

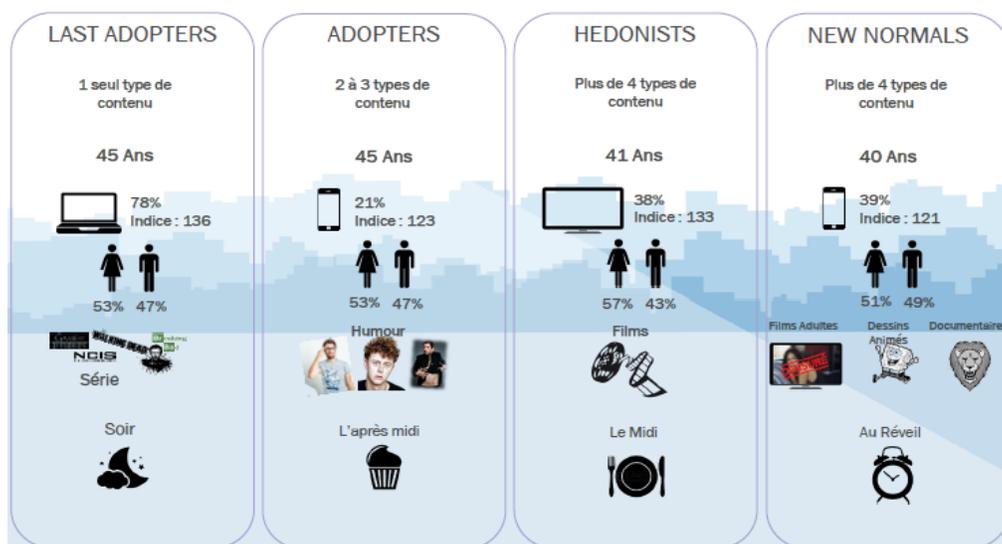
MediaCom lance VidéObserver en partenariat avec Prisma Media Solutions

MediaCom, agence du GroupM, a particulièrement à cœur de conseiller et d'accompagner ses clients sur les tendances de consommation de demain dans ce monde de l'ultraconnexion où chaque jour se crée de nouvelles expériences avec les médias. De son côté, Prisma Media, assume ses ambitions sur la vidéo. Les chiffres parlent d'eux même, 1^{er} groupe média vidéo*, 3 studios vidéos créés en moins de 6 mois, plus de 50 experts recrutés, l'acquisition de Cerise Media...

C'est donc tout naturellement que MediaCom et Prisma Media Solutions se sont associés pour la création de **VidéObserver**, un baromètre dont l'ambition est de suivre l'évolution des comportements vidéo afin de proposer une expertise fine et récente aux marques dans cette mutation des usages.

La vidéo est le contenu le plus consommé sur internet mais de nombreuses idées reçues circulent. Par exemple, contrairement à ce que l'on pourrait croire, même si les jeunes consomment plus de vidéo en ligne, **l'âge n'est pas le principal élément discriminant**.

Cette première édition du baromètre fait émerger 4 profils de vidéonautes aux habitudes de consommation très distinctes.



- **Les Last Adopters** : Reproduction des habitudes de consommation TV
- **Les Adopters** : Adaptation aux nouveaux modes de consommation de contenu (via de la vidéo en ligne)
- **Les Hedonists** : Recherche essentiellement de divertissement, de plaisir dans leur consommation de vidéos en ligne
- **Les New Normals** : Intégration complète de la vidéo en ligne dans la vie de tous les jours

Les différences entre ces catégories de consommateurs **sont avant tout comportementales et dépendent du degré d'adaptation à la vidéo en ligne de chacun.**

Pour suivre l'évolution rapide des modes de consommation vidéo, VidéObserver vous donne rendez-vous en juin, puis en octobre pour les prochaines éditions.

En attendant, n'hésitez pas à contacter nos équipes pour en savoir plus :

Stéphane Panot

Head of research MediaCom France

Stephane.panot@mediacom.com

Charles Jouvin

Directeur études, marketing et communication PMS

cjouvin@prismamedia.com

*Source MNR novembre 2016

A propos de Prisma Media Solutions

Prisma Media Solutions, c'est 25 marques leaders présentes sur plus de 100 supports (presse, web, mobile, event), une régie puissante puisque 3 français sur 4 consultent chaque mois un support de nos marques. Experte dans la connaissance client, innovante dans son positionnement comme dans ses réponses client, Prisma Media Solutions est votre business partner idéal dans ce monde médiatique en pleine mutation. Programmatique, Data, Sur-mesure, nouveaux formats, études, Ad vérification, contenus, Prisma Media Solutions développe toutes ses expertises à la hauteur de vos ambitions.

Retrouvez-nous sur : www.prismamediasolutions.com - [Facebook](#) - [Twitter](#) - [LinkedIn](#) - [Slideshare](#)

A propos de MediaCom

We are MediaCom, The Content + Connections Agency.

Avec un investissement mondial supérieur à 33 milliards de dollars (source RECMA 2015) et une présence dans 100 pays avec 125 bureaux, MediaCom est l'une des plus importantes agences media du monde.

Au centre de sa réflexion, la puissance effective d'un réseau communicationnel global : Contenus et Connexions et, à la clé, la preuve de l'efficacité, grâce à son système exclusif d'audit connecté.

En France, l'agence est dirigée par Corinne Pessus et compte 125 collaborateurs.

Parmi ses principaux clients : Danone, Mars, Allianz, Sony, Krys...

MediaCom est membre du Groupe WPP, et fait partie du GroupM.

Pour plus d'informations, visitez www.mediacom.com

Suivez-nous sur Twitter [@MediaComFR](https://twitter.com/MediaComFR)

GroupM France

Présidé par Pierre Conte, GroupM France regroupe les agences media du groupe WPP : MEC, Mindshare, Mediacom, KR Media et Maxus. GroupM France est doté de départements dédiés : GroupM Next (Etudes, Efficacité, Data, Planning stratégique), GME (métiers de création de contenus), GroupM Connect (équipes digitales spécialisées) et GroupM Power (services fonctionnels). GroupM France emploie près de 850 collaborateurs. En 2015, GroupM France a investi près de 1,5 Md€ dans les medias pour le compte de ses clients.