

Premier recul en dix ans de la consommation de télévision en ligne

Alors que le streaming s'est installé au cœur des stratégies des groupes audiovisuels français, les derniers chiffres du Baromètre de la télévision en ligne, réalisé depuis janvier 2011 à la demande du CNC par NPA Conseil et GfK, associés à Canal Plus Brand Solutions (anciennement Canal+ Régie), France Télévisions Publicité, M6 Publicité et TF1 Publicité interpellent. Après une décennie de croissance constante et particulièrement dynamique, la consommation de télévision en ligne, mesurée mensuellement en nombre de vidéos vues sur l'ensemble des univers (OTT et IPTV) a fortement reculé en 2021, marquant une première baisse depuis plus de dix ans.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter