

Bilan 2014 du baromètre de la TV en ligne

Alors que 2013 avait suscité quelques craintes avec un net ralentissement de la croissance de la consommation de télévision en ligne (+1,6% par rapport à 2012), l'année 2014 est marquée par une nouvelle accélération du marché (+40,4%) sous l'impulsion de la TVR qui retrouve des couleurs après une année 2013 particulièrement morose.

Un regain de forme qui s'explique par la généralisation des usages et des nouveaux écrans connectés mais aussi par la poursuite des stratégies engagées par les éditeurs de TVR : amélioration des services, hyper-distribution (y compris sur les plates-formes de partage de vidéos), accroissement de l'offre de contenus. Le marché de la TVR ne cesse de se structurer d'année en année et son succès auprès du public français ne se dément pas.

2014 constitue une année « record » à bien des égards : **franchissement de la barre des 4 milliards de vidéos vues en ligne sur une année**, niveau de pénétration jamais atteint auparavant avec 72% d'utilisateurs au cours de l'année, évènement sportif le plus regardé en live/rattrapage avec la coupe du monde de football...

L'année 2014 est aussi le théâtre de changements structurels plus profonds. Une nouvelle hiérarchie s'installe entre les différents supports de visionnage. Historiquement établi comme le principal moyen d'accès aux contenus de TV en ligne, l'ordinateur se voit dépassé à plusieurs reprises par le téléviseur en 2014. Autre fait marquant, l'explosion de la consommation de programmes jeunesse tout au long de l'année 2014 qui en fait dorénavant l'un des piliers du marché, juste derrière les catégories divertissement et fiction.

BON DE COMMANDE - A RETOURNER PAR FAX AU 01 41 31 08 51

Je commande le dossier n°746 «[Bilan 2014 du baromètre de la TV en ligne](#)» pour un montant de

500 euros HT

RAISON SOCIALE _____

ADRESSE DE FACTURATION _____

NOM _____ PRENOM _____

Tel _____

Mail _____

DATE & SIGNATURE, avec la mention «Bon pour accord»