

Pourquoi il ne faut pas dramatiser la disparition de France 4

Le 12 décembre, le vocabulaire des plateformes de vidéo à la demande va connaître un nouvel élargissement. Après la VoD transactionnelle / VàD, l'EST / téléchargement définitif, le replay / catch-up TV / Télévision de rattrapage, la SVoD / VàDA et l'AVoD (Advertised Video on Demand), le lancement d'Okoo pourrait conduire à la naissance d'un nouvel acronyme : NAVoD, pour Non Advertised Video on Demand ! C'est en effet sans publicité que seront proposés les programmes disponibles sur la plateforme du service public destinée aux 3-12 ans (2500 épisodes au lancement).



Ce faisant, France Télévisions épouse une montée en puissance du « à la demande » déjà fortement amorcée, et que confirme l'étude exclusive réalisée par NPA Conseil et Harris Interactive auprès des parents de moins d'enfants de moins de 15 ans présentée ce mercredi 4 décembre par la note INSIGHT NPA. Si les chaînes jeunesse ou les tranches spécialisées des chaînes généralistes restent le mode de consommation vidéo que privilégient ces derniers (respectivement 49% et 39% sur l'ensemble de cette population), 38% mettent en avant les plateformes