

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 11 juillet 2017

« Comment et sur quels écrans sont regardées les vidéos ? »

L'IAB France vient de présenter les résultats de son étude sur la vidéo : « Comment et sur quels écrans sont regardées les vidéos », réalisée par Médiamétrie.

L'IAB France avait déjà présenté une étude sur « les Pratiques et les enjeux de la vidéo en France » en mai 2016. Cette nouvelle étude permet de connaître la fréquence et les supports utilisés par les Français pour regarder les vidéos.

Les résultats révèlent que la consommation de vidéos est devenue très régulière chez les internautes. Près de deux tiers (63 %) d'entre eux déclarent regarder une vidéo « tous les jours ou presque tous les jours ». Ils sont 76 % à déclarer regarder une vidéo au moins une fois par semaine. Les jeunes de 15 à 24 ans constituent la tranche d'âge la plus consommatrice de vidéos puisqu'ils sont 84 % à déclarer regarder une vidéo « tous les jours ou presque tous les jours ».

L'ordinateur (64 %) est le support le plus utilisé par les internautes, devant le mobile qui occupe néanmoins une place d'importance (41 %).

Les sites et applications dédiées à la vidéo (73 %) et les réseaux sociaux (72 %) sont des plateformes propices à la consommation de vidéos.

Consommation de vidéos sur mobile

L'étude révèle également que 7 internautes sur 10 regardant des vidéos sur leur mobile le font depuis leur domicile, 42 % dans les moments d'attente, 36 % à l'extérieur de chez eux ou encore 23 % dans les transports.

Moins de 3 internautes sur 10 regardant une vidéo depuis leur mobile sur une plateforme de divertissement le font via son application mobile.

Les vidéos sont majoritairement visionnées sur les fils d'actualités des internautes via des partages de leurs amis.

Les internautes visionnent des vidéos principalement lorsque le contenu est adapté à leurs centres d'intérêts (61 %) mais aussi quand les formats proposés sont courts (43 %)



La publicité dans les vidéos

En corrélation avec ce qui est évoqué ci-dessus, il n'est pas étonnant de constater que sur l'ensemble des internautes interrogés, une très grande majorité s'accorde à dire que les publicités proposées sont trop longues (80 %) et qu'elles ne sont pas cohérentes avec le contenu visionné (79 %).

53 % des internautes affirment également renoncer à visionner des vidéos à cause des publicités.

A l'inverse, 23 % des interrogés ne se sentent pas gênés par les publicités diffusées lors du visionnage de vidéos.

Enfin, lorsque les internautes regardent des vidéos, ils préfèrent que les publicités soient placées en fin de vidéo pour 59 %, en début de vidéo pour 37 % et en milieu de vidéo pour 4 %.

Contact Presse

Thomas Bordet, IAB France, thomas@iabfrance.com, 01 48 78 14 32

Shahina Akbaraly, O2P Conseil, s.akbaraly@o2p-conseil.com, 01 45 00 37 37

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple : structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 140 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.). A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital. L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique. L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.

Le Président de l'IAB France est David Lacombed.

www.iabfrance.com