



Chiffres-clés
et tendances
vidéos 2024

6ème édition





CHIFFRES-CLÉS DE LA VIDÉO



SOMMAIRE

DES CHIFFRES-CLÉS

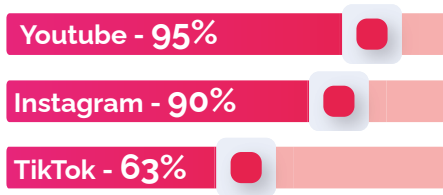
1	p 2
2	p 3
3	p 4
4	p 5
5	p 6
6	p 7
7	p 8
8	p 9

Le smartphone, 1^{er} lieu de streaming vidéo : ⁽¹⁴⁾

96% des français possèdent un smartphone

86% d'entre eux y regardent des vidéos chaque semaine

La génération Z (< à 25 ans) plébiscite les réseaux vidéo : ⁽¹⁵⁾



La vidéo verticale de courte durée, le format de référence des réseaux sociaux : ⁽²⁰⁾

- 1** Reels **Instagram**
- 2** Short vidéo **Youtube**
- 3** **TikTok** vidéo

NOTRE ANALYSE

Le streaming vidéo est une activité quotidienne des Français. Elle est réalisée la plupart du temps sur smartphone.

Portées par la nouvelle génération, les vidéos courtes au format vertical, se consomment sur smartphone tout au long de la journée.

Rapides et plus spontanées qu'un format long, les shorts vidéos sont à la mode.

Au niveau mondial, Youtube c'est : ⁽³⁾

800
millions

de vidéos en 2023

+2500

nouvelles vidéos sont mises en ligne sur YouTube **chaque minute** d'une durée moyenne de 4,4 minutes

En France, Youtube c'est : ⁽¹⁴⁾

94%

des français qui **utilisent quotidiennement** Youtube en 2023

36 min

25-49 ans

98 min

15-24 ans

Top 3 des usages de Youtube : ⁽³⁾

1

Divertissement & Musique

2

Source d'information

3

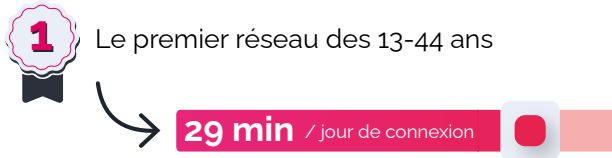
Découverte d'une marque et des produits

NOTRE ANALYSE

Youtube reste le réseau social indétronable de la vidéo. Que ce soit pour se divertir, écouter de la musique, se former ou encore découvrir de nouveaux produits, il est le réseau de référence.

Mais attention à la montée en puissance de TikTok & Instagram qui ne demandent qu'à prendre sa place.

Instagram en France c'est : ⁽⁸⁾



TikTok en France c'est : ⁽⁸⁾



Des nouveaux carrefours d'audience vidéo : ^{(7),(8)}

83% des community managers **publient du contenu vidéo sur Instagram** contre 32% sur TikTok

95% des internautes estiment qu'une **marque se doit d'être sur Instagram ou TikTok**

Instagram, un réseau vidéo comme un autre : ⁽¹⁹⁾

4x plus de vidéos sont créées sur Instagram chaque année

+22% d'engagement pour les formats Reels Instagram

NOTRE ANALYSE

Instagram et Tiktok concurrencent Youtube comme réseau principal de visionnage de vidéo. Facebook semble être dépassé par son "petit frère" Instagram avec ses formats stories et Reels qui cartonnent.

Les entreprises privilégient Instagram à TikTok car c'est un réseau moins clivant et plus rassurant.

La vidéo de plus en plus présente : ⁽⁷⁾

29% d'augmentation de création vidéo par rapport à l'année dernière. Les entreprises réalisent plus que jamais des vidéos.

Top 3 des formats produits par les entreprises : ⁽⁷⁾

- 1** 47 % des entreprises ont investi dans des vidéos de **démonstration de produits**
- 2** 35 % des entreprises ont investi dans des **vidéos explicatives**
- 3** 33 % des entreprises ont investi dans des **vidéos de webinaires enregistrées**

La vidéo courte pour un ROI efficace : ^{(5),(7)}

80% des **vidéos professionnelles** durent moins de 4 minutes. La durée des vidéos varie entre 30 secondes et 15 minutes.

92% des entreprises déclarent que la vidéo leur offre un **bon retour sur investissement**. Un autre record absolu.

NOTRE ANALYSE

La vidéo professionnelle ou vidéo d'entreprise permet d'instaurer un climat de confiance envers ses clients et salariés.

Ce format est un excellent moyen d'établir une connexion émotionnelle avec son audience, clé d'entrée pour rendre votre marque désirée et désirable.

La vidéo, média préféré des marketeurs : ^{(5),(16)}

91% des entreprises **utilisent la vidéo** comme outil marketing en 2023

→ Média le plus populaire des marketeurs pour la 4^{ème} année consécutive

Les marketeurs utilisent le format vidéo pour : ⁽⁵⁾

- 1** Améliorer la **compréhension** des utilisateurs de leur produit ou service (**96%**)
- 2** Augmenter la **notoriété** de leur marque (**95%**)
- 3** Augmenter le **trafic** et des leads générés (**91%**)

La vidéo, format le plus performant pour les marketeurs :



NOTRE ANALYSE

Les marketeurs placent la vidéo au coeur de leur stratégie depuis plusieurs années déjà.

Les formats évoluent, les styles vidéos s'adaptent aux tendances sociales, les campagnes changent de nom mais un fait demeure : la vidéo quelque soit son format, son style, son réseau, est le contenu le plus engageant et ayant le ROI le plus intéressant pour les entreprises.

LA VIDÉO DE VENTE, UN INDISPENSABLE DU PARCOURS D'ACHAT



La vidéo, un format décisif dans l'acte d'achat : ⁽⁴⁾

3,6x plus de chance de convertir un acheteur après qu'il ait visionné une vidéo sur Amazon pour un **CA supp. à + 10 %**

Top 3 des vidéos qui font vendre : ⁽⁹⁾

1 Vidéo centrée sur le **produit**

2 Vidéo d'**influence**

3 Vidéo d'**unboxing**

La vidéo au coeur de la prise de décision des consommateurs : ⁽⁵⁾

96% des personnes ont regardé une **vidéo explicative** pour en savoir plus sur un produit ou un service

89% des personnes déclarent que **regarder une vidéo les a convaincues d'acheter** un produit ou un service

NOTRE ANALYSE

La vidéo est le format qui accompagne le client tout au long de son parcours d'achat. De la découverte sur les réseaux sociaux d'une vidéo promotionnelle ou à travers la vidéo d'un utilisateur.

Il pourra également suivre un tutoriel sur Youtube ou se rassurer via une vidéo explicative sur le site web. Toutes ces vidéos sont décisives dans l'acte d'achat.

LA VIDÉO EN COM. INTERNE : UN FORMAT PLÉBISCITÉ ET UTILE



9 salariés sur 10 estiment que la vidéo est le format idéal pour : ⁽¹⁷⁾



L'expérience utilisateur



L'utilité des contenus



L'efficacité du format

Top 3 des usages de la vidéo en communication interne : ⁽¹⁷⁾

1

Formation aux logiciels et outils métiers

2

Les annonces de la direction

3

L'intégration des nouveaux collaborateurs

En Ressources Humaines, la vidéo plébiscitée : ⁽¹⁷⁾

65%

des salariés jugent la communication des ressources humaines **plus efficaces lorsqu'elles utilisent la vidéo**

47%

des salariés estiment que **la vidéo constitue le meilleur support** pour des formations sur des outils ou logiciels utilisés dans leur entreprise

NOTRE ANALYSE

À l'heure où la fidélisation des équipes et le recrutement de talents sont des sujets de tension, la capacité à produire un contenu de qualité pour ses salariés devient aussi important que pour ses clients.

Leurs exigences augmentent. Ils souhaitent des contenus dans l'ère du temps : la vidéo est en tête de liste des formats qu'ils attendent.

LA VIDÉO EN COM. PUBLIQUE : LE FORMAT D'INFORMATION DE LA GÉNÉRATION Z

Facebook, toujours le réseau n°1 de communication pour les collectivités : ⁽¹²⁾

94% des collectivités publient du contenu visuel ou vidéo sur Facebook

Montée en puissance de Youtube et TikTok en tant que source d'information : ⁽¹²⁾

31% des adolescents français utilisent Youtube comme source d'information

La génération Z en attente de format vidéo : ⁽¹⁸⁾

1 Reportages vidéos (29%)

2 Vidéos explicatives courtes (26%)

3 Articles approfondis (19%)

Les collectivités estiment que le format vidéo améliore : ⁽¹³⁾

70% leur **présence** sur les réseaux sociaux

60% leur **image de marque**

NOTRE ANALYSE

La vidéo est un formidable format de sensibilisation et d'information auprès du grand public.

La nouvelle génération a une appétence nette vers les formats vidéos et les réseaux sociaux mettent en avant ce contenu. Les collectivités vont devoir adapter leurs formats de contenu et leurs choix de réseau en fonction de cette nouvelle donne.

- [1. 2023 Internet Minute Infographic Source Stats](#)
- [2. Digital report 2023 - We are Social](#)
- [3. Wyzowl - youtube stats 2023](#)
- [4. Amazon central seller](#)
- [5. Wyzowl - Video marketing Statistics 2023](#)
- [6. No Scroll - Etude 2023 - tiktok vs instagram](#)
- [7. Vidyard - 2023 Video in Business Benchmark](#)
- [8. BDM - Enquête CM 2023 - France](#)
- [9. Video produit Amazon 2023](#)
- [10. Statista global websites - Nov 2022](#)
- [11. Hubspot - Instagram video engagement](#)
- [12. Agorapulse - Ebook des collectivités](#)
- [13. 2Emotion - Ebook usage de la vidéo en com.publique](#)
- [14. We are social - digital report france 2023](#)
- [15. Etude diplomeo - 2022](#)
- [16. Hubspot - rapport etat du marketing 2023](#)
- [17. LumApp - Une plateforme capable de gérer les vidéos internes est le futur de l'Expérience Collaborateur](#)
- [18. Le rapport des jeunes à l'information, enquête Ipsos- Sopra Steria pour Médias en Seine, novembre 2022](#)
- [19. Digimind - Instagram, les chiffres incontournables en 2023 en France et dans le monde](#)
- [20. E-marketing - La vidéo verticale : Le nouvel eldorado des réseaux sociaux ?](#)



TENDANCES

2024



SOMMAIRE

DES TENDANCES 2024

1

p 13

2

p 14

3

p 15

4

p 16

5

p 17

1

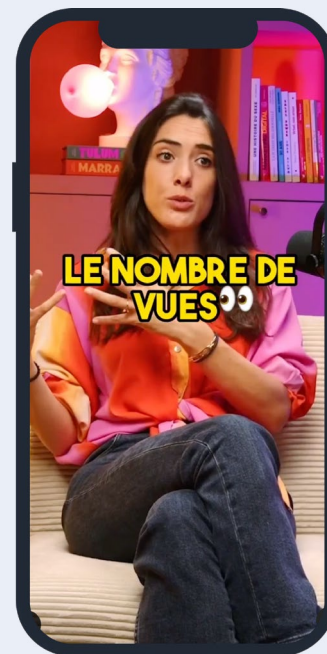
TENDANCE

Déjà présente dans nos tendances 2023, la short vidéo, format vertical d'une durée inférieure à une minute continuera sa progression fulgurante en 2024.

Avec 96% de la population française possédant un smartphone, ce format spécial mobile est porté par les réseaux Youtube, Instagram et TikTok.

Les vidéos courtes appelées Shorts Youtube, Reels Insta ou encore TikTok vidéo, sont de plus en plus populaires. Une tendance digitale qui révolutionne année après année notre façon de consommer des vidéos.

Faciles à visionner et à partager, elles sont aussi plus rapides à créer via des outils en ligne de création vidéos simplifiées.





TENDANCE

Il n'aura jamais été aussi facile de créer du contenu vidéo qu'en 2024 ! L'émergence des IA génératives révolutionne le monde de la création de contenu.

S'il est encore trop tôt pour créer de A à Z une vidéo sans intervention humaine, les IA génératives vont intégrer la plupart des outils de création vidéo.

Ils vous assisteront pour :

- Créer des modèles de vidéo à partir d'un prompt. Vous n'aurez plus qu'à finaliser les détails pour votre propre vidéo personnalisée.
- Créer du contenu additionnel texte ou image à insérer au sein de votre vidéo.
- Créer des scénarios personnalisés pour des vidéos adaptées à plusieurs cibles d'audience.

En 2024, l'IA générative sera un outil précieux pour construire des vidéos plus simplement et plus rapidement.



СUBLИМІЕЕ ВАР ГІА
ГІА АІДЕО D.ЕНТРЕПРІЗЕ

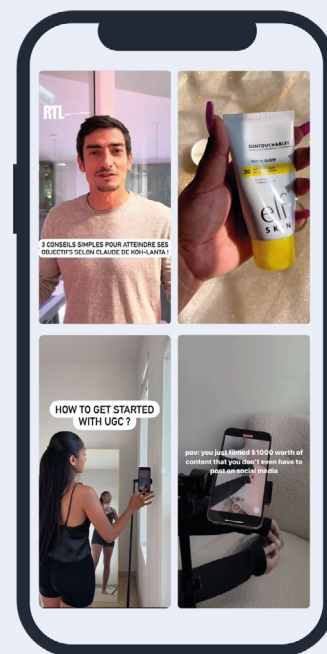


TENDANCE

La vidéo est partout sur le web. Youtube en décompte plus de 800 millions à lui seul. Pour être visible sur le web, il n'est plus possible d'imaginer publier de temps en temps une vidéo. En 2024, le défi des professionnels du digital est de produire un contenu vidéo varié dans ces formats et de manière régulière.

Les IA génératives, les outils en ligne simplifiés de création vidéo vous aideront grandement dans cette tâche.

En 2024, il vous faudra personnaliser vos formats aux tendances des réseaux sociaux. Adaptez les concepts vidéo du moment et personnalisez-les à votre marque. Une chance, les formats vidéos à la mode en 2024 sont les vidéos courtes donc plus simples et moins coûteuses à réaliser.



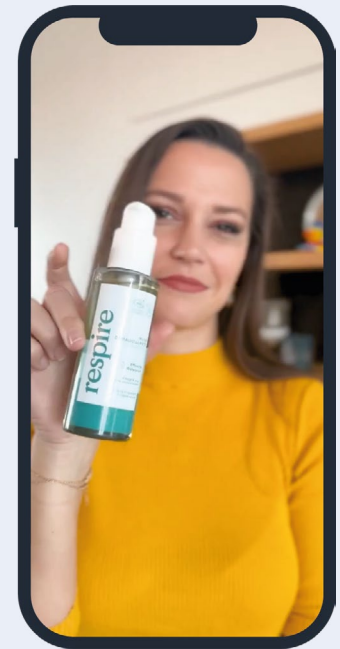
4

TENDANCE

L'UGC pour User Generated Content regroupe les vidéos réalisées par les utilisateurs d'une marque. 93% des consommateurs se sentent influencés par ce type de contenu, bien souvent fait maison avec les outils en ligne de création vidéo ou directement sur les réseaux sociaux avec notamment les fonctionnalités de Remix de contenu proposés par Instagram, TikTok ou encore Youtube.

En 2024, les marques devront s'associer à cette tendance pour développer leur communauté d'ambassadeurs sociaux. Quoi de plus efficace en marketing qu'un client heureux qui fait la promotion de votre marque ?

Ce contenu coche toutes les cases : il est vidéo, authentique et se partage facilement sur les réseaux. Le graal pour tout marketeur digital.



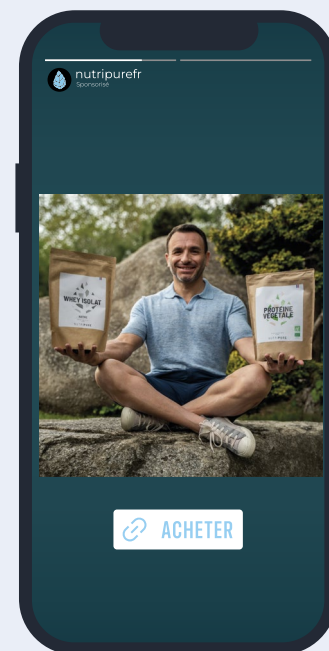


TENDANCE

La marché de la publicité digitale se déplace chaque année un peu plus sur les réseaux sociaux. Véritable carrefour d'audience, ceux-ci développent directement sur leurs réseaux des fonctionnalités intégrées de shopping.

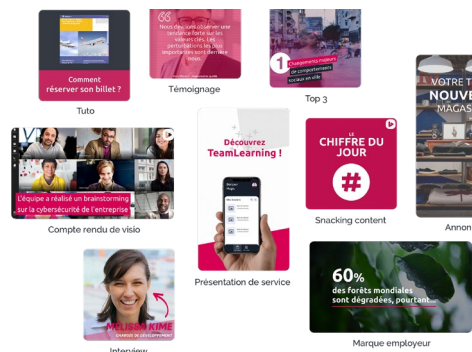
En 2024, la progression du social shopping sera soutenue par l'essor de la vidéo d'influence et, plus particulièrement, par la micro-influence. Les entreprises ont de plus en plus recours à des créateurs de contenus externes, possédant une communauté active et des qualités d'acteur pour promouvoir leurs produits ou services.

La difficulté pour les marques réside dans la détection d'influenceurs qui correspondent à leurs valeurs et à leur audience. Reste ensuite la question du budget associé à ce type d'opération.



Des centaines de templates vidéos adaptés à votre charte graphique 100% personnalisables.

Créez rapidement tout type de vidéo grâce aux templates vidéos directement adaptés à votre charte graphique. Des templates pour tous les besoins (interviews, tutos, formations, annonces, événements, présentations, motion design etc...) et entièrement personnalisables.



Une bibliothèque d'animations et effets créatifs

Choisissez parmi plus de 700 effets pour dynamiser votre vidéo (panneaux, transitions, animations visuelles, objets, animations de textes et bien plus...)

Un hub média complet

Des millions de médias (images, icônes, vidéos, illustrations, musiques) disponibles et libres de droit directement intégrés dans la plateforme.



PEXELS

GIPHY



Unsplash

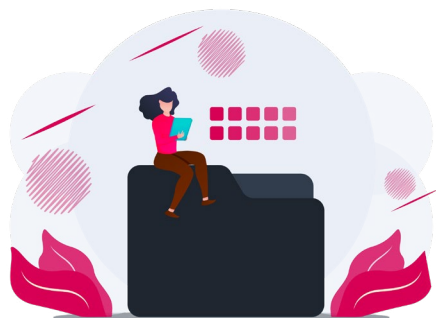
EN CRÉATEUR DE CONTENU ACCOMPLI !



2Emotion

Une interface très intuitive

Profitez d'un menu latéral à la powerpoint avec système de vignettes/slides. Dans chacune on retrouve tous les éléments qui constituent une vidéo : Le visuel, le message, les animations etc... Très facile d'utilisation, glissez, décalez, modifiez.



Une organisation des droits et dossiers poussée

Attributions de rôles où les superviseurs peuvent gérer leur charte graphique, la répartition des dossiers (par pays, pôle ou autre), la validation de chaque vidéo produite, les templates et effets autorisés et bien plus encore...

Créez des vidéos remarquables !

Le logiciel en ligne simple, complet et créatif.

Découvrez les autres ressources

[Je découvre](#)

Demandez une démo personnalisée

[Démo](#)

Découvrez l'outil en vidéo

[Je visionne](#)



2Emotion
Plateforme de création vidéo



DÉCOUVREZ-NOUS !

2Emotion.com



L'outil simple, complet et créatif pour créer des

VIVÉOS