



# Offre VIDÉO 2017

## #DIGITAL



Applicable à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2017



# Internet à la Réunion

## #DIGITAL



# Internet à la Réunion, un media de masse



57%

des Réunionnais de 15 ans et plus  
se sont connectés  
au moins une fois par mois en 2013

Soit plus de  
**366 000** Réunionnais

**+19pts**  
en 3 ans



76%

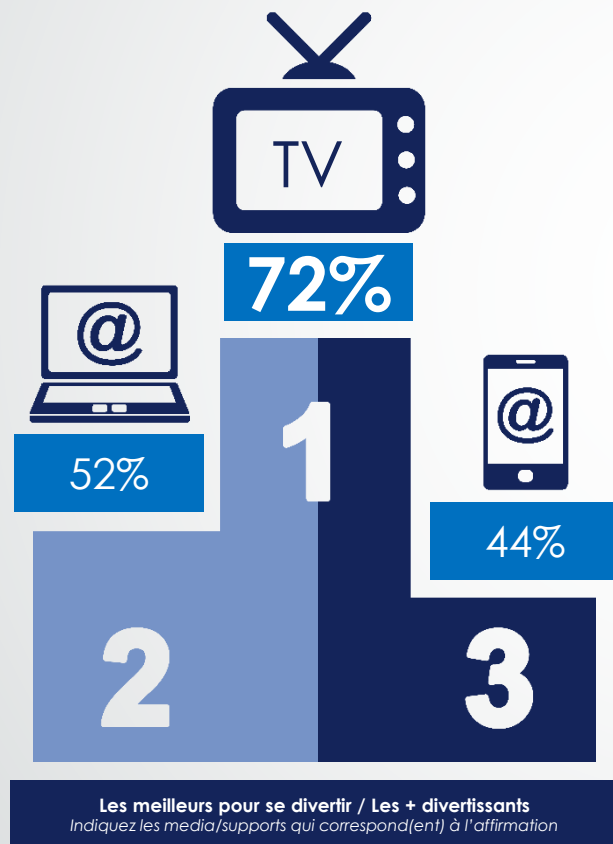
des Réunionnais de 15 ans et plus  
se sont connectés  
au moins une fois par mois en 2016

Soit plus de  
**490 000** Réunionnais

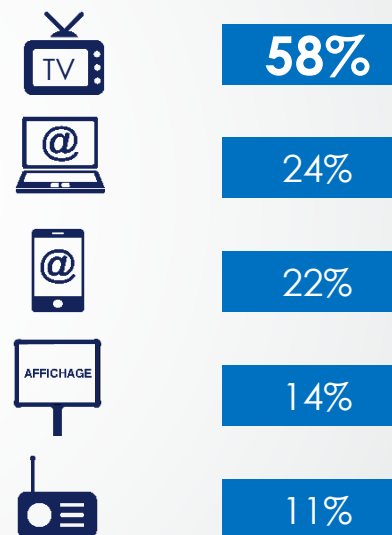
Effectif total 2013 : 643 000 personnes  
Effectif total 2016 : 645 000 personnes

# Internet, dans le top3 des media préférés des Réunionnais

LE + DIVERTISSANT



LE PRÉFÉRÉ  
POUR REGARDER DE LA PUBLICITÉ



Sur quel media/support préférez-vous le + regarder de la publicité ?  
Cochez les cases correspondantes (en premier, en second, en troisième)



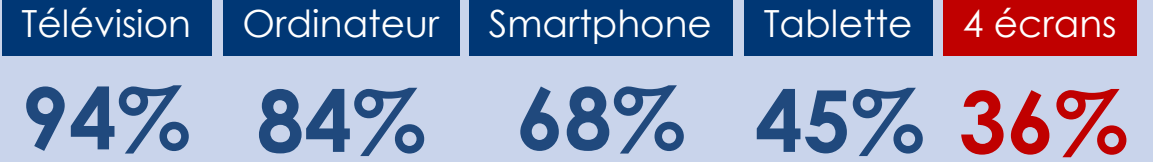
A white smartphone is placed on a silver laptop keyboard. The phone's screen shows a video player with a woman in a black dress dancing against a red and purple background. A white charging cable is plugged into the bottom of the phone. A blue semi-transparent banner is overlaid on the right side of the image, containing white text and a logo.

La vidéo, l'avenir du  
digital à la Réunion

#DIGITAL



# Les internautes Réunionnais sont très bien équipés en écrans numériques



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





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 + 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

# Notre offre vidéo

## #DIGITAL





# L'instream vidéo



PREROLL 1

PREROLL 2



CONTENU



MIDROLL 1

MIDROLL 2



CONTENU



MIDROLL 1

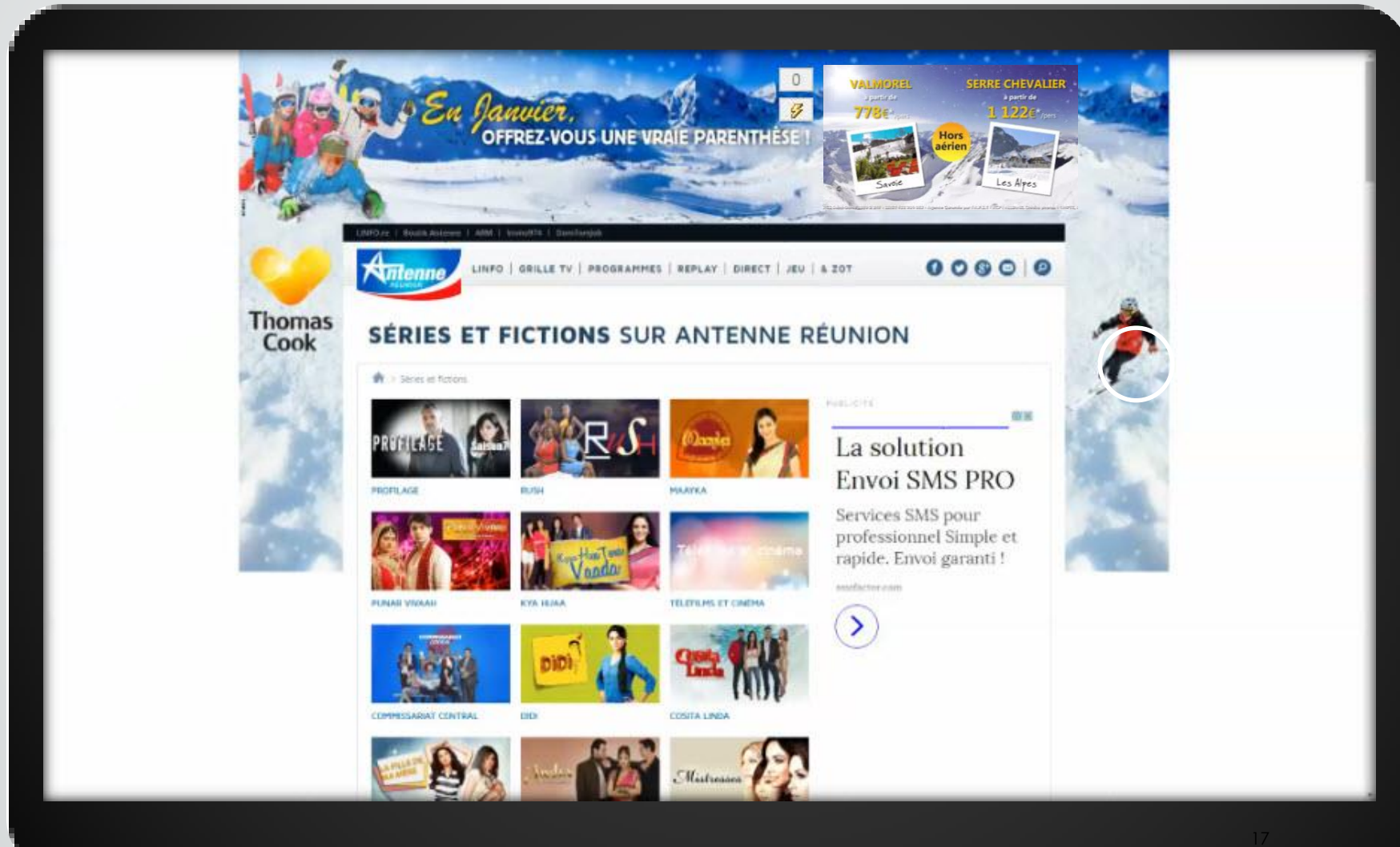
MIDROLL 2



CONTENU



# L'Habillage vidéo



# La préhome/interstitiel vidéo

The screenshot shows a video advertisement for the DS 3 car. At the top left, there is a logo for LINFO.RE. At the top right, there is a link that says "Accéder au site LINFO.RE". In the center, the DS logo is displayed above the text "DS AUTOMOBILES" and "SPIRIT OF AVANT-GARDE". To the right, the text "NOUVELLE DS 3" and "LE STYLE COMME LIGNE DE CONDUITE" is visible. The main visual is a white DS 3 car, shown in a celebratory setting with confetti and streamers. On the left side of the car, there is a close-up of the front with the text "NOUVELLE DS 3". On the right side, there is a close-up of an elderly woman with white hair and large black-rimmed glasses, looking towards the camera.

# Le footer expand vidéo





# Le rectangle expand vidéo






# Le grand angle vidéo

Article (69611) | Recalculer cette page

VOIR LE DOSSIER

## Inde : un homme meurt en regardant un film d'horreur et son corps disparaît


UNFOIRE - créé le 20.06.2016 à 18h30 - mis à jour le 20.06.2016 à 18h56 - La rédaction




Un homme a succombé à une crise cardiaque en regardant un film d'horreur. Son corps a mystérieusement disparu avant qu'un médecin légiste n'ait pu l'examiner.

**A lire également**


- Inde
- James Wan



Inde : une fusillade a causé la mort d'au moins douze personnes



Le film "The Conjuring 2 : le cas Enfield" réalisé par James Wan est sorti au mois de juin. Il s'agit de la suite de "The Conjuring" réalisé par James Wan en 2013. Le scénario



FIL INFOS

- 18/07 Une manière insolite pour promouvoir le non d'origine
- 18/10 Pedigree : un éducateur a fait une prisonnière par un jeune de 13 ans
- 17/09 Jeux olympiques 2016 : une sportive de renommée sort d'entre

21

# Le masthead vidéo

Antenne Réunion | Du 06 Antenne | AR4 | info@re.re | 0290 80 00 00

Article (68864) Recycler cette page

**LINFO.RE** LA REUNION OCEAN INDIEN FRANCE MONDE SPORTS LE MAG VIDEOS MÉTÉO

Tout leactu en direct Newsletter Linfo.re Retrouvez nous sur : f t g+ Recherche et abonnement une passion

LINFO.RE > La Réunion > Politique > Didier Robert interpelle Ericka Bareigts sur la continuité territoriale

**SUIVEZ LE CHANTIER DE LA NRL SUR : [www.nouvelroutedulittoral.re](http://www.nouvelroutedulittoral.re)**

**Didier Robert interpelle Ericka Bareigts sur la continuité territoriale**

LINFO.RE créé le 5.03.2016 à 16h38 - mis à jour le 11.03.2016 à 14h17 - Manuel Yépes

Recherche sur "continuité territoriale"

ns l'île d'Ericka Bareigts, le président de

# Les tarifs des emplacements/formats vidéo

## INSTREAM

Preroll : **23 € CPM**

Midroll : **20 € CPM**

*Tarifs base 15 secondes*

*Majoration de 3% par seconde supplémentaire*

## INBANNER

**MAJORATION DE 20%**  
sur le tarif du format de base



A person in silhouette, wearing headphones, is shown in profile, looking at a laptop screen. The background is a vibrant, blue-toned digital space with abstract geometric shapes and glowing lines. The text "À bientôt en vidéo !" and "#DIGITAL" is overlaid on a dark blue rectangular area. The Antenne Réunion logo is positioned below the text.

À bientôt en vidéo !  
#DIGITAL

