

CONTRATS D'ÉCOUTE

FLUX TV, CATCH'UP,
PLATEFORMES DE PARTAGE
DE VIDÉOS



MÉTHODOLOGIE



Méthode d'interrogation	> ÉTUDE QUANTITATIVE ON LINE
Échantillon	> Interrogation d'un échantillon représentatif D'INTERNAUTES ÂGÉS DE 15 À 59 ANS
Taille de l'échantillon	> 2 200 RÉPONDANTS 
Représentativité	> assurée par la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de CSP et région
Terrain	> du 21 mars au 8 avril 2013

CONSULTATION

Vous arrive-t-il
de regarder
très souvent,
assez souvent,
rarement
ou jamais...



DES PROGRAMMES TV
au moment même
de leur diffusion...



DES PROGRAMMES TV
en Catch'up...



DES VIDÉOS
sur des plateformes de type
Youtube, Dailymotion...

DES HABITUDES DE CONSULTATION DIFFÉRENTES D'UN SUPPORT À L'AUTRE



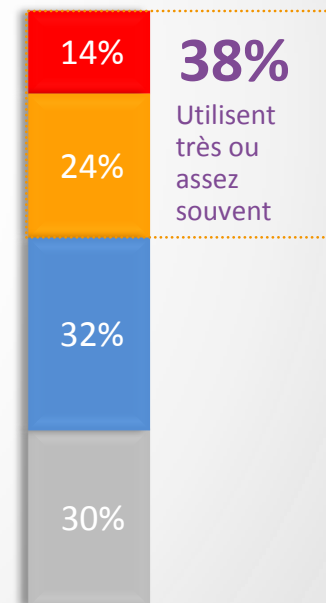
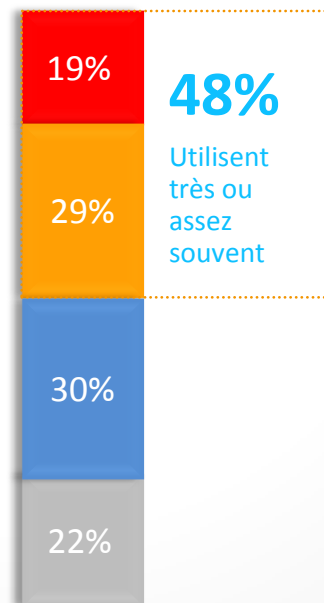
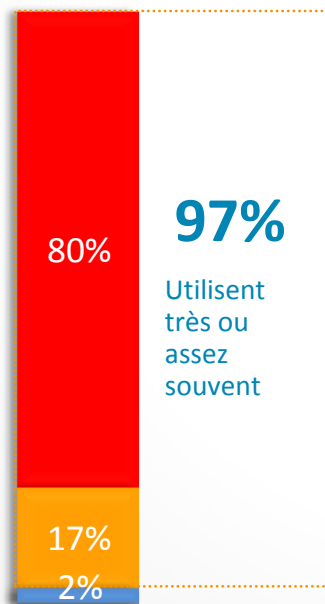
FLUX TV



CATCH'UP



PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS



DES DIFFÉRENCES DE PROFIL EN TERMES D'ÂGE PRINCIPALEMENT



FLUX TV

Profil identique
à celui
des internautes



CATCH'UP



56%
vs. 51%

28% vs. 22%
de 15 et 24 ans

24% vs. 21%
de 25 et 34 ans



PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS



53%
vs. 49%

38% vs. 22%
de 15 et 24 ans

26% vs. 21%
de 25 et 34 ans

COMMENT SE CONSTRUISENT LES CONTRATS D'ÉCOUTE ?

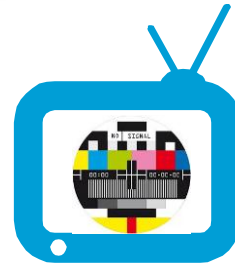


Contexte de visionnage

Prise de connaissance
du programme ?

Choix du programme ?

Seul ou moment partagé ?



FLUX TV



Type de contenu?



Durée ?



CATCH'UP



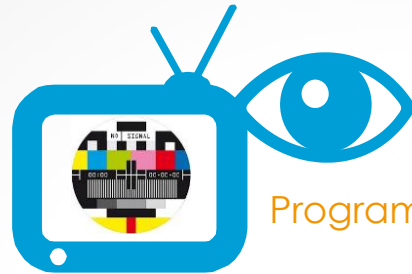
PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS



*Attentes
besoins émotions ?*

Positionnement valeurs
en benchmark

INTERROGATION BASÉE SUR L'EXPÉRIENCE



Programme consulté souvent

FLUX TV



Dernier programme visionné

CATCH'UP



Dernière vidéo consultée

PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS

MODE DE CONNAISSANCE

Pouvez-vous
nous indiquer
comment vous
avez pris
connaissance...

Contexte ?



CONTRAT
D'ÉCOUTE

*Type de
contenu ?*

Durée ?

*Besoins
émotions ?*



DE CE PROGRAMME ?



DE CETTE VIDÉO ?





DES CONTEXTES DE VISIONNAGE DIFFÉRENTS : RITUEL VS. HASARD



FLUX TV

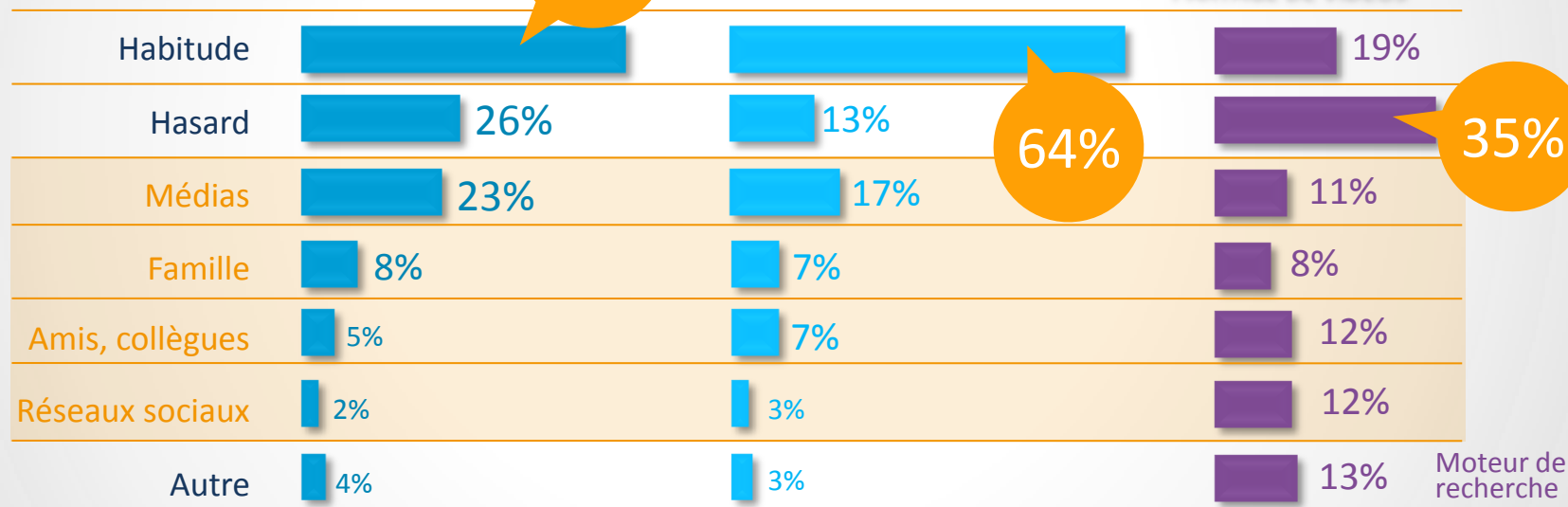


CATCH'UP



PLATEFORMES DE PARTAGE DE VIDÉOS

Entendu parler



Moteur de recherche

PARTAGE

Lorsque vous avez regardé ce programme/ cette vidéo, vous étiez...

Contexte ?



CONTRAT D'ÉCOUTE

Type de contenu ?

Durée ?

Besoins émotions ?

- > SEUL(E) 
- > AVEC VOTRE CONJOINT 
- > AVEC VOS ENFANTS 
- > AVEC DES AMIS 
- > ...



DES MOMENTS DE PARTAGE VS DES MOMENTS À SOI





FLUX TV



CATCH'UP

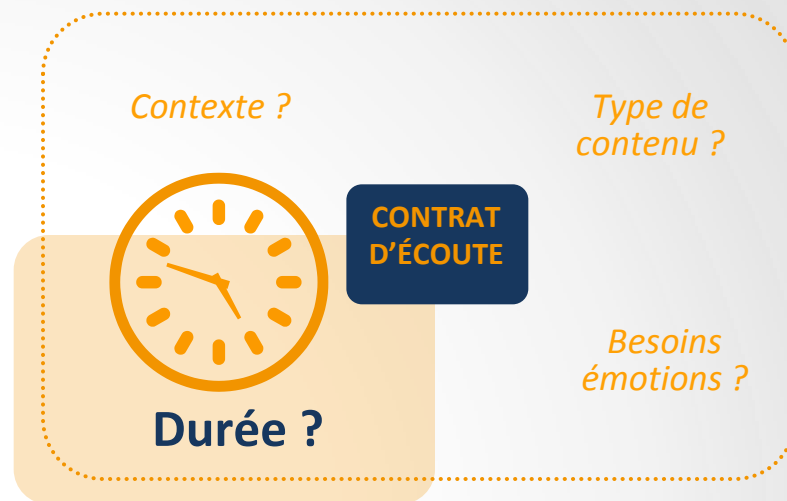


PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS

> SEUL(E)	48%	63%	74%
> ACCOMPAGNÉ(E)	52%	37%	26%
Conjoint 	35%	25%	13%
Enfants 	12%	7%	8%

DURÉE

Combien
de temps
a duré
ce programme/
cette vidéo ?



- > MOINS DE 15 MINUTES
- > DE 15 À MOINS DE 30 MINUTES
- > DE 30 MINUTES À MOINS D'1 HEURE
- > DE 1 À 2 HEURES
- > PLUS DE 2 HEURES



DES DURÉES FONDAMENTALEMENT DIFFÉRENTES ENTRE TV ET PLATEFORMES VIDÉOS



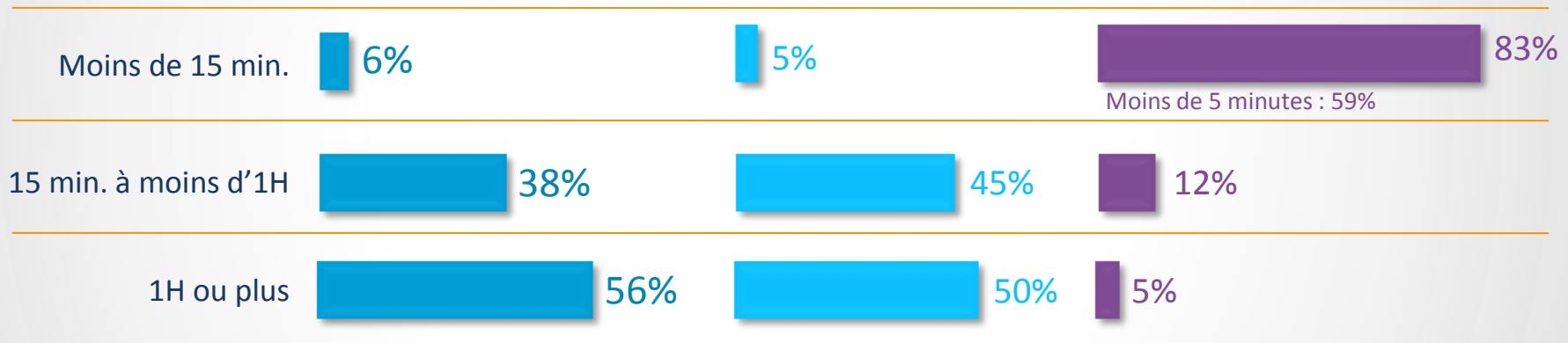
FLUX TV



CATCH'UP

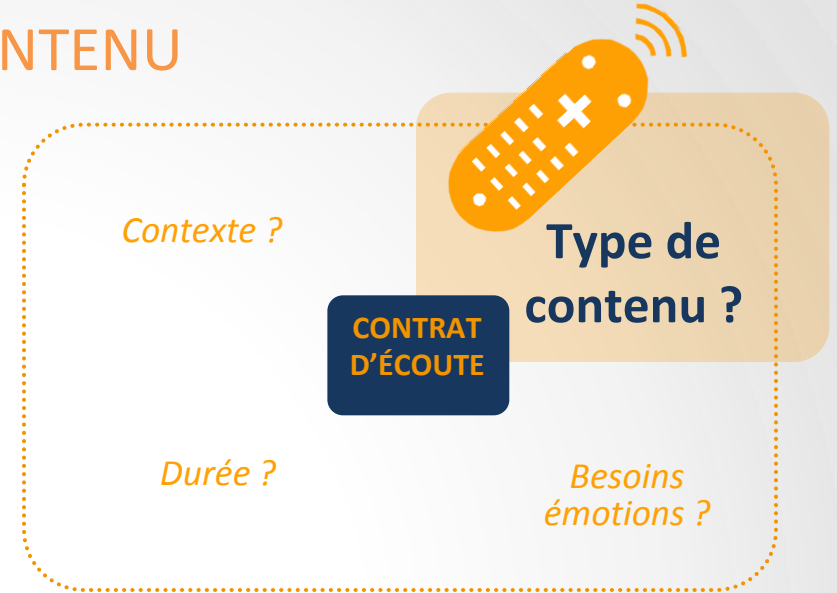


PLATEFORMES DE PARTAGE DE VIDÉOS



TYPE DE CONTENU

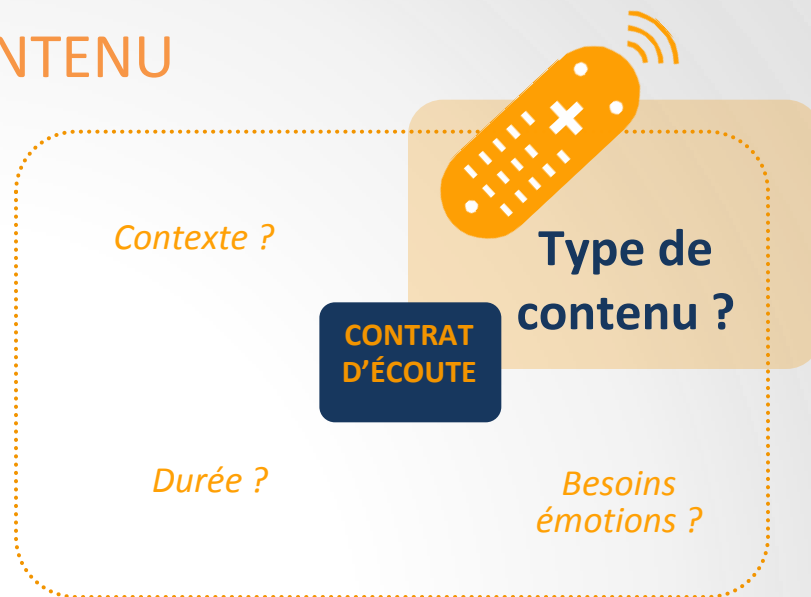
Quels types de programmes regardez-vous à la télévision au moment de leur diffusion ?



- > TRÈS SOUVENT
- > ASSEZ SOUVENT
- > RAREMENT
- > JAMAIS

La dernière fois
que vous avez
regardé...

TYPE DE CONTENU



DES PROGRAMMES TV
en **Catch'up**...



DES VIDÉOS
sur des **plateformes**
de type **Youtube, Dailymotion**...

Quel type de
programme/
vidéo
était-ce ?



UNE VARIÉTÉ DE CONTENUS MOINS MARQUÉE SUR LES PLATEFORMES DE PARTAGE DE VIDÉOS



FLUX TV

Films de cinéma
Journaux TV
Séries US
Reportages / Magazines d'information
Documentaires
 Talk Shows
 Séries françaises



CATCH'UP

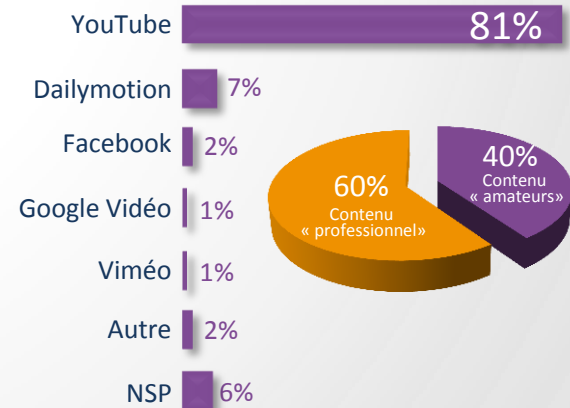
Séries US
Reportages / Magazines d'information
 Emissions de divertissement
 Séries françaises
 Documentaires



PLATEFORMES DE PARTAGE DE VIDÉOS

Musique
Humour
 Films / cinéma

Zoom plateforme et contenu



PERCEPTION SPONTANÉE DES SUPPORTS

Quels sont les 3 mots ou adjectifs qui résument le mieux l'image que vous avez...

Contexte ?

Type de contenu ?

CONTRAT D'ÉCOUTE

Durée ?

Besoins d'émotions ?



DE LA TÉLÉVISION

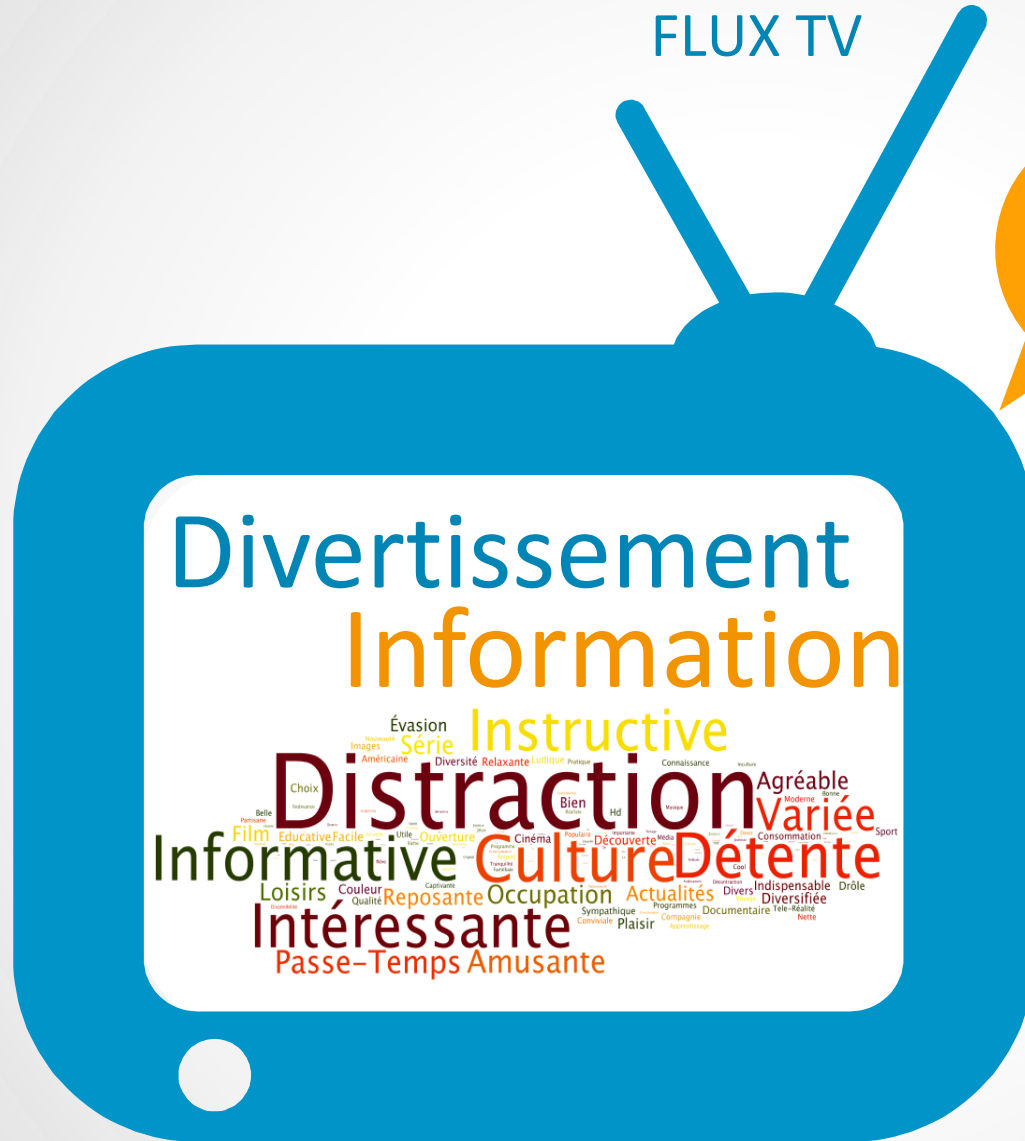


DE LA CATCH'UP



DES PLATEFORMES DE TYPE YOUTUBE, DAILYMOTION...

ÉVOICATIONS SPONTANÉES FLUX TV



37%

Divertissement,
distrayant(e)

25%

Information,
s'informer,
informatif(ve),
instructive,
apprendre

10%

Intéressante,
culturelle

9%

Détente,
reposante,
relaxante

ÉVOICATIONS SPONTANÉES CATCH'UP

62% Pratique

16% Utile

11% Facilité,
Facile

10% Bien,
Bon,
Excellent

9% Gratuit



ÉVOCATIONS SPONTANÉES

PLATEFORMES DE PARTAGE DE VIDÉOS



25%

Pratique

24%

Choix,
diversité

16%

Rapidité,
immédiat

12%

Gratuit

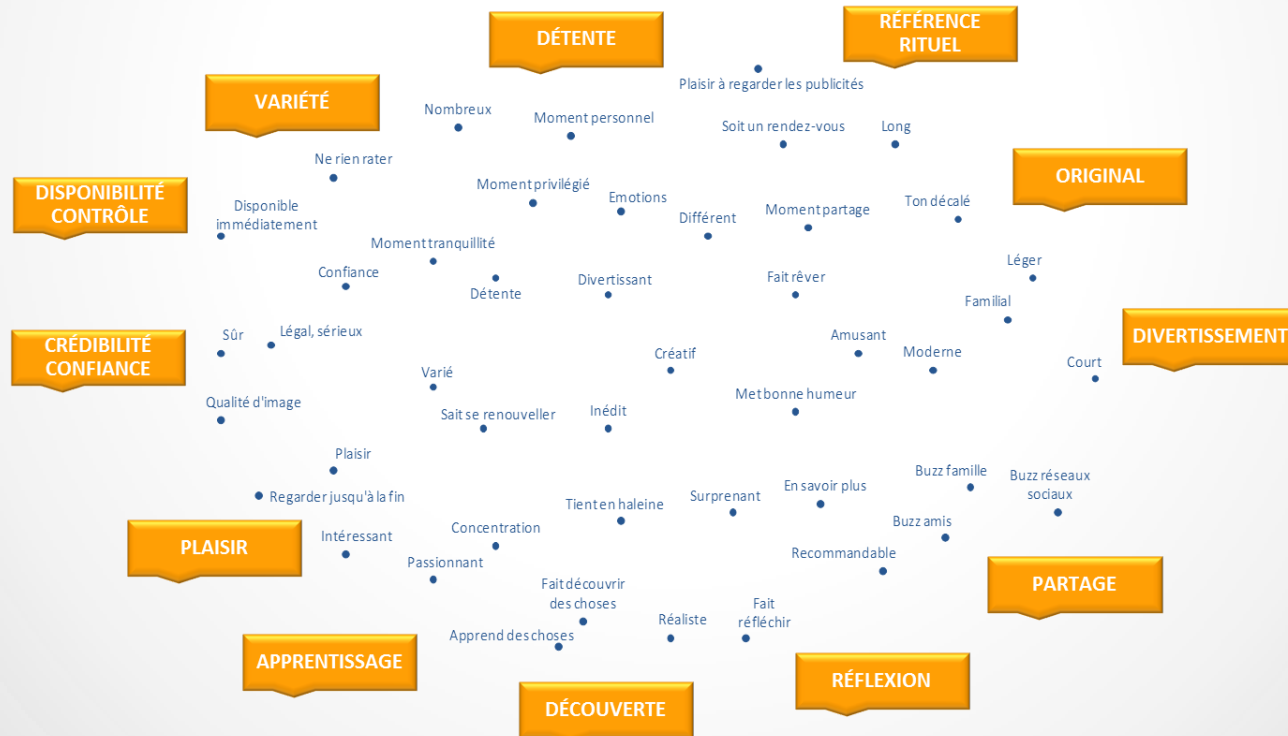
MÉTHODOLOGIE BRANDFOOTPRINT

CRÉATION DE LA CARTE DES BÉNÉFICES, VALEURS ET ATTENTES DES UTILISATEURS

Importance déclarée
sur 50 attributs

Analyse statistique
des similarités et
proximités entre attributs

Création de la carte
Positionnement
des attributs



MÉTHODOLOGIE BRANDFOOTPRINT

REPRÉSENTATION DES EMPREINTES DE CHAQUE SUPPORT SUR LA CARTE

Evaluation perçue du support sur chaque attribut

Neutralisation de l'effet de halo

Suppression du phénomène de contamination des items les uns par rapport aux autres

Interprétation des écarts de réponse (en positif ou négatif)

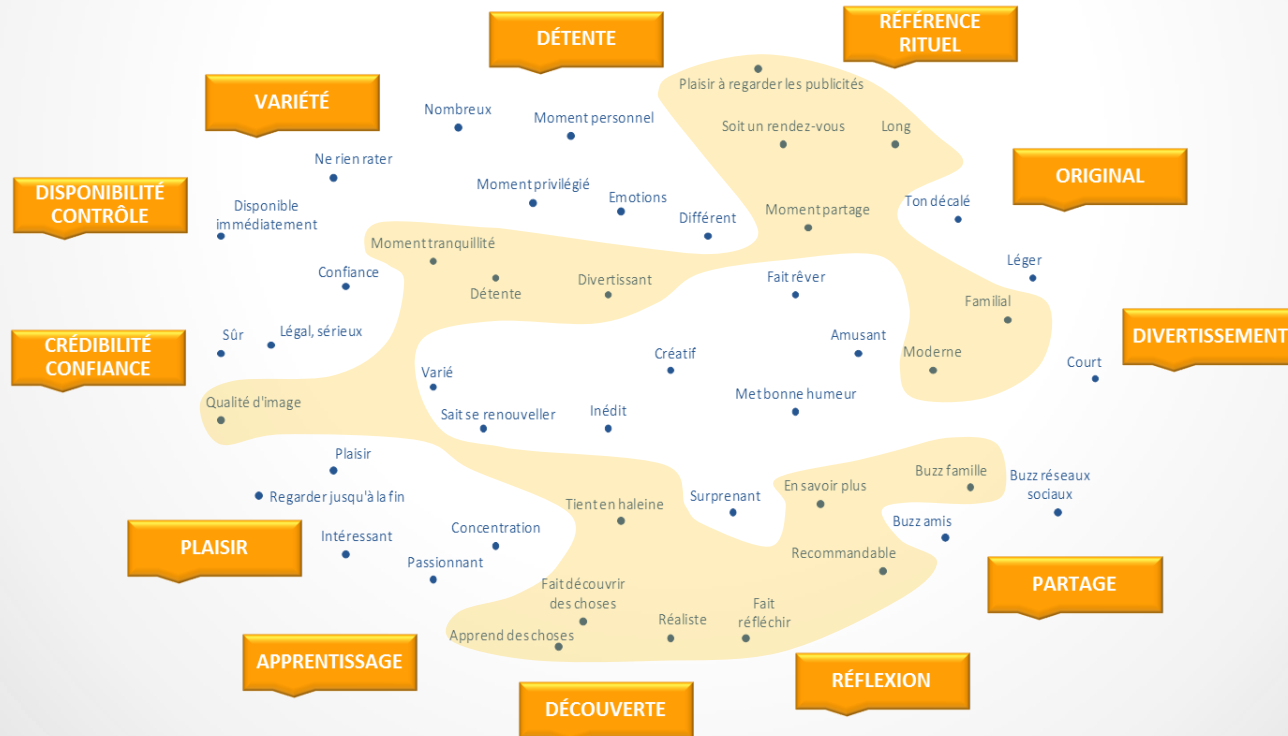
Mise en avant des points saillants

Scores replacés dans un univers concurrentiel

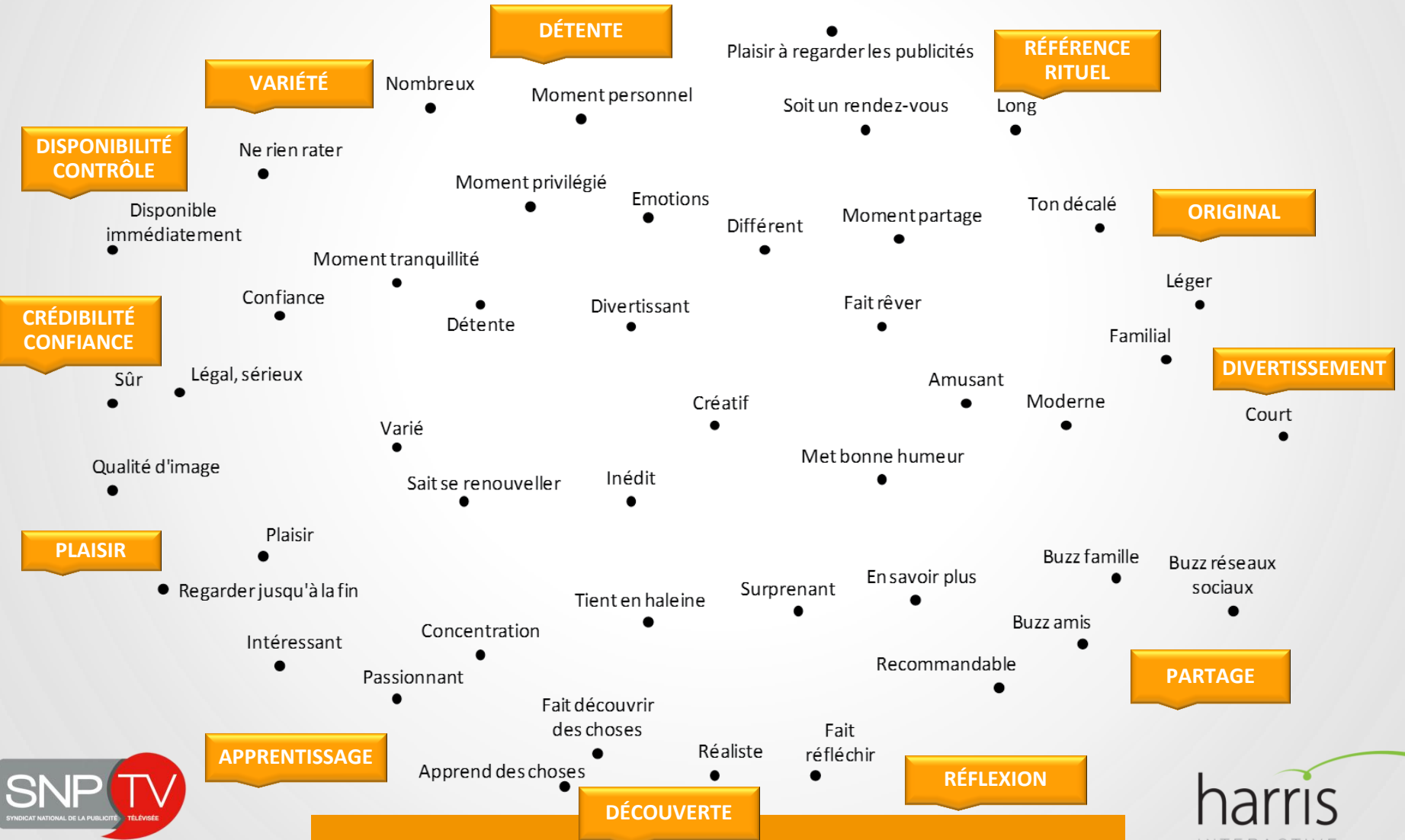
Comparaison de chacun des supports

Coordonnées des empreintes

Délimitation par les attributs les plus forts



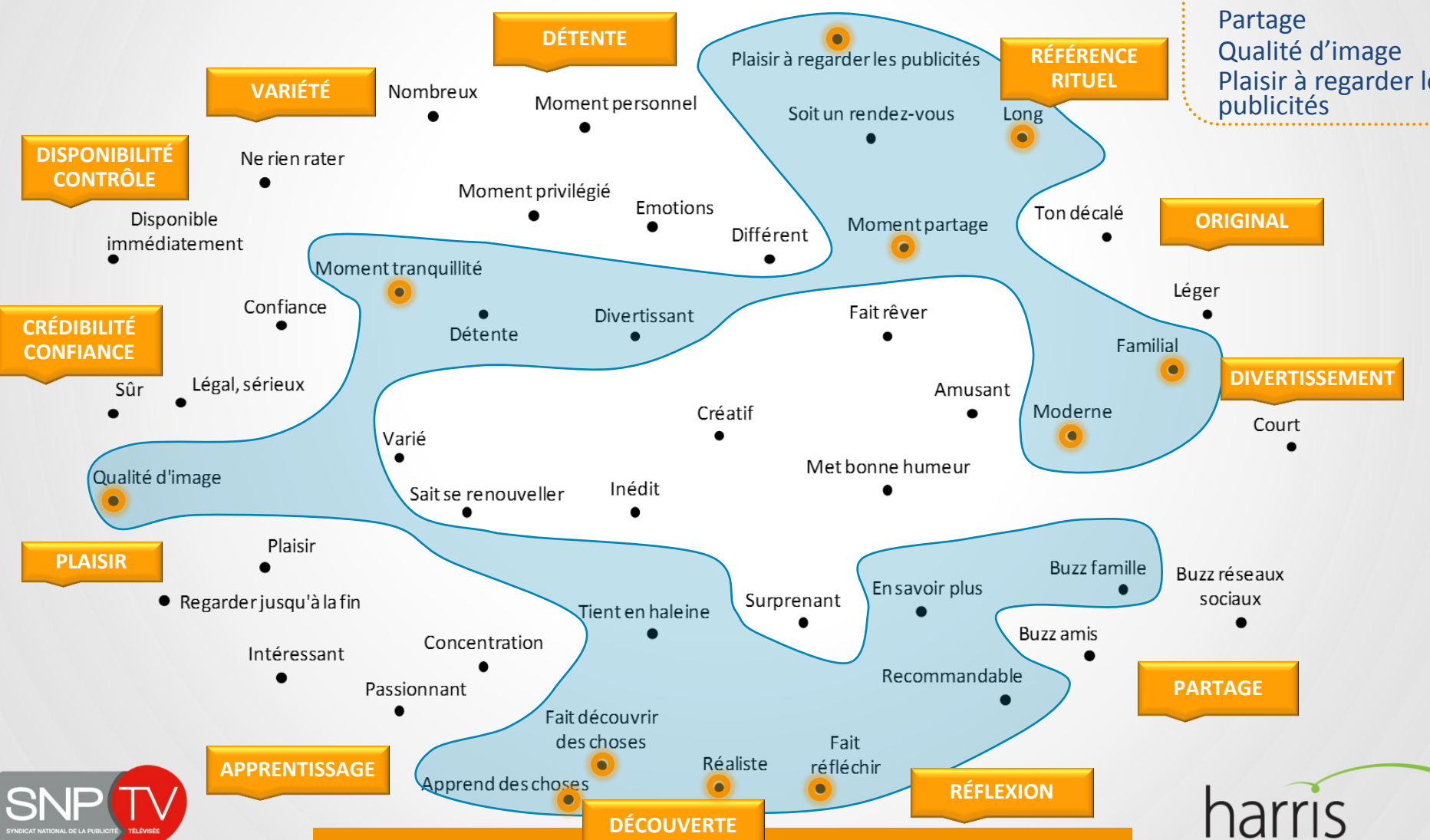
DE NOMBREUSES VALEURS ET ATTENTES ÉMERGENT couvrant des bénéfices tant rationnels qu'émotionnels



EMPREINTE FLUX TV



Rendez-vous
Recommandation
Découverte
Réflexion
Familial
Long
Partage
Qualité d'image
Plaisir à regarder les publicités



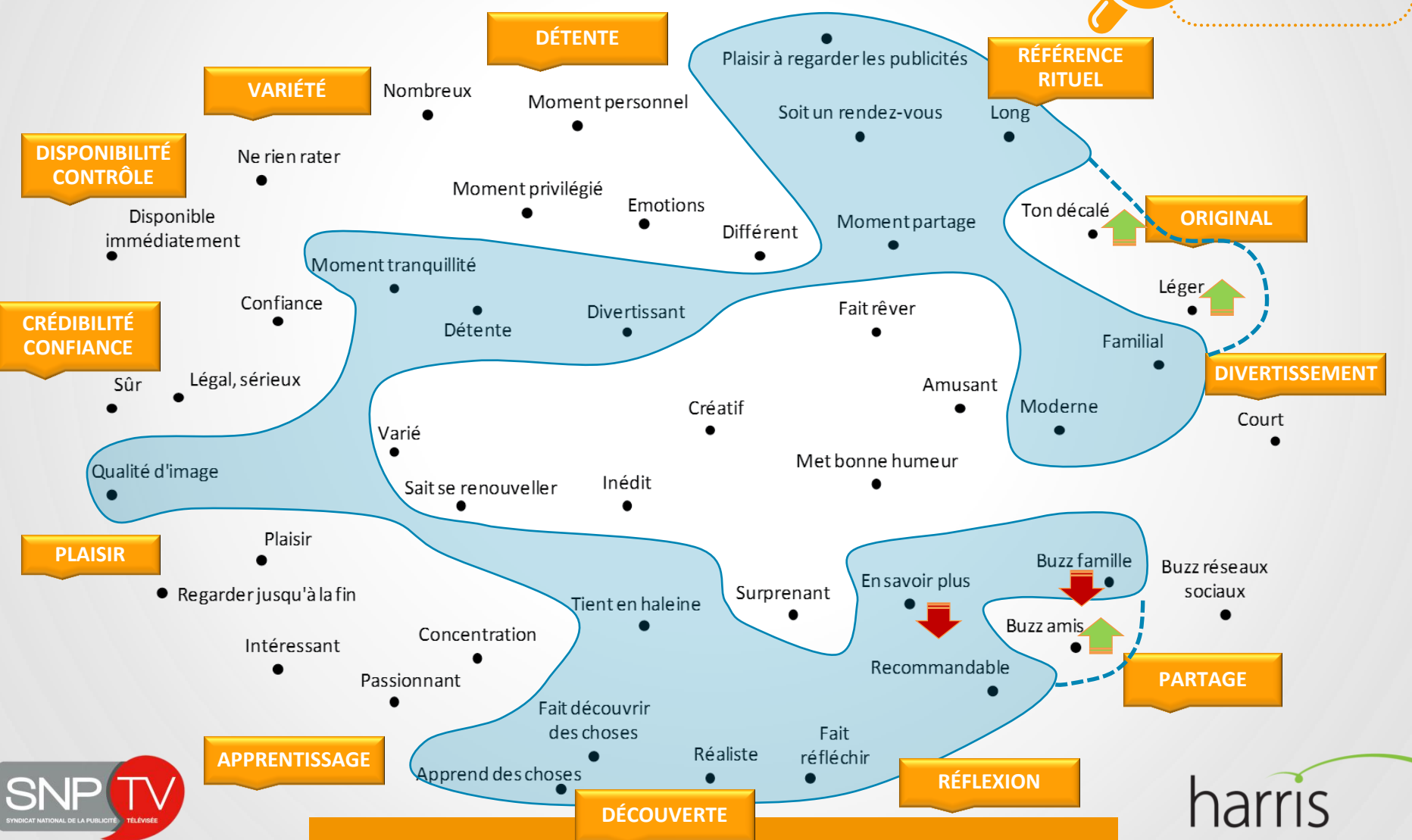
EMPREINTE FLUX TV



-35 ans

+ Buzz amis
Ton décalé, léger

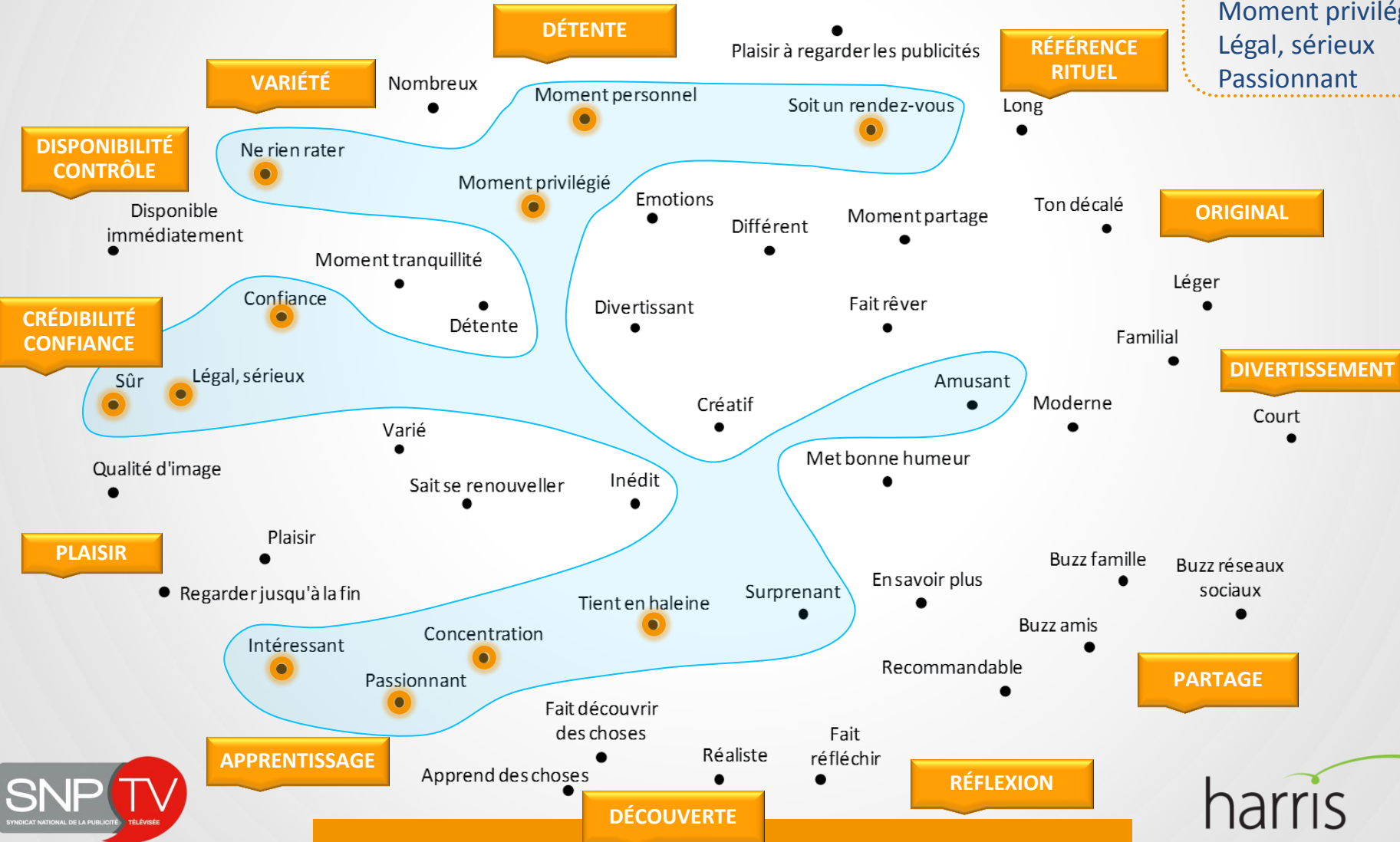
- Buzz famille
En savoir plus



EMPREINTE CATCH'UP



Rendez-vous
Ne rien rater
Confiance
Crédibilité
Concentration
Moment personnel
Moment privilégié
Légal, sérieux
Passionnant



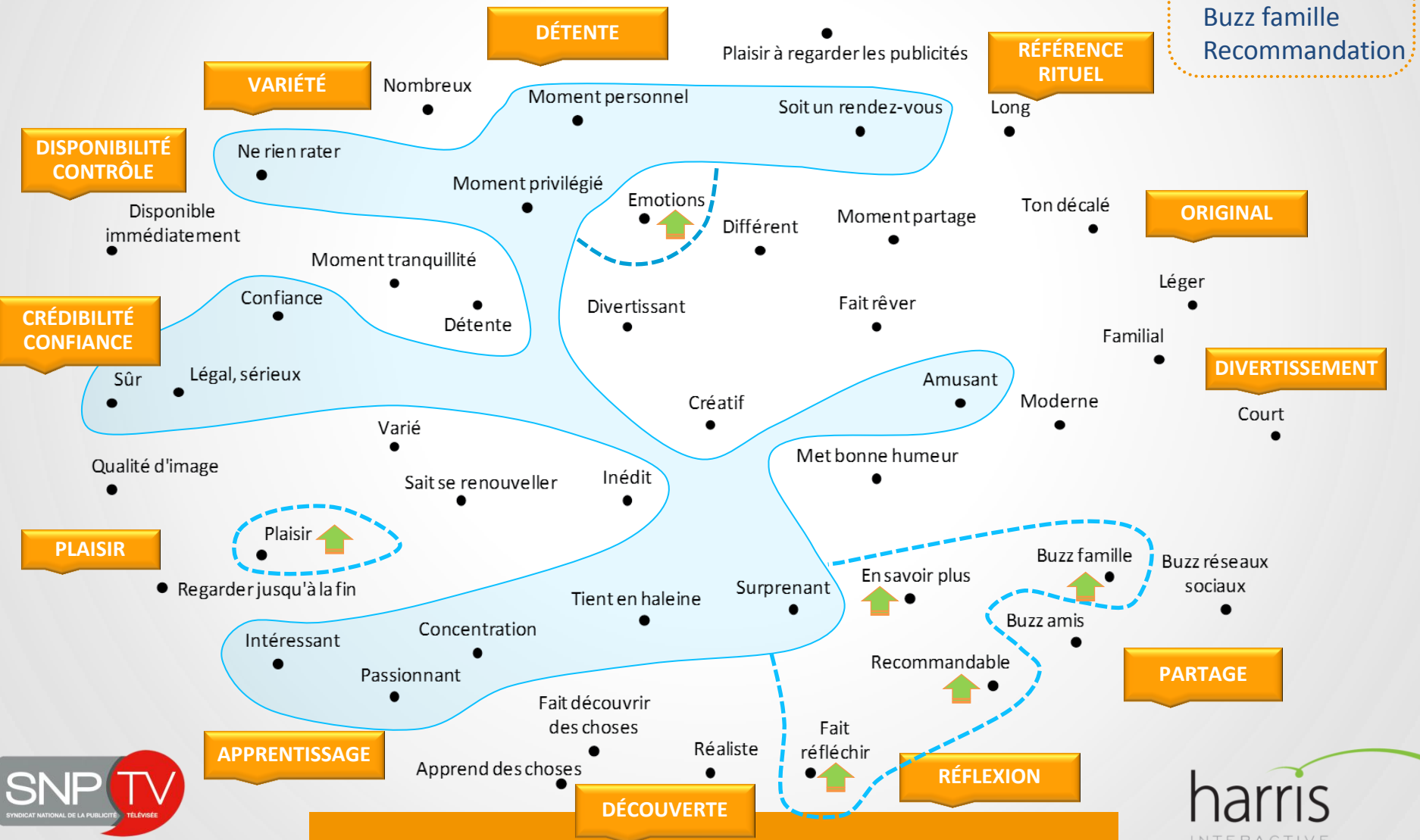
EMPREINTE CATCH'UP



-35 ans



Plaisir
Émotions
Réflexion
Donne envie
d'en savoir plus
Buzz famille
Recommandation



EMPREINTE PLATEFORMES VIDÉOS



Décalé
Originalité
Créatif
Disponibilité
immédiate
Buzz réseaux sociaux
Léger
Court
Nombreux
Bonne humeur

DÉTENTE

RÉFÉRENCE RITUEL

VARIÉTÉ

ORIGINAL

DISPONIBILITÉ CONTRÔLE

CRÉDIBILITÉ CONFIANCE

DIVERTISSEMENT

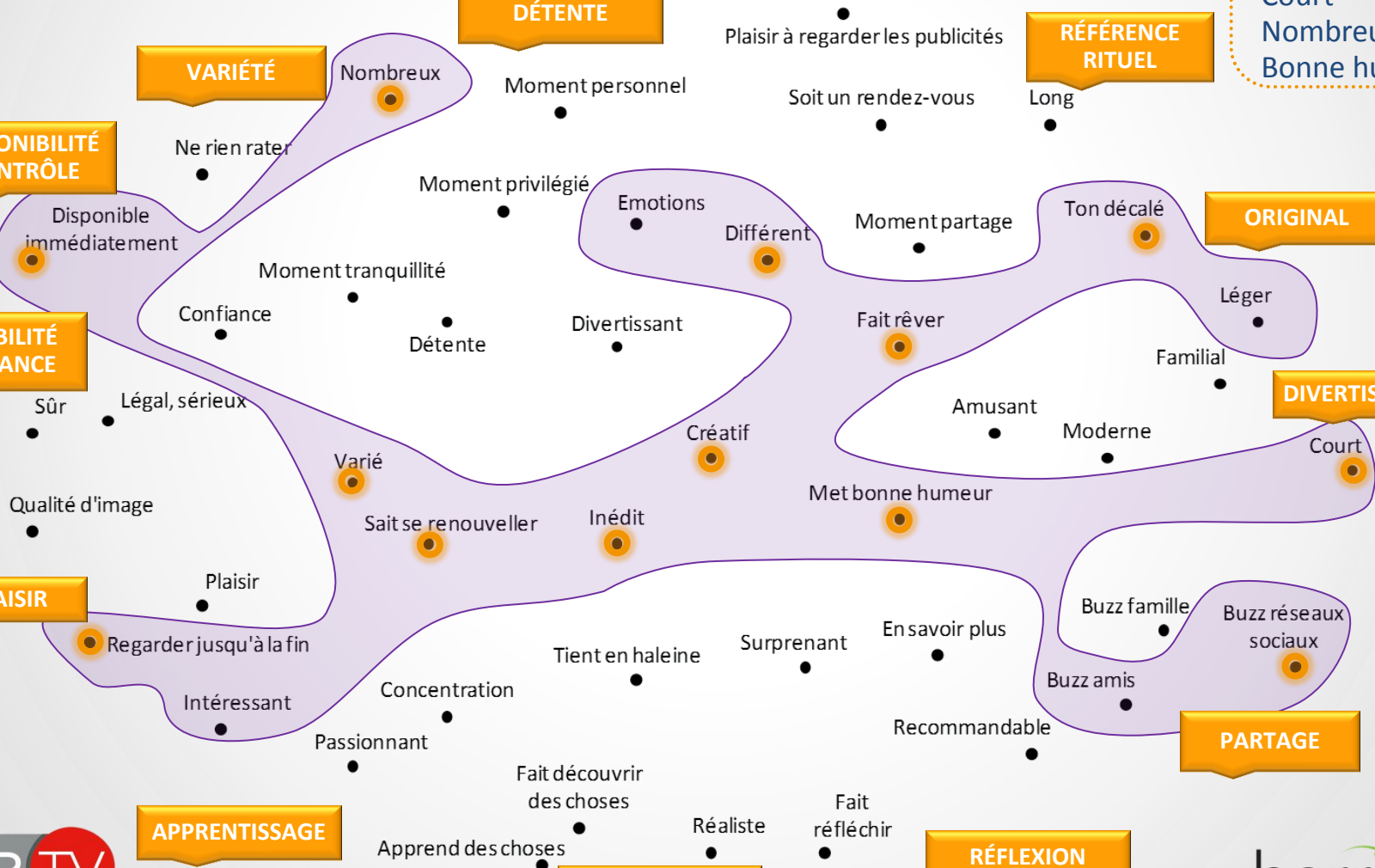
PLAISIR

PARTAGE

APPRENTISSAGE

RÉFLEXION

DÉCOUVERTE



EMPREINTE PLATEFORMES VIDÉOS



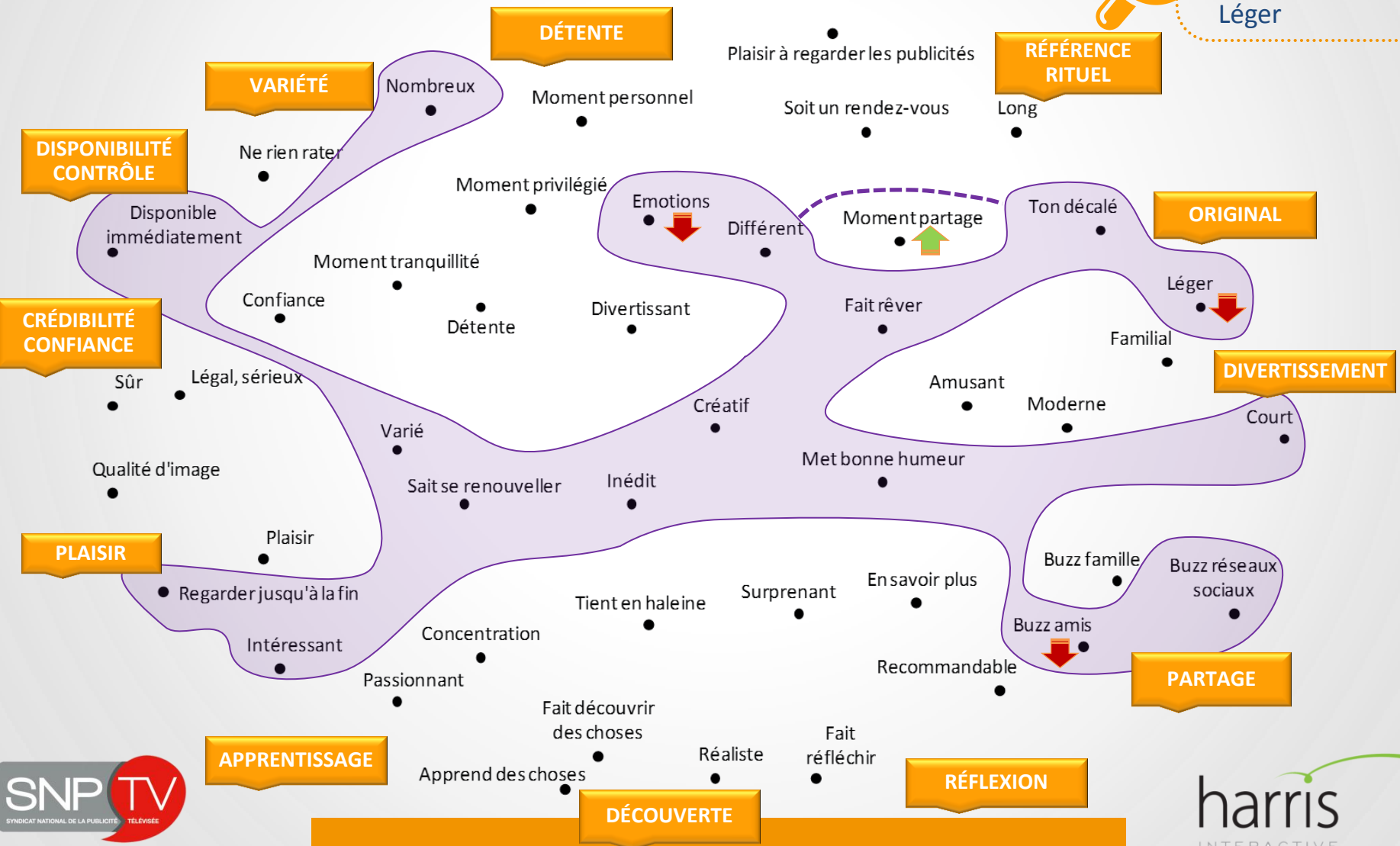
-35 ans



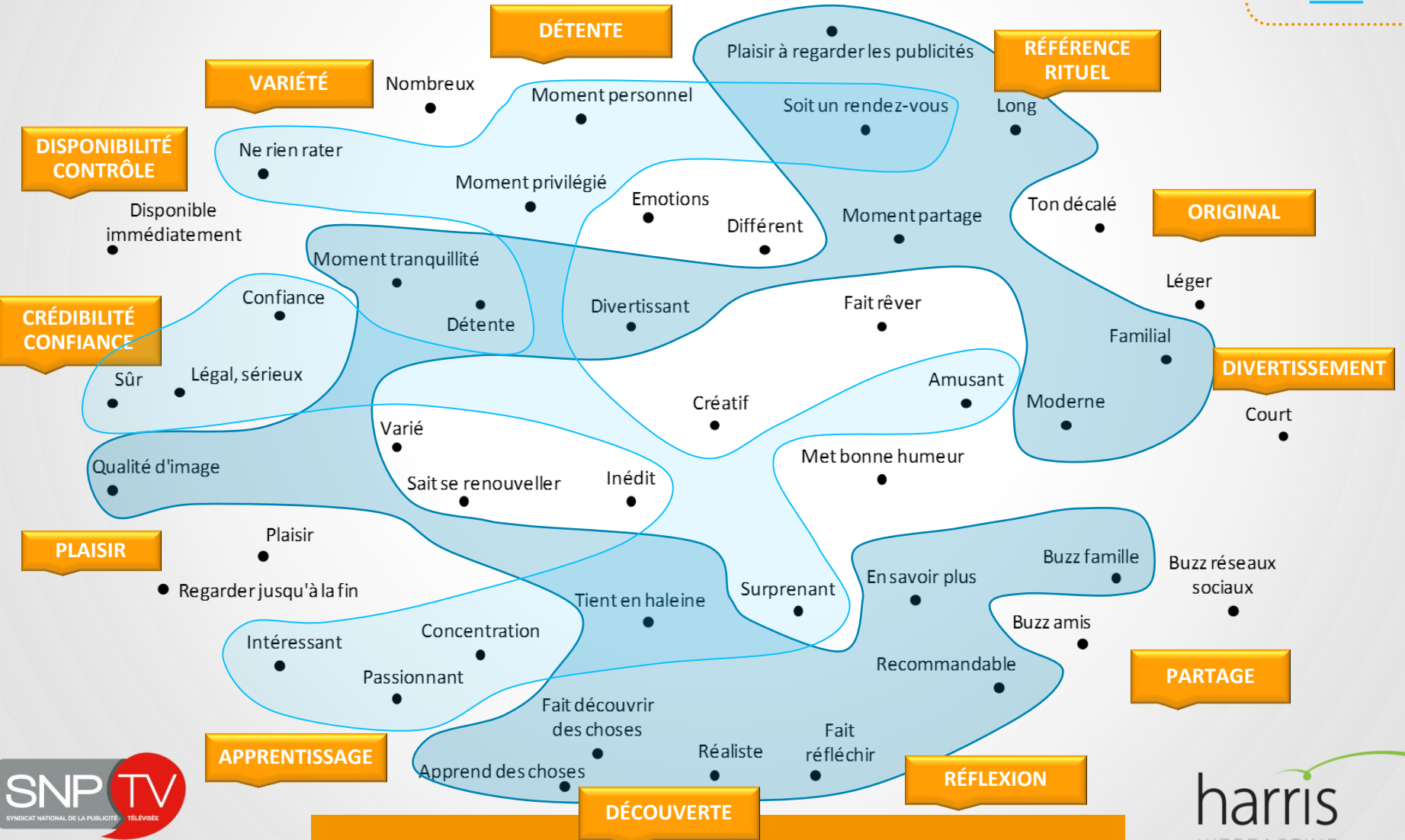
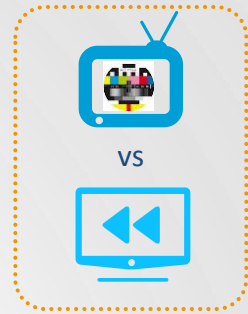
Moment de partage



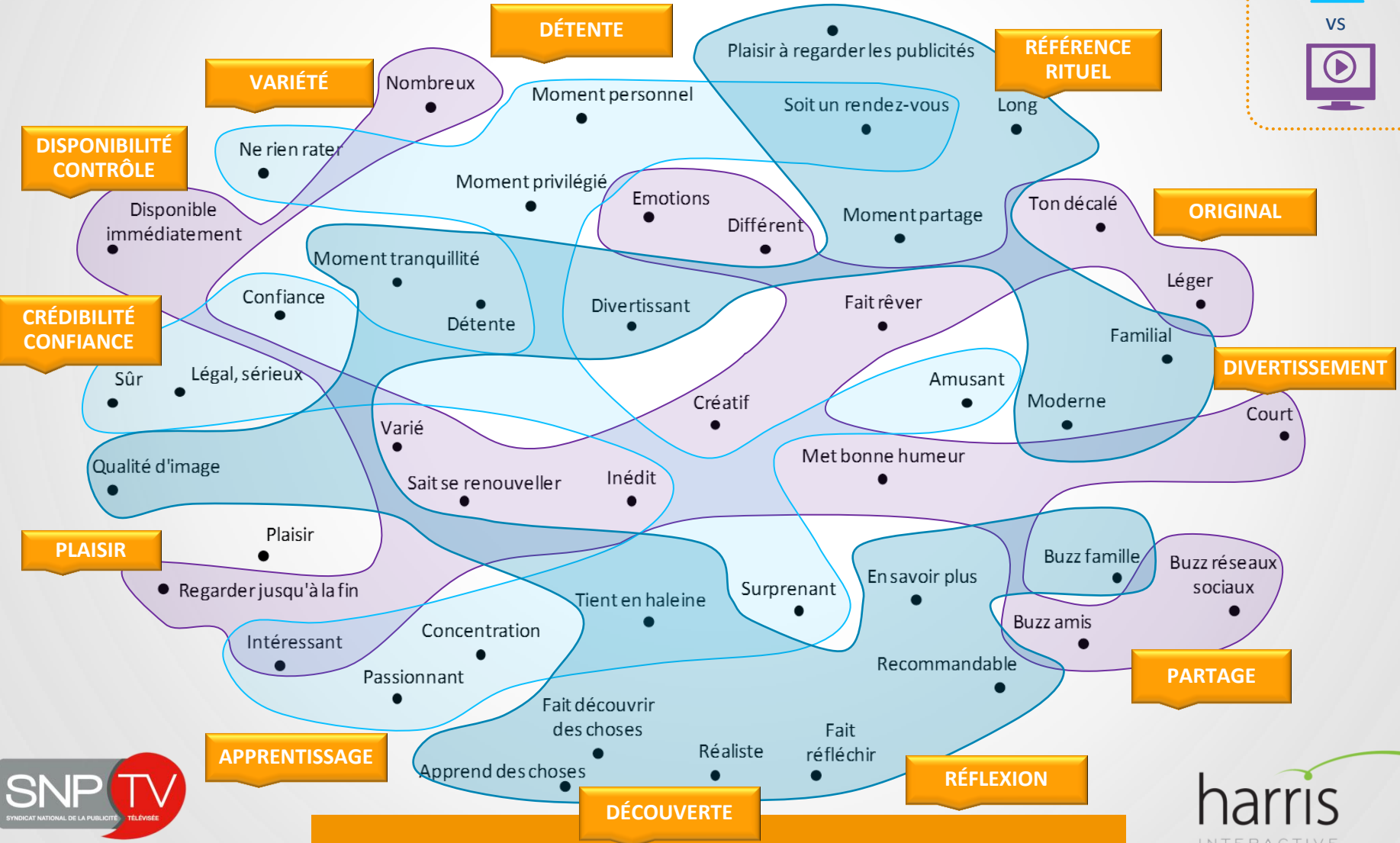
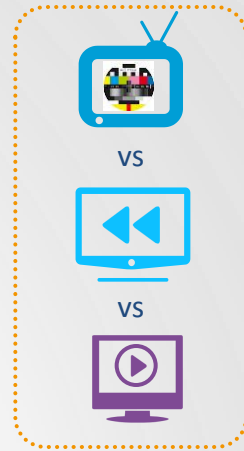
Buzz amis
Émotions
Léger



EMPREINTE FLUX TV vs CATCH'UP



EMPREINTE FLUX TV vs CATCH'UP vs PLATEFORMES VIDÉOS



DES CONTRATS D'ÉCOUTE DIFFÉRENTS







FLUX TV



CATCH'UP



PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS

	Contexte	Le rituel Long	Le RDV qu'on se crée Long/temps maîtrisé	Hasard Court
	Contenus	Richesse contenus +++ Recommandation	Richesse contenus ++ Légal, sûr	Contenus spécifiques Nombreux
	Promesse	Divertissement	Ne rien rater	Disponible immédiatement
	Moment/ émotions	Partage Découverte apprentissage	Moment à soi Moment privilégié Passionnant concentration	« Flanerie » Décalé Léger
	<i>Spécificités</i>	<i>Publicités = plaisir Intégrées au contrat d'écoute</i>	<i>Contenu plaisir</i>	<i>Dimension « buzz social »</i>

DES CONTRATS D'ÉCOUTE DIFFÉRENTS



FLUX TV



CATCH'UP



PLATEFORMES DE
PARTAGE DE VIDÉOS

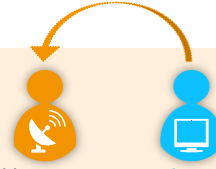
ÉMETTEUR FORT
Recommandation



L'émetteur Le récepteur

Moment de détente
Partage (familial)

ÉMETTEUR = CONFIANCE
Forte valeur d'usage



L'émetteur Le récepteur

Récepteur dominant
Moment choisi / privilégié

ÉMETTEUR : INTERNET
Variété / immédiateté



L'émetteur Le récepteur

Moment choisi
Contenus consultés limités

CONTRAT D'ÉCOUTE RICHE
Détente, découverte
Apprentissage

**CONTRAT D'ÉCOUTE SIMPLE ET
CLAIR**
Dimension servicielle forte

**CONTRAT D'ÉCOUTE
« NUMÉRIQUE »**

POSTURE DE RÉCEPTION par
excellence
« On choisit et on se laisse guider »

POSTURE DE CONCENTRATION
Télespectateur **passionné**

POSTURE DE « FLÂNERIE »
Hasard