

# BVoD : plus de 30 % d'utilisateurs exclusifs parmi les Français ; YouTube sur la TV : un sur huit

A l'occasion de sa 13<sup>e</sup> vague[1], conduite fin juin 2023, le baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive, s'est notamment attaché à mettre en parallèle les usages comparés des plateformes de groupes audiovisuels (6Play, arte.tv, france.tv, MYTF1), de YouTube sur le téléviseur, et des services d'AVoD et de FAST (Pluto TV, Samsung TV, Rakuten TV, Molotov Channels...).

- Outre qu'elle regroupe la part la plus importante de la population (près de 60 % de couverture mensuelle), la BVoD est aussi celle qui comporte la plus grosse part d'utilisateurs exclusifs (53 %) ;
- Sans surprise, c'est sur les 15/24 ans que YouTube atteint la plus forte couverture (54 % vs 38 % sur l'ensemble des 15 ans et plus), mais sa part d'exclusifs est inférieure au tiers ;
- Encore en phase de montée en puissance, l'AVoD et les FAST ne comptent encore que 11 % d'utilisateurs sur l'ensemble du public (17 % chez les 25/34 ans), et une part marginale d'utilisateurs exclusifs.

Autre enseignement clé de cette 13<sup>e</sup> vague, les « OTTistes » (qui privilégient pour l'accès au téléviseur le passage par les Apps de smart TV, un dongle HDMI ou une box OTT) représentaient près de 30 % de la population à fin juin. Ils sont plus jeunes, plus masculins et plus actifs que la moyenne de la population, et affichent surtout un appétit audiovisuel très sensiblement supérieur : 68 % de pénétration pour la SVoD (15 points de plus que le reste de la population), ou 7 points de plus pour l'usage au moins mensuel de YouTube sur le téléviseur (45 %). Il n'est que sur la BVoD où les niveaux sont équivalents à ceux de l'ensemble des Français (57 % d'usage mensuel).

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

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

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

Se connecter

