

L'évolution de notre rapport à la télévision : Le streaming vidéo continue à se développer

Une nouvelle étude de CenturyLink révèle les habitudes de consommation de contenu en ligne et souligne l'importance d'offrir une expérience utilisateur performante

Paris, le 13 février 2020 – Selon une nouvelle étude menée par [CenturyLink](#) et la [Streaming Video Alliance](#), la consommation de contenus vidéos en ligne s'accroît par rapport à l'usage que nous avons de la télévision traditionnelle. Plus de 80 % des répondants ont augmenté leur consommation de vidéos en streaming depuis trois ans et près de la moitié (45%)* des personnes interrogées définissent la télévision comme étant diffusée sur internet.

https://info.centurylinkforbusiness.com/rs/131-SYO-861/images/The_Changing_Nature_of_TV_FR.pdf

« Lorsqu'il s'agit de streaming, il est de plus en plus important d'offrir une expérience utilisateur exceptionnelle pour fidéliser ses clients », indique Rory McVicar, *director of product management, internet and content delivery services, EMEA*, CenturyLink. « Les fournisseurs de streaming doivent investir dans des technologies qui assureront une diffusion de contenu évolutive et fiable. Donner un avantage concurrentiel à nos clients est essentiel; ainsi nous faisons progresser sans cesse la portée mondiale et les performances de notre plateforme CDN, en offrant des capacités innovantes telles que le streaming étendu en mode « peer to peer » pour une expérience utilisateur optimale lors d'événements de grande envergure ou lors des pics d'audience ».

Résultats clefs de l'étude:

- La majorité des répondants (73%) ont souscrit à un ou deux abonnements OTT ; plus d'un quart (27%) disposent de trois abonnements ou plus.
- Bien que 50 % des consommateurs utilisent leur smartphone pour la diffusion de vidéos en continu au moins une fois par jour, l'écran de télévision reste une activité sociale essentielle. En effet, 60 % des répondants regardent du contenu en ligne sur un écran de télévision au moins une fois par jour.
- Près de la moitié des personnes interrogées (47 %) ont indiqué avoir des attentes moins élevées en matière de qualité de flux lorsqu'elles visionnent des contenus sur des appareils mobiles. Elles privilégient le confort par rapport au débit ou à la résolution.
- La majorité du panel (65 %) serait prête à payer un supplément pour légitimer le partage de son abonnement OTT avec ses amis et sa famille. Cela offre une opportunité de revenus

potentiels pour les fournisseurs de services.

- Les répondants ont déclaré regarder fréquemment des contenus de moins de cinq minutes provenant des plateformes sociales telles que YouTube ou Facebook; 34 % ont déclaré en regarder plusieurs fois par jour.
- L'opposition aux publicités et autres interruptions vidéo perdure, mais les consommateurs ont indiqué une certaine préférence pour des abonnements mensuels moins élevés basés sur un modèle soutenu par la publicité.

****Les répondants ont pu sélectionner plusieurs réponses à la question qui a généré ce résultat.***

Faits marquants

- L'étude « La nature changeante de la télévision : Comprendre comment le streaming vidéo change ce que les consommateurs pensent de la télévision » est basée sur les réponses de plus de 6 000 consommateurs âgés de 18 ans et plus, venant du Royaume-Uni, de France, d'Allemagne, des Pays-Bas, de Suède, de Finlande, de Norvège et d'Islande.
- CenturyLink travaille avec neuf des dix plus grands médias et diffuseurs au monde en 2019.
- CenturyLink offre un portefeuille complet de services de réseau de diffusion de contenu (CDN – Content Delivery Network) pour tout type d'applications, y compris la diffusion de vidéos, la diffusion de sites web, les téléchargements numériques, la diffusion étendue en mode « peer to peer », le stockage de fichiers (ou le stockage orienté objets), et le CDN Edge Compute, une plate-forme de diffusion de contenu de pointe, qui à l'échelle mondiale permet le développement d'applications web innovantes.

Ressources supplémentaires

- CenturyLink a été nommé leader dans IDC MarketScape : Évaluation des fournisseurs mondiaux de CDN, 2019.

Pour en savoir plus : <https://news.centurylink.com/2019-10-08-CenturyLink-named-a-Leader-in-IDC-MarketScape-Worldwide-Commercial-CDN-Vendors-Report>

- Pour plus d'informations sur les offres CDN de CenturyLink : www.centurylink.co.uk/networking/cdn

À propos de CenturyLink

CenturyLink (NYSE : CTL) est le deuxième plus important fournisseur de communications des États-Unis pour les multinationales. Ayant des clients dans plus de 60 pays et mettant un fort accent sur l'expérience client, CenturyLink s'efforce de devenir le meilleur fournisseur de réseau du monde en répondant à la demande croissante des clients pour des connexions fiables et

sécurisées. L'entreprise est également un partenaire de confiance pour ses clients. Elle les aide à gérer la complexité croissante des réseaux et des technologies de l'information et leur fournit des solutions gérées de réseau et de cybersécurité qui leur permettent de protéger leurs entreprises.

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/134213/centurylink_logo.jpg

Contact presse

LEWIS

Alice Soula, Marion Bosserelle & Gaétane Roche

01 85 65 86 24 / 01 85 65 86 55

CenturyLinkFrance@teamlewis.com

<https://news.lumen.com/2020-02-13-Lvolution-de-notre-rapport-a-la-television-Le-streaming-video-continue-a-se-developper>