

*A l'occasion du lancement de la troisième édition du WebTV Festival, qui se déroule du 21 au 23 mars à La Rochelle, Médiamétrie a réalisé une enquête exclusive pour le festival sur les habitudes des français face à la création vidéo pour le web.*

En effet avec l'essor de la vidéo sur le web, de plus en plus de contenus audiovisuels sont conçus exclusivement pour être diffusés sur ce nouveau media. Médiamétrie a donc réalisé, via son omnibus Médiafit, une étude exclusive afin de cerner de plus près ce phénomène.

Un panel de 1044 internautes, âgés de 15 ans et plus, ont donc été interrogés sur la façon dont ils « pratiquent » le web, voici ce qu'il en ressort :

➤ **1 personne sur 10 regarde des vidéos professionnelles conçues pour Internet**

Aujourd'hui, plus de 6 personnes sur 10 connaissent l'existence des vidéos exclusives web. La notoriété de ce type de contenu provient essentiellement d'une découverte au cours d'un surf sur le net (34%), d'une recommandation par des proches (16%) ou d'un programme TV évoquant ce type de contenus (12%). Le public connaît ces vidéos exclusives web et les regarde : une personne sur 10 en a regardé une au cours de la semaine passée.

Les amateurs sont les hommes (71% des visionneurs sur la dernière semaine), les personnes vivant en province (80%) et les CSP+ (40%).

Leur motivation principale à regarder ces contenus est la curiosité (35%) suivie par l'intérêt pour le programme (22%).

Les non adeptes invoquent le manque de temps (38%) ou d'intérêt (24%) et la richesse des programmes TV (15%). Néanmoins, certains éléments pourraient inciter à davantage regarder ces contenus: une meilleure qualité des programmes (20%), l'absence de publicité avant les vidéos (17%) ainsi qu'une plus grande différenciation des contenus présents uniquement sur le web par rapport aux programmes TV (21%) en proposant par exemple des bonus ou services interactifs.

➤ **L'humour en tête des préférences**

La vidéo humoristique est le genre le plus regardé au travers de ces contenus exclusifs web (36%). Ce genre est plébiscité par les 15-34 ans et les personnes vivant en régions.

Suivent : les documentaires (16%), les séries et les fictions (11%), les émissions d'information (10%) et les films publicitaires (8%).

➤ **L'ordinateur comme support privilégié**

Le public regarde avant tout les vidéos sur l'ordinateur (91%). Deux autres supports également liés à cette pratique sont émergents : les tablettes et le téléphone mobile (3% chacun).

En termes de plate-forme, le public privilégie les sites agrégateurs de vidéo du type Youtube ou Dailymotion (58%). Ces contenus sont également regardés sur les sites de chaînes TV pour plus d'une personne sur 10.

*Source : Médiamétrie – Médiafit pour le WebTV-Festival – 1044 internautes de 15 ans et plus – Du 9 au 12 mars 2012*