

Télécommandes : les Français ne sont pas dupes de l'objectif marketing des boutons de raccourcis

La télécommande est, décidément, l'outil privilégiée pour accéder au téléviseur. Le constat n'a rien, en soi, de particulièrement surprenant, tant l'association des deux appareils est profondément inscrite dans l'histoire des usages audiovisuels. Mais, face aux évolutions intervenues ces dernières années (concurrence entre la télécommande de l'opérateur et celle de la smart TV, possibilité d'utiliser un smartphone ou une tablette comme outil de pilotage alternatif ...), les réponses apportées par les Français dans le cadre du Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive (vague 7[1]) pourront utilement nourrir les réflexions et les travaux engagés sur le sujet par l'Assemblée Nationale (lire par ailleurs dans cet Insight NPA).

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter