

A person in silhouette, wearing headphones, is looking at a tablet. The background is a vibrant, blue-toned digital space with abstract geometric shapes and glowing lines. The overall atmosphere is futuristic and tech-oriented.

# La vidéo, l'avenir du digital à la Réunion

#DIGITAL



**37%**

des internautes Métropolitains **regardent  
des vidéos sur au moins un écran  
numérique tous les jours**

# La vidéo un contenu incontournable en Métropole

ILS CONSOMMENT DE LA VIDÉO AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS



70%

des internautes consomment de la vidéo sur un écran numérique au moins une fois par mois

ENSEMBLE



95%

des internautes consomment de la vidéo sur un écran numérique au moins une fois par mois

MOINS DE 35 ANS



54%

des internautes consomment de la vidéo sur un écran numérique au moins une fois par mois

PLUS DE 35 ANS

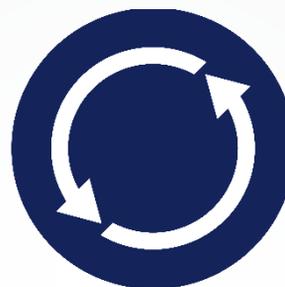
# Méthodologie de l'étude

PANEL 974

by pigé !



EN  
LIGNE



MÉTHODE  
DES QUOTAS



600 INDIVIDUS  
INTERROGÉS



DU 18 AU 20  
FÉVRIER

# Les internautes Réunionnais sont très bien équipés en écrans numériques



Télévision	Ordinateur	Smartphone	Tablette	4 écrans
96%	96%	95%	71%	64%



Télévision	Ordinateur	Smartphone	Tablette	4 écrans
94%	84%	68%	45%	36%

Source : étude IAB Médiamétrie – La vidéo en France 2016 – Pratiques et enjeux

## #LAREUNION plus équipée que la métropole

# La vidéo, le contenu d'avenir très bien perçu par les Réunionnais

**56%**

des internautes Réunionnais  
déclarent  
regarder de + en + de vidéos



**53%**

des internautes Réunionnais déclarent  
que la vidéo est l'avenir  
d'internet et des applications

# Les Réunionnais, vidéovores multiécrans



ORDINATEUR

76%

des internautes Réunionnais équipés  
déclarent **regarder des vidéos**  
sur ordinateur au moins une fois par mois



SMARTPHONE

59%

des internautes Réunionnais équipés  
déclarent **regarder des vidéos**  
sur smartphone au moins une fois par mois



TABLETTE

42%

des internautes Réunionnais équipés  
déclarent **regarder des vidéos**  
sur tablette au moins une fois par mois

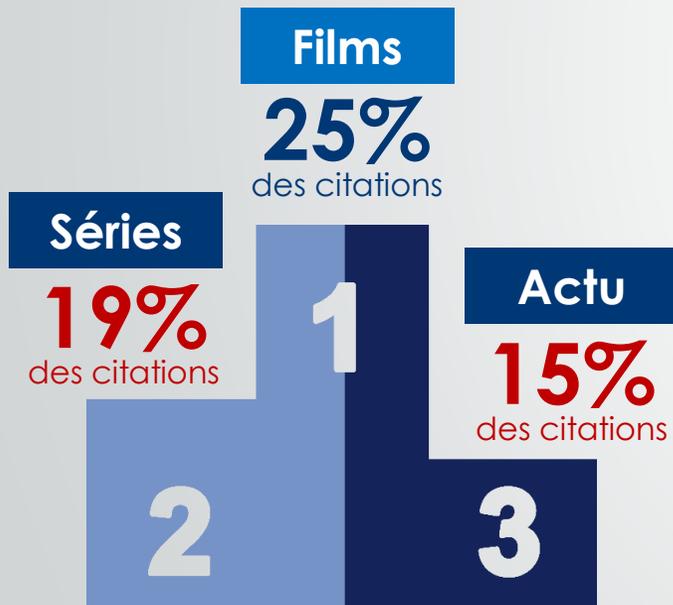
**Métropole** : Ordinateur = 57%, Smartphone = 34%, Tablette = 32%

Source : étude IAB Médiamétrie – La vidéo en France 2016 – Pratiques et enjeux



# Sur ordinateur, Films/Séries/Actu sont les préférés

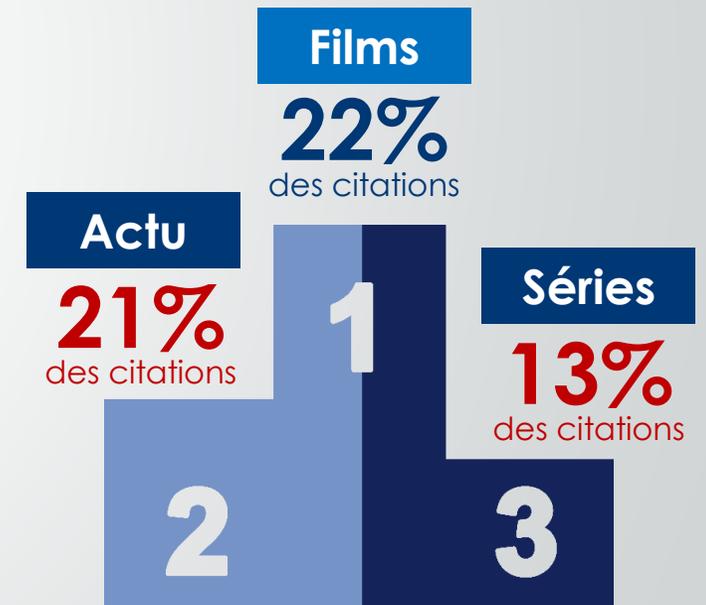
ENSEMBLE



MOINS DE 35 ANS



PLUS DE 35 ANS





ORDINATEUR

# Sur ordinateur, Films/Actu/Séries sont les + consommés

## Ensemble

Films	62%
<b>Actualités/Informations</b>	48%
<b>Séries</b>	46%
Clips musicaux/Concerts/Danse	44%
Vidéos tutorielles	36%
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	33%
Documentaires	32%
Bandes annonces	27%
Vidéos personnelles	26%
Animations / Dessins animés	15%
Vidéos sur le sport	17%
Vidéos éducatives	15%
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	14%

## Moins de 35 ans

Films	81%
<b>Séries</b>	64%
Clips musicaux/Concerts/Danse	55%
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	46%
Bandes annonces	44%
Animations / Dessins animés	36%
<b>Actualités/Informations</b>	35%
Vidéos tutorielles	35%
Documentaires	29%
Vidéos personnelles	24%
Vidéos sur le sport	24%
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	22%
Vidéos éducatives	14%

## Plus de 35 ans

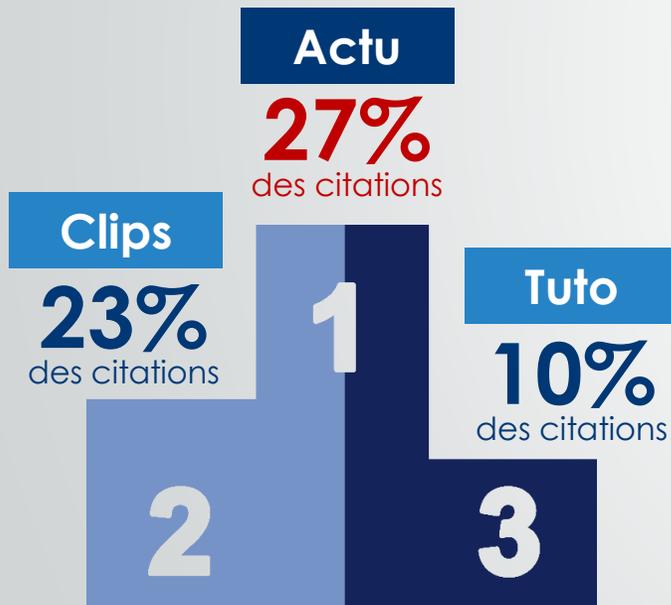
<b>Actualités/Informations</b>	55%
Films	51%
Clips musicaux/Concerts/Danse	38%
Vidéos tutorielles	36%
<b>Séries</b>	36%
Documentaires	33%
Vidéos personnelles	27%
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	26%
Bandes annonces	18%
Animations / Dessins animés	16%
Vidéos éducatives	15%
Vidéos sur le sport	13%
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	11%





# Sur smartphone, Actu/Clips/Tuto sont les préférés

## ENSEMBLE



## MOINS DE 35 ANS



## PLUS DE 35 ANS





# Sur smartphone, Actu/Clips/Tuto sont les + consommés

## Ensemble

<b>Actualités/Informations</b>	<b>52%</b>
Clips musicaux/Concerts/Danse	<b>51%</b>
Vidéos tutorielles	<b>35%</b>
Vidéos personnelles	<b>30%</b>
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	<b>30%</b>
Bandes annonces	<b>27%</b>
Films	<b>22%</b>
Documentaires	<b>19%</b>
<b>Séries</b>	<b>17%</b>
Vidéos sur le sport	<b>14%</b>
Animations / Dessins animés	<b>13%</b>
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	<b>11%</b>
Vidéos éducatives	<b>8%</b>

## Moins de 35 ans

Clips musicaux/Concerts/Danse	<b>63%</b>
<b>Actualités/Informations</b>	<b>38%</b>
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	<b>38%</b>
Vidéos tutorielles	<b>37%</b>
Bandes annonces	<b>37%</b>
Vidéos personnelles	<b>32%</b>
Films	<b>28%</b>
<b>Séries</b>	<b>25%</b>
Vidéos sur le sport	<b>20%</b>
Documentaires	<b>18%</b>
Animations / Dessins animés	<b>18%</b>
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	<b>11%</b>
Vidéos éducatives	<b>10%</b>

## Plus de 35 ans

<b>Actualités/Informations</b>	<b>62%</b>
Clips musicaux/Concerts/Danse	<b>41%</b>
Vidéos tutorielles	<b>33%</b>
Vidéos personnelles	<b>29%</b>
<b>Vidéos humoristiques / Sketches</b>	<b>24%</b>
Bandes annonces	<b>20%</b>
Documentaires	<b>19%</b>
Films	<b>17%</b>
<b>Séries</b>	<b>12%</b>
<b>Jeux / divertissements télévisés</b>	<b>10%</b>
Vidéos sur le sport	<b>10%</b>
Animations / Dessins animés	<b>8%</b>
Vidéos éducatives	<b>7%</b>



61%

des internautes Réunionnais considèrent  
la publicité **normale** si l'**accès au**  
**contenu vidéo est gratuit**

**#LAPUBLICITEVIDEO acceptée par les Réunionnais**

# Après avoir vu une publicité sur internet...



**63%**

des internautes Réunionnais  
**ont envie d'acheter**



**56%**

des internautes Réunionnais  
**achètent réellement**

# En particulier la publicité vidéo...



**65%**

des internautes Réunionnais  
considèrent la vidéo intéressante  
**pour découvrir de nouveaux produits,  
services et marques**



**66%**

des internautes Réunionnais  
considèrent la vidéo intéressante  
**pour obtenir des informations  
sur les produits, services et marques**

## #LAPUBLICITEVIDEO, vecteur d'actes d'achat

# La publicité vidéo doit être...

+ COURTE

+ CIBLÉE

+ CONTRÔLABLE



ORDINATEUR

43%  
des citations

25%  
des citations

22%  
des citations



SMARTPHONE

51%  
des citations

15%  
des citations

18%  
des citations



TÉLÉVISION

39%  
des citations

14%  
des citations

9%  
des citations

# Les supports ARP une offre de marques locales, premium et différenciantes

## SITES/APPS DES CHAINES TV

pour regarder les émissions en replay et/ou la TV en direct



## SITES/APPS D'ACTUALITÉS



# Les contenus ARP, une offre transgénérationnelle

## MOINS DE 35 ANS

### SÉRIES



### VIDÉOS HUMORISTIQUES / SKETCHES



## PLUS DE 35 ANS

### ACTUALITÉS/INFORMATIONS



### JEUX/DIVERTISSEMENTS TÉLÉVISÉS



# L'offre de contenus ARP

## une réponse adaptée aux attentes des Réunionnais

### ORDINATEUR

81%

des vidéonautes Réunionnais consultent **les types de contenus proposés dans l'offre ARP**

- de 35 ans

+ de 35 ans

82%

80%

### SMARTPHONE

74%

des vidéonautes Réunionnais consultent **les types de contenus proposés dans l'offre ARP**

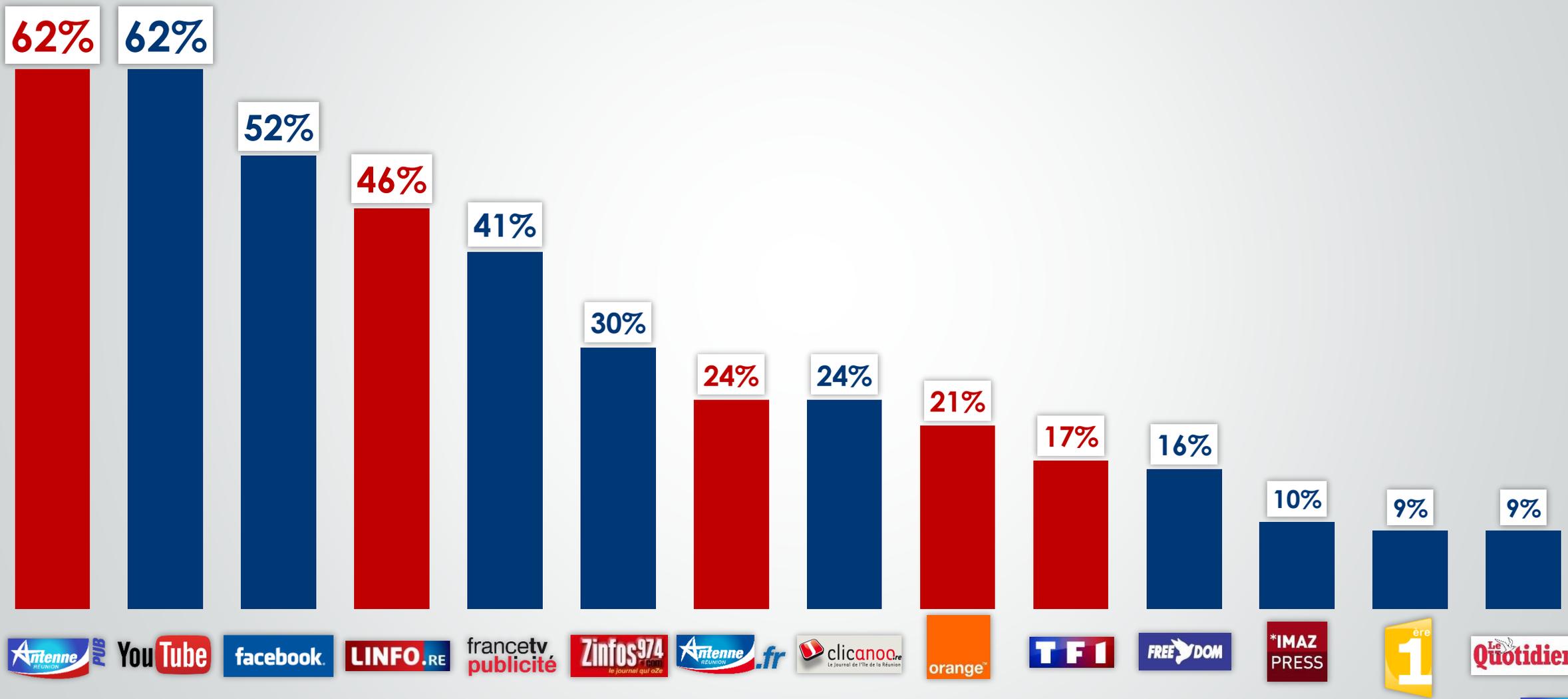
- de 35 ans

+ de 35 ans

68%

79%

# ARP la meilleure couverture locale



A person in silhouette, wearing headphones, is looking at a laptop screen. The background is a vibrant, blue-toned digital space with abstract light patterns and a large, stylized 'R' logo. The overall scene suggests a digital or gaming environment.

À bientôt en vidéo  
avec ARP !  
#DIGITAL

