



Les jeunes et les vidéos humoristiques sur YouTube

Sondage Ifop pour **FANTA**

Octobre 2015



N° 113388

Contacts Ifop :

Romain Bendavid / Anne-Laure Marchal

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 / 06 16 97 06 01

Prenom.nom@ifop.com

Sommaire

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

A – L'utilisation de YouTube / la notoriété de YouTube

B – Le pouvoir d'influence de YouTube et des YouTubers

C – Typologie vis-à-vis des vidéos humoristiques

1 | La méthodologie



Etude réalisée par l'Ifop pour Publicis Consultants

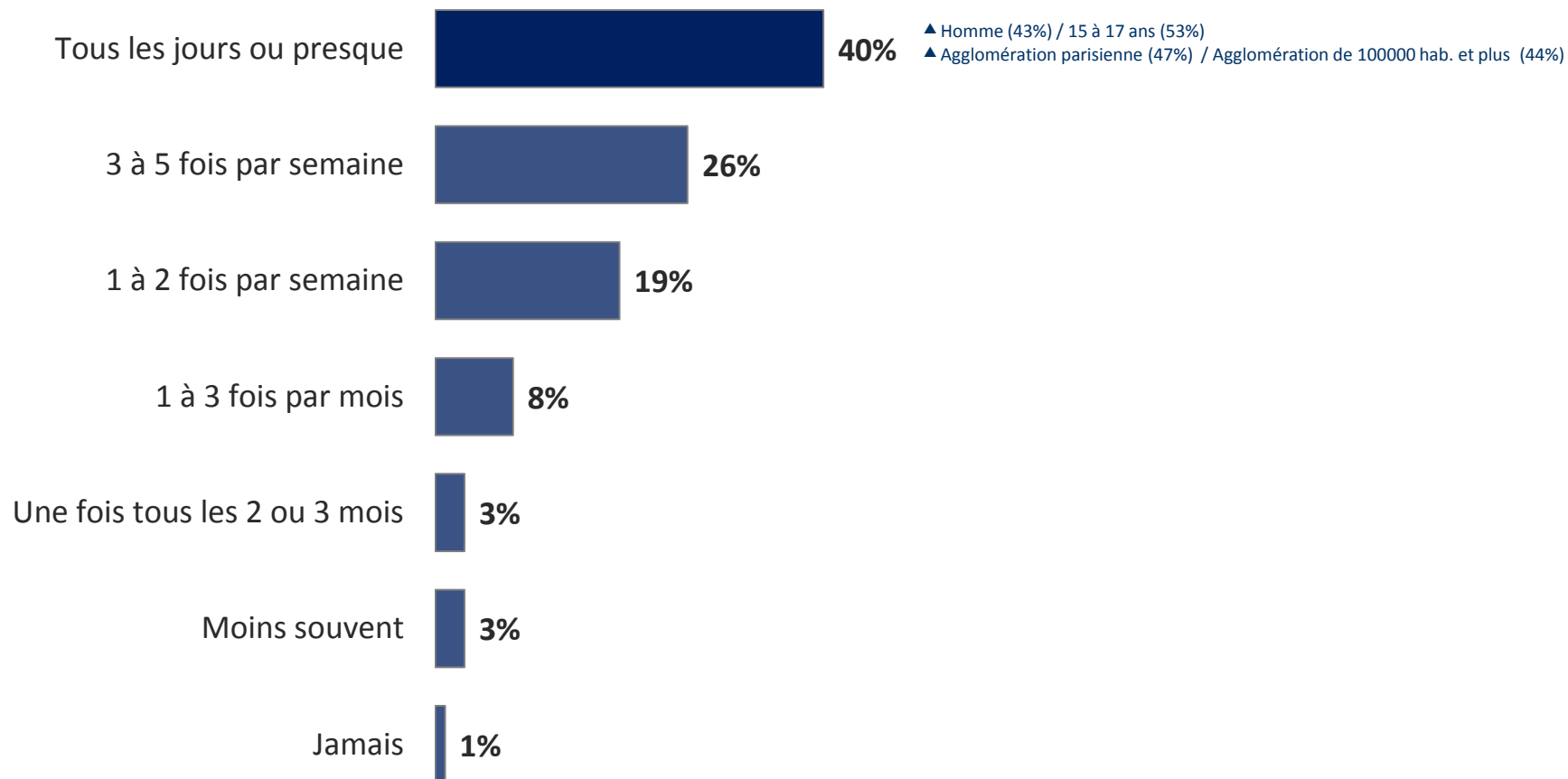
Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 Echantillon de 1003 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 à 24 ans. Echantillon de 891 Français âgés de 25 ans et plus, représentatif de la population.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage pour les 15-24 ans et profession de l'individu pour l'échantillon Français âgés de 25 ans et plus) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 22 au 28 octobre 2015.

2 | Les résultats de l'étude

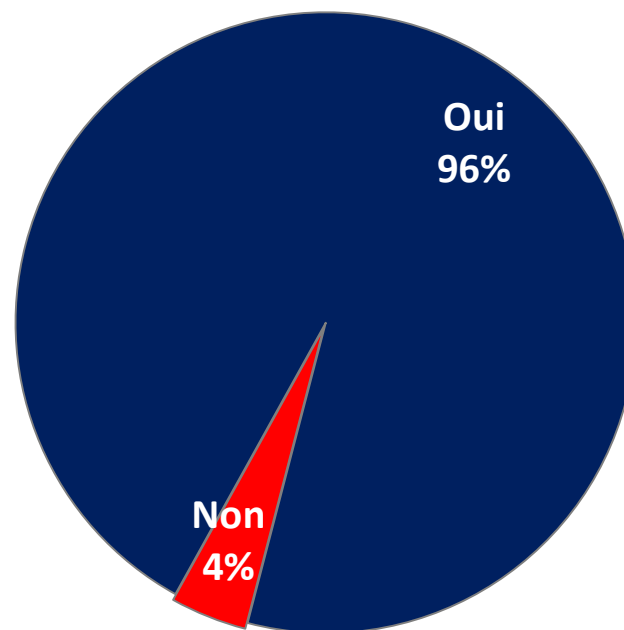


A | L'utilisation de YouTube / la notoriété de YouTube

QUESTION : D'une manière générale, à quelle fréquence utilisez-vous YouTube ... ?

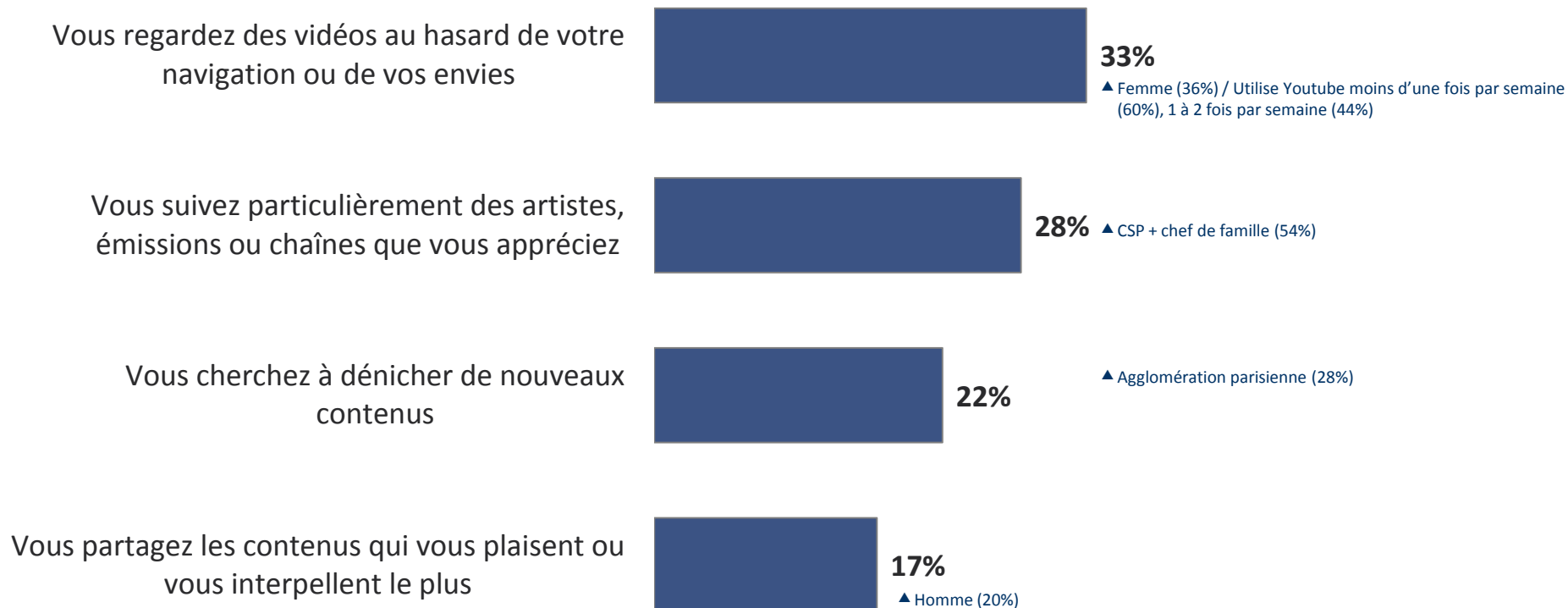


QUESTION : Connaissez-vous le site Internet You Tube, ne serait-ce que de nom ?



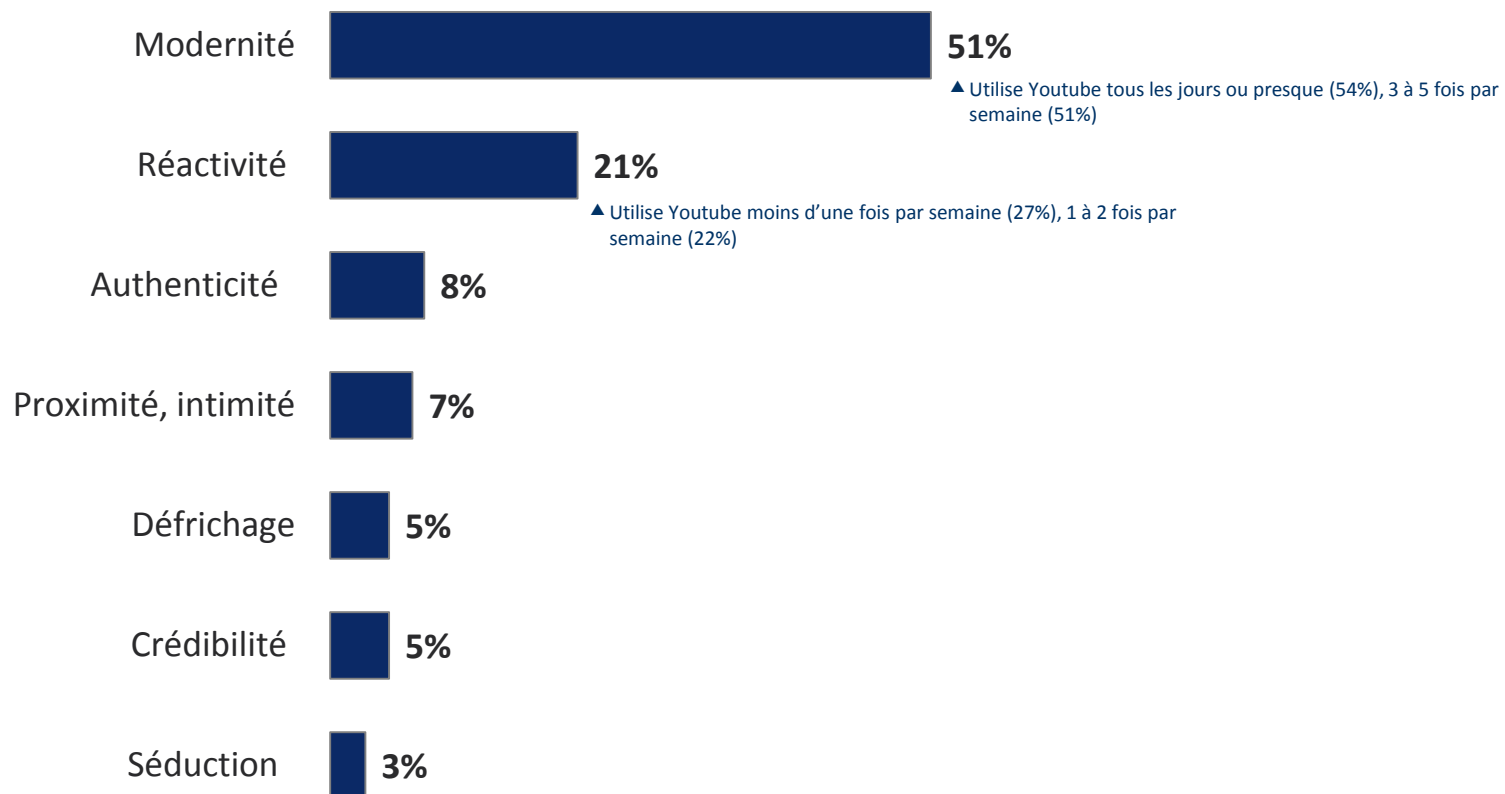
QUESTION : Parmi les termes suivants, lequel correspond le mieux à la manière dont vous utilisez YouTube ?

Base : question posée uniquement à ceux qui utilisent Youtube, soit 99% de l'échantillon



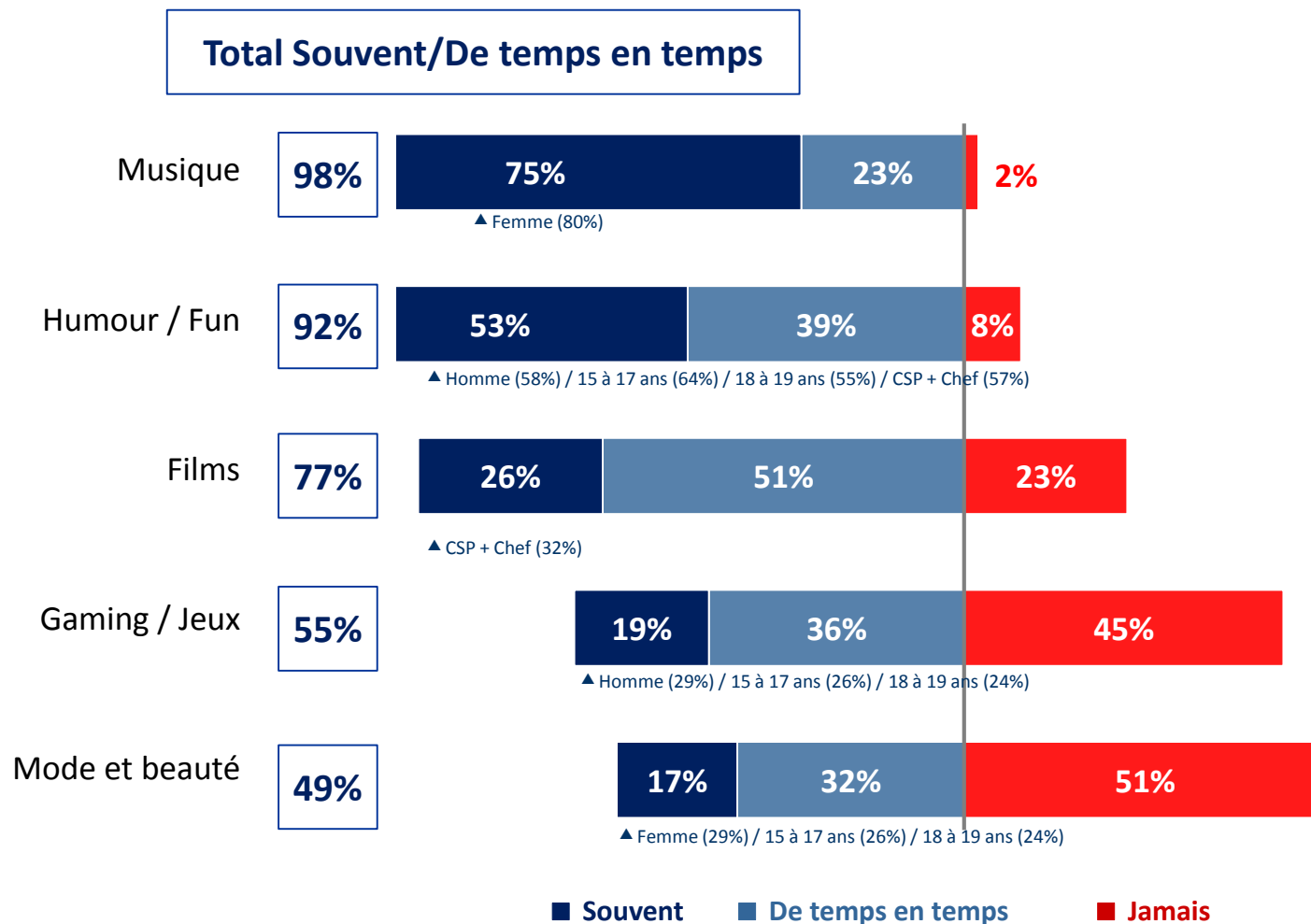
QUESTION : Parmi les valeurs suivantes, laquelle s'applique le mieux à l'image que vous vous faites de YouTube ... ?

Base : question posée uniquement à ceux qui utilisent Youtube, soit 99% de l'échantillon.



QUESTION : Vous arrive-t-il de consulter les genres de vidéos suivantes sur YouTube ?

Base : question posée uniquement à ceux qui utilisent Youtube, soit 99% de l'échantillon



B | Le pouvoir d'influence de YouTube et des YouTubers

QUESTION : Que ce soit par vous-même ou grâce à une personne de votre entourage, comment avez-vous découvert l'artiste qui a le plus fait rire récemment ... ?

Base : A tous

JEUNES 15-24 ANS

39%
▲ Homme (44%) / 15 à 17 ans (49%)

34%
▲ Femme (37%) / 20 à 24 ans (40%)

16%

6%

2%

1%

2%

Sur YouTube

A la télévision

Sur un réseau social de type Facebook

A la radio

Sur un DVD

En assistant au spectacle de cet artiste

A partir d'un autre moyen

25 ANS ET PLUS

12%

58%

6%

14%

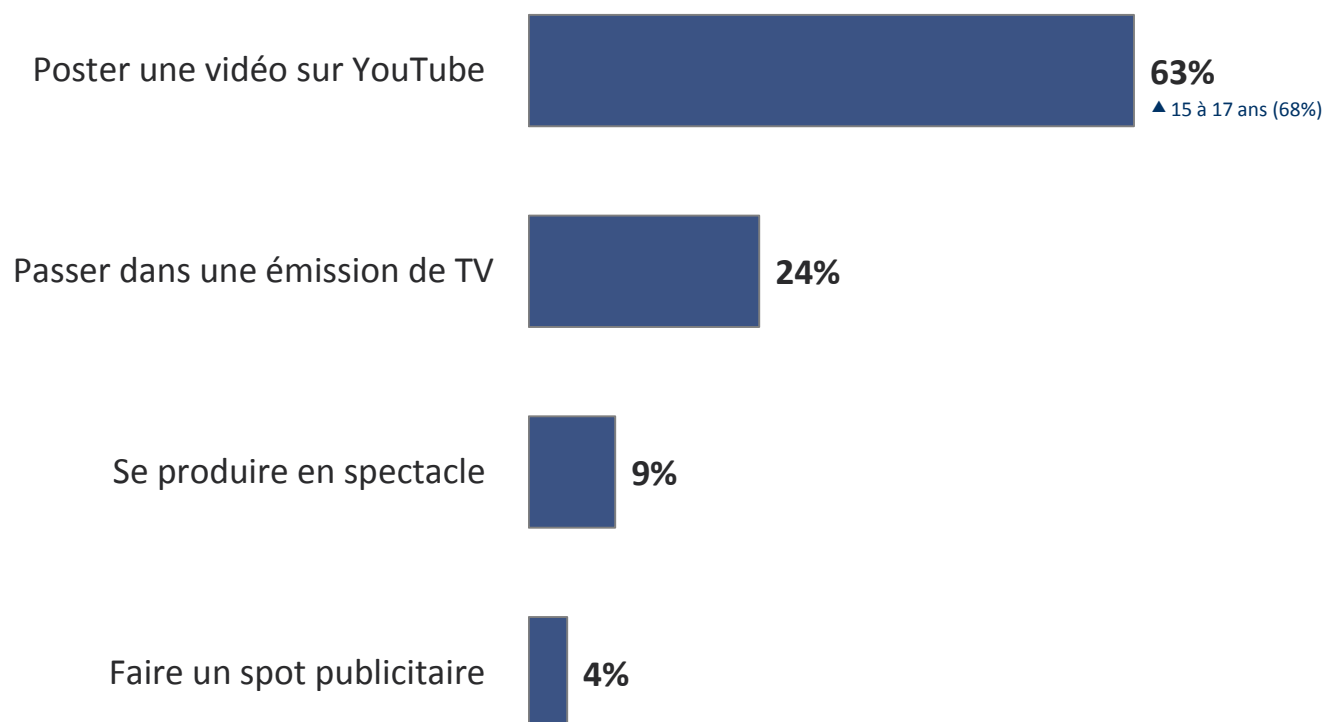
2%

5%

3%

QUESTION : Parmi les propositions suivantes, quel est selon vous, le meilleur moyen pour un humoriste de faire du buzz aujourd'hui ...?

Base : A tous



Le critère jugé le plus pertinent pour mesurer le succès d'un humoriste

QUESTION : Parmi les critères suivants, quel est selon vous le meilleur moyen pour mesurer le succès d'un humoriste aujourd'hui ?

Base : A tous

JEUNES 15-24 ANS

42%



▲ Homme (46%) / 15 à 17 ans (49%)

34%



▲ Femme (38%) / 20 à 24 ans (38%)

14%



10%



Réunir plus d'un million de vues sur YouTube

Remplir plusieurs fois une grande salle

Etre reconnu dans la rue

Réunir plus d'un million de téléspectateurs à la TV

25 ANS ET PLUS

18%



51%



11%



20%



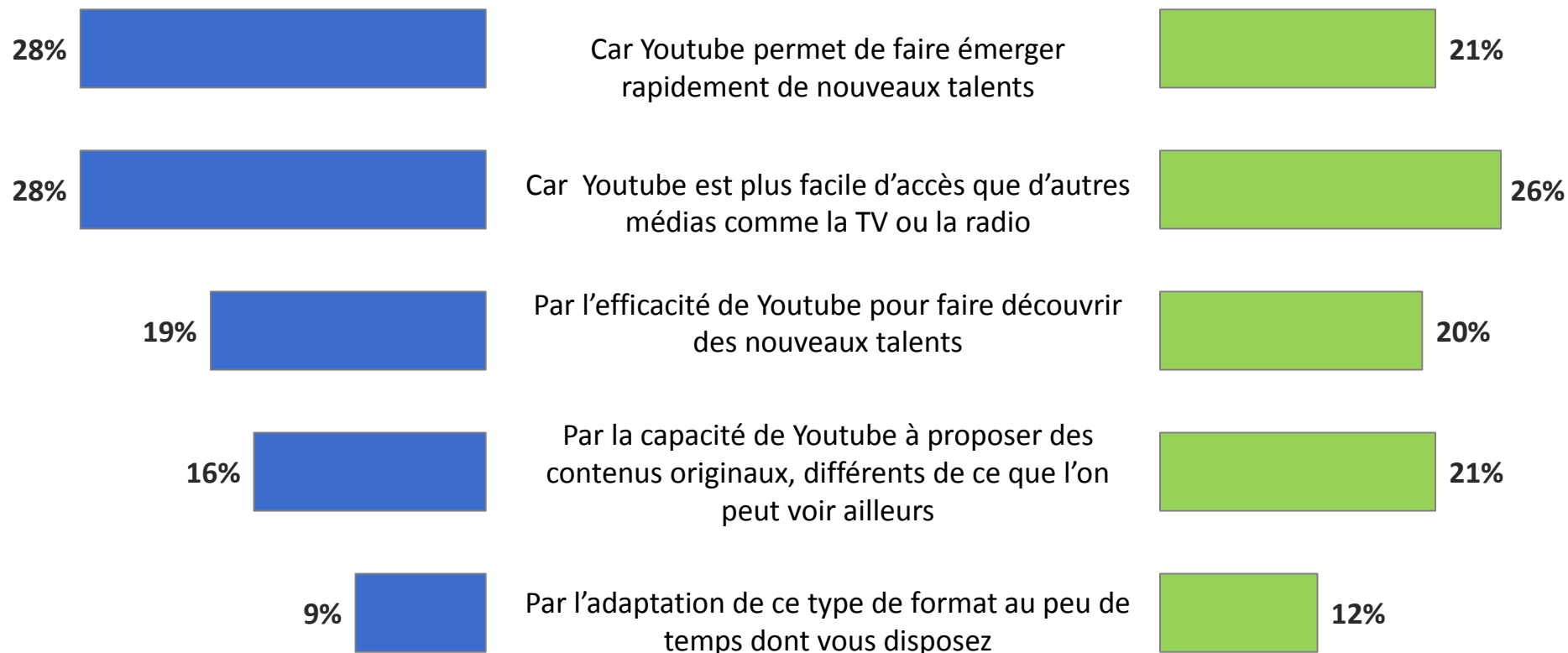
QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

Base : question posée uniquement aux personnes qui utilisent YouTube (sauf jamais), soit 00% de l'échantillon

JEUNES 15-24 ANS

Récapitulatif : En premier

25 ANS ET PLUS



QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

Base : question posée uniquement aux personnes qui utilisent YouTube (sauf jamais), soit 00% de l'échantillon

JEUNES 15-24 ANS

Récapitulatif : Total des citation

25 ANS ET PLUS



Car Youtube permet de faire émerger rapidement de nouveaux talents



Car Youtube est plus facile d'accès que d'autres médias comme la TV ou la radio



Par l'efficacité de Youtube pour faire découvrir des nouveaux talents



Par la capacité de Youtube à proposer des contenus originaux, différents de ce que l'on peut voir ailleurs



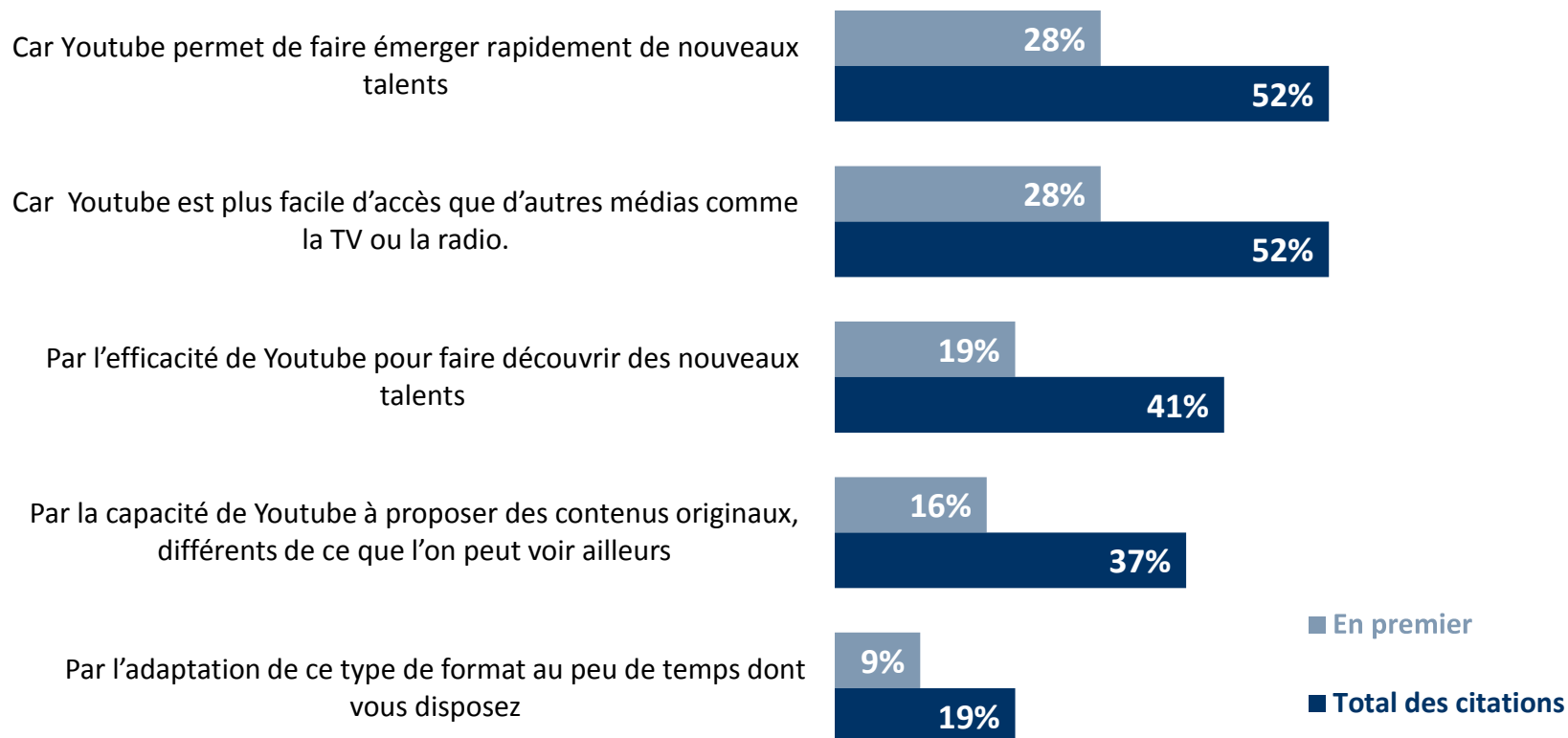
Par l'adaptation de ce type de format au peu de temps dont vous disposez



QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

Base : question posée uniquement aux personnes qui utilisent YouTube (sauf jamais), soit 00% de l'échantillon

JEUNES 15-24 ANS

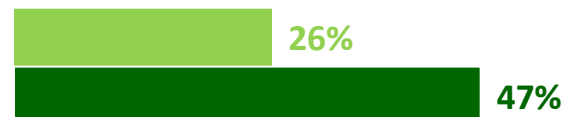


QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

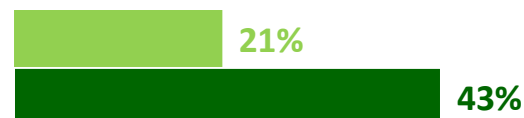
Base : question posée uniquement aux personnes qui connaissent YouTube (sauf jamais), soit 00% de l'échantillon

25 ANS ET PLUS

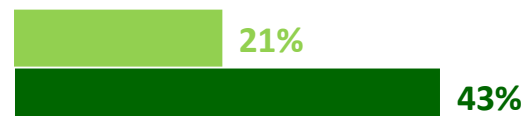
Car Youtube est plus facile d'accès que d'autres médias comme la TV ou la radio.



Par la capacité de Youtube à proposer des contenus originaux, différents de ce que l'on peut voir ailleurs



Car Youtube permet de faire émerger rapidement de nouveaux talents



Par l'efficacité de Youtube pour faire découvrir des nouveaux talents



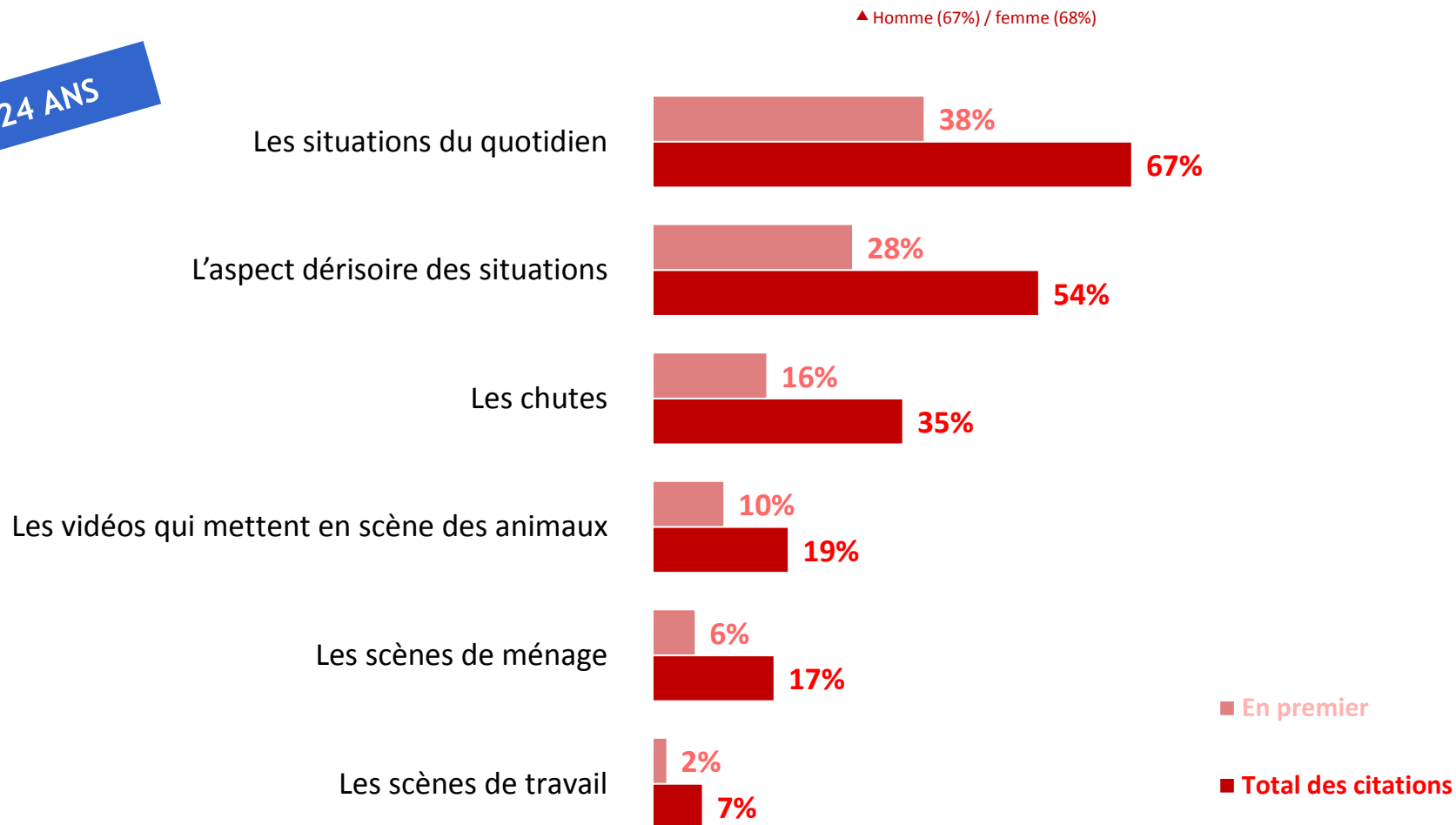
Par l'adaptation de ce type de format au peu de temps dont vous disposez



C | Typologie vis-à-vis des vidéos humoristiques

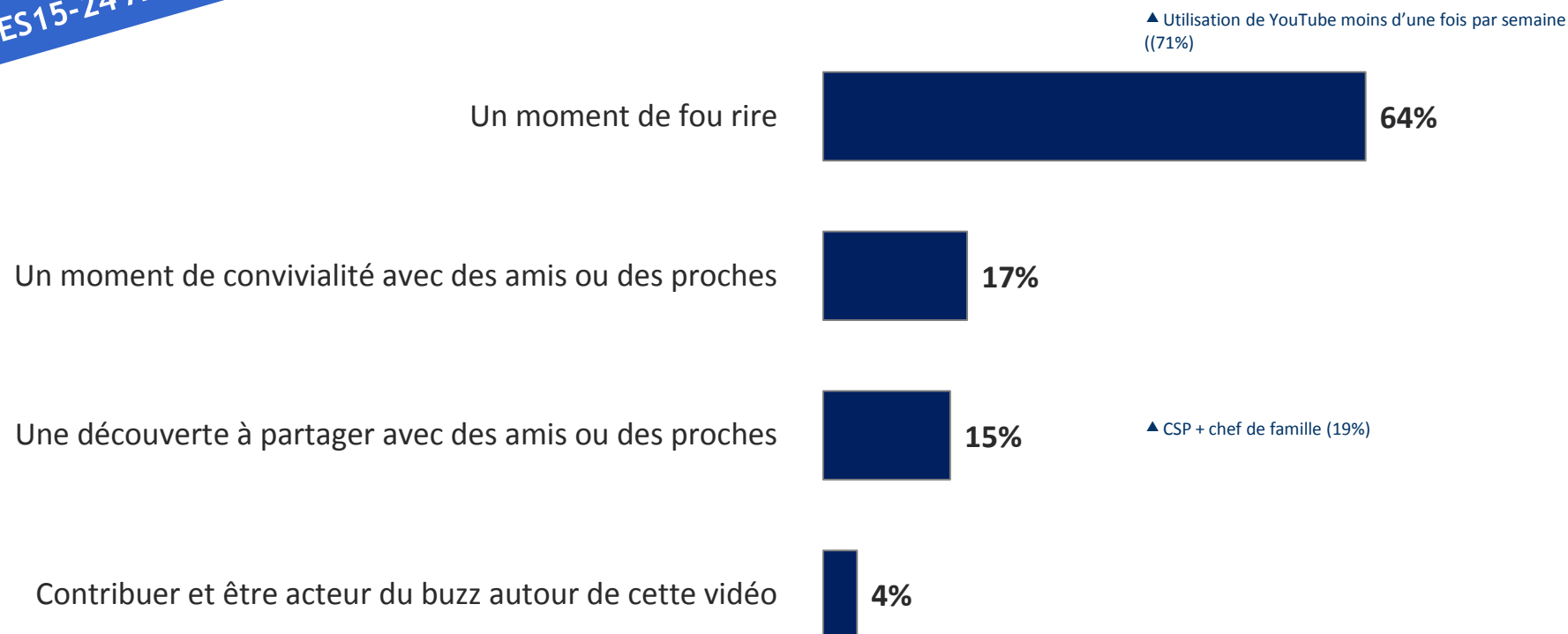
QUESTION : Quels sont les éléments qui vous font le plus rire dans une vidéo ? En premier ? Et ensuite ?

JEUNES 15-24 ANS



QUESTION : Quelle sensation recherchez-vous en priorité en regardant une vidéo humoristique ?

JEUNES 15-24 ANS





Restez connecté en temps réel avec l'actualité des sondages



iOS - iPhone & iPad

Androïd

www.ifop.com

[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)

[Ifop Opinion](https://www.facebook.com/ifopopinion)

A propos du Groupe Ifop :

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'Entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe de nouvelles expertises transversales (Planning Stratégique, Grandes Enquêtes). Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses cinq implantations : Paris, Buenos Aires, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Présent lors de toutes les campagnes présidentielles et municipales de la Cinquième République, l'Ifop est reconnu comme un acteur majeur dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...