

## PANORAMA 2007 DE LA VIDEO SUR INTERNET

### **Méthodologie de l'enquête «Panorama 2007 de la vidéo sur internet» :**

*Cette enquête en ligne conduite du 3 au 4 mai 2007 auprès de 600 internautes âgés de 15 à 49 ans sur le panel 1001opinions d'Aegis Media Expert.*

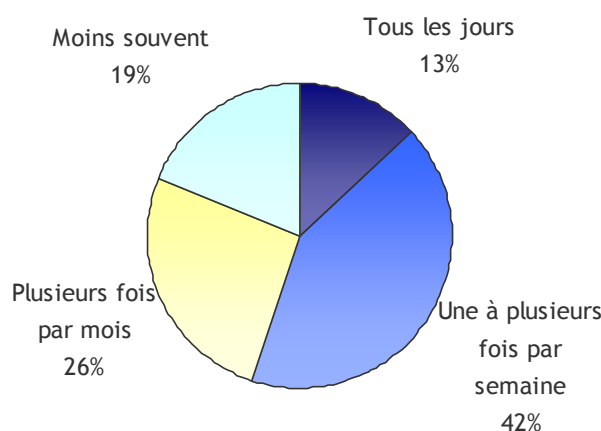
1. Un usage largement répandu
2. Synergie TV / Web
3. La pub vidéo sur internet

### 1. Un usage largement répandu

Avec 10 millions d'internautes ayant consulté des vidéos sur internet au cours du dernier mois selon Médiamétrie (avril 2007), la consommation de vidéos sur internet s'est largement répandue au sein de la population.

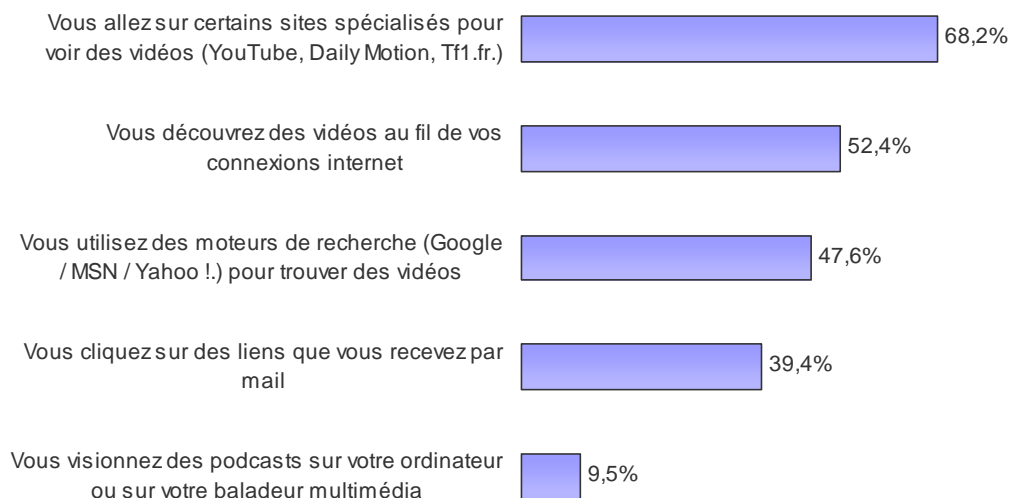
Aujourd'hui, 55% des internautes interrogés déclarent visionner des vidéos au moins une fois par semaine.

*A quelle fréquence visionnez-vous des vidéos sur internet ?*



Pour regarder ces vidéos, les internautes se connectent directement sur des sites spécialisés (plateformes de partage vidéo, sites de chaînes de TV...), ce qui témoigne de l'adoption de nouveaux réflexes : la consommation de contenus vidéos internet s'effectue dans une démarche volontaire et spontanée des internautes, ils utilisent les moteurs de recherche qu'en deuxième recours.

**Pour regarder ces vidéos sur internet, vous...**

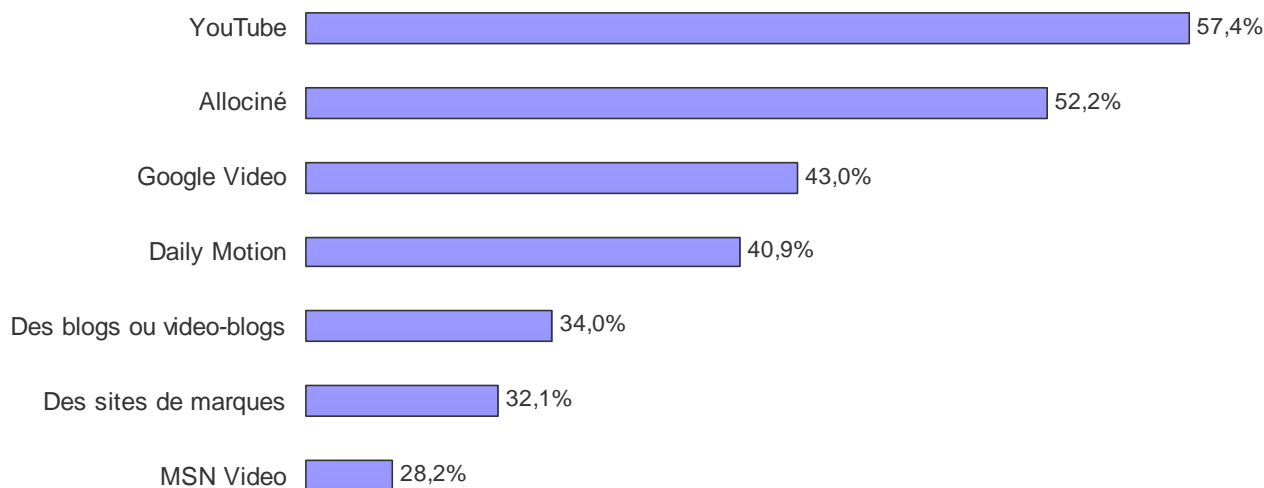


En moyenne, 72% des internautes utilisent 2 à 5 sites pour consulter des vidéos, 16% n'utilise qu'un seul site.

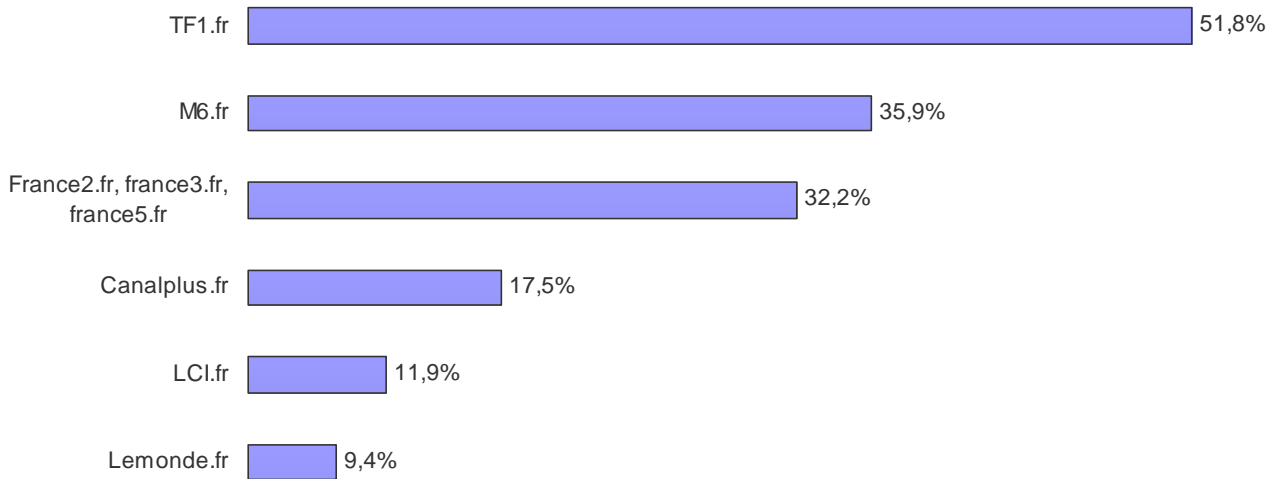
Pour une large majorité, ils jugent la qualité de visionnage satisfaisante, notamment en format petit écran (82% de satisfaction).

Avec plus de 57% de l'ensemble des internautes et 75% des internautes 15-24 ans, YouTube se place en première position des sites consultés pour visionner des vidéos, suivi d'Allociné (52%).

**Avez-vous déjà regardé des vidéos sur ces sites ?**



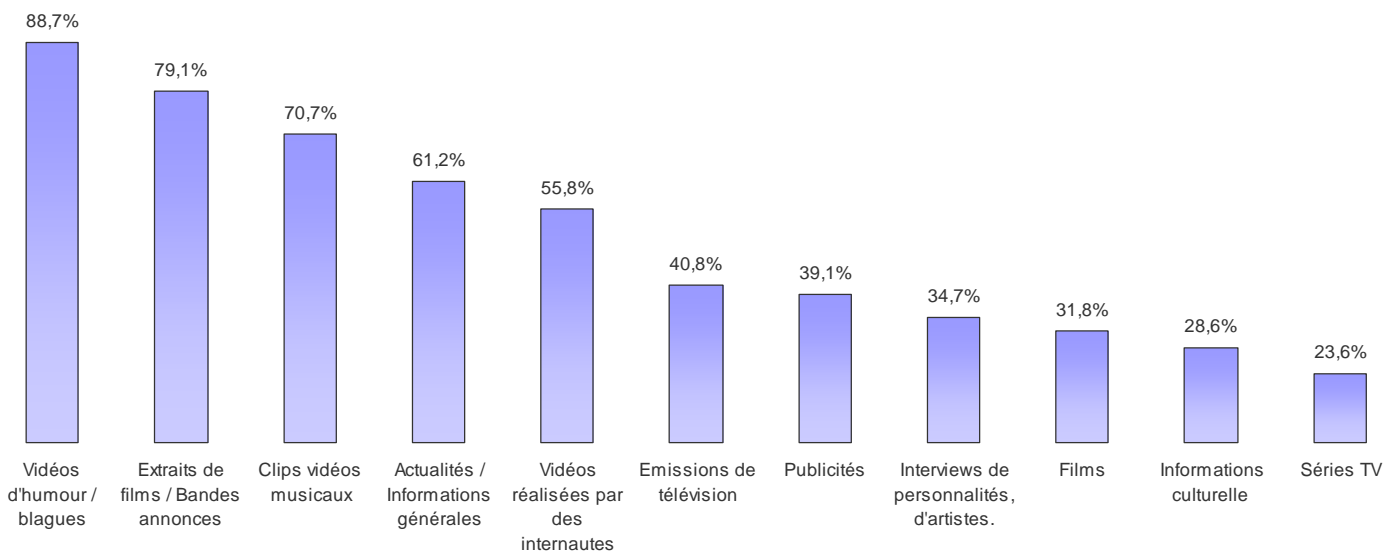
Au global, les sites de chaînes de télévision recueillent 57% de l'audience (plus précisément 52% pour TF1.fr, 36% pour M6.fr, et 32% pour les chaînes de France Télévisions).



Le divertissement est le contenu vidéo le plus largement plébiscité par les internautes.

Les 15-24 ans surconsommant d'ailleurs ce type de contenus, notamment les vidéos d'humour et de blagues (90% contre 88% pour l'ensemble), les clips vidéos musicaux (86% contre 71%), les extraits de films et les bandes annonces (83% contre 79%) et surtout les vidéos réalisés par les internautes (66% contre 56%).

*Avez-vous déjà regardé les types de vidéos suivants ?*

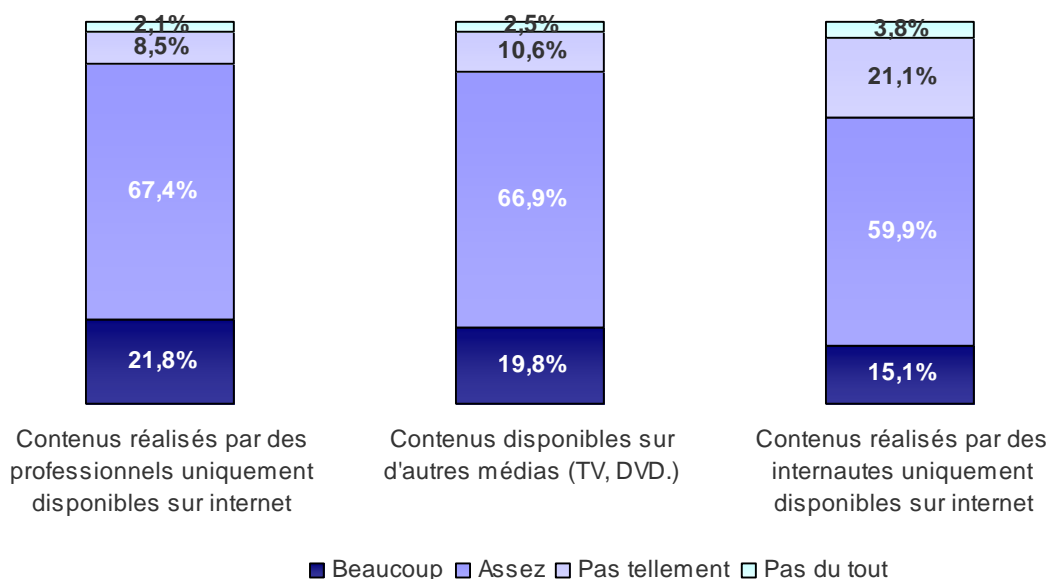


Dans l'ensemble, ils ont une appréciation largement positive des contenus vidéos qu'ils visionnent sur internet.

Ils apprécient d'autant plus les vidéos quand celles-ci sont réalisées par des professionnels et qu'elles sont exclusives à internet (89% d'opinion favorable) contre 87% pour les contenus disponibles sur d'autres médias.

Les vidéos réalisées par les internautes sont en revanche plus souvent appréciées auprès d'un public jeune, 80% des 15-24 ans les apprécient contre 75% pour l'ensemble des internautes.

*En général, appréciez-vous les vidéos visionnées sur internet ?*

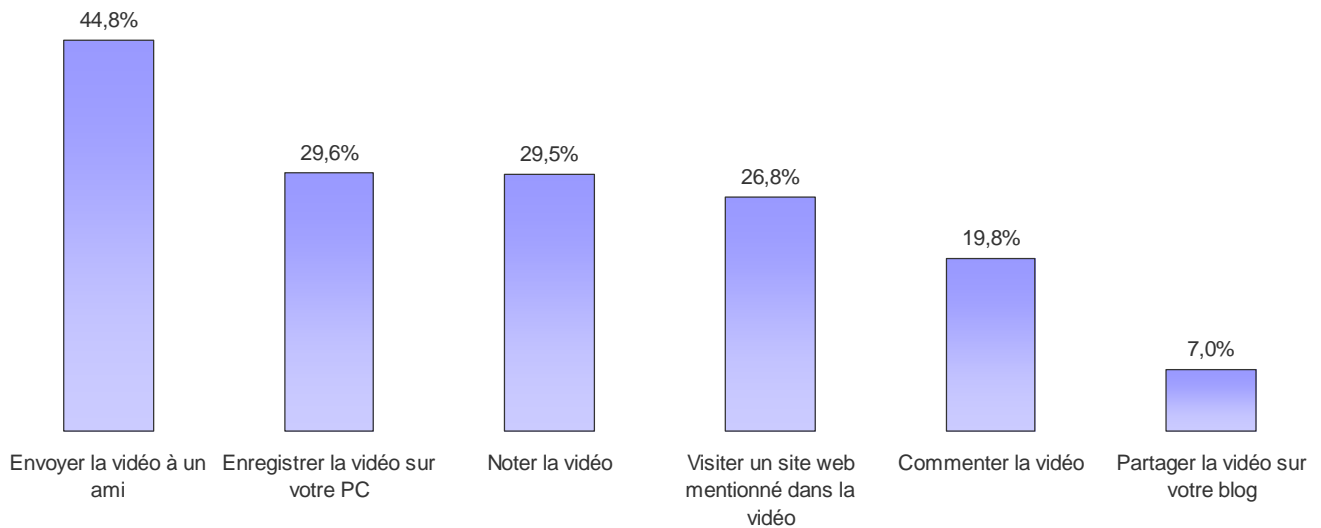


Ces vidéos internet font également l'objet d'envoi (45%), d'enregistrement (30%), de notation (30%) et de rédaction de commentaires (20%).

Les 15-24 ans sont les plus enclins à noter les vidéos qu'ils visionnent (37%) ainsi qu'à les commenter (26%).

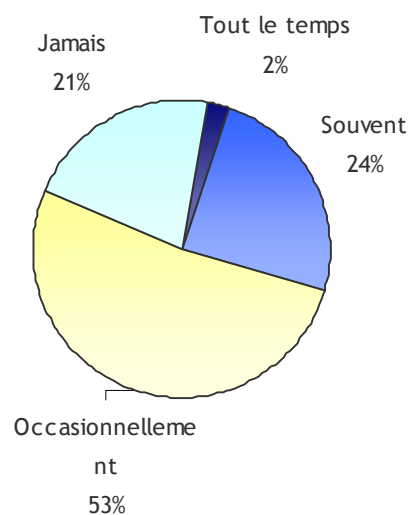
27% des internautes ont également visité le site web mentionné dans la vidéo.

**Suite à un visionnage vidéo, vous est-il arrivé de...**



La diffusion de vidéo auprès de son entourage devient une pratique de plus en plus courante, notamment auprès de 15-24 ans qui sont 31% à l'effectuer souvent.

**Vous arrive t-il de diffuser auprès de votre entourage les vidéos que vous avez vues ?**



## 2. Une synergie TV / Web qui fonctionne

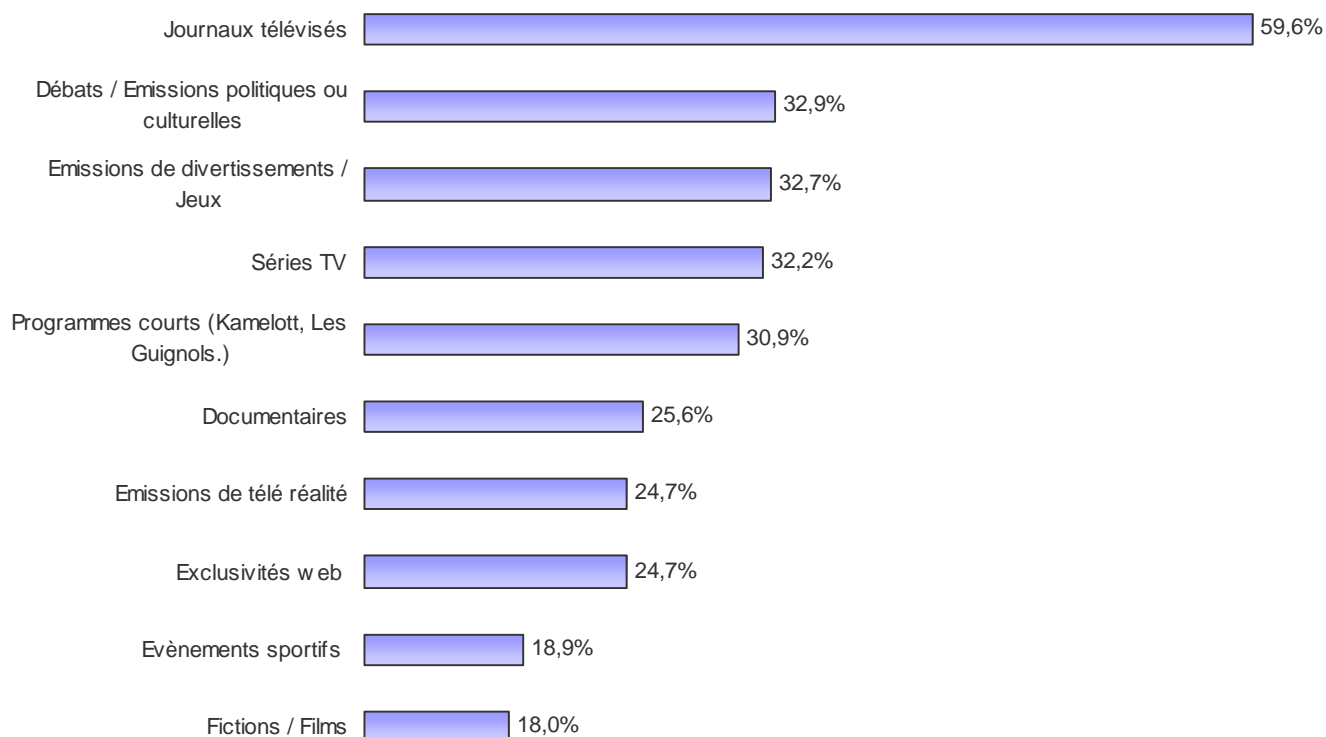
3 internautes sur 4 ont déjà visionné des contenus télévisuels sur le web. Ce pourcentage s'élève à 80% pour les 15-24 ans.

Par ailleurs, la consommation de contenus TV sur internet n'est pas liée à son niveau de consommation TV. En effet, que l'on soit petit consommateur TV (moins de 2h30 / jour) ou gros consommateur TV (plus de 3h30 / jour), on consomme respectivement à 74% et 76% des contenus TV sur le web.

Parmi les contenus consommés sur internet, les journaux télévisés sont les plus cités (60%) suivis des débats et émissions politiques (33%), des émissions de divertissement et jeux (33%), des séries TV (32%) et des programmes courts (30%).

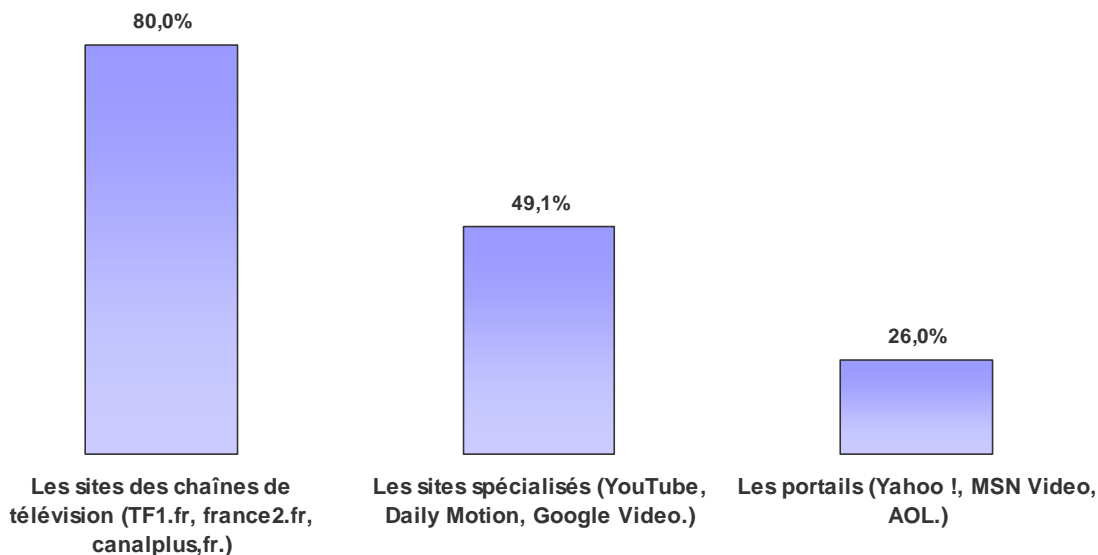
Les 15-24 ans sur-consomment quant à eux les séries TV (47%) ainsi que les émissions de divertissement et jeux (43%).

### Quels types de contenus TV avez-vous déjà visionnés sur internet ?



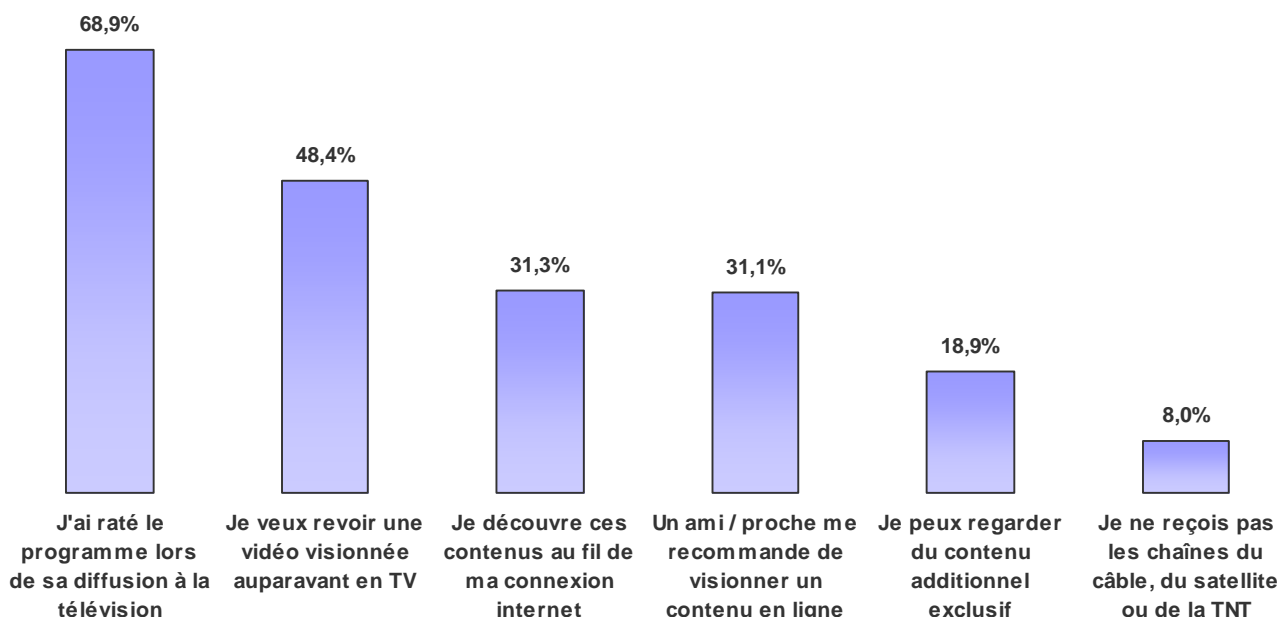
Pour visionner ces contenus, les internautes utilisent majoritairement les sites des chaînes de télévision (80%). Ils se rendent, pour 49% d'entre eux, également sur des sites spécialisés comme YouTube, DailyMotion ou Google Vidéo. Les 15-24 ans ont plus souvent recours aux sites spécialisés pour regarder des contenus TV en ligne (62% contre 49%).

*En général, lorsque vous visionnez des contenus TV, quels sites utilisez-vous ?*



Les internautes sont amenés à voir des contenus TV en ligne parce qu'ils ont raté le programme lors de sa diffusion à la télévision (69%) mais également pour revoir un contenu déjà vu à la télévision (48%). La recommandation d'un ami / d'un proche motive 31% des visionnages de contenus TV en ligne.

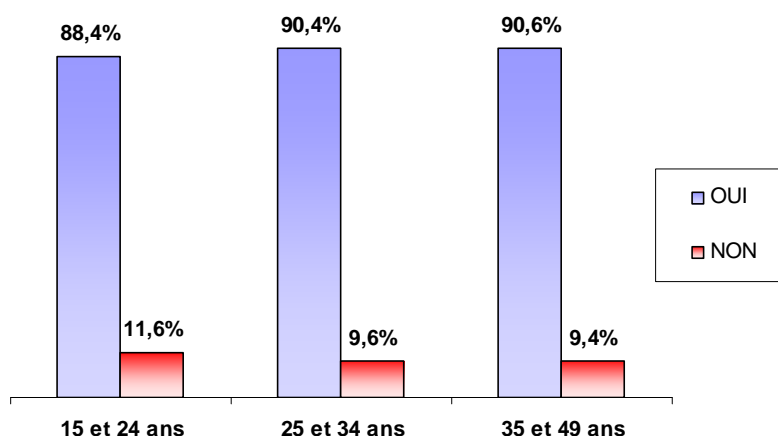
*En général, pour quelles raisons regardez-vous des contenus TV sur internet ?*



### 3. Et la pub ?

Les internautes sont largement exposés à la publicité vidéo sur le net (89,8% de l'ensemble des internautes), il est vrai que ces formats publicitaires sont devenu un standard sur les portails et grands carrefours d'audience du web. L'impact de la vidéo sur le web en terme de mémorisation (à format identique, le bêta de mémorisation de 24 % sur Internet et de 17,2 % en télévision), fait de ces formats des incontournables pour travailler l'image et la notoriété des marques.

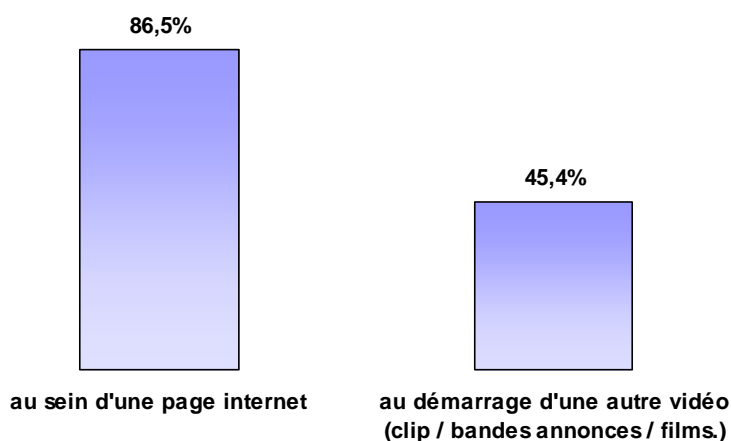
*Avez-vous déjà vu une vidéo publicitaire sur internet ?*



Les intégrations publicitaires vidéos restent majoritairement concentrées au sein des pages des sites éditoriaux ; l'adoption de 'billboards' publicitaires au démarrage d'une autre vidéo est encore embryonnaire mais devrait connaître une croissance rapide.

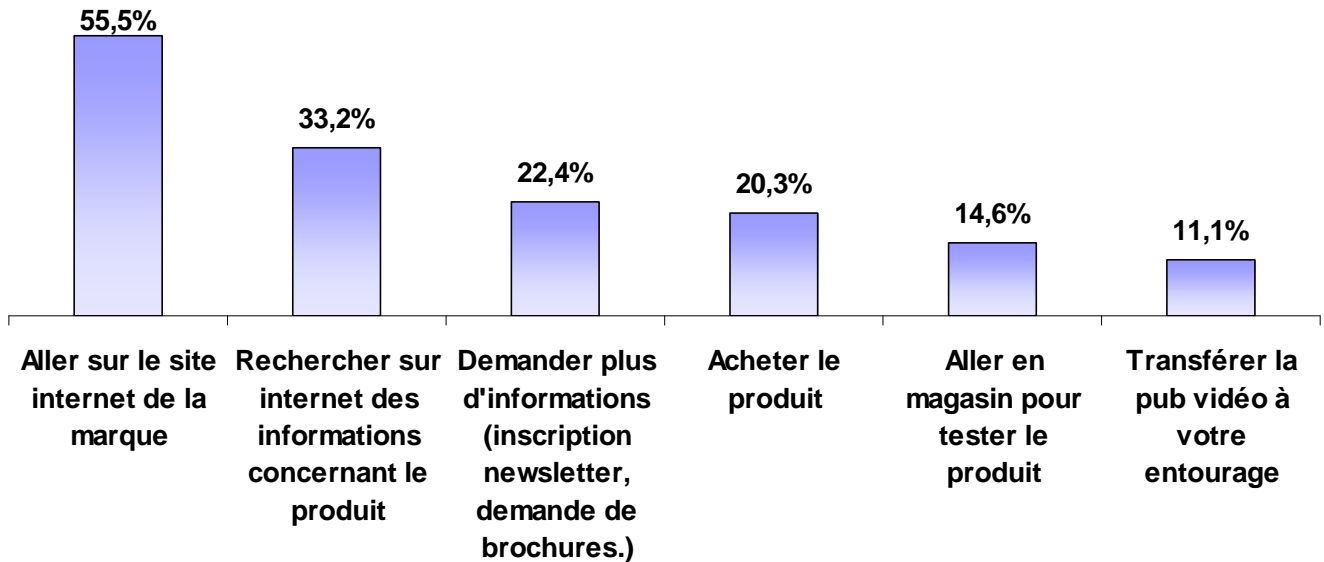
YouTube choisit lui une voie alternative, en phase avec la stratégie de Google : l'insertion dans les vidéos de liens et parfois de textes, situés en bas des films lus. Ce mode d'intégration novateur lancé le 16 mai 2007, devra faire ses preuves en terme performance... à suivre.

*Avez-vous déjà été exposé à une vidéo publicitaire qui se jouait ...*



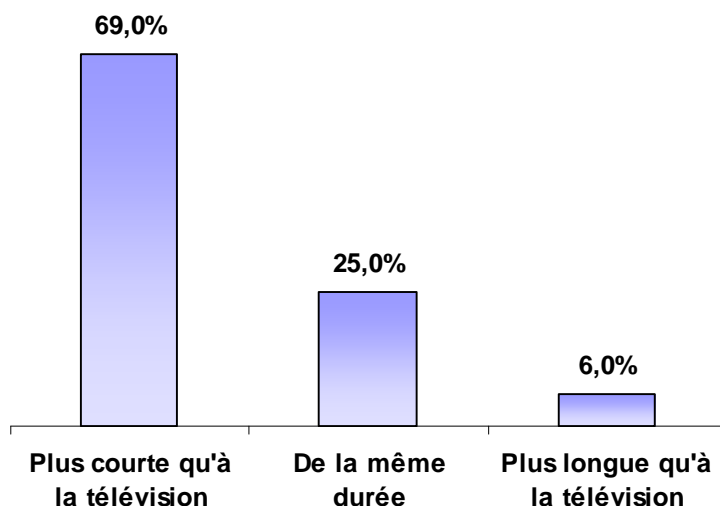
Les actions menées par les internautes suite à l'exposition à une publicité vidéo prouvent la flexibilité du média internet à proposer l'accès à une profondeur d'information supplémentaire sur les produits et sa capacité à stimuler l'acte d'achat ou le test du produit.

*Suite au visionnage d'une publicité vidéo sur internet, vous est-il déjà arrivé ...*



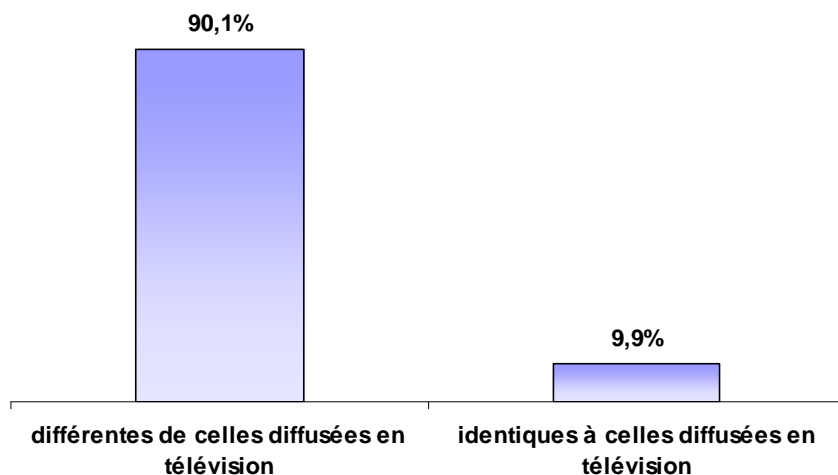
On trouve toujours les pubs trop longues ! 69% des internautes considèrent que la durée d'une publicité vidéo sur Internet doit être plus courte que les spots publicitaires en télévision.

*Selon vous, la durée d'une publicité sur internet doit-elle être ?*



Les internautes plébiscitent largement (90 %) la diffusion de créations publicitaires originales, développées pour le web plutôt que la simple reprise des publicités TV. La prise en compte de l'interactivité propre à l'internet semble être un facteur déterminant dans l'adoption des publicités on-line.

*En général, vous préférez que les publicités vidéos sur internet soient ?*



La visualisation de vidéos promotionnelles et programmes proposés par les marques sur leurs sites ont été consultés par près d'un tiers des internautes (31,2 %), 79% d'entre eux ayant jugé ces contenus intéressants. En développant des programmes vidéos originaux sur internet, les marques peuvent devenir de vrais médias à la fois créatrices de contenus et diffuseurs qui s'affranchissent ainsi des carcans d'espace et de temps de la publicité sur les médias traditionnels.

*Avez-vous déjà regardé des vidéos sur des sites de marque ?*

