



mediametrie

Levallois, le 10 janvier 2012

COMMUNIQUE DE PRESSE

Vidéo360

La VOD séduit plus d'1 internaute sur 5

Source : Vidéo360 – Décembre 2011 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

A l'heure où l'on peut regarder des vidéos sur le poste de télévision, l'ordinateur, le téléphone mobile et la tablette, en streaming ou en les téléchargeant, la vidéo à la demande sait tirer son épingle du jeu et séduit de plus en plus. Une tendance d'autant plus intéressante que ce mode de visionnage de programmes et œuvres audiovisuelles professionnelles se fait dans le cadre d'un acte d'achat.

8,6 millions d'internautes ont déjà regardé une vidéo à la demande payante

La VOD est désormais bien connue de tous : 9 internautes sur 10 savent de quoi il s'agit. Et près de 2 internautes sur 3 savent désormais y accéder contre 58% en 2010. Au total, plus d'1 internaute sur 5 (21%) a déjà regardé une vidéo à la demande. Parmi les non pratiquants de la VOD, le principal frein avancé reste le prix.

Une activité encore très typée en termes de profil

Les adeptes de la VOD sont plutôt des hommes et des internautes âgés de 25 à 49 ans. Les enfants de 6 à 14 ans sont également familiers avec cette pratique : 1 sur 4 a déjà regardé une vidéo à la demande. Quant aux CSP+, ils se démarquent largement des autres catégories socio-professionnelles avec 27% de pratiquants.

Le poste de télévision privilégié pour regarder une vidéo à la demande

Plus de la moitié des VODistes (60%) ont déjà visionné une vidéo à la demande depuis leur poste de télévision. L'ordinateur arrive en 2^{ème} position avec plus d'1 VODiste sur 3. Si le téléphone mobile et la tablette restent encore minoritaires dans la pratique de la VOD, ces 2 supports disposent d'une large marge de progression.

La fiction plébiscitée en VOD

Films et séries sont en tête des genres les plus consommés en VOD sur téléviseur comme sur ordinateur, avec une présence encore plus marquée des films sur le poste de télévision. Ainsi, 95% des VODistes ont déjà regardé des films sur le poste de télévision contre 3 sur 4 pour l'ordinateur. Une tendance qui s'explique par la qualité d'image et la taille de l'écran de télévision, plus à même de fédérer les individus autour de lui.



mediametrie

A propos de Vidéo 360

*Destinée aux éditeurs de services, annonceurs, opérateurs télécoms, agences médias et distributeurs vidéos, l'étude **Vidéo360** leur permet de définir leur stratégie vidéo, quel que soit le type de visionnage, le genre de vidéos et le support de diffusion (TV, ordinateur, téléphone mobile, tablette).*

Elle apporte un éclairage sur tous les usages de la vidéo et notamment la VOD et la catch-up TV : pratiques, usages et motivations, supports utilisés, etc.

L'étude Vidéo360 a été menée en novembre 2011 en ligne auprès de 4 060 internautes âgés de 6 ans et plus.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2010, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 67,5 M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediаметrie.fr.

Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediаметrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/audiencelemag

Contacts Presse :

Adélie Ménager - Tel. : 01 71 09 93 18 - amenager@mediаметrie.fr

Laure Osmanian Molinero - Tel. : 01 47 58 97 55 - losmanian@mediаметrie.fr