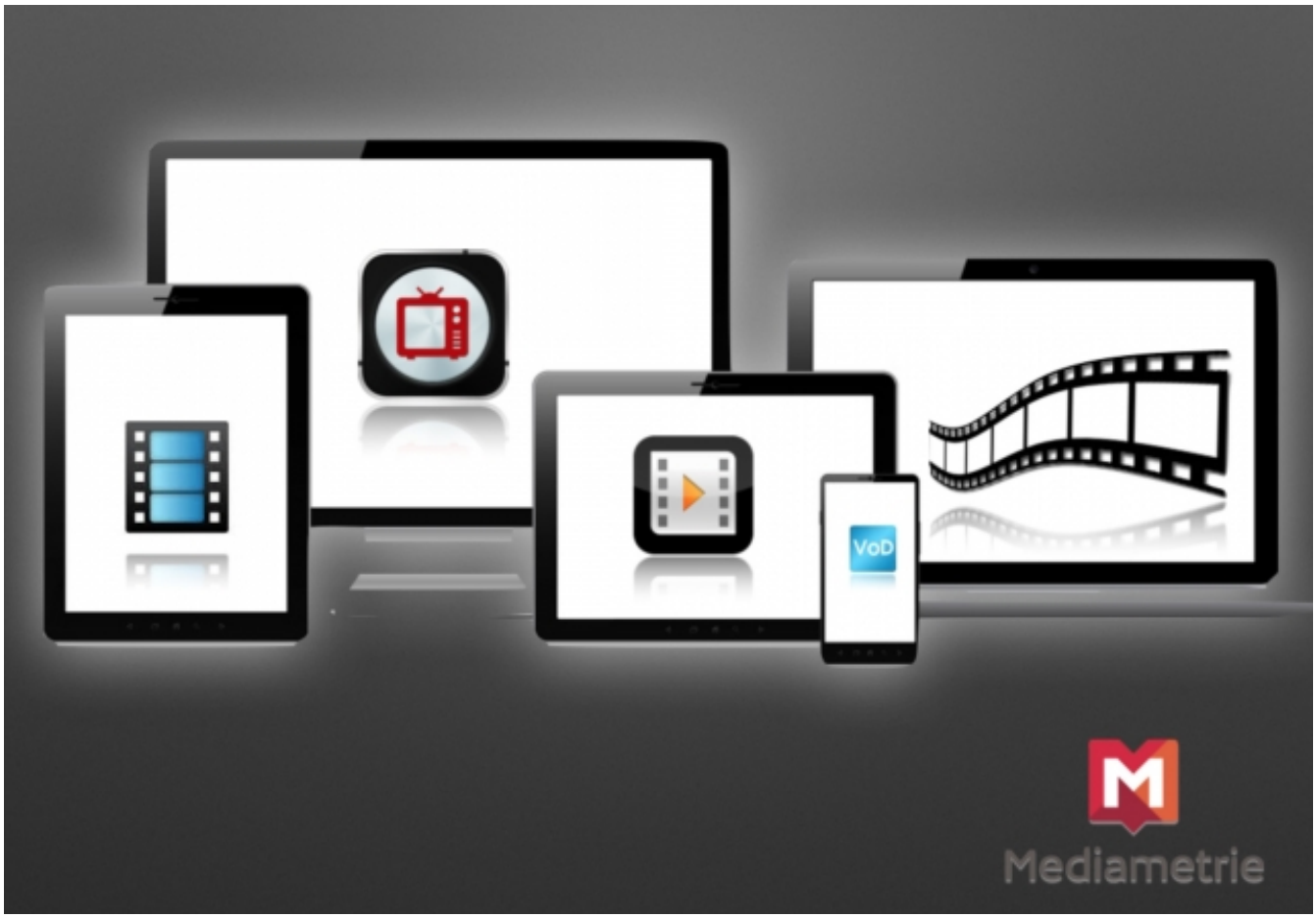
Écrit par Jean-Christophe Perney
Mardi, 16 Mai 2017 20:59

Une étude réalisée par Médiamétrie pour l'IAB (Interactive Advertising Bureau) sur les nouveaux usages de la vidéo en ligne confirme une tendance qui s'amplifie : la vidéo sur IP s'impose en tant que mass media du XXIe siècle...:



- Les foyers français sont toujours mieux équipés. En moyenne, au premier trimestre 2016, 5,5 écrans permettent de regarder des vidéos en ligne (4,5 écrans en 2015) et 35,8% des foyers disposent de quatre écrans (TV, ordinateur, smartphone et tablette).

- La consommation de vidéos en ligne se banalise. Médiamétrie a ainsi interrogé les adeptes de vidéos sur leur consommation et leurs usages sur les quatre écrans. Le nombre des internautes regardant au moins une fois de la vidéo au cours du mois, en croissance, atteint 70%. Parmi eux, 57% regardent au moins une vidéo sur un ordinateur et y passent 6h15 par mois (source Médiamétrie/NetRatings).

- Ces pratiques sont encore plus marquées chez les 15-24 ans : 95% d'entre eux regardent au moins une vidéo par mois, et 64% tous les jours ou presque. Si l'ordinateur reste leur écran privilégié (73%), ils sont plus nombreux que l'ensemble de la population à utiliser leur téléphone (66%, contre 34%) et leur tablette (47%, contre 32%).