



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



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.

Méthodologie



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.

Mode de recueil



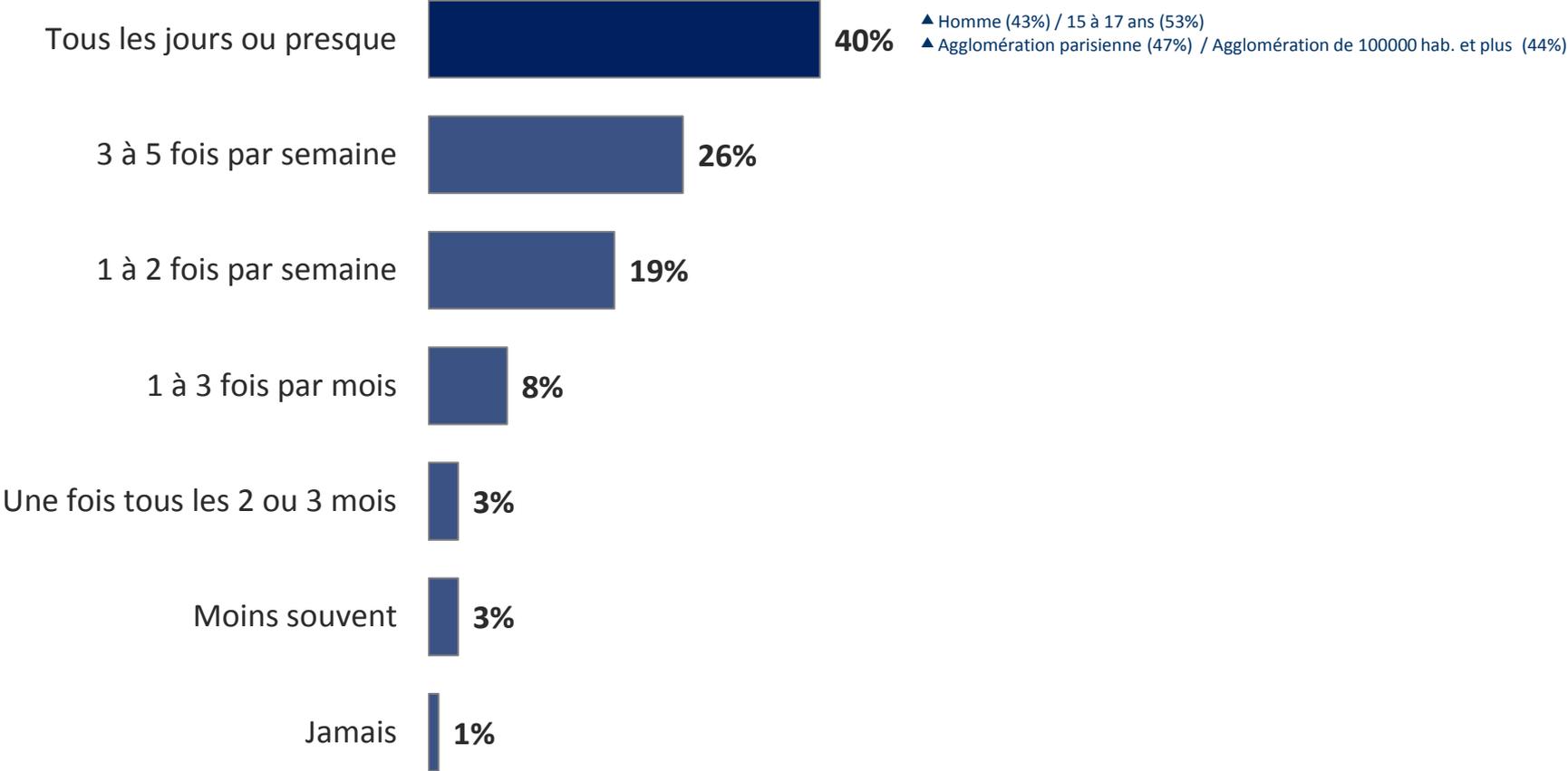
Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 22 au 28 octobre 2015.

2 | Les résultats de l'étude



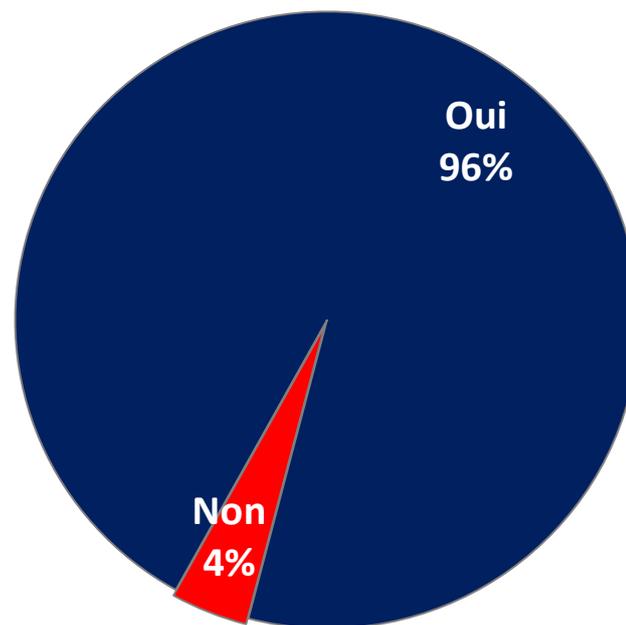
A | L'utilisation de YouTube / la notoriété de YouTube

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



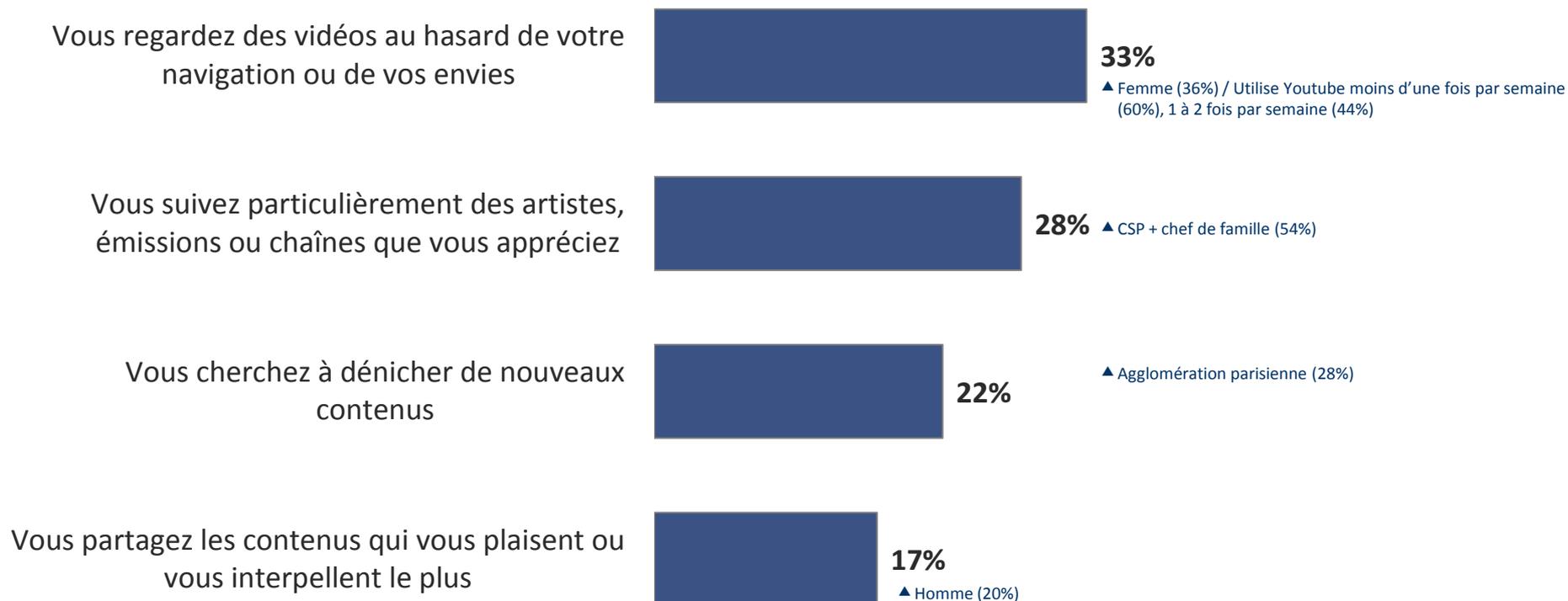
QUESTION : Connaissez-vous le site Internet You Tube, ne serait-ce que de nom ?

You Tube



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

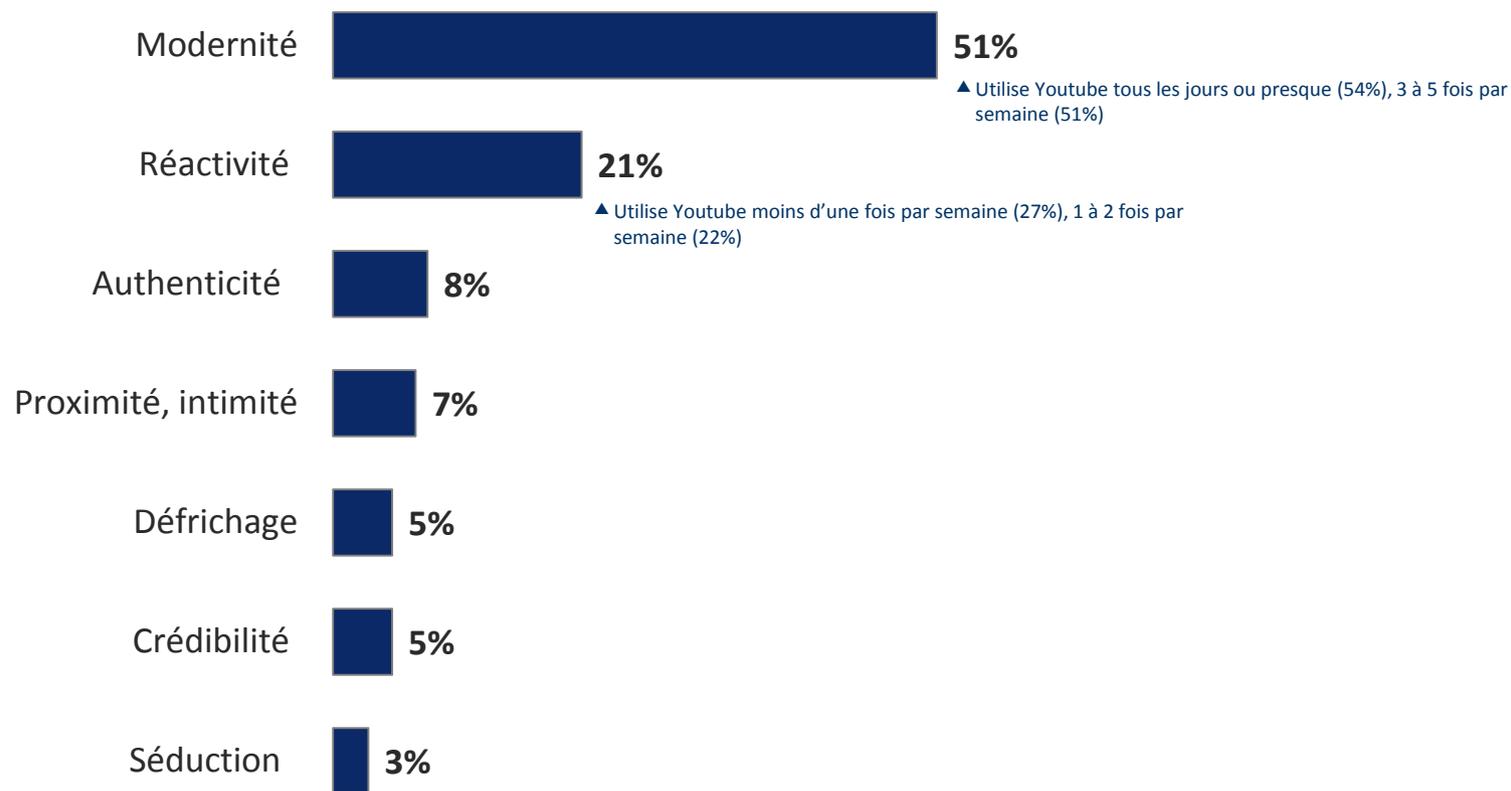




Les traits d'image associés à YouTube

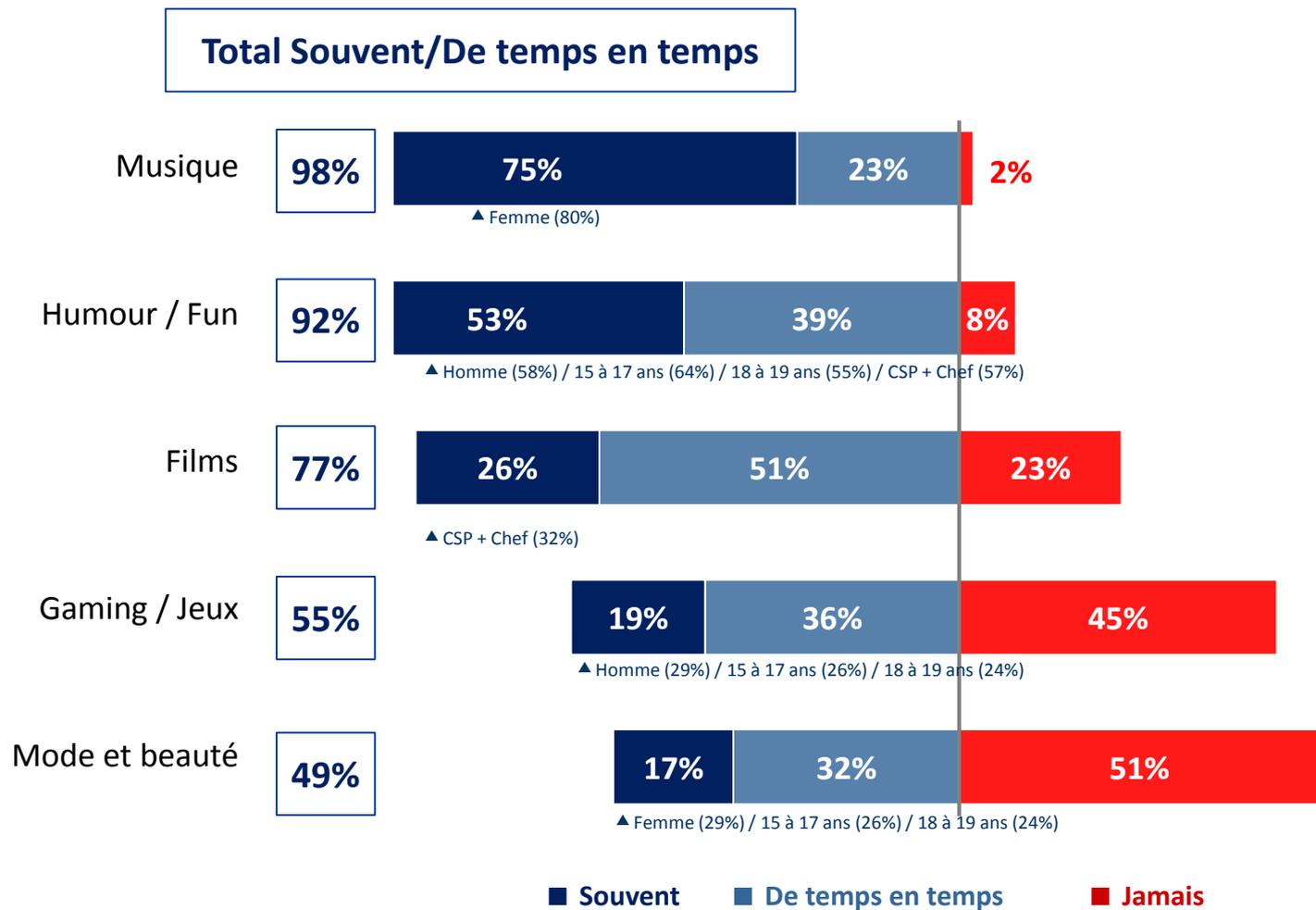
QUESTION : Parmi les valeurs suivantes, laquelle s'applique le mieux à l'image que vous vous faites de YouTube ... ?

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

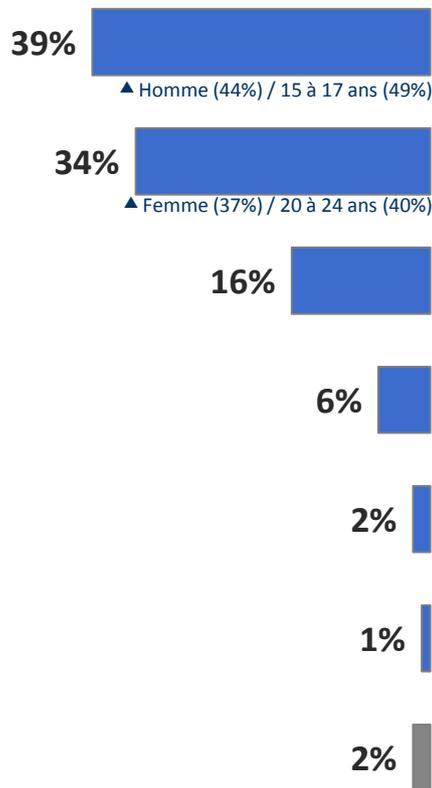


Le canal de découverte de l'artiste ayant le plus fait rire récemment

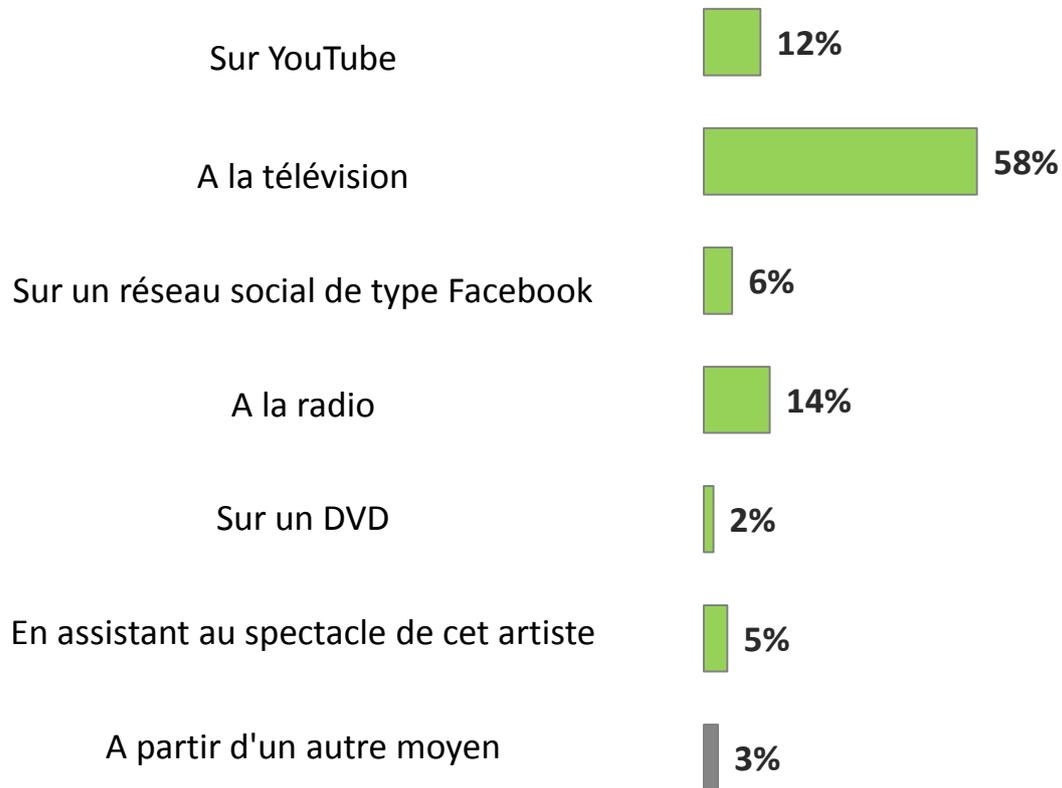
QUESTION : Que ce soit par vous-même ou grâce à une personne de votre entourage, comment avez-vous découvert l'artiste qui a le plus fait rire récemment ... ?

Base : A tous

JEUNES 15-24 ANS

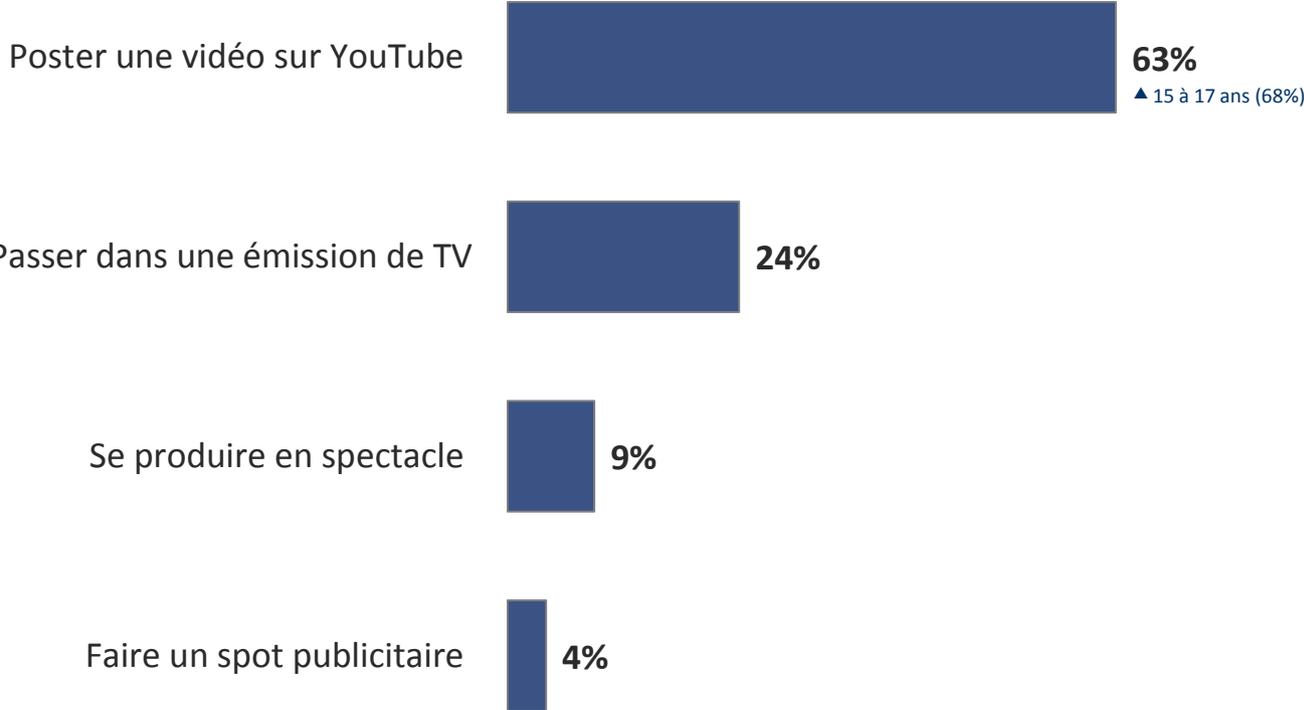


25 ANS ET PLUS



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

Base : A tous



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

25 ANS ET PLUS



▲ Homme (46%) / 15 à 17 ans (49%)

Réunir plus d'un million de vues sur YouTube



18%



▲ Femme (38%) / 20 à 24 ans (38%)

Remplir plusieurs fois une grande salle



51%



Etre reconnu dans la rue



11%



Réunir plus d'un million de téléspectateurs à la TV



20%

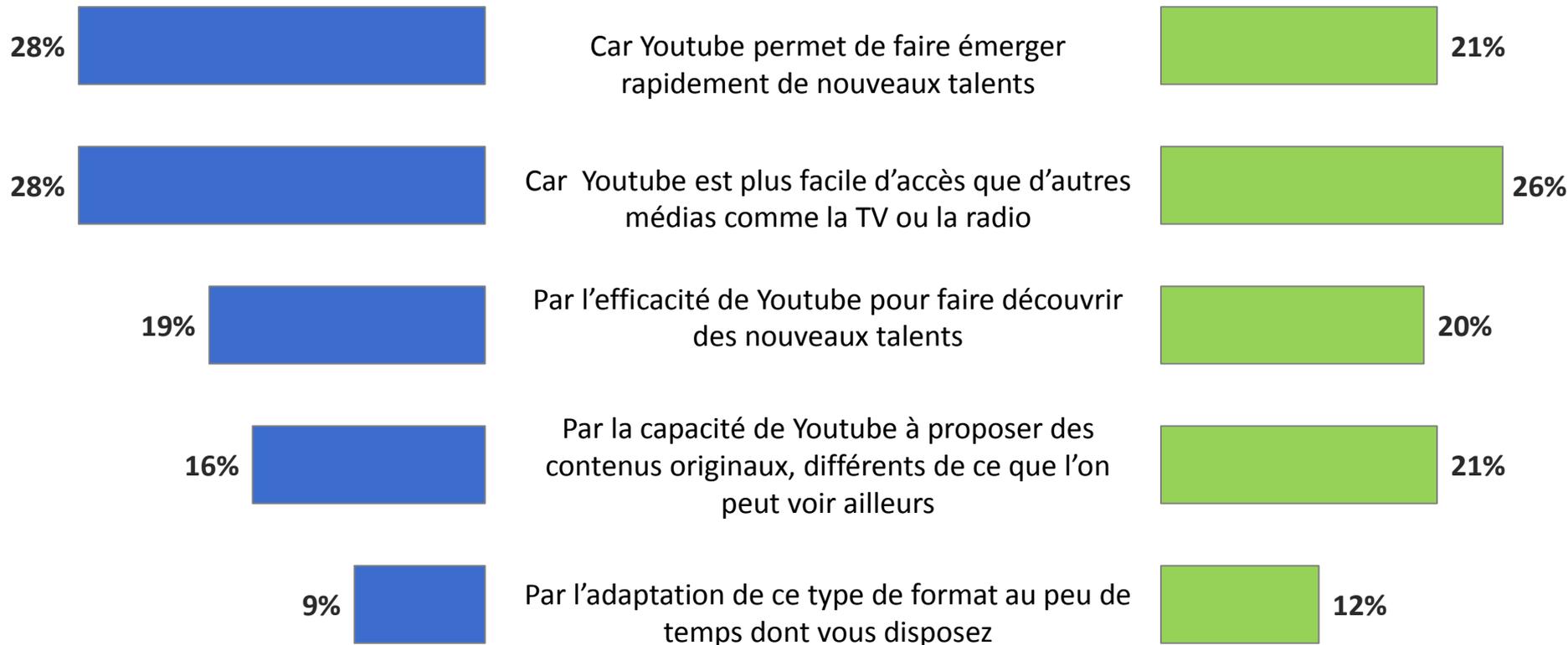
QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

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

JEUNES 15-24 ANS

25 ANS ET PLUS

Récapitulatif : En premier



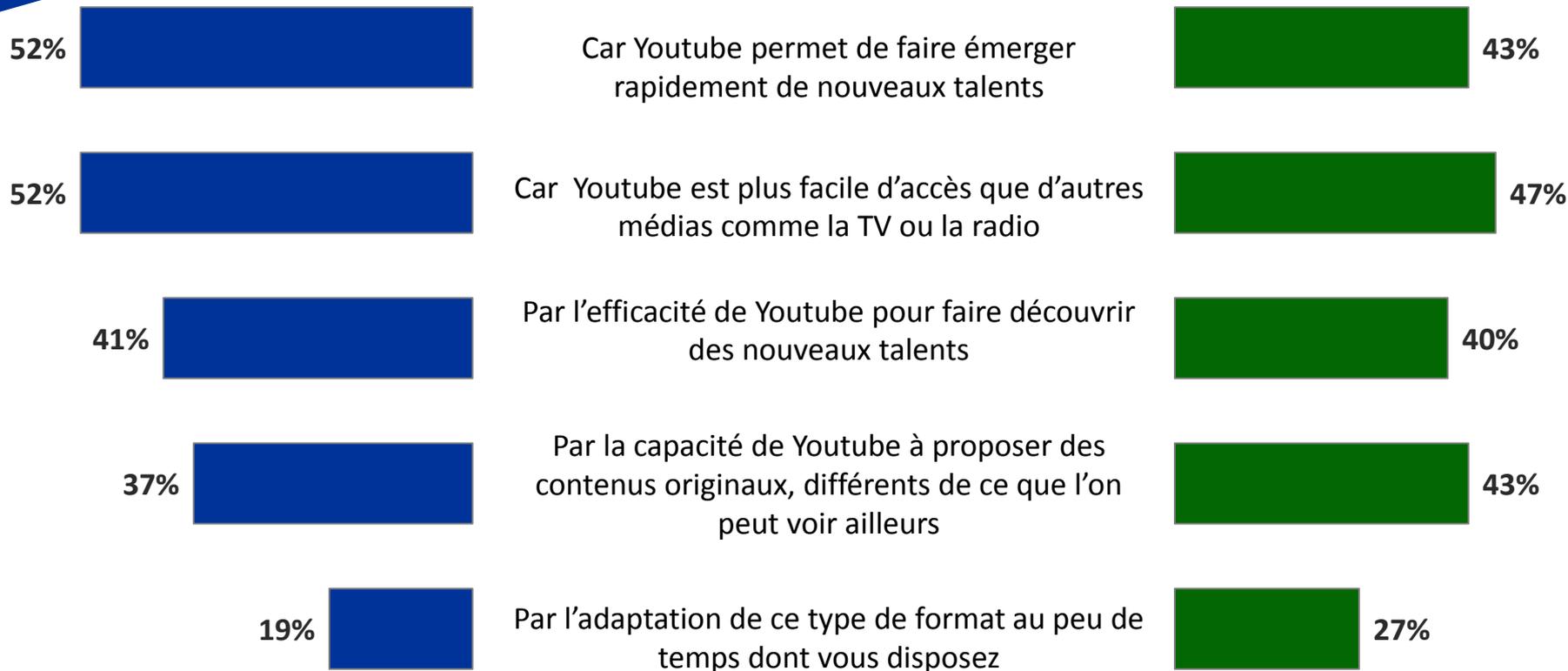
QUESTION : En quoi You Tube est-il selon vous un outil efficace pour les humoristes ? En premier ? Et ensuite ?

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

JEUNES 15-24 ANS

Récapitulatif : Total des citation

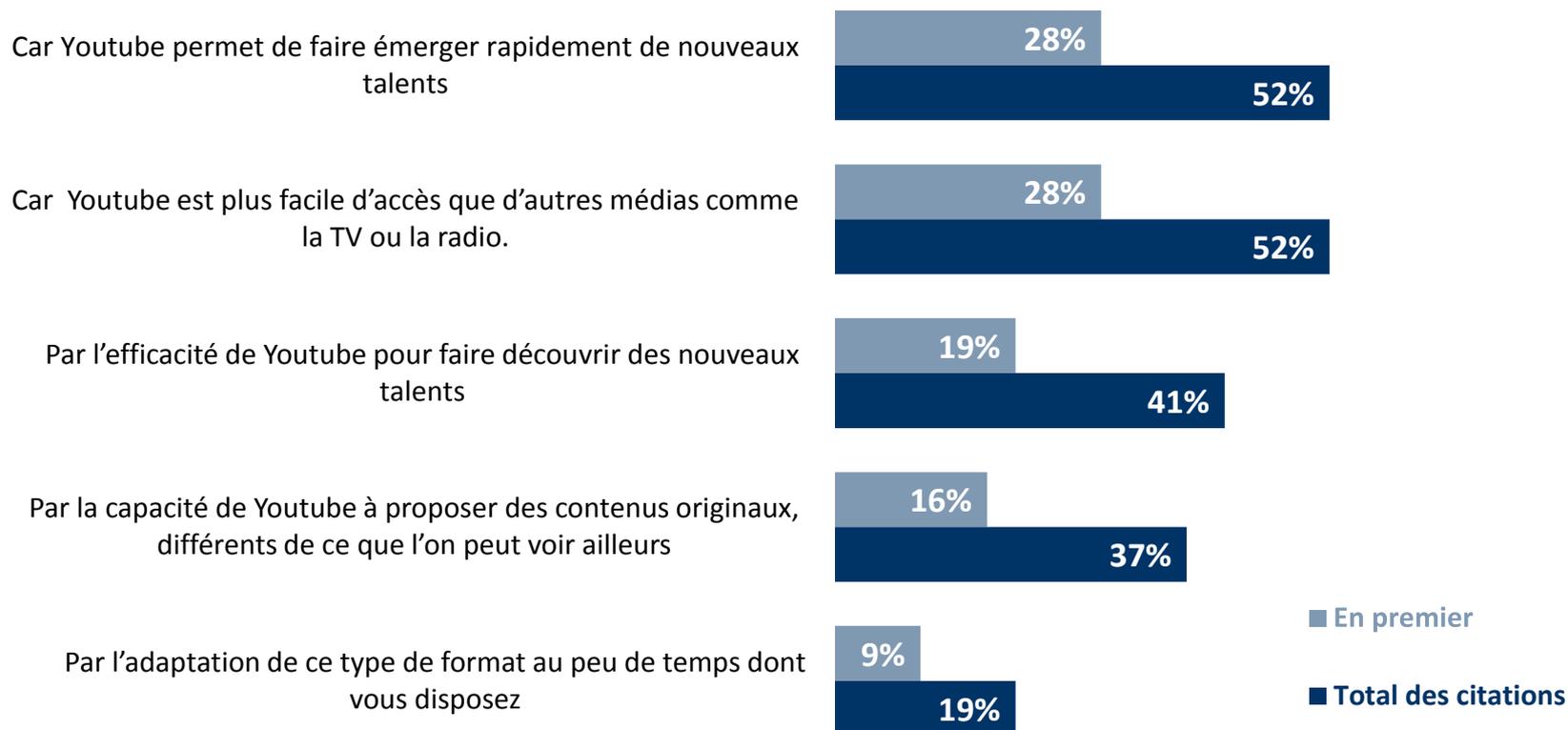
25 ANS ET PLUS



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

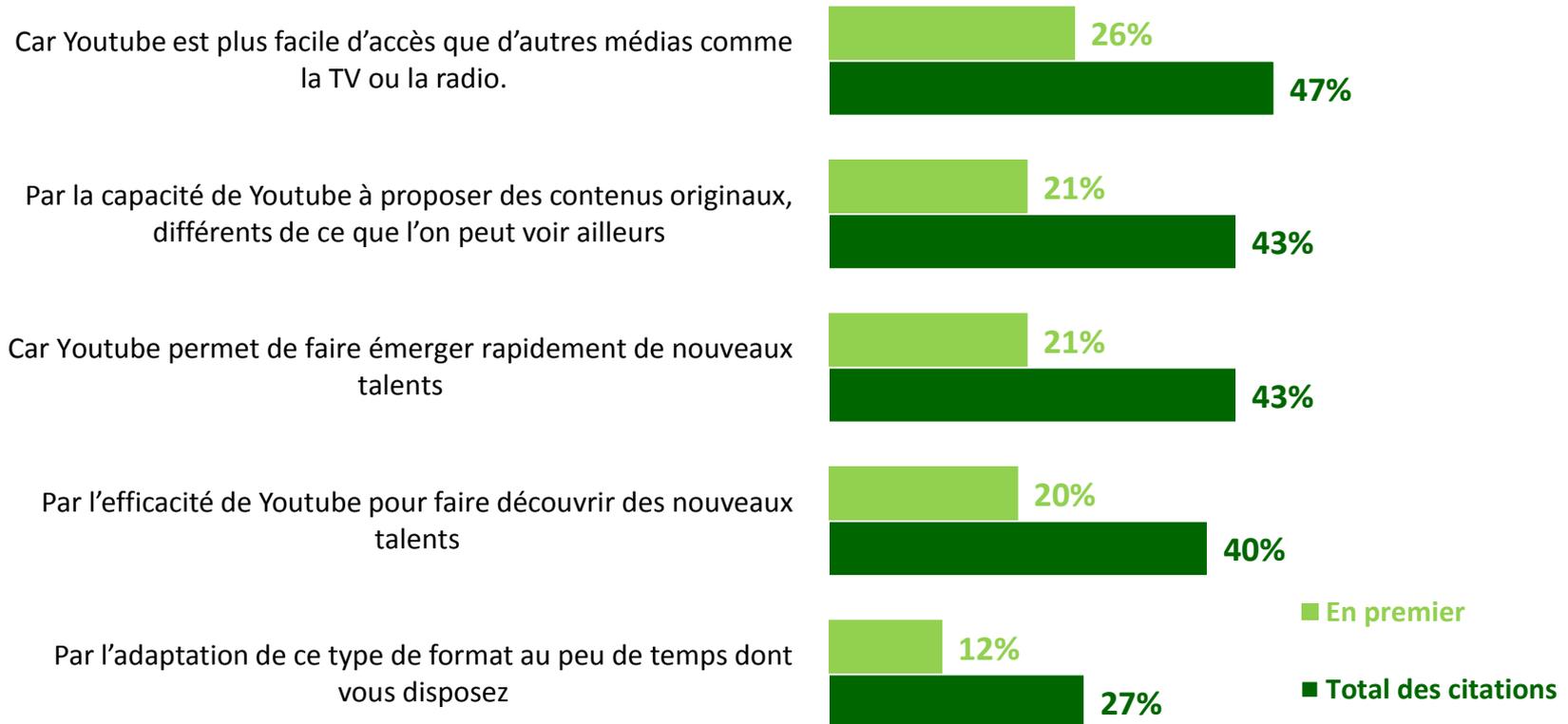
JEUNES 15-24 ANS



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

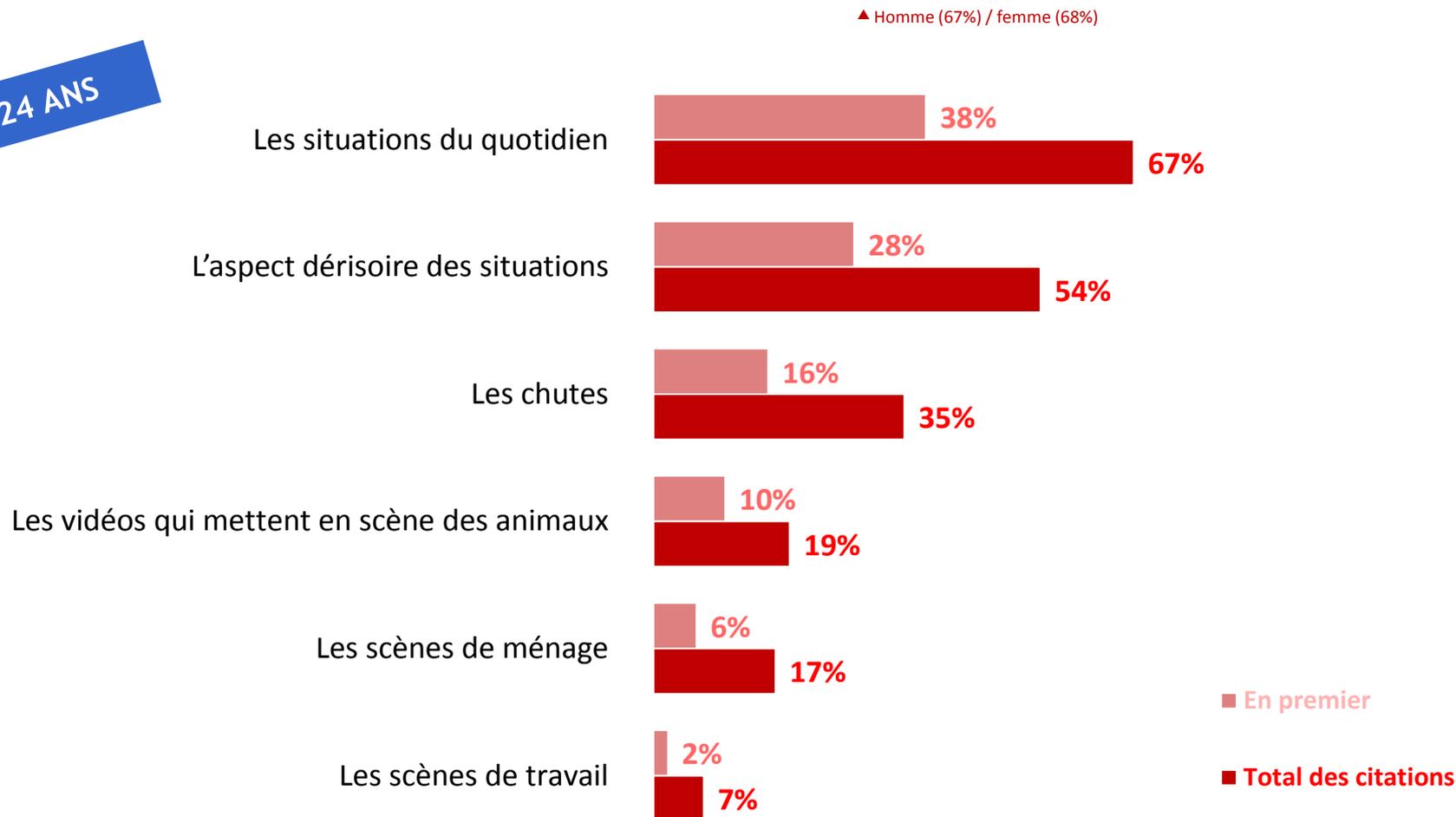
25 ANS ET PLUS



C | Typologie vis-à-vis des vidéos humoristiques

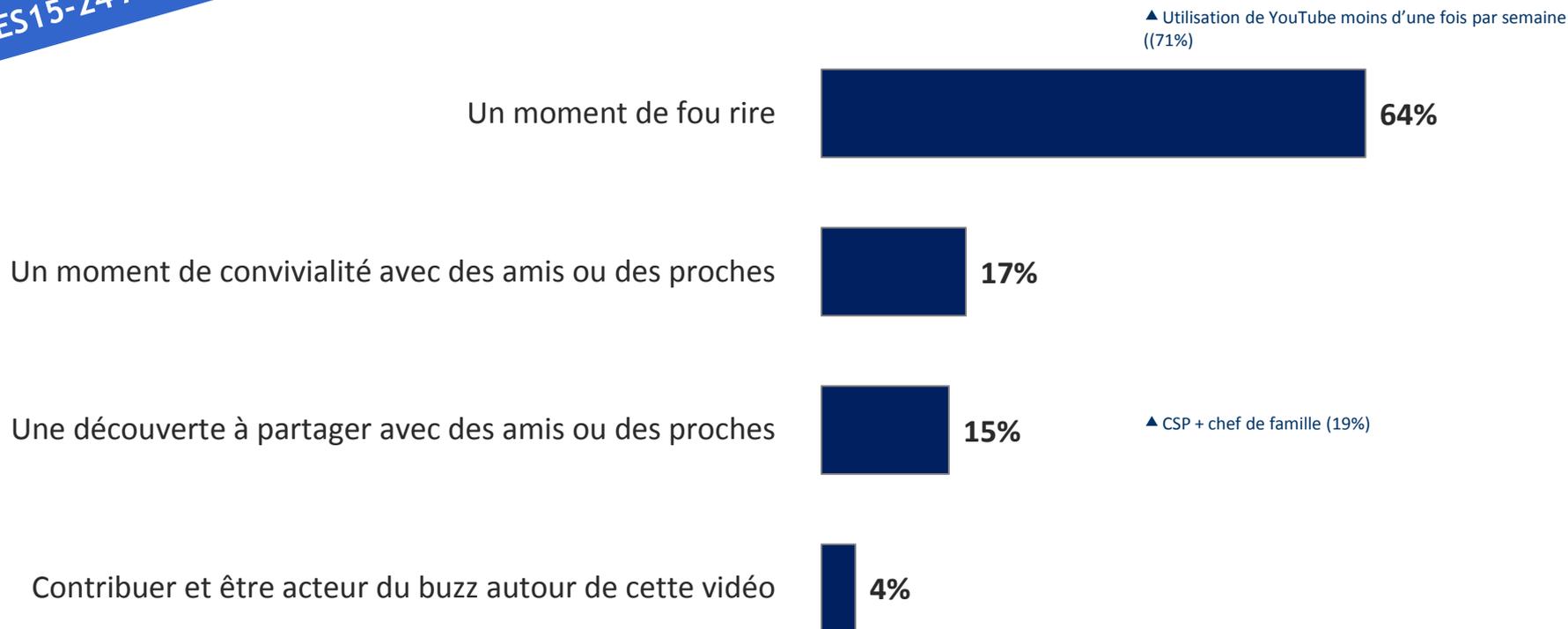
QUESTION : Quels sont les éléments qui vous font le plus rire dans une vidéo ? En premier ? Et ensuite ?

JEUNES 15-24 ANS



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

JEUNES 15-24 ANS





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...