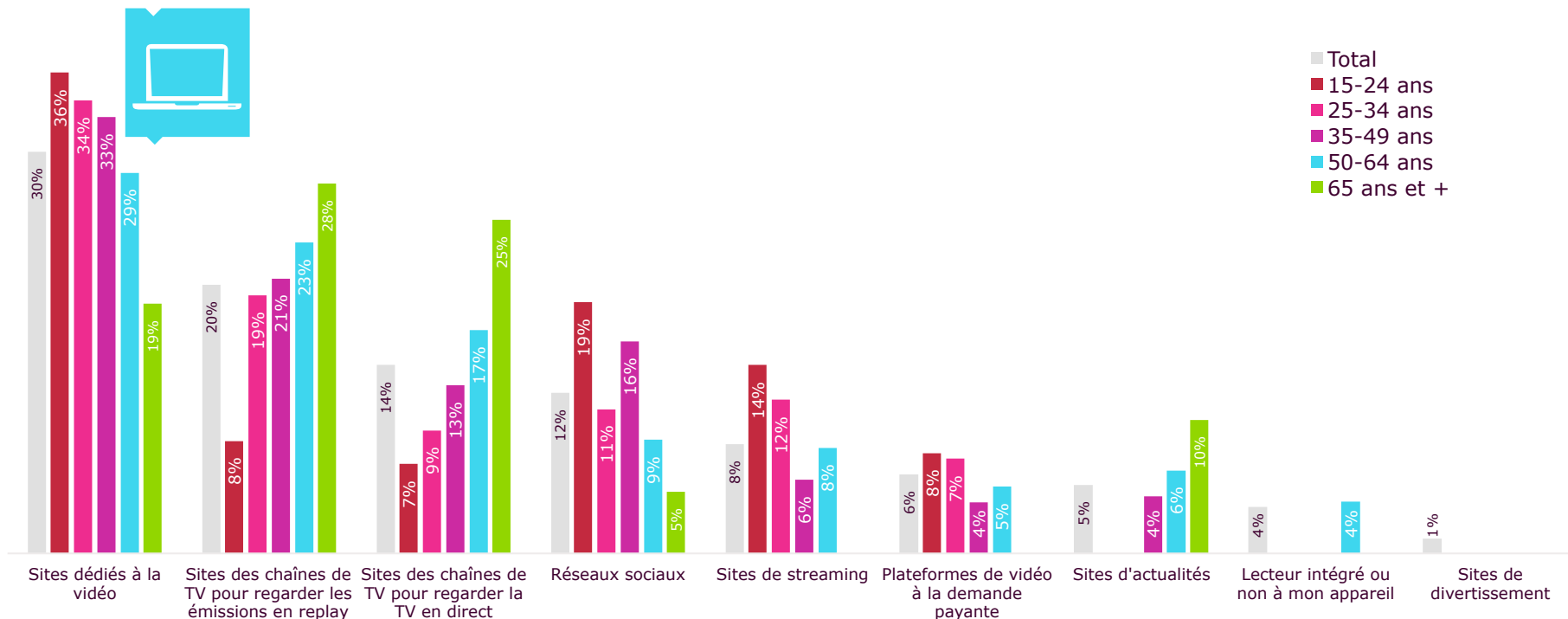
Les vidéos sur ordinateur sont principalement vues sur les sites dédiés à la vidéo, et les sites pour regarder les émissions en replay.



En moyenne, sur ordinateur les internautes regardent des vidéos sur 4 types de supports

## Types de supports préférés par âge

Si les 15-34 ans plébiscitent le support Sites de vidéos, les plus âgés affichent leur préférence pour les sites des chaînes de TV. Les plus jeunes favorisent également les réseaux sociaux et les sites de streaming.



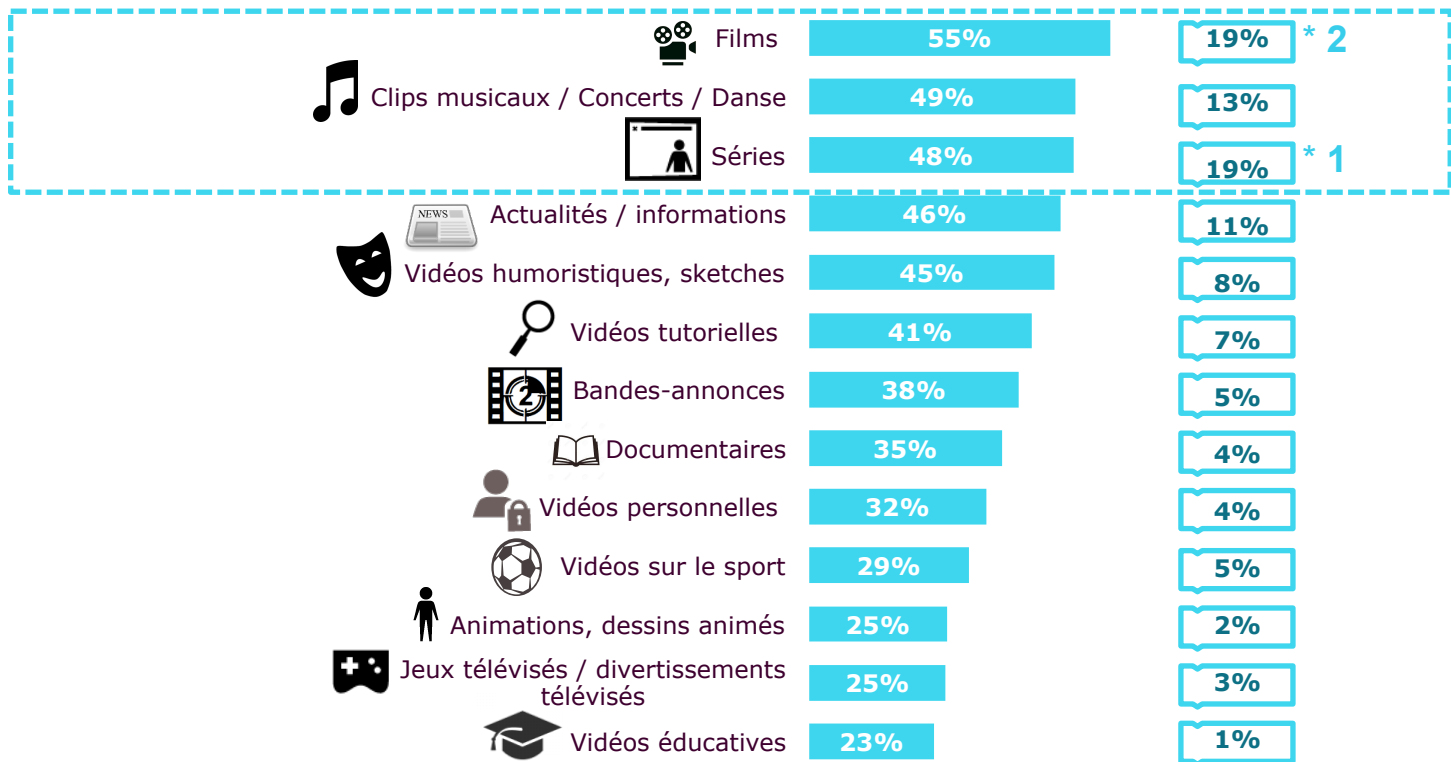
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur ordinateur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

# Types de contenus consultés

Les contenus préférés sur ordinateur sont les films et les séries, ce sont également les contenus les plus visionnés avec les clips musicaux.

Contenu préféré



En moyenne, sur ordinateur les internautes regardent 5 types de contenus en vidéo

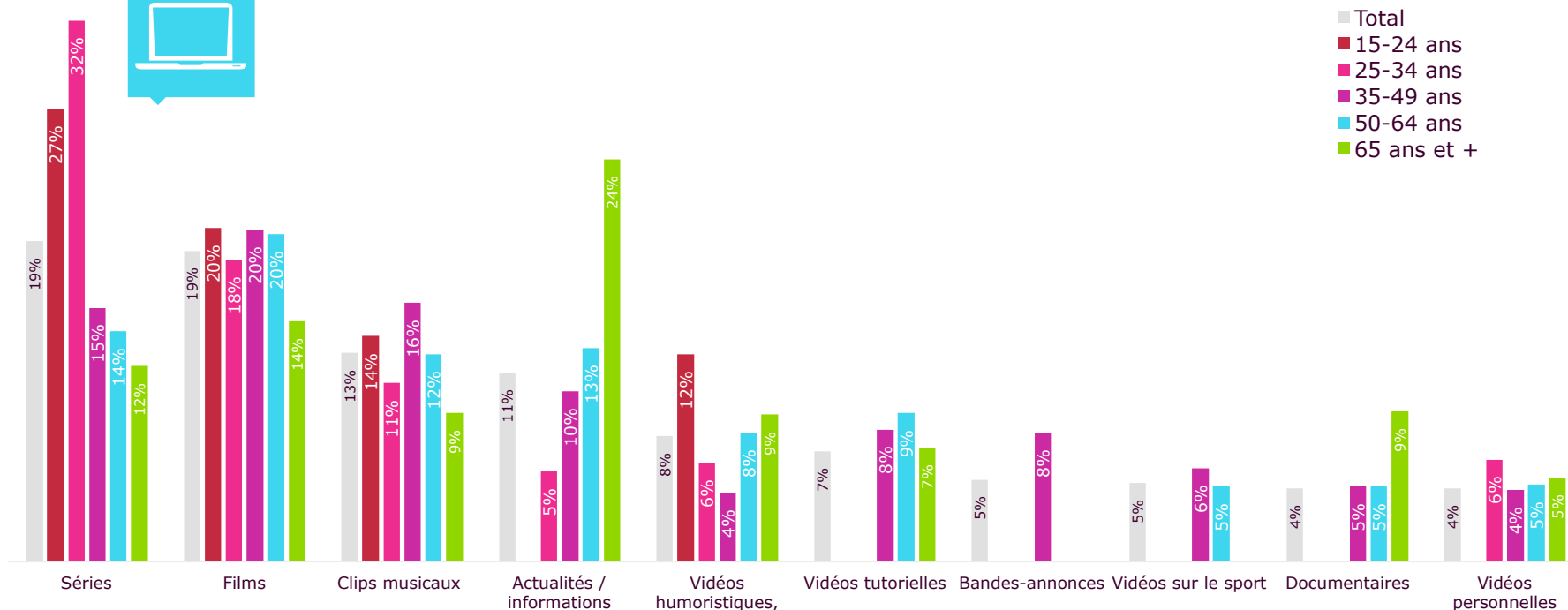
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur ordinateur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

\* Séries : 19,2%  
Films : 18,6%

## Types de contenus préférés par âge

Si les moins de 35 plébiscitent les films et les séries, les plus âgés ont une appétence plus marquée pour l'actualité et les documentaires.

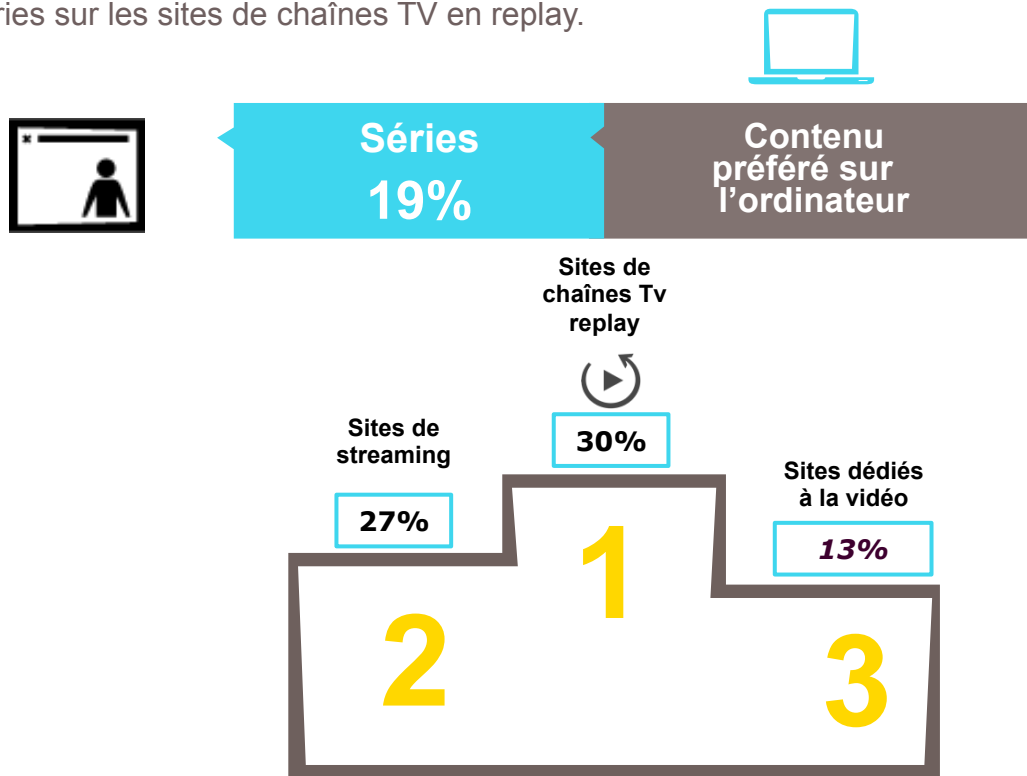


▶ Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

▶ Question : Sur ordinateur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

## Support du contenu préféré sur ordinateur

Près d'un tiers des vidéonautes équipés d'un ordinateur dont le contenu préféré sont les séries préfèrent visionner des séries sur les sites de chaînes TV en replay.



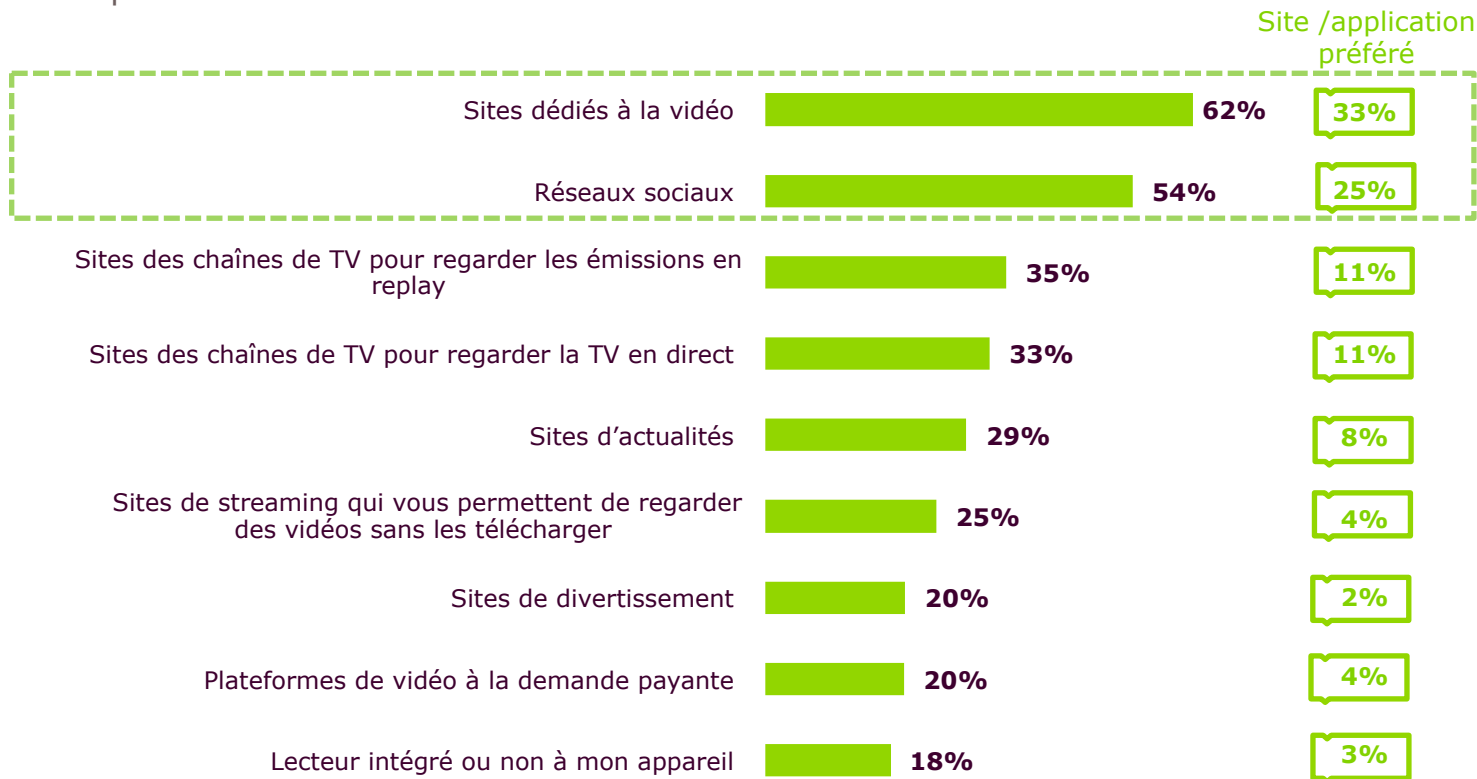
► Base : Internautes dont le contenu préféré sur ordinateur sont les séries

► Question : Sur téléviseur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?



## Types de sites supports consultés sur smartphone

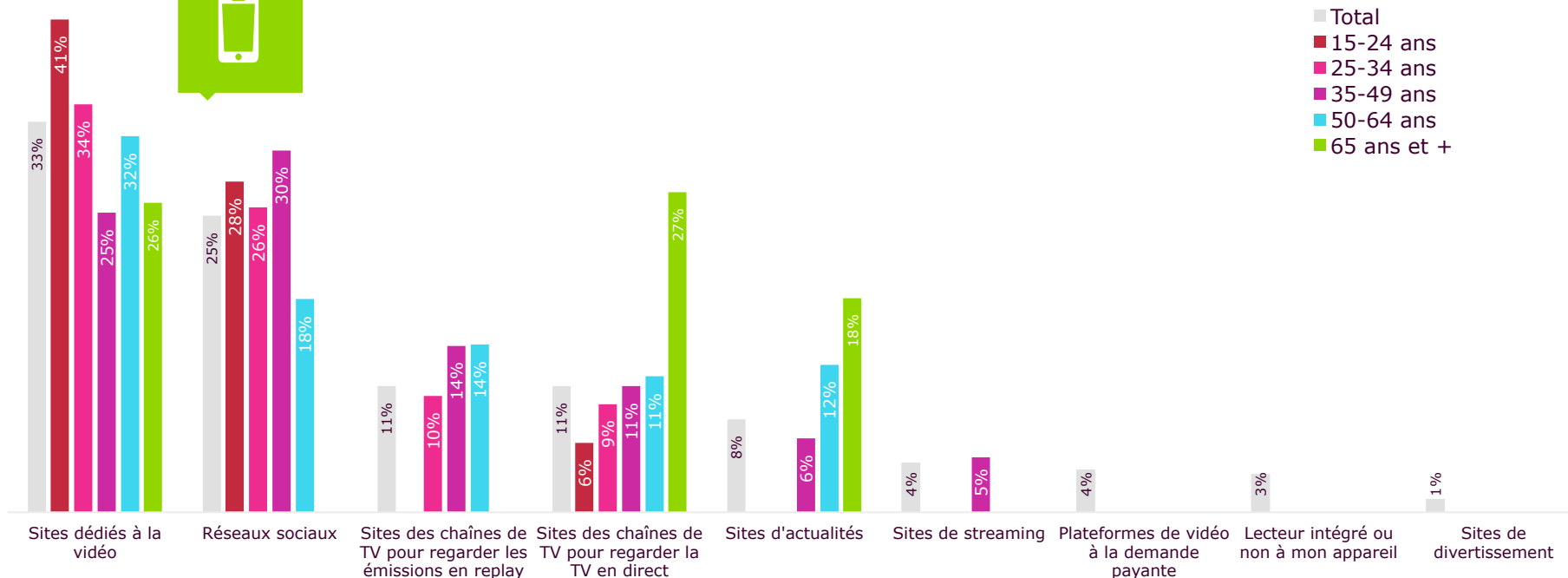
Les sites dédiés à la vidéo restent en 1<sup>er</sup> place sur smartphone et le support préféré. Plus de la moitié des répondants visionnent des vidéos sur les réseaux sociaux.



En moyenne, sur smartphone les internautes regardent des vidéos sur 3 types de supports

## Types de supports préférés par âge

La préférence des 15-24 ans est portée sur les sites de vidéos sur mobile. Les plus de 65 ans ont une consommation atypique avec une préférence pour les applications des chaînes pour le direct et les sites d'actualité



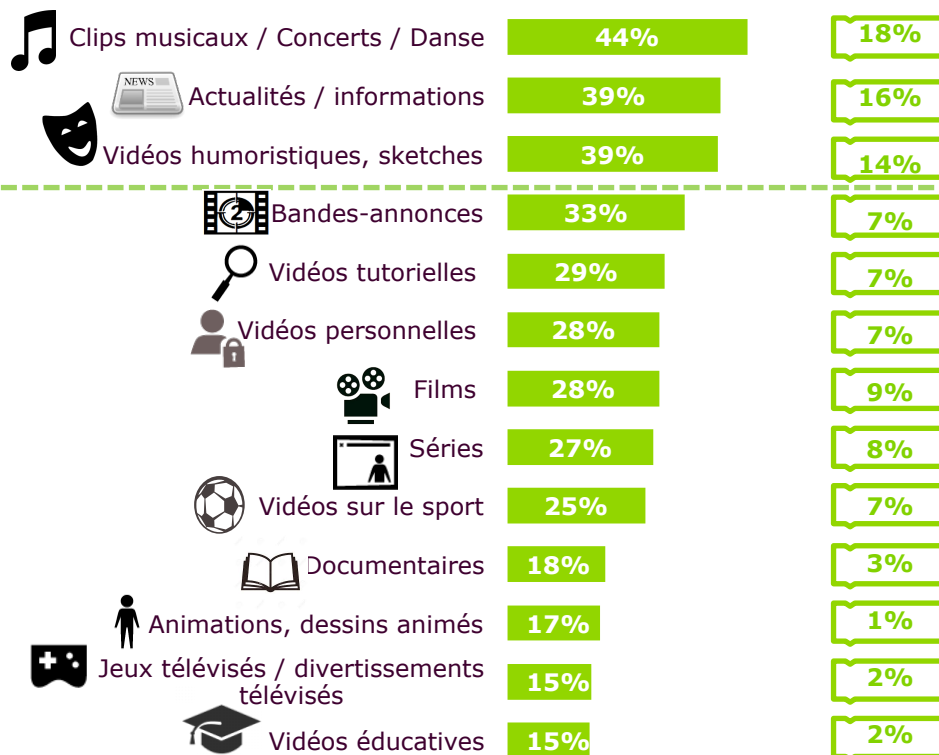
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur smartphone N=1052

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre smartphone ? Et votre site ou application préféré ?

## Types de contenus consultés sur chacun des sites supports

Les contenus les plus visionnés sur smartphone sont les clips musicaux et sont les contenus préférés, suivi de l'actualité (16%) et des vidéos humoristiques (14%).

Contenu préféré



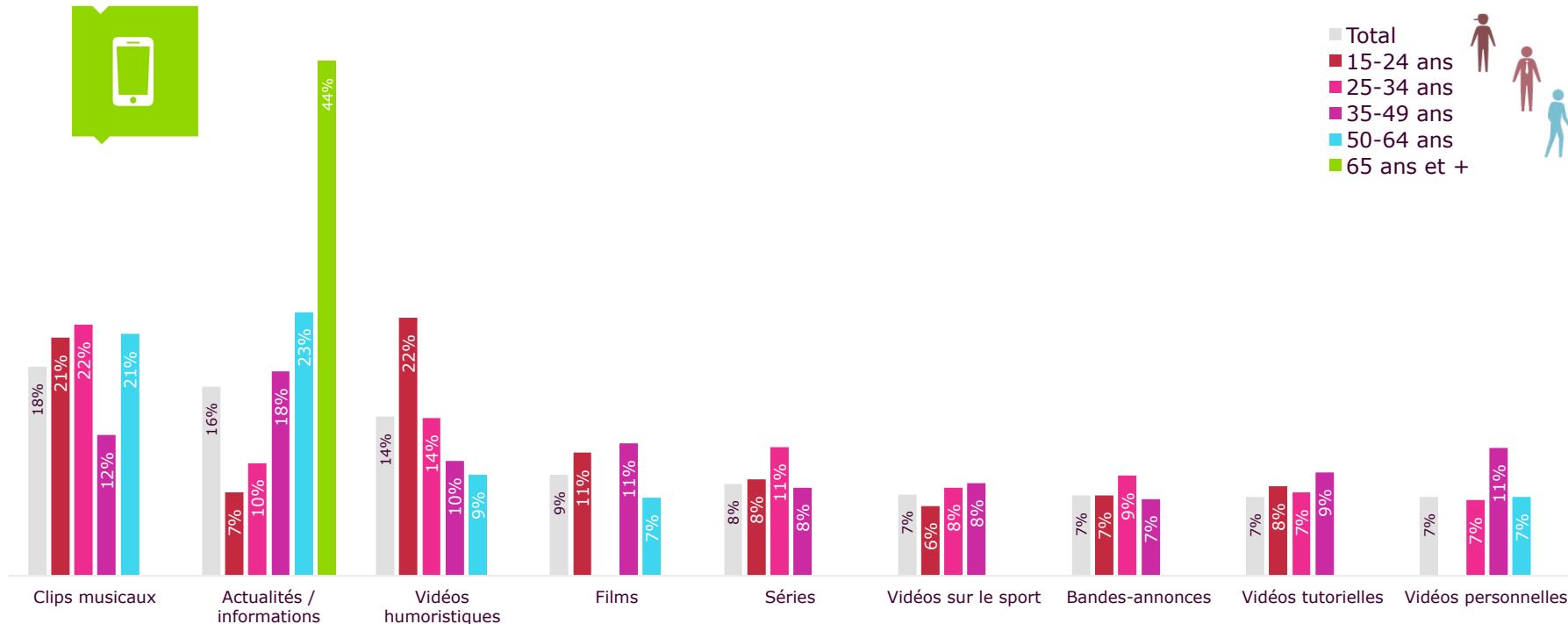
En moyenne, sur smartphone les internautes regardent en 4 types de contenus en vidéo

► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur smartphone N=1052

► Question : Sur smartphone, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

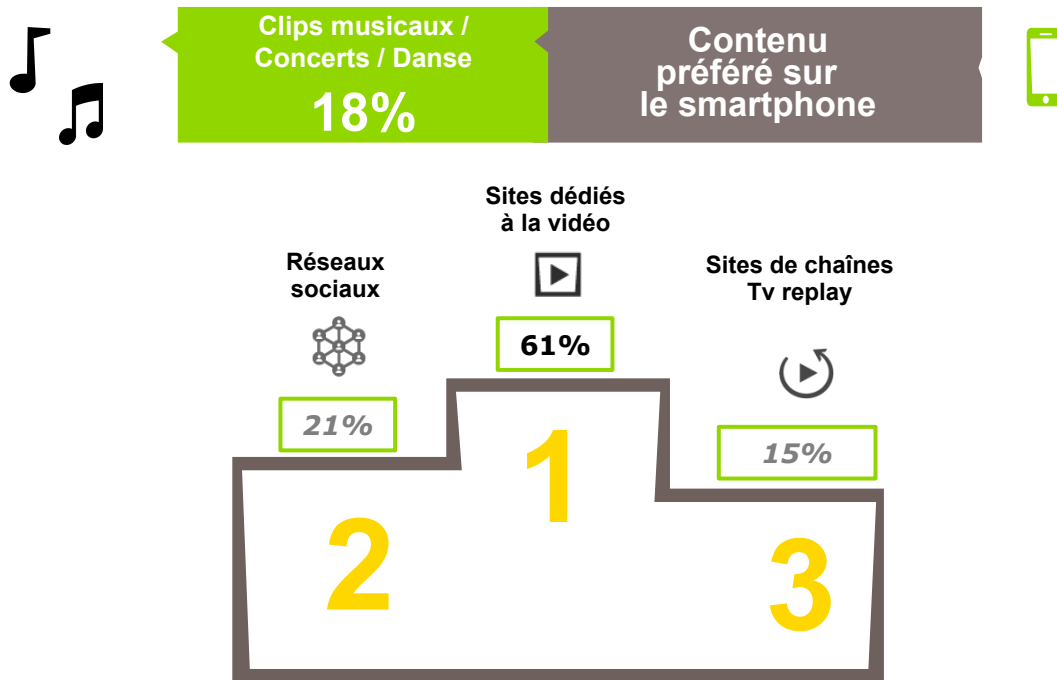
## Types de contenus préférés par âge

Sur smartphone les plus jeunes se distinguent par une préférence marquée pour les vidéos humoristiques, les plus de 65 ans conservent comme sur ordinateur une appétence pour les vidéos sur l'actualité.



## Support du contenu préféré sur smartphone

Plus de la moitié des vidéonautes, dont le contenu vidéo préféré sur smartphone sont les clips, préfère les regarder sur des sites dédiés à la vidéo.

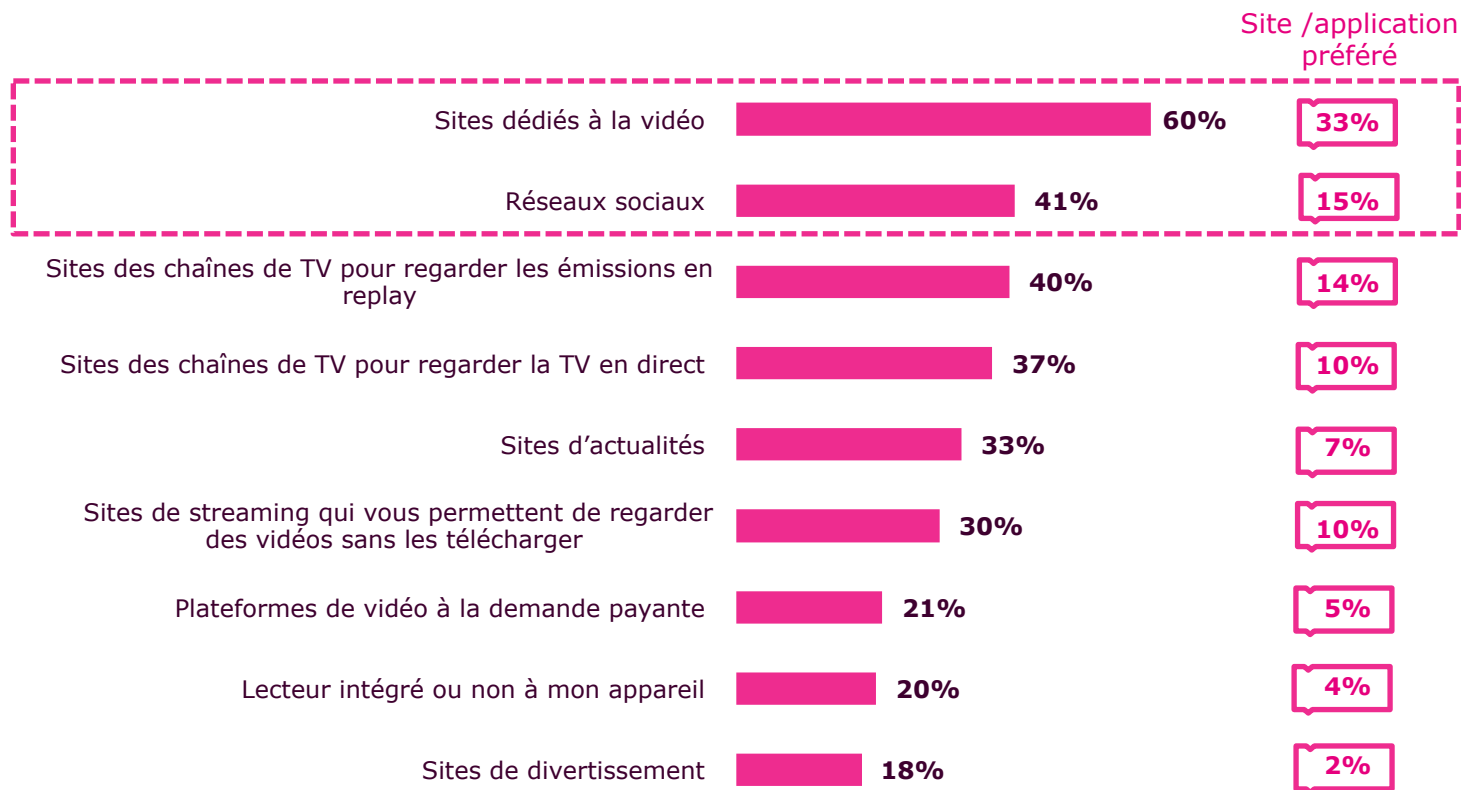


► Base : Internautes dont le contenu préféré sur mobile sont les clips

► Question : Sur téléviseur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

## Types de sites supports consultés sur tablette

6 personnes sur 10 visionnent les vidéos sur les sites tels que Youtube ou Dailymotion, c'est le support préféré des internautes, arrivent en 2<sup>nd</sup> position les réseaux sociaux.



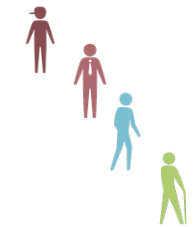
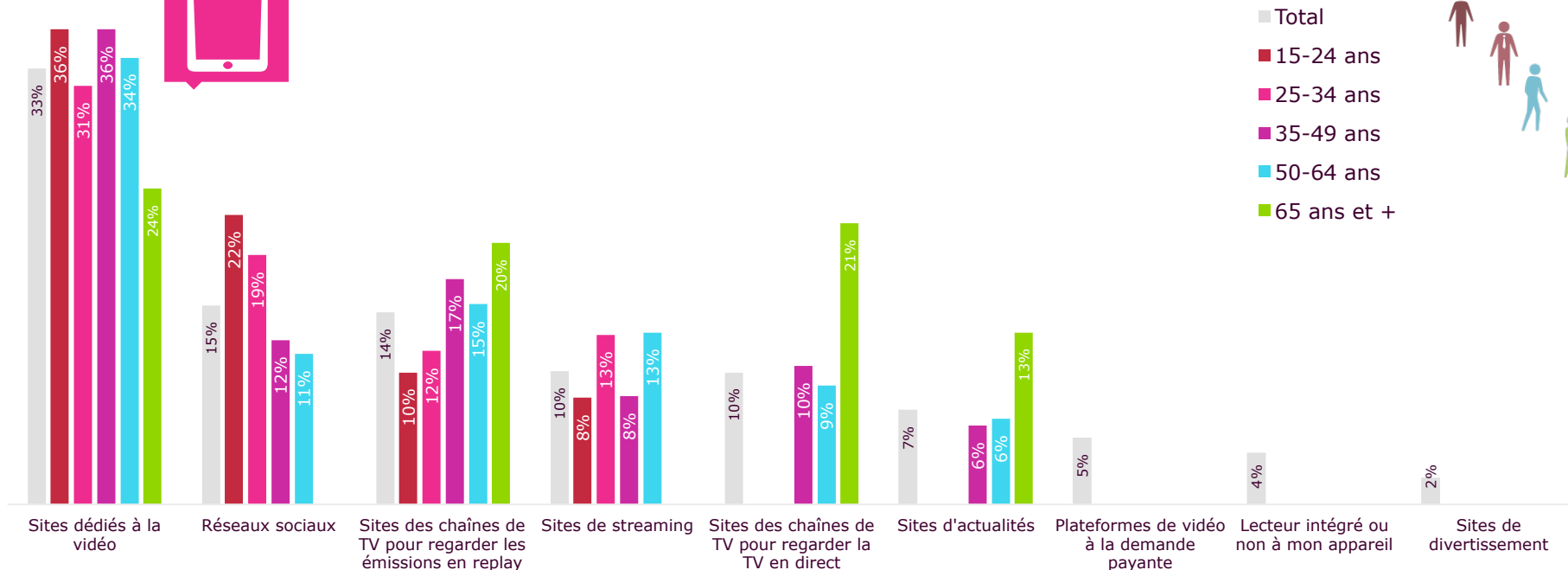
En moyenne, sur tablette les internautes regardent des vidéos sur 3 types supports

► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur tablette N=889

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre tablette ? Et votre site ou application préféré ?

# Types de supports préférés par âge

Sur tablette la préférence des supports est plus homogène selon les tranches d'âge. Les moins de 35 ans ont tout de même un engouement plus fort pour les réseaux sociaux.

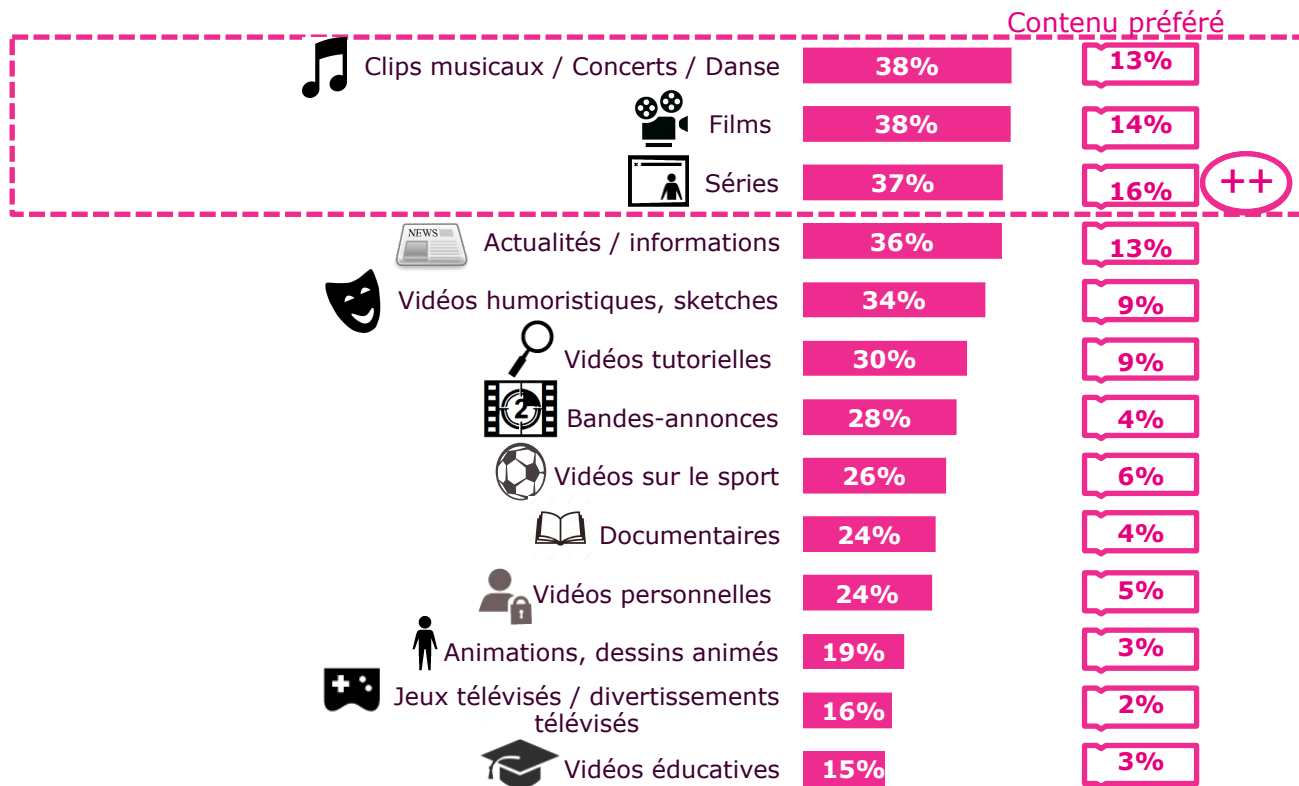


► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur tablette N=889

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre tablette ? Et votre site ou application préféré ?

## Types de contenus consultés sur chacun des sites supports

Les séries sont les contenus préférés des internautes, mais les clips musicaux sont les contenus les plus regardés, au même niveau que les films ( 38%).



En moyenne, sur tablette les internautes regardent 4 types de contenus en vidéo

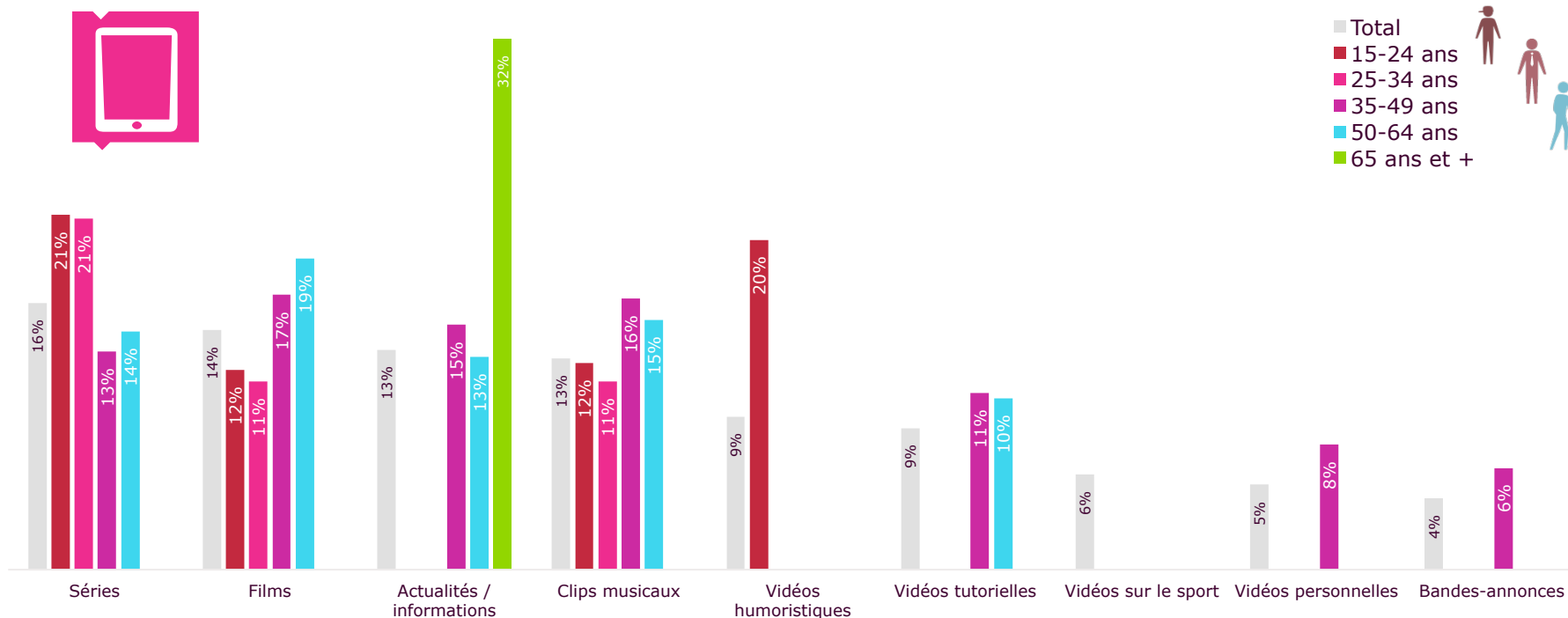
► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur tablette N=889

► Question : Sur tablette, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?



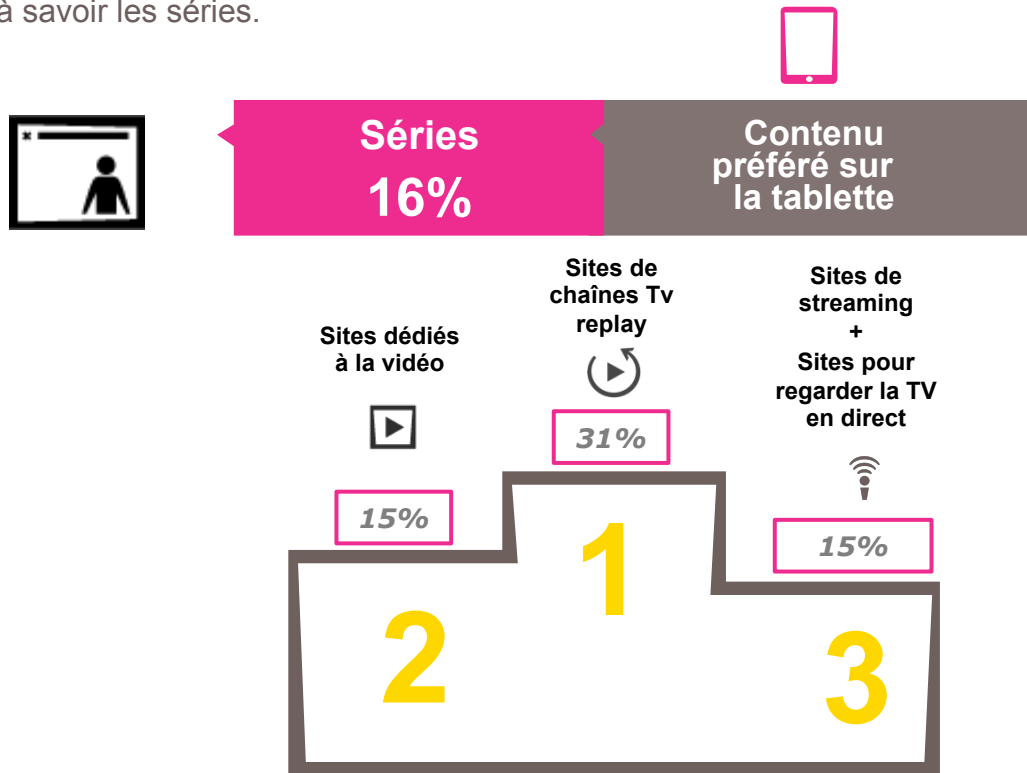
## Types de contenus préférés par âge

Sur tablette les séries emportent l'adhésion des moins de 35 ans. Comme sur les 2 autres écrans numériques l'actualité est l'apanage des plus de 65 ans. Les 35-49 ans ont des préférences plus diversifiées.



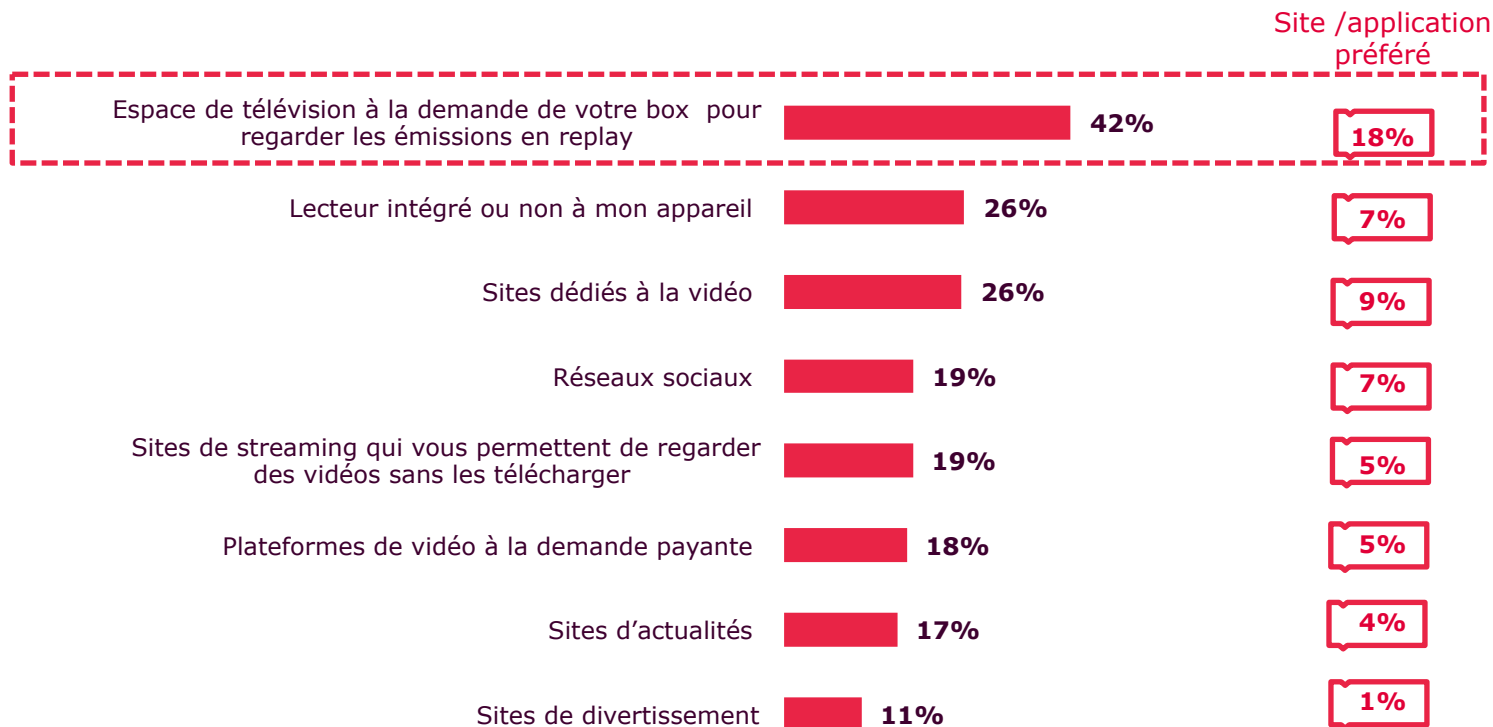
## Support du contenu préféré sur tablette

Les sites de chaînes TV en replay sont le support préféré des vidéonautes, sur tablette pour regarder leur contenu préféré à savoir les séries.



# Types de sites supports consultés sur téléviseur

Sur téléviseur les services connectés sont principalement portés par le replay

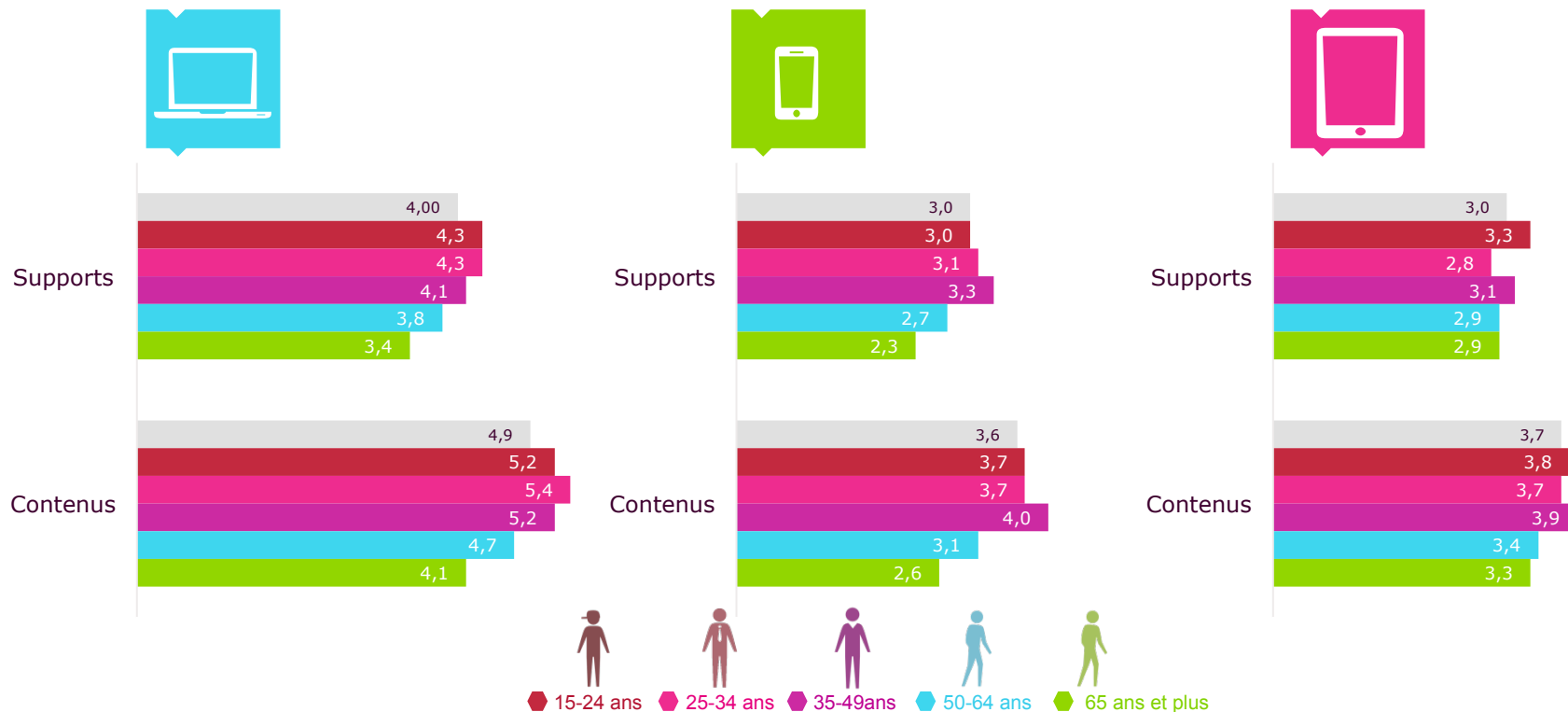


► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur téléviseur N=1670

► Question : Sur quels sites ou quelles applications regardez-vous des vidéos ou des contenus télévisuels sur votre téléviseur? Et votre site ou application préféré ?

# Nombre moyen de supports et contenu par âge

Les moins de 35 ans ont une consommation plus diversifiée que se soit en termes de contenus ou de supports utilisés



► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur ordinateur N=1559

► Question : Sur ordinateur, quels types de contenus regardez-vous parmi les suivants ? Et votre contenu préféré ?

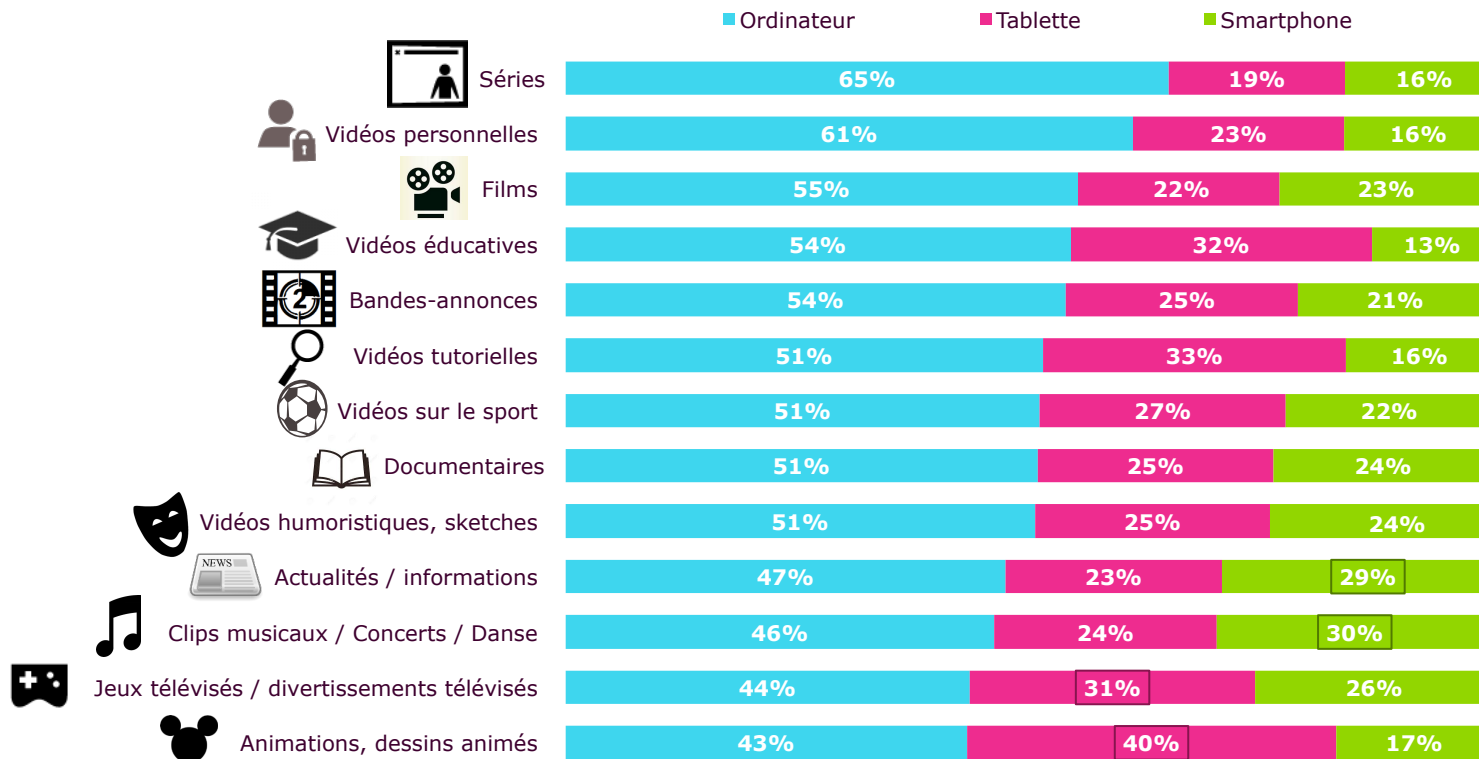
# 3

## Parcours avant une vidéo



# Le téléviseur écran le plus adapté pour le contenu vidéo

Parmi les 3 écrans digitaux c'est l'ordinateur qui est le plus adapté pour une majorité de contenus



► Base : A vu des vidéos et pas exclusivement des vidéos personnelles N=1877

► Question : Selon vous pour les types de vidéos ou des contenus télévisuels suivants, quel écran est le plus adapté ?

## Ecran le plus adapté par contenu par cible

Selon l'âge les internautes ont des appréciations diverses des écrans les plus adaptés pour tel ou tel contenu.

15-24  
ans

25-34  
ans

35-49  
ans

50-64  
ans

65 ans  
et +

Séries	Séries	Séries	Vidéos personnelles	Séries
Films	Vidéos personnelles	Vidéos personnelles	Documentaires	Films
Documentaires	Films	Bandes-annonces	Actualités	Vidéos personnelles

Actualités	Actualités	Films	Musique	Musique
Humour	Documentaires	Divertissement	Films	Actualités
Musique	Musique	Musique	Divertissement	Sport

Dessins animés	Animations	Dessins animés	Dessins animés	Dessins animés
Vidéos éducatives	Tutoriels	Tutoriels	Tutoriels	Divertissement
Divertissement	Vidéos éducatives	Vidéos éducatives	Vidéos éducatives	Tutoriels

**Par écran : Contenus pour lesquels l'écran dispose du plus fort taux « d'écran le plus adapté »**

# L'ordinateur plébiscité pour l'ergonomie, mobile et tablette pour la mobilité

L'ordinateur est favorisé pour son utilisation pratique. Pour la tablette et le smartphone, les raisons principales d'utilisation sont identiques : ils sollicités en majorité pour leur usage en mobilité.



Il est facile d'utilisation/  
pratique

45%



Il permet un usage en  
mobilité

62%



Il permet un usage en  
mobilité

66%

Il permet un accès facile aux  
contenus TV ou vidéos

40%

Il est facile d'utilisation/  
pratique

50%

Il est facile d'utilisation/  
pratique

47%

La taille de l'écran me  
convient

34%

C'est l'écran que j'ai le plus  
facilement à disposition

33%

C'est l'écran que j'ai le plus  
facilement à disposition

34%



## Publicité et impossibilités matérielles freinent les usages

Parmi les freins perçus pour l'usage de l'ordinateur, l'habitude et les publicités sont les deux freins majeurs. Pour la tablette et le smartphone, les freins à l'usage de ces écrans sont les mêmes, l'habitude, la difficulté de regarder des vidéos à plusieurs et la consommation de batterie.



48%

Je n'ai pas l'habitude de regarder des vidéos sur cet écran



50%

Je n'ai pas l'habitude de regarder des vidéos sur cet écran



56%

Je n'ai pas l'habitude de regarder des vidéos sur cet écran

27%

Il est difficile de regarder des vidéos à plusieurs sur cet écran

33%

Regarder des vidéos consomme trop de batterie

44%

Il est difficile de regarder des vidéos à plusieurs sur cet écran

26%

Les publicités sont trop présentes

31%

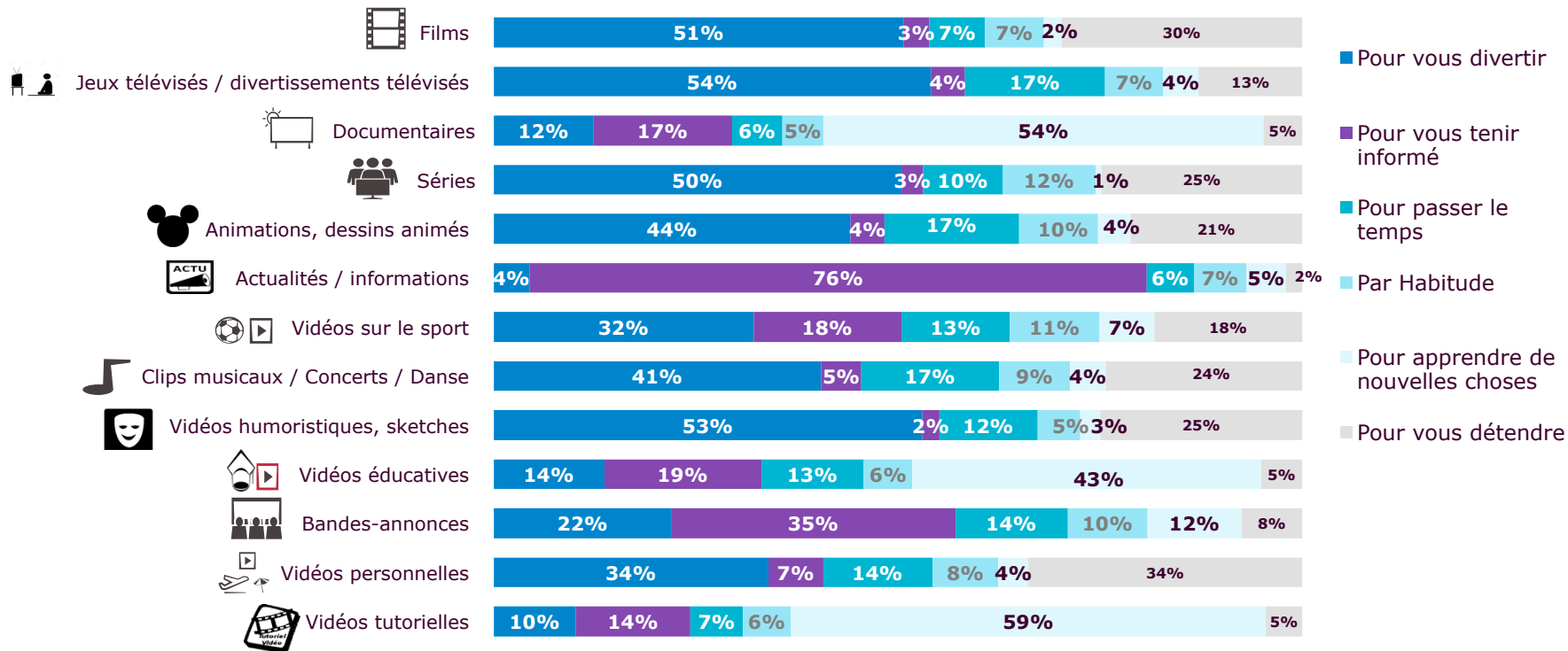
Il est difficile de regarder des vidéos à plusieurs sur cet écran

26%

Regarder des vidéos consomme trop de batterie

## Des approches différentes selon les contenus

Si le divertissement est la motivation principale à consommer 8 contenus sur 13, certains présentent des originalités dues à leur valeur intrinsèque (actualités, pédagogie,...)



► Base : regarde des vidéos ou la télévision sur au moins un des écrans de haut en bas N=1481; N=769; N=1013; N=1250; N=591; N=1170; N=619; N=983; N=902; N=457; N=754; N=671; N=801

► Question : Lorsque vous regardez les types de vidéos ou les contenus télévisuels suivants c'est plutôt... ?

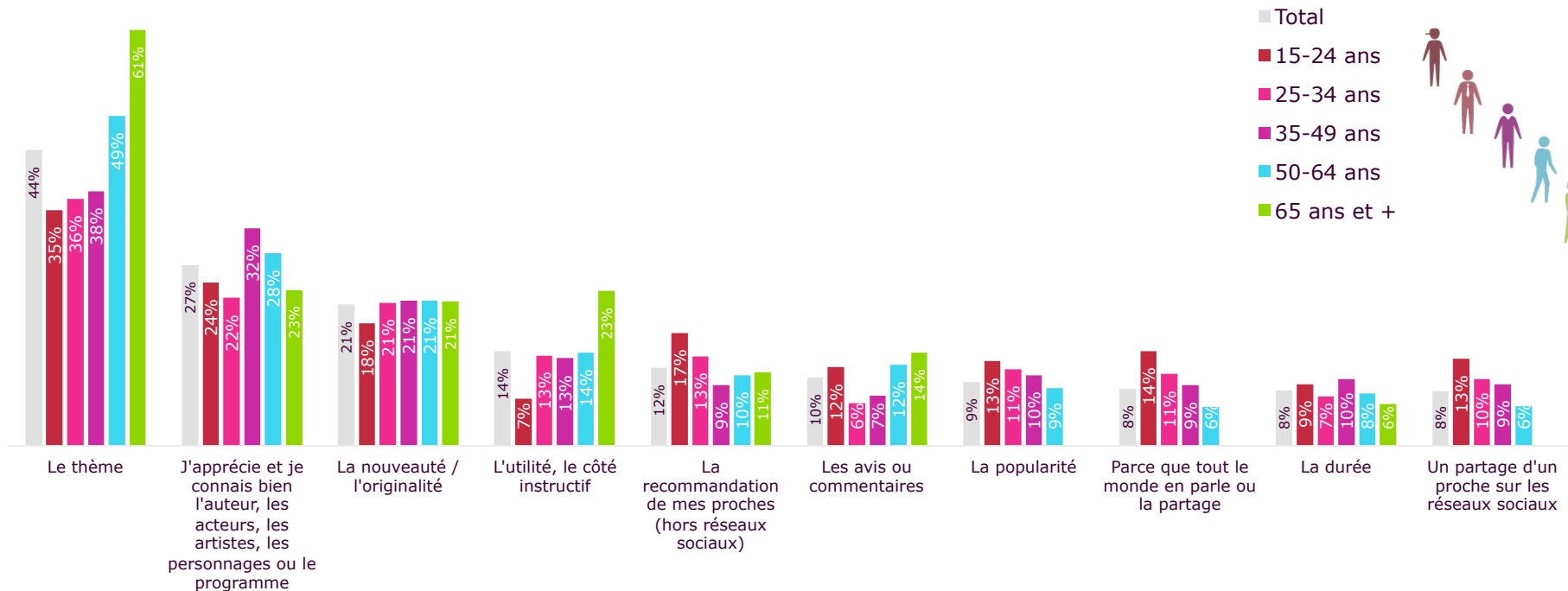
## La composition du contenu principal moteur de la consommation

Parmi les éléments les plus influents pour choisir une vidéo, le thème et les éléments liés à la composition du contenu sont les plus favorisés.



## Eléments incitateurs par âge

Si les principaux éléments incitateurs sont les mêmes à tout âge, les plus jeunes sont beaucoup plus sensibles à la recommandation ou la viralité des contenus.



► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Quels sont les deux principaux éléments qui vous incitent à regarder une vidéo ou des contenus télévisuels ?

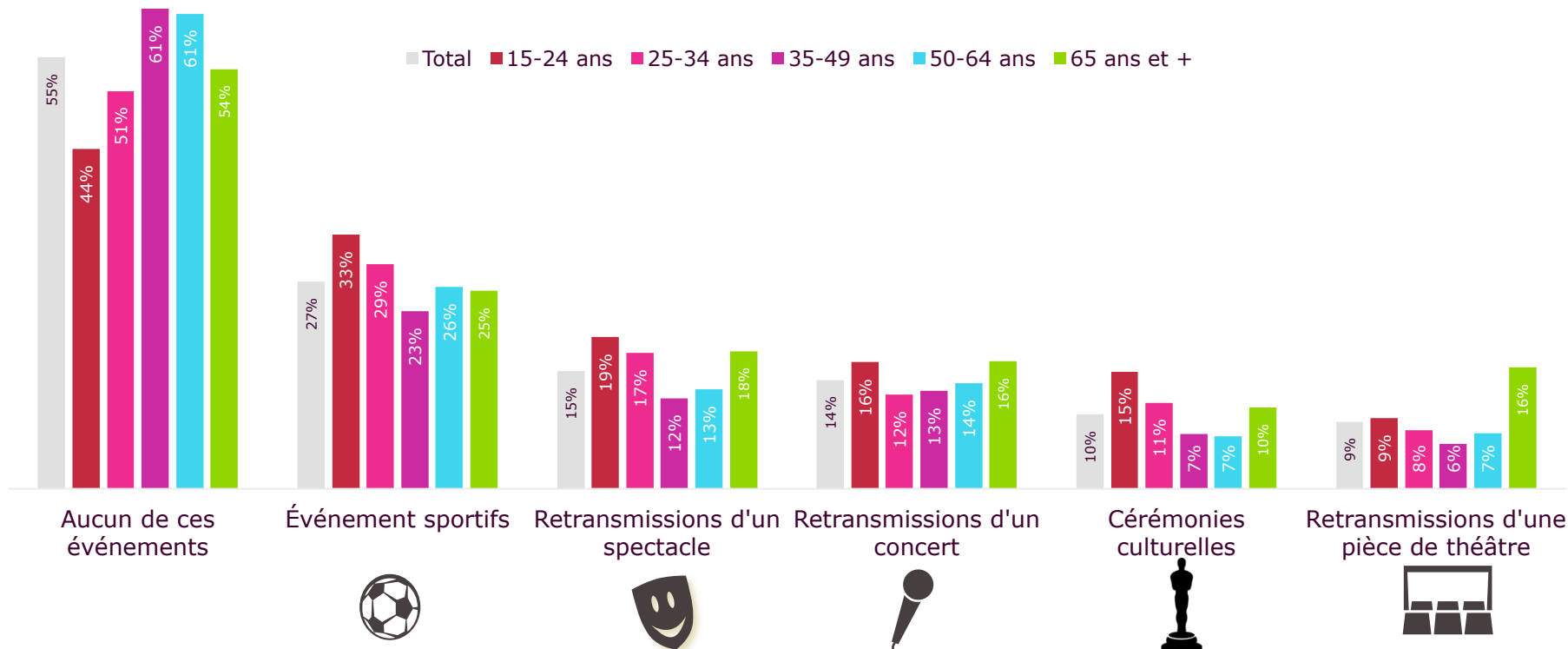
## Les événements en direct encore peu regardés sur Internet

Les événements sportifs sont les événements les plus suivis en direct sur Internet.



## Contenu « live » par cible

Pour toutes les catégories d'âge se sont les événements sportifs qui sont le plus suivis en live sur Internet. Les 15-24 ans sont les plus friands de cette pratique.



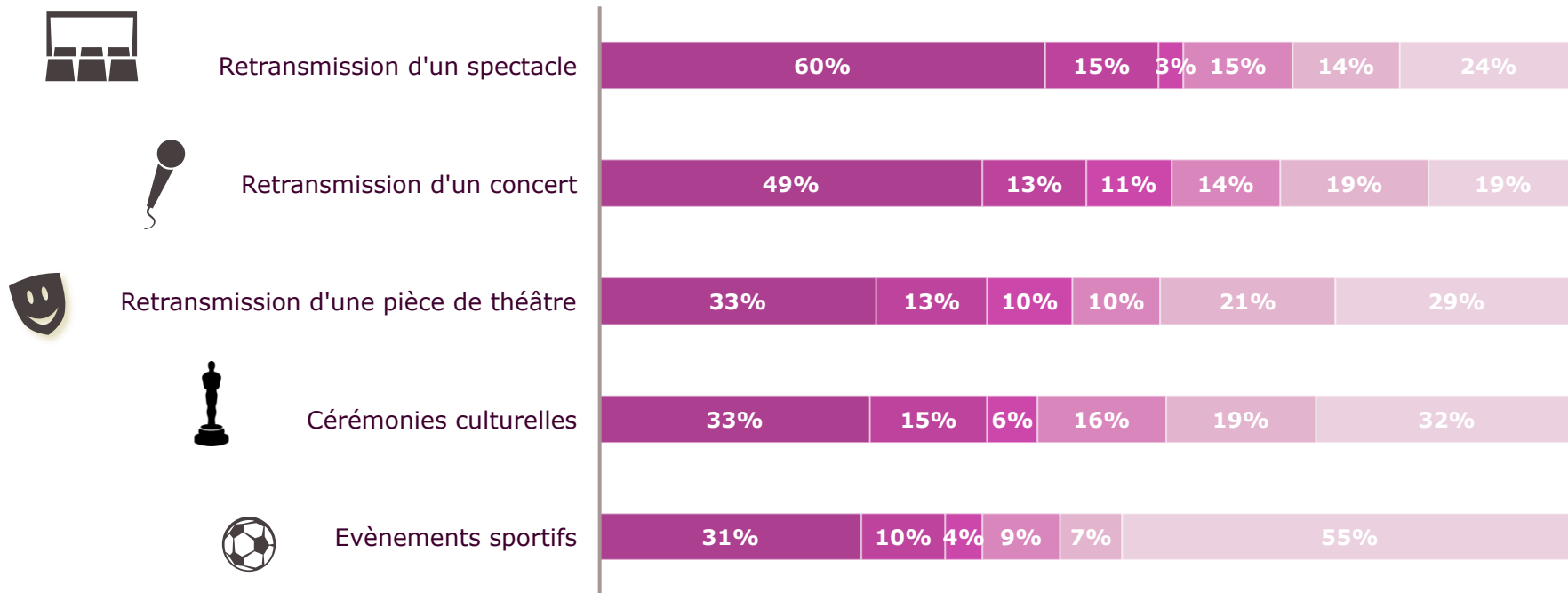
► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels que vous aimez ?

# YouTube principale plateforme de suivi d'événements sauf le sport

Youtube est la plateforme la plus sollicitée pour regarder des évènements en direct sur Internet.

■ Youtube ■ Dailymotion ■ Périscope ■ Facebook live ■ Sites culturels ■ Autres plateformes

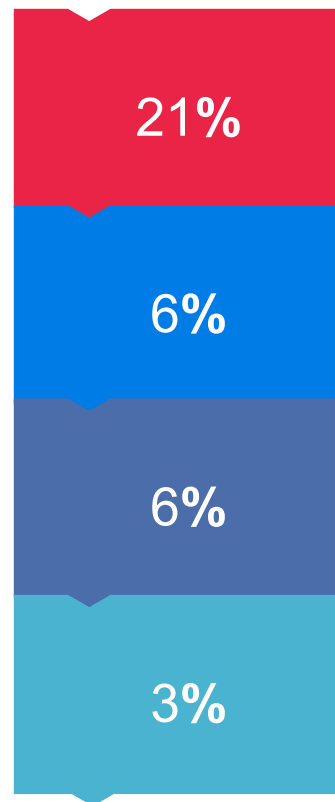


► Base : A déjà regardé un évènement sportif N= 502, a déjà regardé une retransmission d'un concert N=263, a déjà regardé une retransmission de pièce de théâtre N=160, a déjà regardé une retransmission d'un spectacle N=289, a déjà regardé des cérémonies culturelles N=180

► Question : Depuis quel site avez-vous regardé ces évènements en direct sur Internet ?

## Les plateformes sociales sont encore peu utilisées pour le direct

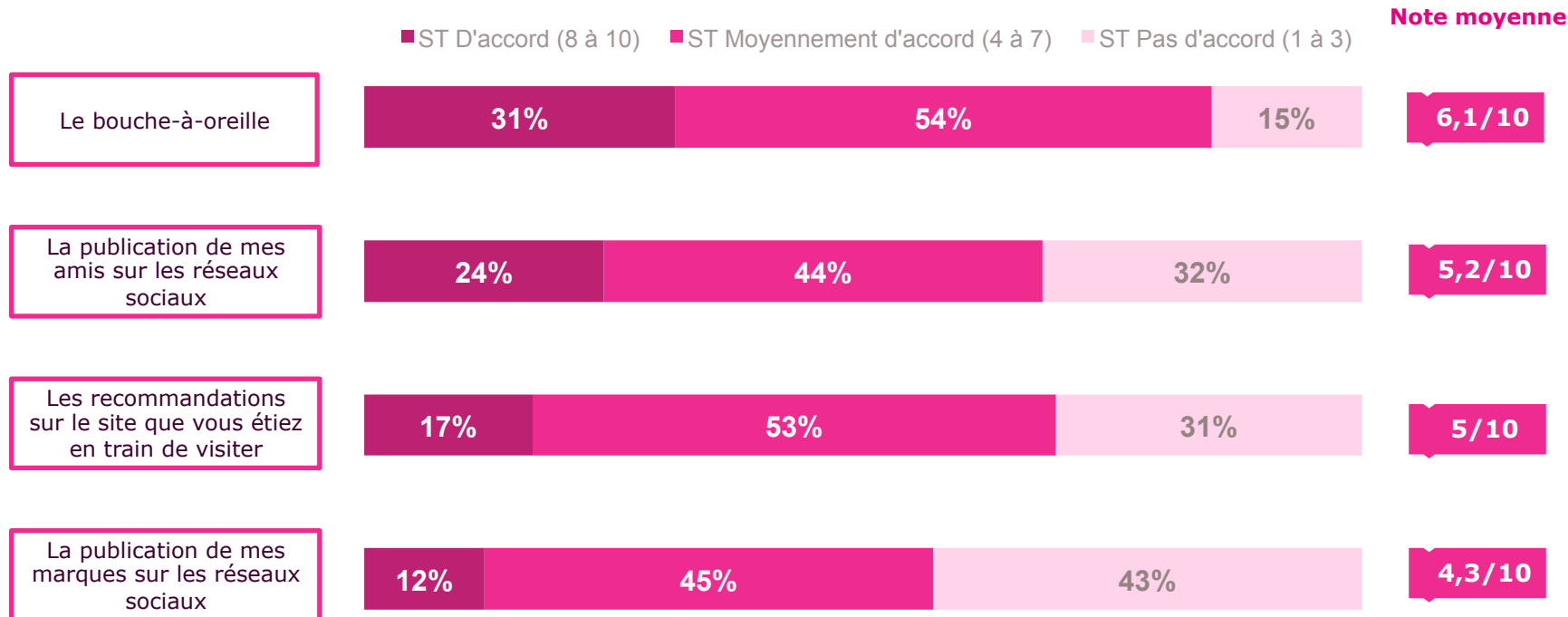
Youtube est la plateforme qui semble être privilégiée par le plus d'internautes pour regarder un évènement retransmis en direct sur internet.





## Pour découvrir des vidéos le bouche à oreille fonctionne...

Au global, les personnes ayant regardé une vidéo peu importe le support, sont moyennement d'accord avec les affirmations suivantes.

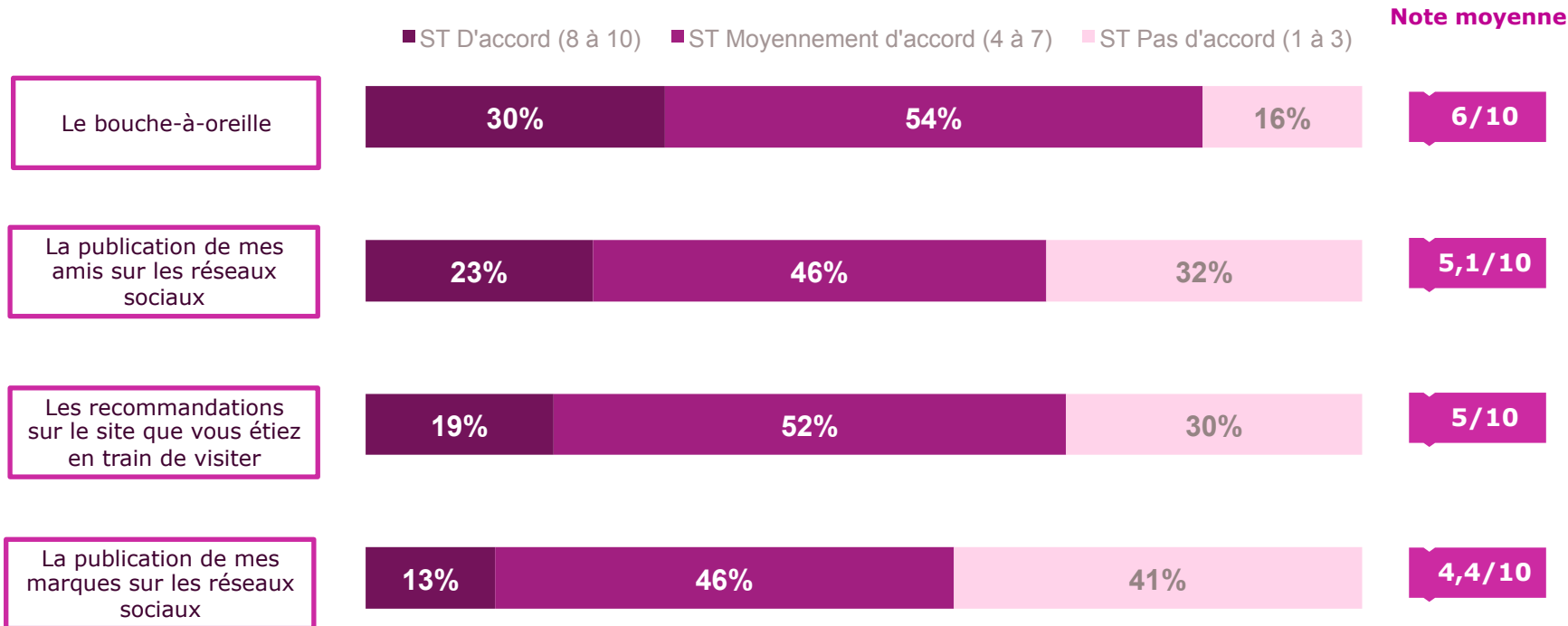


► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de découvrir de nouvelles vidéos ou des contenus télévisuels ?

## ... mais n'est pas gage d'appréciation systématique

Le bouche-à-oreille est l'élément majeur qui permet de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels selon ses goûts.

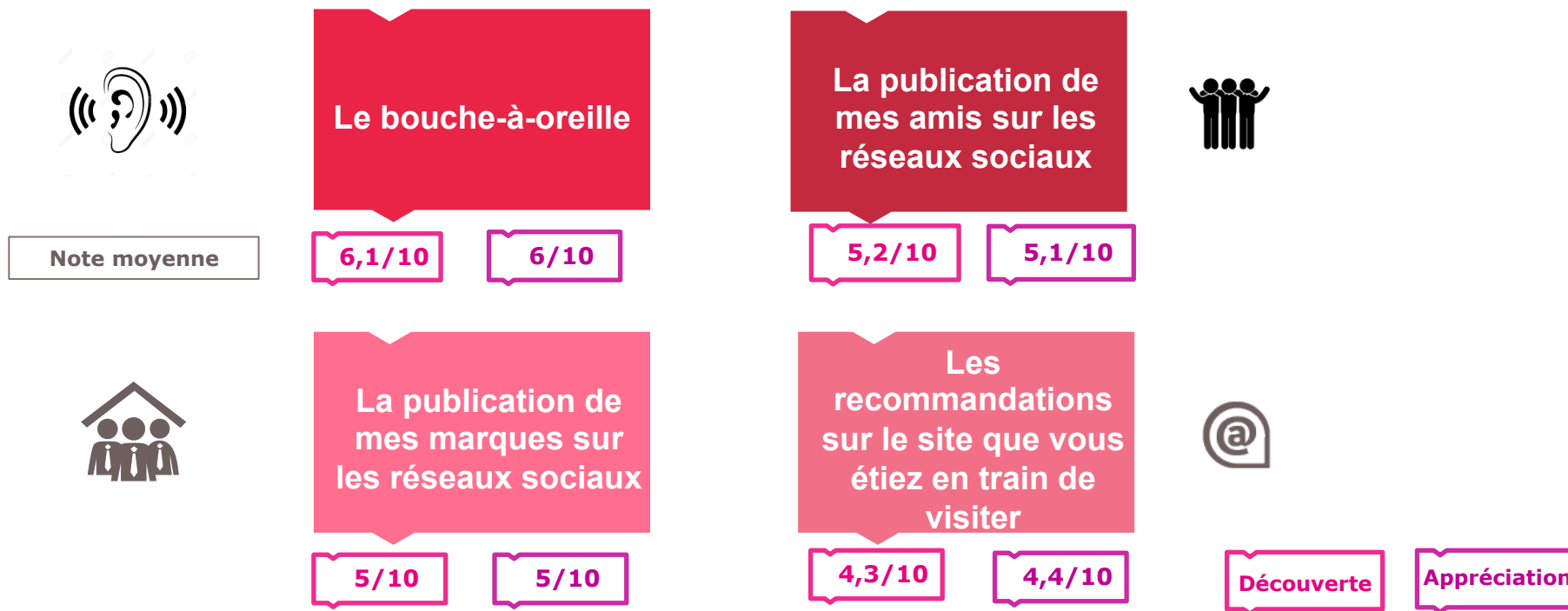


► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels que vous aimez ?

## La viralité des vidéos est portée par l'interaction des individus

Les éléments qui influencent la découverte de vidéos ou la découverte de vidéos adapté à ses goûts, ont des notes moyennes quasiment identiques.

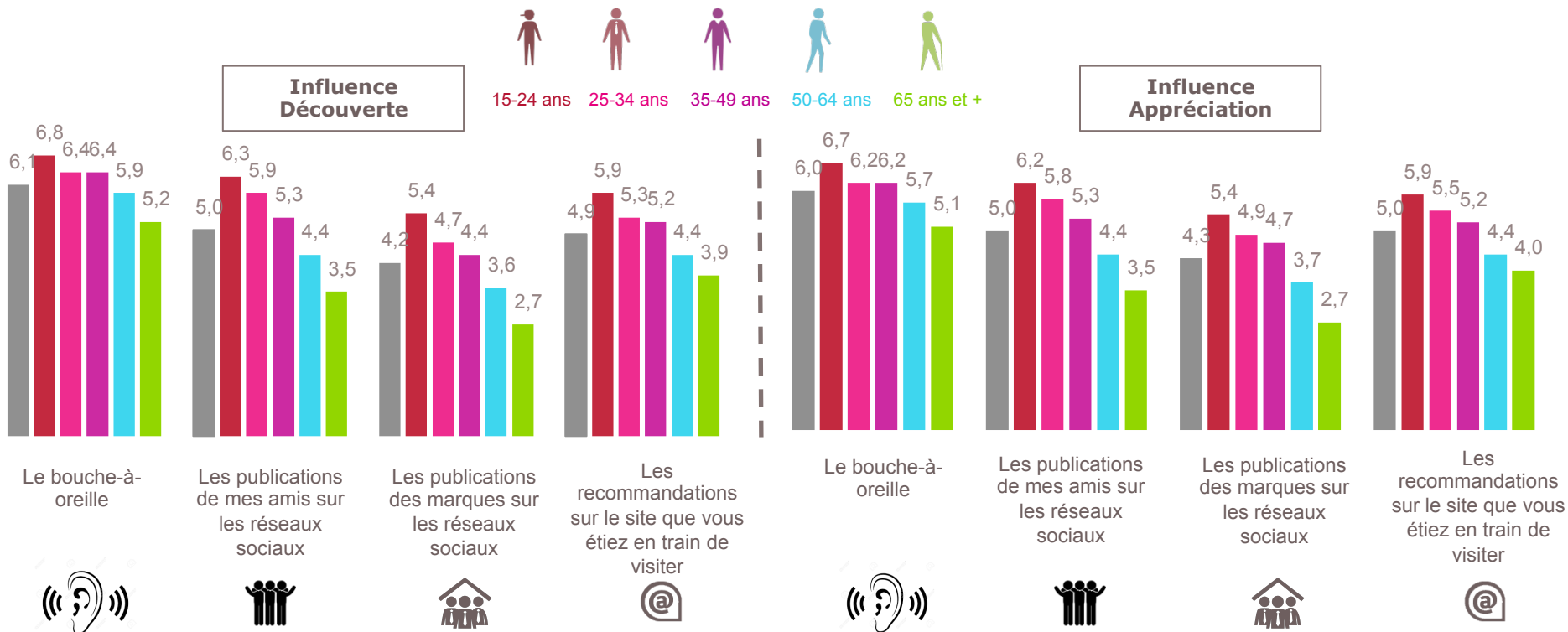


► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels que vous aimez ?

# Viralité par cible

Les 15-24 ans sont plus influencés par les recommandations notamment sur les réseaux sociaux



► Base : regarde au moins une vidéo peu importe le support N=1884

► Question : Sur une échelle de 1 à 10, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Les éléments suivants vous permettent-ils de trouver des vidéos ou des contenus télévisuels que vous aimez ?

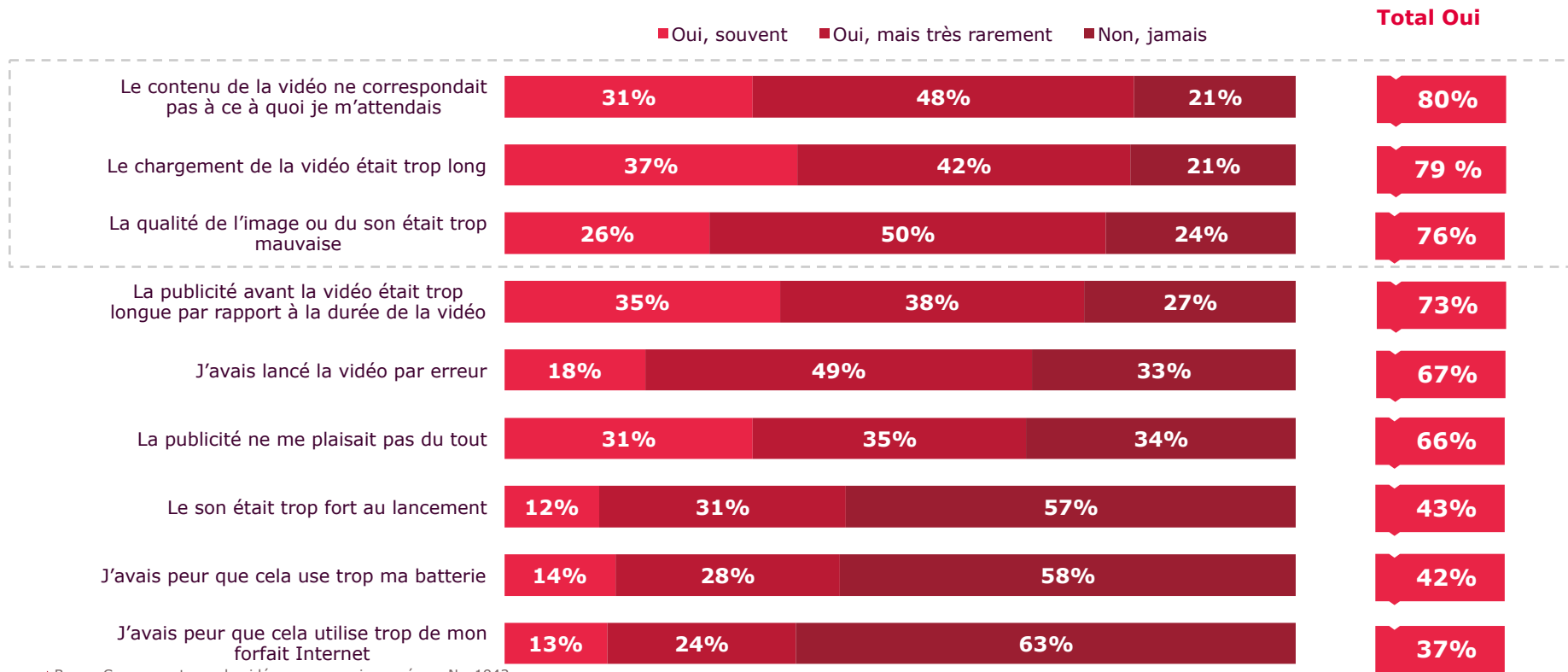
4

Les idées reçues



## Des idées reçues sur la vidéo online avérées




Les contenus ne correspondant pas aux attentes des consommateurs de vidéos, un long chargement de la vidéo et une mauvaise qualité d'image et de son sont le top 3 des raisons de l'arrêt de leur visionnage.



► Base : Consommateurs de vidéos sur au moins un écran N= 1943

► Question : Avez-vous déjà arrêté de regarder une vidéo parce que...

## La publicité idéale selon les vidéonautes est...

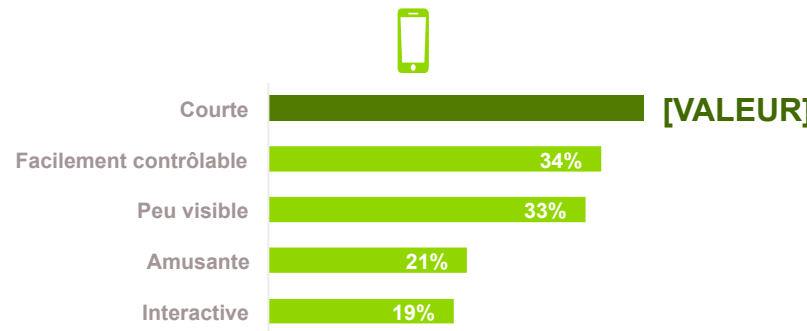
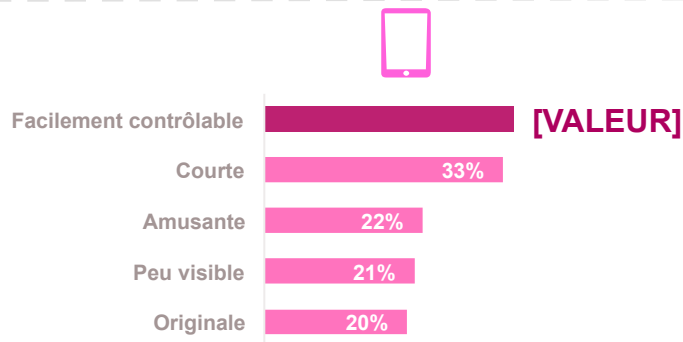
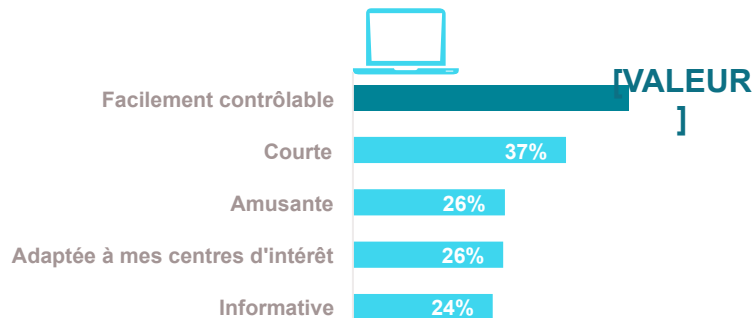
			
Facilement contrôlable	48%	34%	34%
Courte	37%	39%	33%
Amusante	26%	21%	22%
Adaptée à mes centres d'intérêt	26%	17%	18%
Informative	24%	17%	15%
Intéressante	24%	17%	17%
Originale	24%	19%	20%
Interactive	22%	19%	18%
Imaginative	22%	16%	16%
Innovante	21%	17%	18%
Peu visible	20%	33%	21%
Crédible	20%	15%	15%
Esthétique	18%	14%	14%
Marquante	17%	14%	14%

► Base : Consommateurs de vidéos sur au moins un écran N= 1943

► Question : Pour chacun des écrans, selon vous la publicité vidéo idéale est...

## La publicité idéale selon les vidéonautes est...

Le contrôle de la publicité est majoritairement cité comme caractéristique idéale sur la tablette et ordinateur. Tandis que sur smartphone, il s'agit respectivement de la courte durée.



► Base : Consommateurs de vidéos sur au moins un écran N= 1943  
 ► Question : Pour chacun des écrans, selon vous la publicité vidéo idéale est...



## En 2016, la vidéo en France c'est...

**Une entrée par les contenus facilitée par la transversalité des écrans, les internautes via le contenu font le lien entre les écrans même si chaque écran dispose de ses propres qualités.**

- Une pratique ancrée sur les écrans numériques, 70% utilisent la vidéo sur ordinateur, smartphone ou tablette. Les internautes sont 37% à regarder des vidéos sur ces écrans tous les jours ou presque.
- Un contenu valorisé car il apporte des choses différentes liées à ses qualités intrinsèques : c'est un format complet, facilement accessible et modulable.
- Un accès à des contenus pléthoriques parmi lesquels les internautes font des choix et décident de ce qu'ils veulent : le thème et la façon dont il est traité sont les éléments clés d'une recherche.
- Sur ordinateur : l'offre vidéo pléthorique présente sur Internet favorise une dispersion des usages sur cet écran. Les internautes utilisent plus de supports différents pour la vidéo et consomment une diversité plus importante de contenus que sur smartphone et tablette.
- Sur smartphone : le point d'entrée pour la vidéo est centrée sur les sites vidéos et les réseaux sociaux qui eux-mêmes agrègent aussi d'autres contenus importants pour les utilisateurs. En terme de contenu, les formats courts sont privilégiés.
- Sur tablette : un écran hybride, voit émerger plus fortement les supports vidéos des chaînes de TV que sur mobile et de fait des contenus un peu plus longs.
- Une nécessité de plus en plus marquée de maîtriser l'univers et notamment la publicité.