

Vidéo en ligne : streaming plus que téléchargement

53 % des internautes américains qui ont regardé la télévision en ligne ont consommé du TV Broadcast (streaming vidéo) en octobre, et 49 % ont téléchargé de la vidéo gratuite.

Le '*Consumer Internet Barometer*' de Conference Board et TNS Research, qui mesure la consommation de télévision en ligne aux Etats-Unis, a révélé qu'en octobre 2006 un internaute américain sur dix a regardé la télévision via un *TV Broadcast*, une chaîne de télévision diffusée sur Internet.

Mais surtout ce que le dernier baromètre révèle, c'est que pour la première fois les internautes américains ont été plus nombreux à pratiquer le streaming (53 %) que le téléchargement en ligne (49 %).

En quoi ces chiffres marquent-ils un point d'inflexion ? L'offre de streaming (afficher le contenu presque en temps réel sans pour autant le télécharger en local) est prioritairement payante, alors que l'internaute recherche plutôt le téléchargement gratuit.

On assiste donc à une évolution culturelle sensible de la consommation de contenu vidéo, avec le consommateur américain qui paie pour accéder aux programmes de télévision en ligne?

On comprend mieux pourquoi Google a investi 1,65 milliard de dollars dans l'acquisition de YouTube, service 'gratuit' de partage de vidéos en ligne !