

TV linéaire en ligne

L'autre façon de regarder la télévision

Présentation des résultats

Résultats de l'étude

Note Méthodologique

▶ Contexte

Face à la multiplication des modes de consommation de la télévision et à l'évolution des pratiques, le poste de télévision n'est plus le seul support utilisé pour regarder des contenus. Dans ce cadre, NPA s'est interrogé sur la consommation de la télévision linéaire sur ordinateur.

▶ Objectif

NPA Conseil a souhaité mieux cerner les comportements et définir des éléments de profil des utilisateurs de la télévision linéaire sur Internet à travers l'exemple du site *playtv.fr*

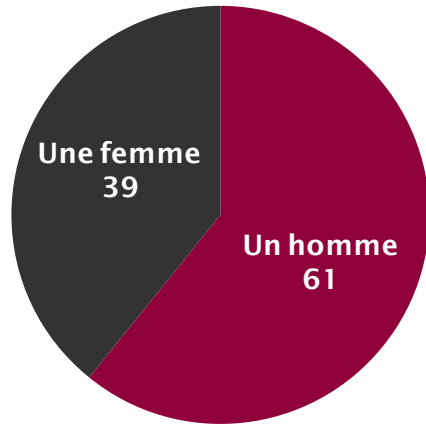
▶ Méthodologie

- Questionnaire auto-administré en ligne mis à disposition sur le site playtv.fr du 19/11/2010 au 26/11/2010 (1 semaine)
- 1.932 répondants
- Durée du questionnaire: 5 mn

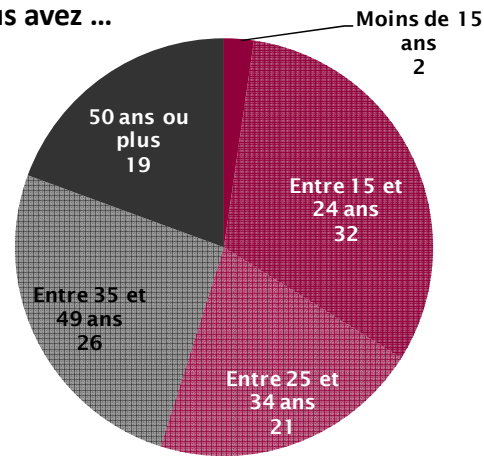
Qui sont les consommateurs de TV en ligne en direct?



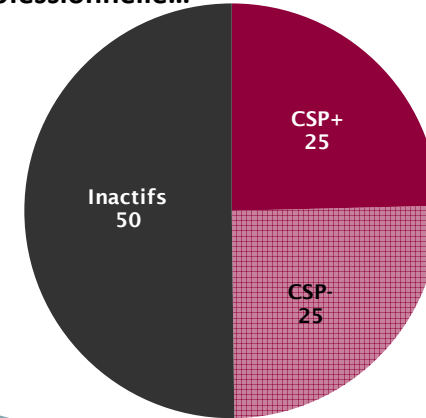
Vous êtes ...



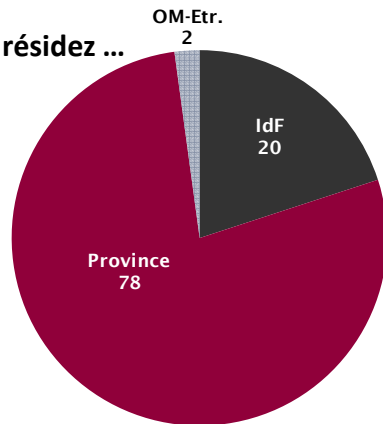
Vous avez ...



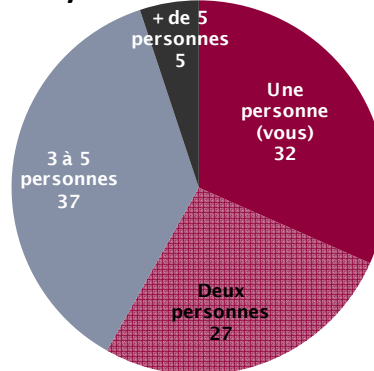
Votre catégorie socioprofessionnelle...



Vous résidez ...



Dans un foyer de...

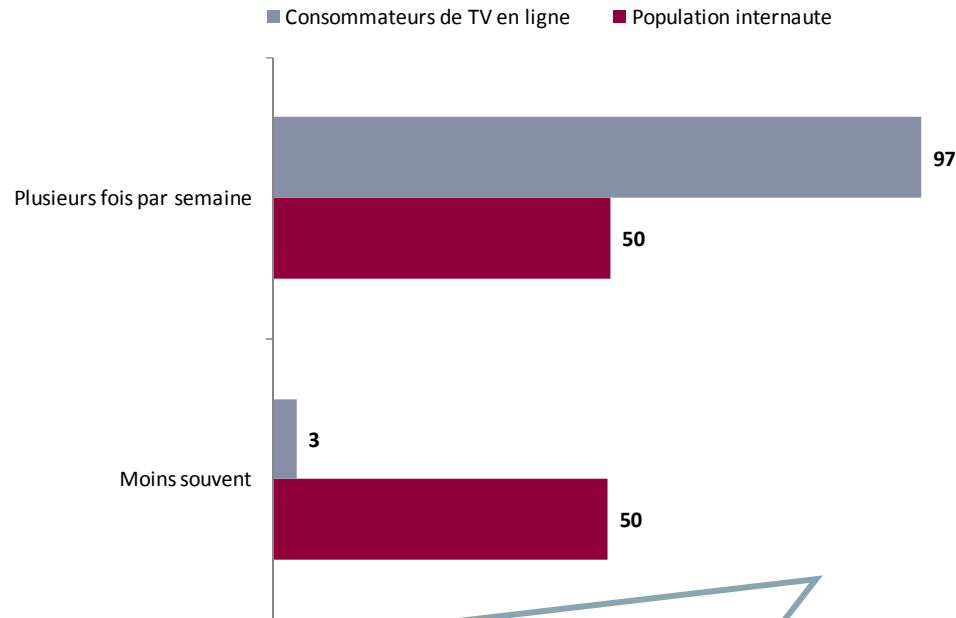


Une population essentiellement

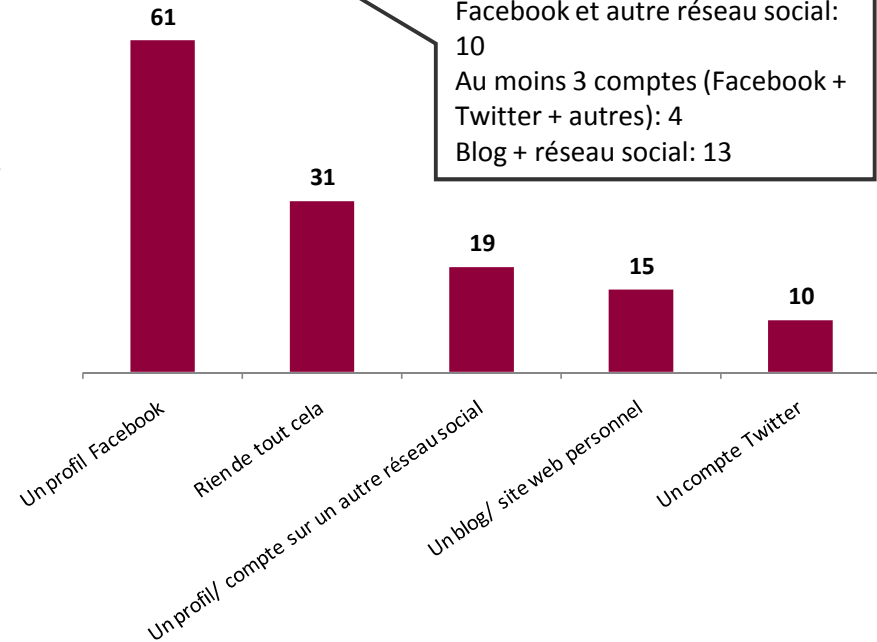
- ▶ **Masculine**
- ▶ **Jeune** (50% <35 ans)
- ▶ Vivant dans des foyers de 2 personnes ou plus (68%)

Une population hyper-connectée

Généralement, à quelle fréquence utilisez-vous Internet, que ce soit pour vous informer, acheter des produits, regarder des vidéos...?



Vous possédez...

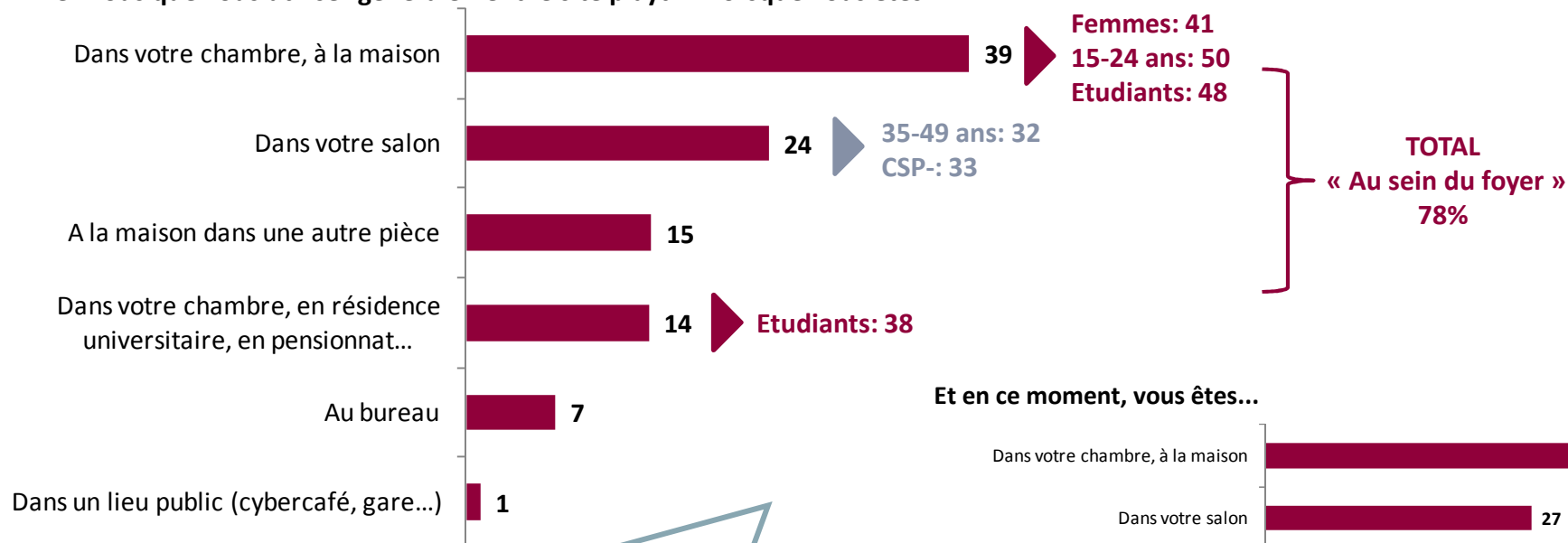


Profil Facebook & Twitter: 5
 Facebook et autre réseau social: 10
 Au moins 3 comptes (Facebook + Twitter + autres): 4
 Blog + réseau social: 13

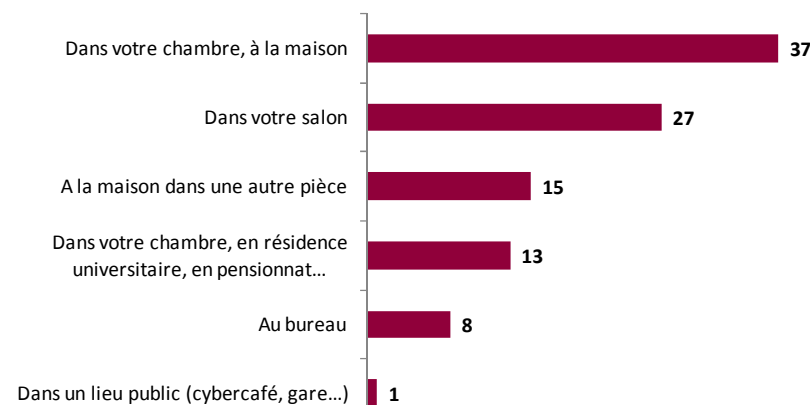
Une population d'internautes assidus, adepte des réseaux sociaux
 Des internautes actifs, détenant plusieurs profils sur les réseaux sociaux pour 20% d'entre eux
 Des internautes « créateurs »: 15% d'entre eux alimentent un blog, 13% ont un blog et un profil sur les réseaux sociaux

Le PC: un écran supplémentaire au sein du foyer

Diriez-vous que vous utilisez généralement le site playtv.fr lorsque vous êtes...



Et en ce moment, vous êtes...



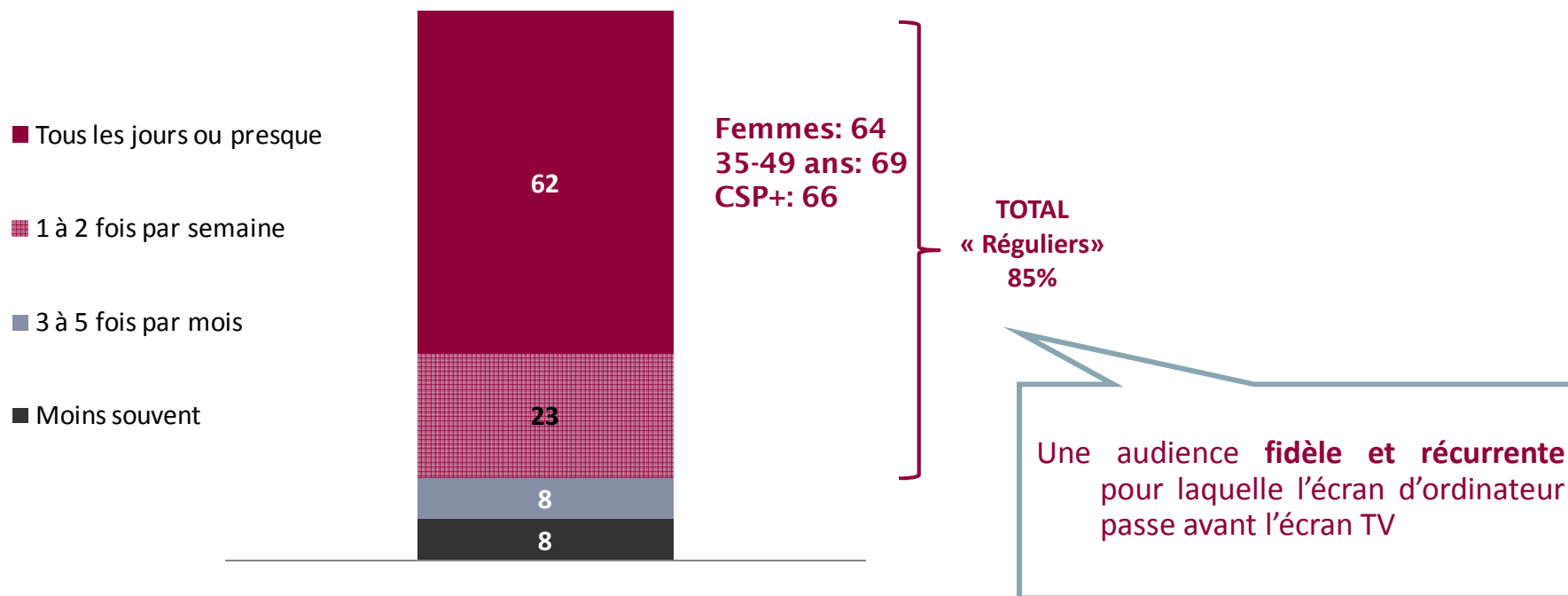
78% de la consommation de TV en ligne a lieu au sein du foyer dont 24% dans le salon

Le PC est aussi un moyen d'accéder à la TV hors de chez soi (38% des étudiants et 7% « au bureau »)

⇒ Un gain de couverture pour les éditeurs

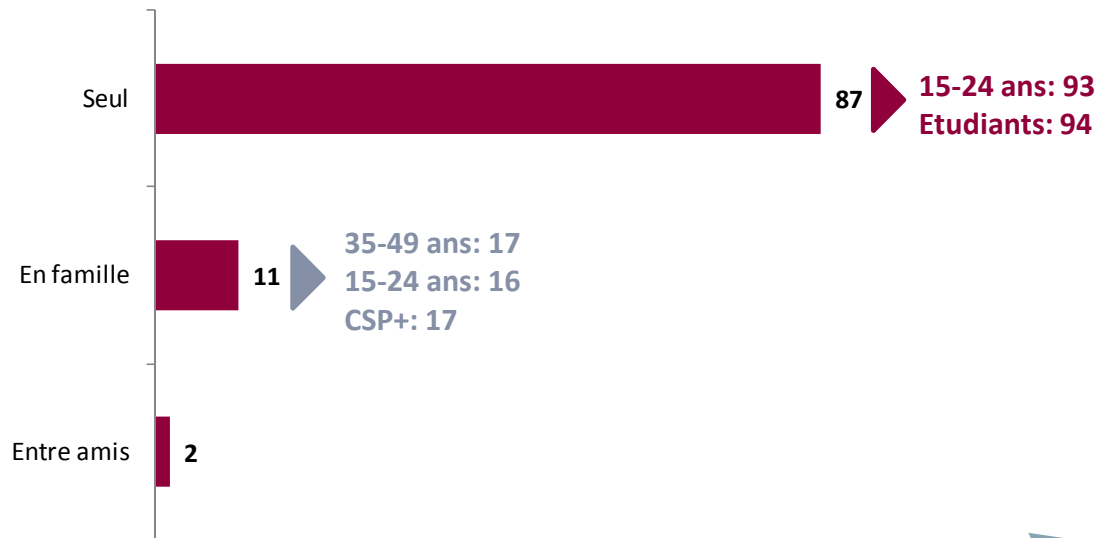
Qui génère une consommation assidue

Vous êtes actuellement sur le site playtv.fr, habituellement diriez-vous que vous consultez notre site...

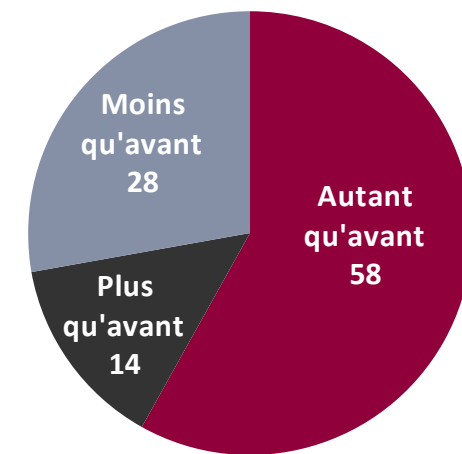


L'individualisation de la consommation TV

Généralement, vous regardez des programmes sur playtv.fr...



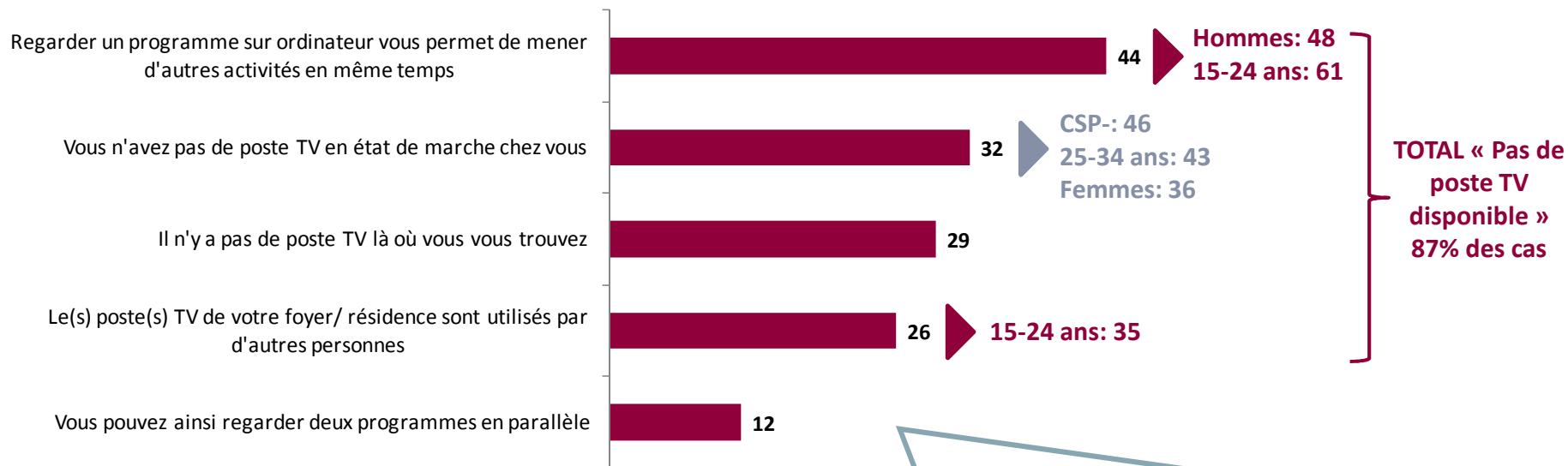
Depuis que vous utilisez playtv.fr, regardez-vous des programmes TV, que ce soit sur un poste de TV, sur Internet ou un mobile...



- PC = Ecran individuel
- TV = Ecran familial
- ⇒ Ciblage publicitaire plus performant dans l'environnement PC
- ⇒ Pas de concurrence ni de cannibalisation réelle entre les écrans

Le PC : un écran multifonctions

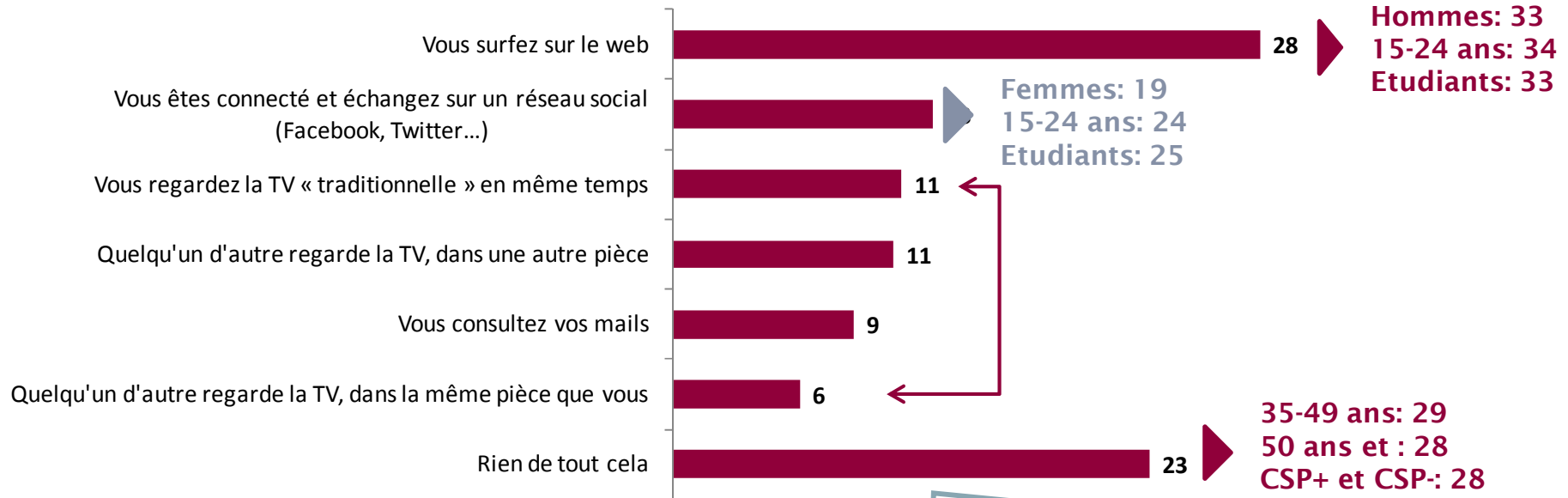
Habituellement, vous consultez le site parce que...(2 réponses possibles)



- Si l'absence de poste TV disponible ou en état de marche est une motivation d'usage forte du service de TV en ligne Play TV, la possibilité de mener en parallèle d'autres activités (surf web, chat, mais aussi multflux) constitue une motivation forte des utilisateurs, en particulier pour les plus jeunes, réputés adeptes du « multitasking »
- L'occupation du poste familial par d'autres personnes n'apparaît qu'en 3e position des motivations des 15-24, loin derrière la possibilité de « multitasking »

La TV sur PC favorise le *multitasking*

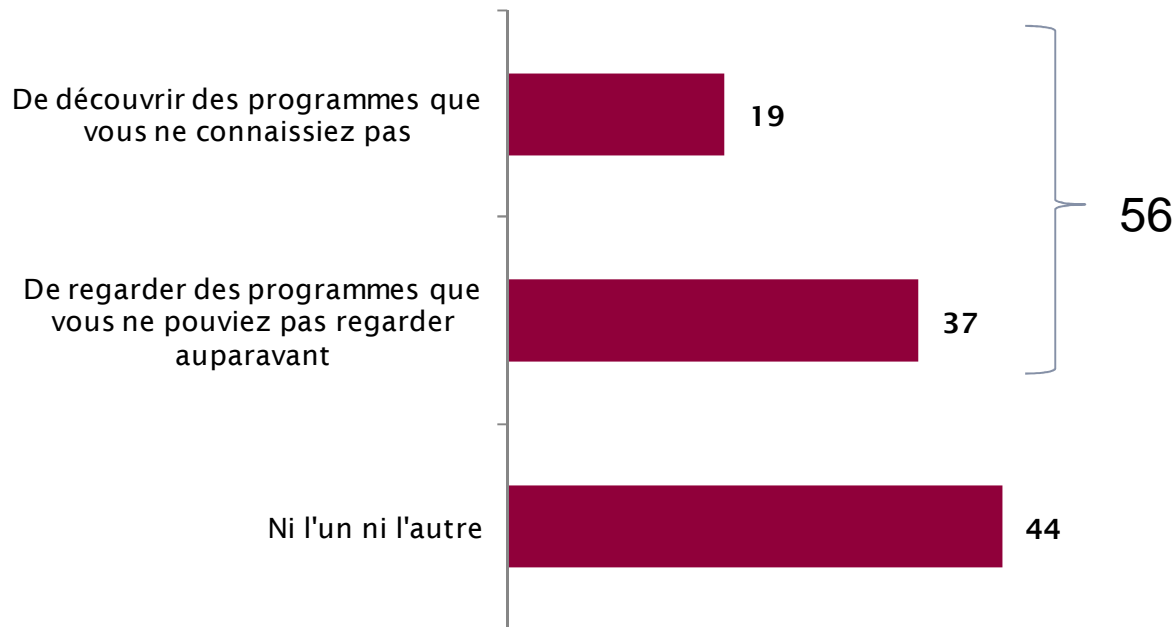
Diriez-vous que vous utilisez généralement le site playtv.fr lorsque...



- Moins d'1/4 des utilisateurs consomme de la TV en ligne en « mono-tâche », principalement les segments de population les plus âgés
- Les femmes, les 15-24 et les étudiants consomment fréquemment la TV en ligne en parallèle de leur activité de réseau social, les hommes surfent sur le web en parallèle
- 17% consomment la TV en ligne sur PC dans une pièce où un téléviseur est allumé

La TV sur PC : un complément d'audience

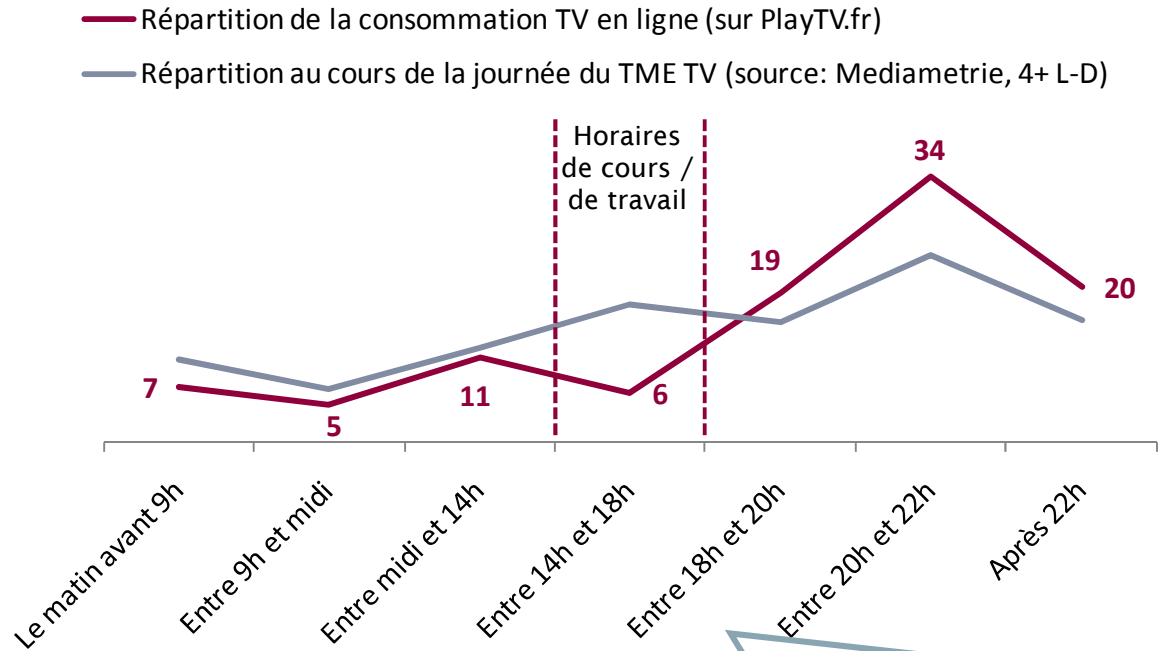
Utiliser playtv.fr, vous a permis...



- Pour plus de la moitié des utilisateurs, la TV sur PC permet de regarder de nouveaux programmes
- Une liberté pour l'utilisateur qui peut continuer à regarder ses programmes quelle que soit la situation (le poste de TV utilisé par un tiers, absence de TV, confort d'écoute...) : un outil d'aide à la fidélisation des téléspectateurs.

Le direct en ligne renforce la puissance du prime...

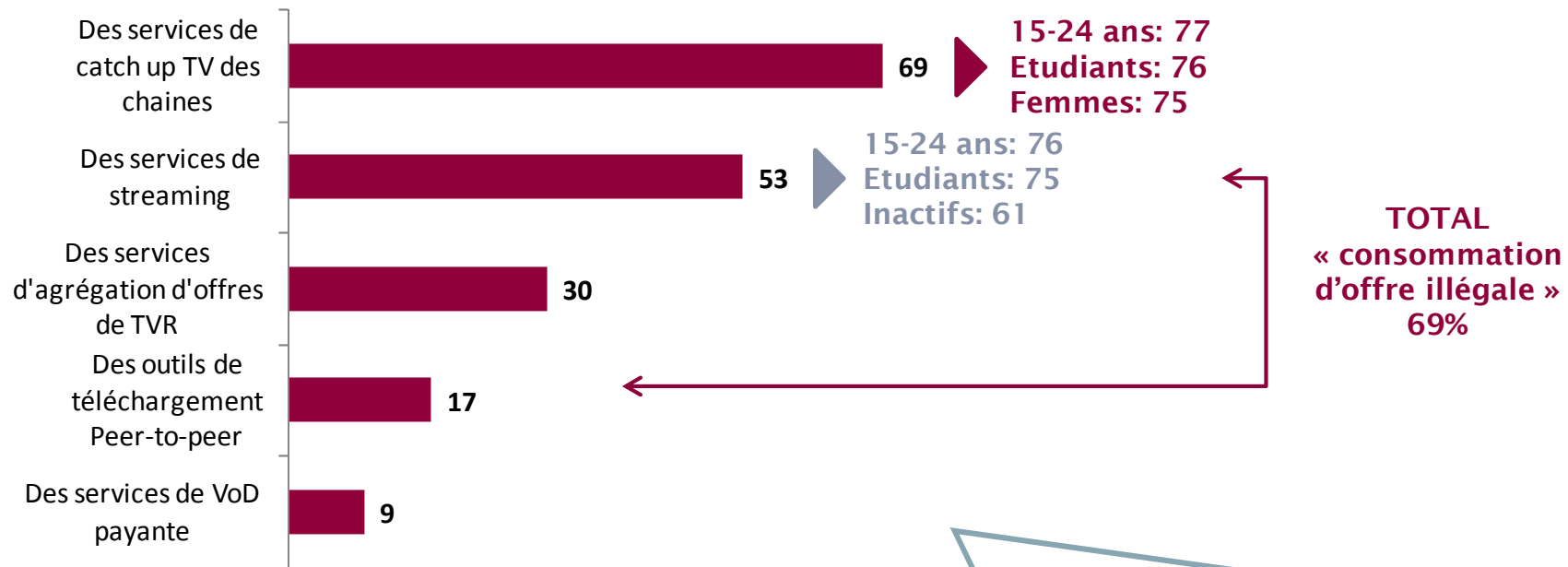
Habituellement, vous venez regarder des programmes en direct en ligne...



- Plus grande concentration d'utilisateurs sur les horaires d'accès, de prime et de soirée en TV en ligne par rapport à la TV « traditionnelle »
- En lien avec le rythme de vie d'une population très particulière, active professionnellement et socialement

...et l'attractivité de l'offre légale

Vous arrive-t-il d'utiliser...



- La TV en ligne vient compléter l'éventail de l'offre légale à destination des gros consommateurs de contenus numériques
- Et constitue une véritable concurrence pour l'offre illégale permettant aux chaînes de réintégrer les revenus issus de leurs programmes

Conclusion



La TV en ligne répond à un véritable besoin exprimé par les Internautes

Elle permet de cibler des populations spécifiques en s'adaptant à leur mode de vie

Un moyen pour les éditeurs de multiplier les contacts avec l'offre légale et faire jouer les leviers numériques pour renforcer la relation avec l'audience

- Personnalisation/ individualisation de la consommation TV
- Multi-écrans
- *Multitasking*
- Souplesse de l'offre



Annexes





NPA Conseil

Convergent depuis 2001

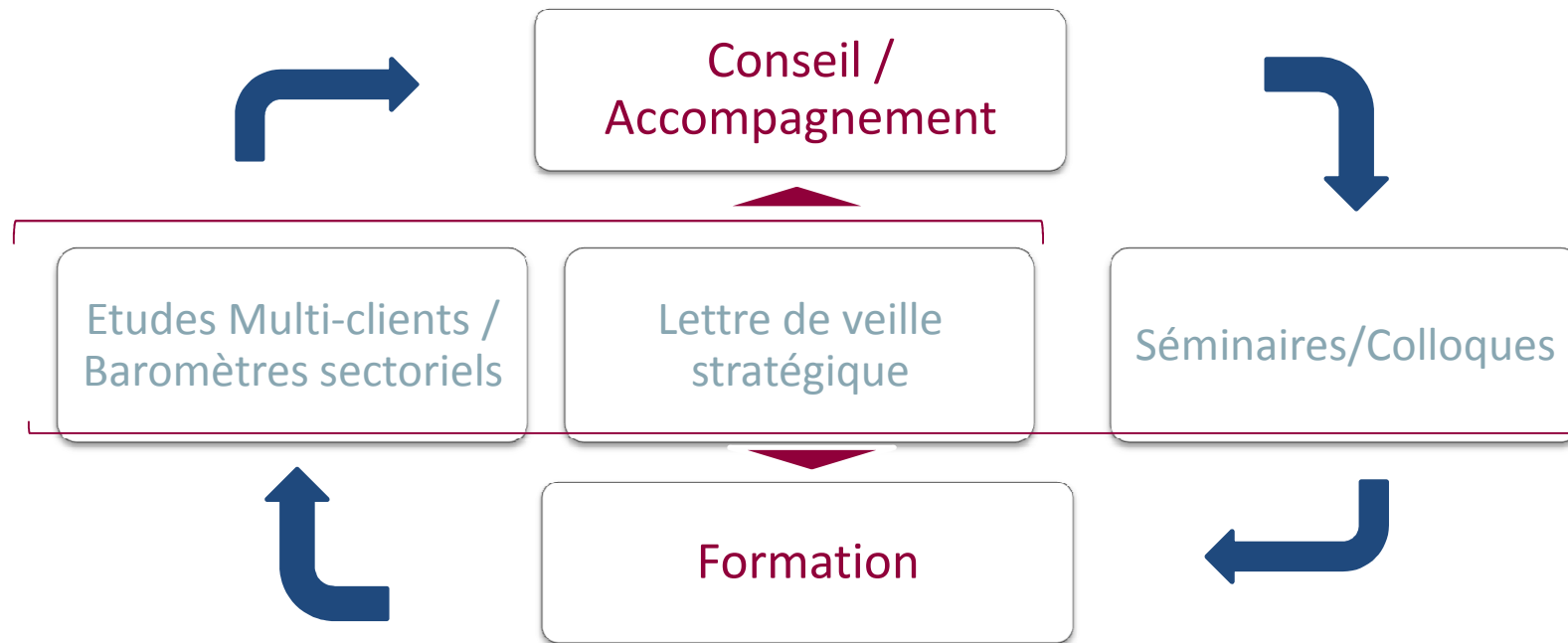


NPA : Toutes les dimensions des médias numériques

Juridique et réglementaire	<ul style="list-style-type: none">• VOD• Jeux en ligne• TNT, RNT, TMP, IPTV• Stratégies de développement
Economie des services et usages	<ul style="list-style-type: none">• Législation et réglementation des médias, des services numériques• Législation de l'économie numérique• Droit d'auteur,...• Niveau national, européen, international
Marketing et communication	<ul style="list-style-type: none">• Marketing des services et benchmark• Constitution d'offres de services et de programmes• Marketing stratégique, études de marchés• Événementiels
Contenus et services	<ul style="list-style-type: none">• Négociation de contenus média et data,• Ergonomie, conception et mise en œuvre des services• Géo localisation• Contenus mobiles• Contenus audiovisuels
Economie des Infrastructures	<ul style="list-style-type: none">• Réseaux de diffusion des médias (broadcast, IPTV, mobile)• Tower Co, satellite, câble,• Systèmes d'information liés aux médias
terminaux	<ul style="list-style-type: none">• Set Top Box, Média center, Mobile• Guide électronique de programmes• Smartphones

NPA : Une palette de réponses adaptées à vos questions

NPA met à votre disposition son expérience et ses compétences en matière de veille, d'analyse et de conseil stratégique.



Une stratégie produit qui enrichit chacune des actions de NPA pour le bénéfice de ses clients

The logo for Play TV, featuring the word "play" in lowercase white letters and "TV" in uppercase black letters, both on a red background with a white arrow pointing right.

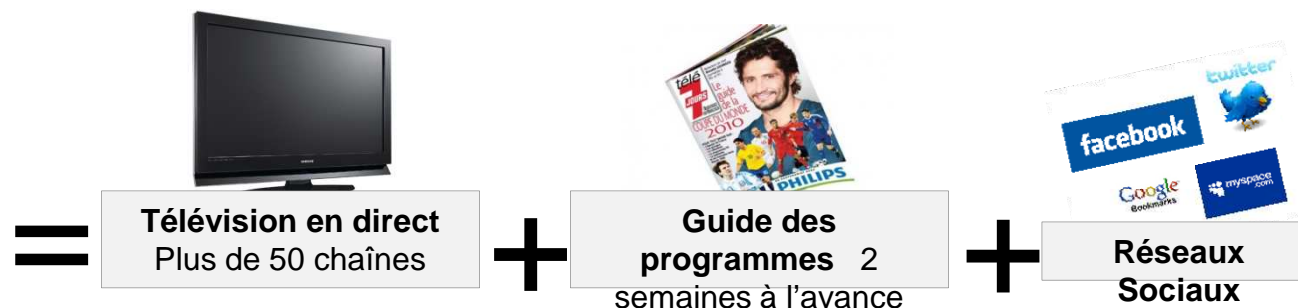
play TV

Play TV, le vrai service de télévision en direct sur internet

Un des principaux opérateurs de télévision
sur les réseaux ADSL

4,7 Millions de français ont utilisés le service en 2010

Présentation du service



Play TV est un service gratuit financé par la publicité

Consultable sur:



Ordinateurs de bureau



Ordinateurs portables



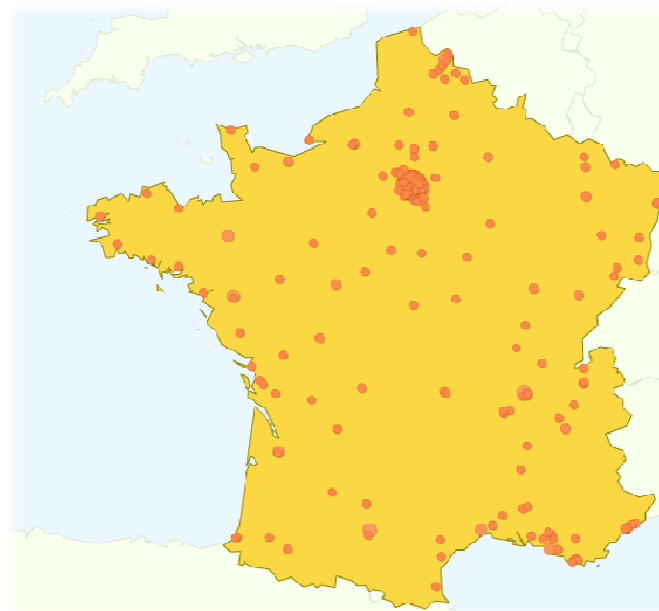
Tablettes PC

Chiffres clés

Synthèse Décembre 2010

	2 083 084 Visites
	834 729 Visiteurs uniques absolus
	6 924 126 Pages vues
	3,32 Nombre moyen de pages vues
	00:21:39 Temps passé sur le site
	14,05 % Taux de rebond
	26,83 % Nouvelles visites

Synthèse Géographique



Evolution de la fréquentation sur les 12 derniers mois en visites



Evolution de la fréquentation sur une journée en visites



La société

Play Media est **une Jeune Entreprise Innovante (JEI)** soutenue par [Oséo](#) pour le développement de ses projets.

Les dirigeants ont été accompagné par la [Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris \(CCIP\)](#) avant d'être lauréats du [Réseau Entreprendre](#) en Juin 2009.

La société est enregistrée auprès du [Conseil Supérieur de l'Audiovisuel \(CSA\)](#) comme principal opérateur sur les réseaux ADSL ainsi qu'à l'[Autorité de Régulation des Communications Électroniques et Postes \(ARCEP\)](#) sous le numéro 10-1126.

Play Media est membre de l'[IAB France](#) et participe à différentes études sur la publicité sur Internet



Play Media est une S.A.S.
au capital de 212 870 €
enregistrée au RCS de Paris sous le numéro
d'identification 513 229 013.

Contacts



Jean-Emmanuel Casalta: jecasalta@npaconseil.com



John Galloula: john@playmedia.fr
Charles Cappare: charles@playmedia.fr

