

L'Observatoire TV-Vidéo 2008

Les nouveaux usages et comportements des Internautes

« Et aujourd'hui...c'est quoi la Télé » ?

« **Regarder la télé** » est un terme qui n'a plus tout à fait son sens originel pour l'internaute actif de 2008 : il **délinéarise** de plus en plus sa consommation de la « télé » en utilisant des enregistreurs numériques, des téléchargements, des podcasts ou services de streaming vidéo, et il **dématérialise** progressivement ses vidéos en les acquérant et les stockant sur ses disques durs.

Enfin, il **multiplie** les interfaces sur lesquelles il regarde des programmes (seuls 20% des internautes actifs déclarent utiliser **exclusivement** leur téléviseur pour regarder des vidéos).



Finalement, **la frontière entre le téléviseur et le moniteur s'atténue, les fonctionnalités comme les contenus et les services semblent devoir converger tandis que les écrans se multiplient.**

Avec l'arrivée de la **vidéo sur des supports mobiles**, le renouvellement des téléviseurs (grands écrans plats notamment), le passage prochain au **tout numérique**, la suppression possible de la **publicité** sur les chaînes publiques...

... le paysage est plus que jamais voué à de grandes évolutions.



Harris Interactive vous propose de suivre ces nouvelles tendances tout au long de l'année, afin de vous fournir des données régulières pour mieux anticiper ces évolutions.

L'objectif de cette étude est de suivre les nouvelles formes de comportement TV/Vidéo associées aux actuelles et futures formes de diffusion. Le parti-pris, compte-tenu de nos expériences et données de cadrage, a été de se centrer sur le cœur de cibles des utilisateurs actifs d'Internet*.

Notre solution : Tout au long de l'année, interrogation de **1000 répondants représentatifs des internautes** en termes de sexe, âge, CSP, région.

Harris Interactive réalisera 12 thèmes spécifiques par an et suivra certains indicateurs 2 fois par an.

* Les internautes seront recrutés via l'access panel France d'Harris Interactive (près de 750 000 membres). Nous avons choisi de concentrer ce projet sur les internautes dits « actifs », c'est-à-dire qui ont un usage régulier d'Internet.

Tous les deux mois, 2 thèmes seront traités par vague. Chaque thématique comprendra **une douzaine de questions** (hors signalétique et profil média).

Les **questionnaires seront entièrement conçus par Harris Interactive**, toutefois les suggestions et demandes spécifiques des souscripteurs seront progressivement prises en compte, selon l'arbitrage d'Harris Interactive.

Illustration de thématiques abordées :

- **Indicateurs de suivi (2 fois par an) :**

- Types de modes de diffusion utilisés
- Types d'interfaces utilisées pour visionner les contenus
- Notoriété spontanée des marques de médias ou de services de vidéos

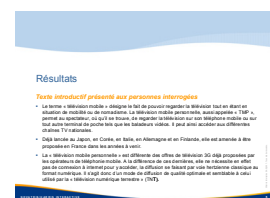


- **Thématiques prévues sur l'année – Avril 2008 à Mars 2009 (à titre indicatif, évolutions possibles en cours d'année)**

- Thème 1 : Enregistrement TV : pratiques actuelles et futures, perceptions
- Thème 2 : Location et VOD (sur PC, sur TV) : usages, perceptions, prix, intentions
- Thème 3 : TV en mobilité : perceptions, attentes, prix
- Thème 4 : Home Cinéma et HD : perceptions, compréhension
- Thème 5 : Interactivité sur programmes TV : usages, perceptions
- Thème 6 : Focus sur la Vidéo sur PC (pratiques actuelles, usages DVD sur PC, vidéo sur sites type Youtube, catch up TV sur PC, ...)
- Thème 7 : Rôles des différents écrans et circulation des contenus (TV1, TV2, PC, téléphone mobile, lecteur MP3/MP4, consoles...)
- Thème 8 : Publicité et vidéo (emplacement, nombre, contenu)
- Thème 9 : Stocker ses programmes (enregistrement, gravure DVD, disque dur...)
- Thème 10 : Partage des vidéos : usages, contribution, autoproduction, vidéos des marques et vidéos des anonymes
- Thème 11 : Bilan de la qualité numérique : contenus (nombre de chaînes), réception (image, son), services selon les canaux de réception (Hertzien, TNT, Câble, Satellite, ADSL)
- Thème 12 : Les nouveautés vidéos pour 2009 : nouvelles techniques, nouveaux modes de diffusion, connaissances et usages

Résultats :

- Tous les 2 mois,
 - Remise d'un **tableau de bord** de tris fournis à chaque vague (format Excel mis en forme), inséré dans un fichier général permettant d'accéder à toutes les enquêtes de l'année
 - Remise d'un **rapport PowerPoint de synthèse** qui présente les résultats sous forme graphique commentée



Une présentation orale peut être réalisée sur demande, en complément.

Tarifs

Abonnement à 17 000 € par an.

Possibilité d'acheter les données passées pour les clients rejoignant l'Observatoire en cours d'année.

Contactez-nous :

HARRIS INTERACTIVE

5-7 rue du Sahel - 75012 PARIS

Tel : + 33 (0)1 44 87 60 30

info@harrisinteractive.fr