

La vidéo online, de plus en plus consommée sur écran TV

Projeter ou regarder des vidéos online en streaming sur son écran TV n'est pas nouveau. Mais, cela change-t-il fondamentalement notre façon de regarder la TV ? Ou seulement le type de contenus que nous regardons ? Étude sur la consommation de la vidéo online sur écran TV dans une étude YouTube.



Regarder YouTube sur écran TV : une réalité

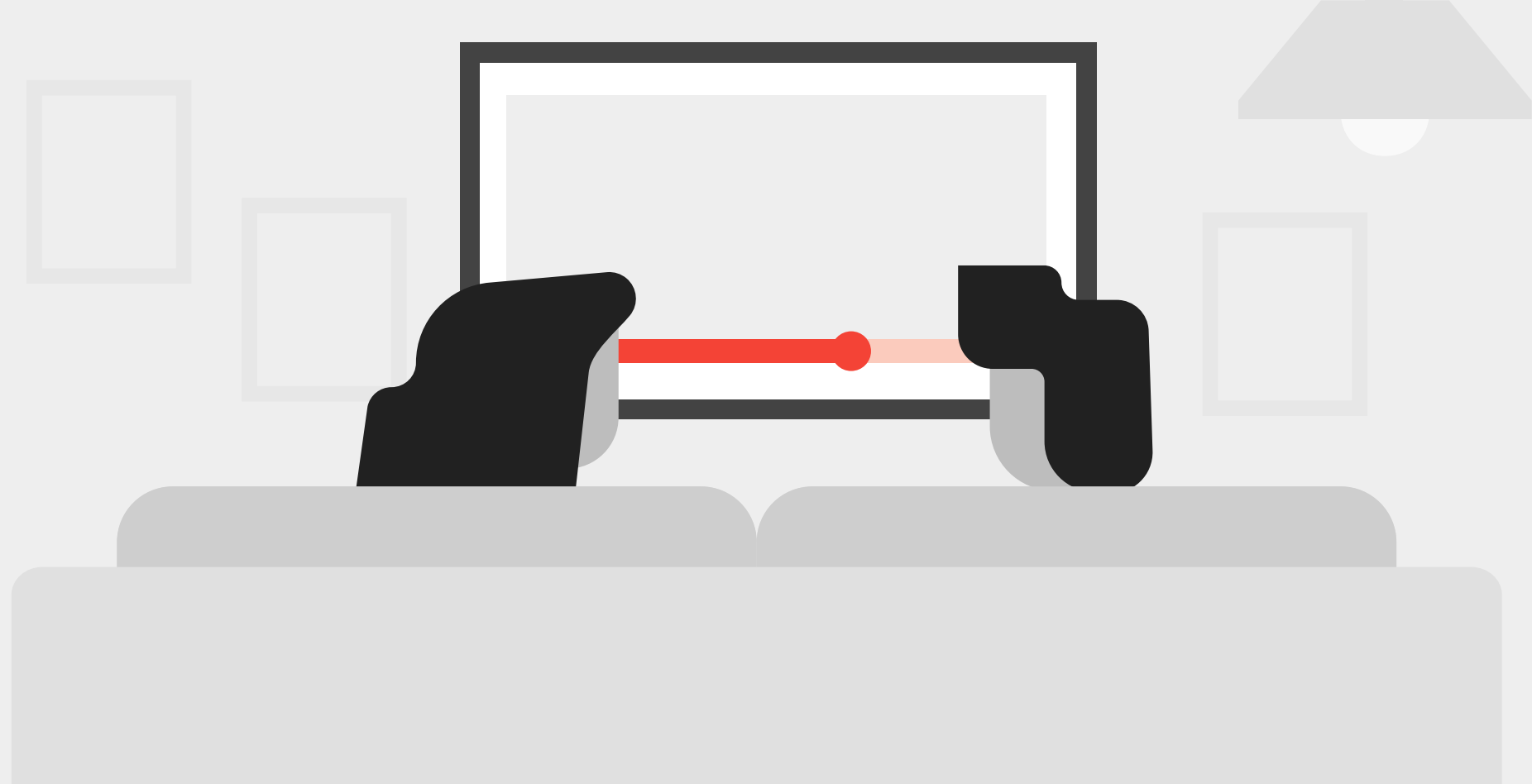


(Presque) tout le monde le fait

Parmi les utilisateurs de YouTube,

2 sur 3

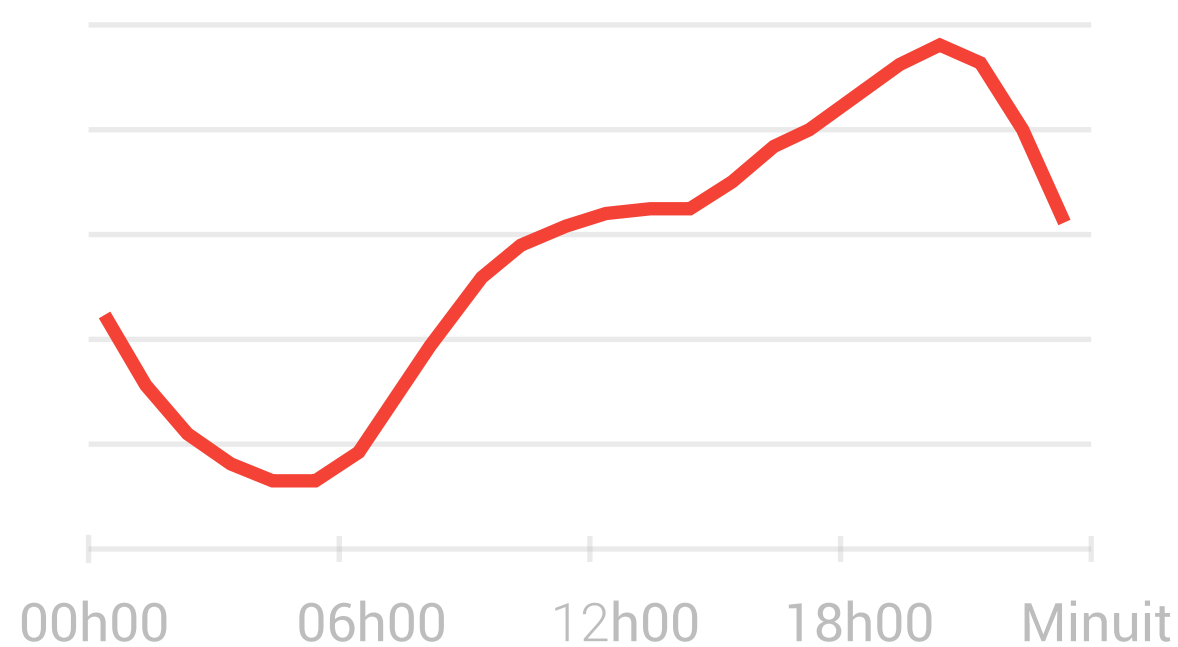
disent regarder YouTube **sur un écran TV**.



Le prime time ne concerne pas uniquement le programme TV

Comme le contenu TV,³ la consommation de YouTube sur écran TV grimpe à l'heure du prime time.

Temps passé à regarder du contenu YouTube sur écran TV, selon l'heure de la journée



Source : données YouTube, États-Unis, janvier-décembre 2016.

Tout le monde attend le week-end

Le temps passé à regarder du contenu YouTube sur écran TV grimpe le week-end.

Temps passé à regarder du contenu YouTube sur écran TV, selon les jours de la semaine

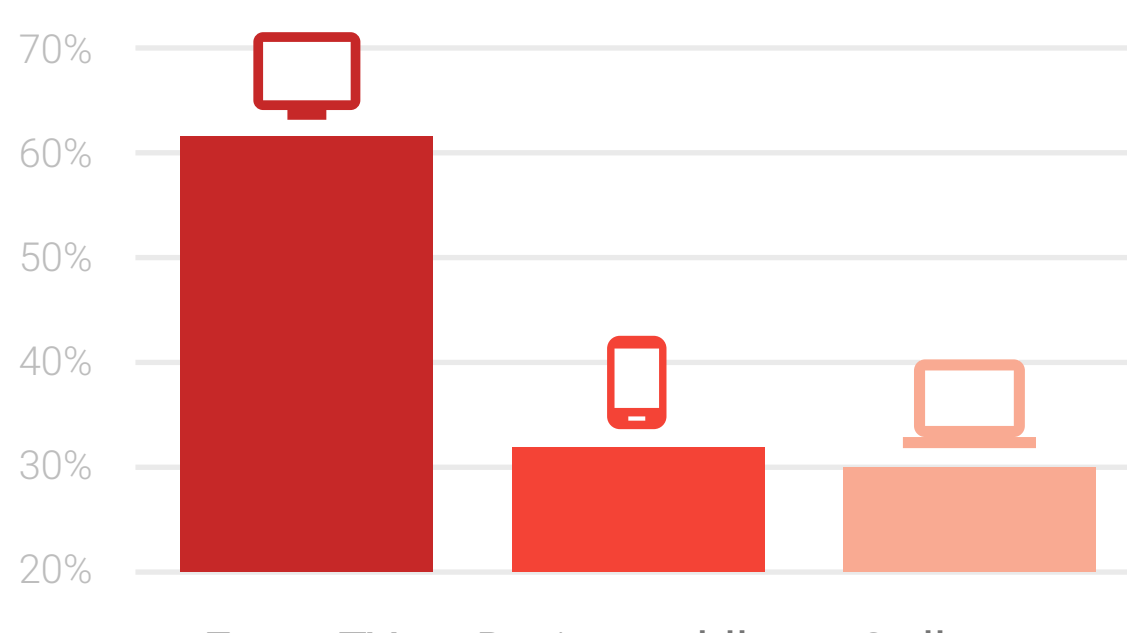


Source : données YouTube, États-Unis, jan-déc 2016.

Regarder YouTube sur écran TV attire les foules

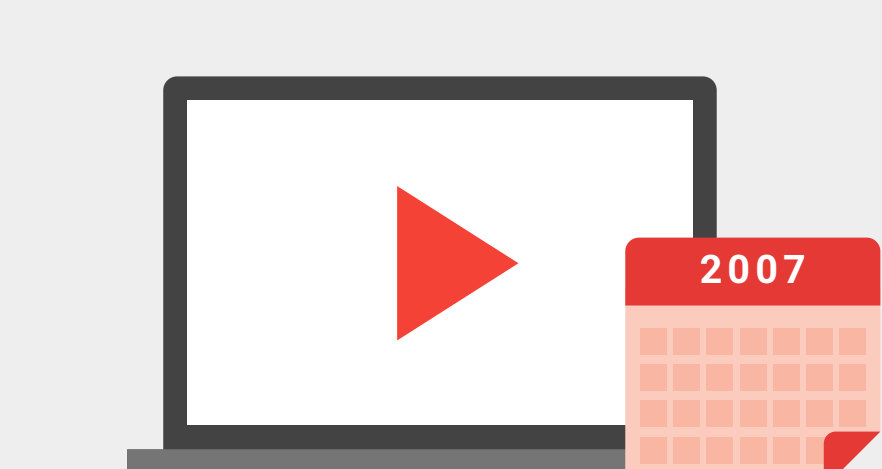
Les utilisateurs sont 2x plus susceptibles de regarder YouTube avec d'autres personnes sur un écran TV que sur mobiles ou ordinateurs⁵

Pourcentage d'utilisateurs qui disent regarder YouTube avec d'autres, par type de devices



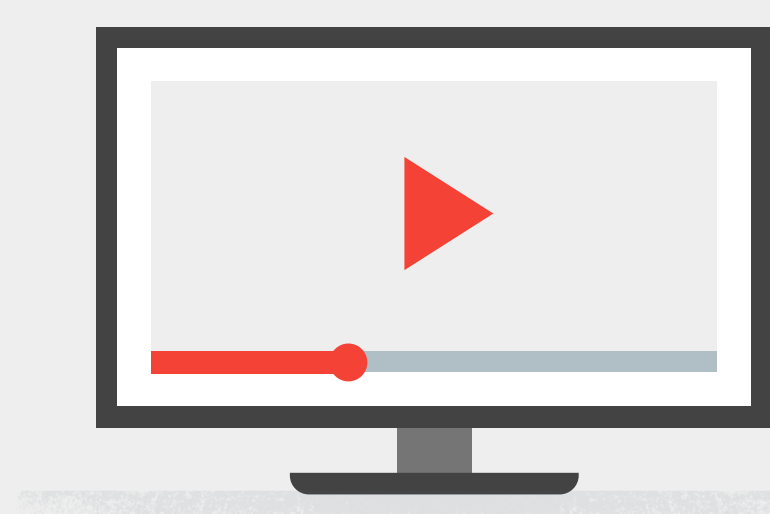
Source : Google/Ipsos Connect, États-Unis, juillet 2016.

Quelles conclusions ?



Projeter ou regarder des vidéos online en streaming sur son écran de TV est aujourd'hui un réflexe ! Mais, il y a 10 ans, les TV intelligentes arrivaient sur le marché. Hulu faisait ses premiers pas. Netflix testait les capacités du streaming. Chromecast n'existait pas encore. YouTube était alors utilisé presque exclusivement sur ordinateur.

Avec l'accélération de la technologie, la vidéo online a trouvé sa place dans le salon, la chambre, la salle de jeux ou, plus généralement, dans toutes les pièces où l'on trouve un écran de TV. De récentes datas YouTube indiquent que les gens n'abandonnent pas leurs TVs. Ils complètent juste ce qu'ils y regardent.



SOURCES

- Données YouTube, monde, jan 2017 vs. jan 2016.
- Google/Ipsos Connect, étude YouTube cross-screen, U.S., n=2,004 adultes online entre 18 et 54 ans, qui regardent des vidéos au moins une fois par mois. Les utilisateurs de YouTube sont des consommateurs entre 18 et 54 ans qui regardent YouTube au moins une fois par mois, juillet 2016.
- Video Advertising Bureau, adultes entre 18 et 49 ans (live +7 put impressions), 19 sept 2016-15 jan 2017.
- comScore, étude '2017 U.S. Cross-Platform Future in Focus'.
- Google/Ipsos Connect, étude YouTube cross-screen, U.S., n=2,004 adultes online entre 18 et 54 ans, qui regardent des vidéos au moins une fois par mois. Les utilisateurs de YouTube sont des consommateurs entre 18 et 54 ans qui regardent YouTube au moins une fois par mois, juillet 2016.