



V GÉNÉRATION

L'AUBE
DE L'ÂGE
VIDÉO

Par: Gustavo Gonzalez



**COLDWELL
BANKER** 



Introduction

Vous rappelez-vous ces jours anciens où la seule vidéo que vous pouviez visionner était diffusée soit dans une salle de cinéma, soit sur l'écran d'une télévision qui était équipée d'un gros bouton pour changer les chaînes ? On a l'impression de parler de ce temps ancien comme s'il s'agissait d'une époque très reculée. Mais ce n'est qu'il y a 20 ans qu'un groupe relativement restreint de pionniers créèrent des vidéos et fournirent des plateformes limitées qui nous permettaient de les visionner.

Les choses ont changé, et ce à une vitesse étourdissante.

La conjonction fortuite et heureuse de plusieurs événements au cours des cinq dernières années environ a conduit à une croissance presque inimaginable de la consommation des vidéos sur Internet. Qu'obtient-on en conjuguant une avancée technologie rapide, l'émergence et la maturité des médias sociaux avec la démocratisation des produits générateurs de contenus et la renaissance que nous observons dans de nouvelles sociétés innovantes ? L'on obtient un changement de paradigme qui crée des comportements de consommation et d'attentes radicalement nouveaux. Des sociétés et des marques emblématiques ont dû s'adapter à ce nouveau paysage pour éviter d'être dépassées.

L'un des secteurs d'activités les plus affectés par la prolifération des vidéos sur Internet et par la création de contenus sont les médias audio-visuels conventionnels. Ils se sont rendus compte (sans doute un peu tard) que la technologie a transformé les règles du jeu et que les consommateurs d'aujourd'hui s'attendent à ce que ce soient les médias qui viennent à eux partout où ils se trouvent et non pas le contraire.

« Les jeunes entreprises novatrices qui rendent le contenu télévisuel disponible sur des plateformes numériques, les principales sociétés de médias qui diffusent leurs contenus sur Internet et sur les dispositifs portables, et l'adoption rapide par un large public des téléphones intelligents, des tablettes et d'autres appareils connectés ont permis l'émergence d'un type de consommateurs qui attribuent une grande valeur à la consultation de la télévision (vidéo) sur demande. » ^[1]

Le principal objectif de ce livre blanc est d'examiner minutieusement les statistiques et tendances relatives à la croissance de la vidéo au cours de ces dernières années. Cet examen, nous l'espérons, vous permettra de mieux appréhender le nouveau type de consommateur actuel et vous dotera d'outils supplémentaires pour les satisfaire et les attirer vers vos propres contenus vidéo.

Oubliez les récents discours concernant la génération Y. Nous assistons officiellement à « l'aube de l'âge vidéo », Génération V. Êtes-vous prêt ?



facebook.com/coldwellbanker



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



blog.coldwellbanker.com





Le développement de la vidéo





Le développement de la vidéo

Situation actuelle - Où en sommes-nous à l'heure actuelle ?

La consommation de vidéos sur Internet continue de croître à un rythme si énorme que les données statiques actuelles et les projections à venir semblent être inventées de toute pièce. Le fait est que les consommateurs visionnent les vidéos en ligne à un niveau qui remet en cause le paysage classique de la consommation de vidéos.

Prenez les incroyables chiffres suivants :

- Plus de soixante heures de vidéo sont téléchargées sur YouTube par minute. Ce qui correspond à l'équivalent de presque trois jours de vidéo! ^[2]
- Plus de trois milliards de vidéos sont visionnées chaque jour sur YouTube à travers le monde. ^[3]
- YouTube Mobile enregistre plus de 400 millions de consultations par jour. ^[3]
- Vers la fin de 2012, le nombre de vidéos regardées sur Internet représentera plus de 50% du flux de consommateurs sur Internet aux États-Unis. ^[4]

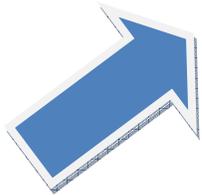
Ce que je trouve particulièrement instructif dans les quatre statistiques présentées ci-dessus est qu'elles résument parfaitement notre situation actuelle. Lorsque l'on voit que les consommateurs téléchargent environ 86 400 heures de vidéo par jour sur YouTube, on se rend compte qu'ils ont investi considérablement dans les média vidéo sur Internet. Non seulement leur comportement indique qu'ils aiment publier et partager les vidéos qu'ils créent, mais ils en consomment une énorme quantité, car la technologie à l'heure actuelle leur permet de les visionner partout où ils sont et à n'importe quelle heure. Rien de surprenant donc si la vidéo sur Internet représente la moitié du trafic observé sur la toile dans notre pays. Ces chiffres sont ahurissants.

1000 milliards

Le nombre de vidéos regardées sur YouTube en 2011. Cela correspond à presque 140 consultations pour chaque personne sur terre. ^[2]





 **43 %**

Le nombre d'Américains qui regardent les vidéos sur Internet a augmenté de 43 % depuis 2010 ^[17]

44 milliards

Environ 180 millions d'internautes aux États-Unis regardent près de 44 milliards de vidéos chaque mois ^[18]

Ce qui est également important de se rappeler est que les statistiques présentées ci-dessus ne sont qu'un exemple parmi de nombreux autres sites qui diffusent des vidéos sur Internet (même si YouTube est leader du marché, loin devant les autres). Il faut également prendre en compte l'énorme quantité de vidéos visionnées et la croissance que les sites Internet tels que Hulu, Funny ou Die, Vimeo, Vevo, Yahoo et autres connaissent actuellement.

« Si vous comparez les récentes données collectées à partir de comScore Metrix aux données d'il y a un an, vous verrez que le nombre de vidéos visionnées a connu une augmentation phénoménale sur les sites yahoo. » ^[5]

Le fait que Yahoo! Video enregistre une augmentation annuelle de 30,4 % de visiteurs uniques (février 2012) confirme le fait que la plupart des portails vidéo sur Internet connaissent une croissance importante en termes d'usage. ^[5]

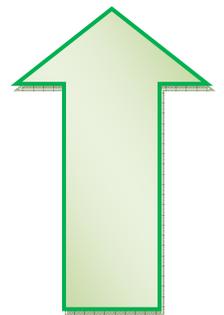
Adoption des vidéos au fil du temps

Il est difficile de déterminer où l'on se trouve et où l'on va si l'on ne sait pas où l'on est et comment on y est parvenu. Certains soutiennent que la montée brusque du nombre de vidéos regardées sur Internet est une conséquence normale de l'émergence de nouvelles technologies et de nouveaux sites de vidéos, tels que Netflix Instant, Roku et Boxee. Ceci peut-être en partie vrai, mais ne signifie pas qu'il faille s'attendre à un tassement des consultations vidéo, car ces plate-formes et ces sites sont sur le marché depuis plusieurs années déjà.

Un coup d'œil rapide sur des données collectées tous les ans au mois de mai par Nielsen montre clairement une augmentation constante du nombre de vidéos consultées sur Internet. Le tableau ci-dessous présente les données collectées par Nielsen aux États-Unis entre mai 2010 et mai 2012.

Usage général des vidéos sur Internet

	10 Mai	11 Mai	12 Mai
Spectateurs uniques (000)	135,881	145,030	163,478
Total de diffusion en continu (000)	9,821,675	15,020,811	26,167,111
Diffusion en continu par spectateur	72.3	103.6	160.1
Temps par spectateur (min)	190	260	348



Source: The Nielsen Company [6, 7, 8]



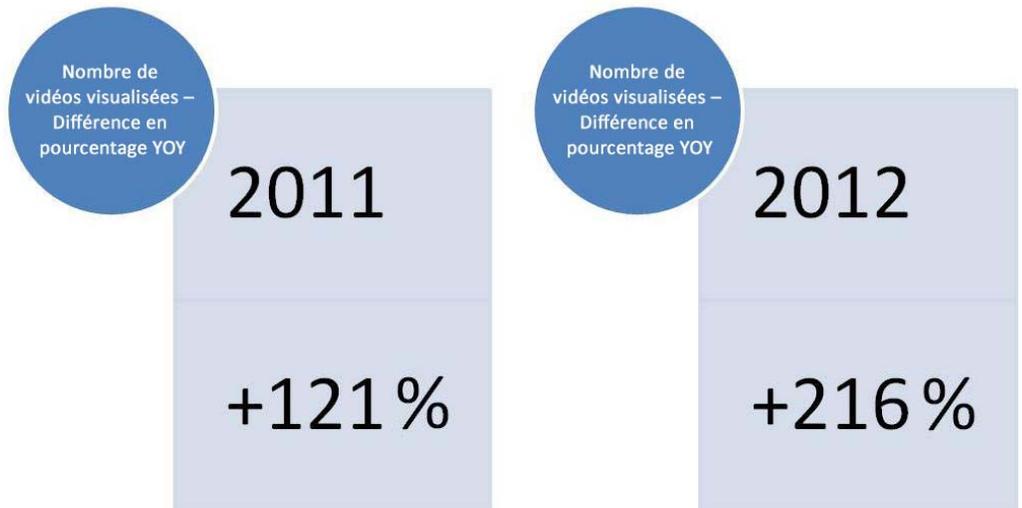


En 2 ans, le nombre de spectateurs uniques a augmenté de 20 %, le nombre de diffusion au total et le nombre de diffusion par spectateur ont augmenté de bien plus de 100% et le nombre d'heures de vidéos par spectateur a augmenté de 83 %. Ces chiffres fluctuent légèrement au fil des mois, mais ils restent globalement constants.

Pressentant que la vidéo sur Internet était sur le point de connaître une forte envolée, la marque Coldwell Banker a fait de la vidéo une partie intégrante de sa culture avec le lancement en 2009 de Coldwell Banker On Location® en partenariat avec Google. Nos analyses internes montrent que la croissance des vidéos téléchargées et visionnées sur notre chaîne YouTube reflète la croissance que les experts du secteur ont observée pour la vidéo en ligne en général. Voyez ces quelques statistiques :



Le nombre moyen d'heures de consommation de vidéos sur Internet par des spectateurs américains a augmenté de 46 % au fil des années ^[19]





Une étude publiée par Mashable l'année dernière indiquait que « 73 % de propriétaires de biens immobiliers affirment être plus susceptibles de s'inscrire dans une agence immobilière qui propose de produire une vidéo. »^[9] De toute évidence, nos analyses internes font écho à cette analyse selon laquelle les consommateurs recherchent et consomment activement les vidéos ayant trait à l'immobilier. La croissance de la consommation des vidéos que nous observons à l'heure actuelle est en phase avec celle du secteur.

Avons-nous dit que la vidéo sur Internet est en plein essor ?

Dans l'infographie de Mashable mentionnée plus haut, on a observé que seul 12 % du secteur des agences immobilières disposent de comptes YouTube^[9] Cette infographie illustre un décalage entre ce à quoi les clients des agences immobilières s'attendent et ce que la plupart des courtiers et professionnels du secteur immobilier offrent. Heureusement, le réseau Coldwell Banker a continué de promouvoir la vidéo, tel que le montre l'augmentation continue et rapide du nombre de vidéos téléchargées sur la chaîne Coldwell Banker On Location. Le graphique ci-dessous indique le changement du pourcentage de nombre de vidéos téléchargées sur notre site YouTube en 2010 par rapport en 2012.



Seul 12 % des agences immobilières disposent de comptes YouTube^[9]

Vidéos chargées sur Coldwell Bank On Location

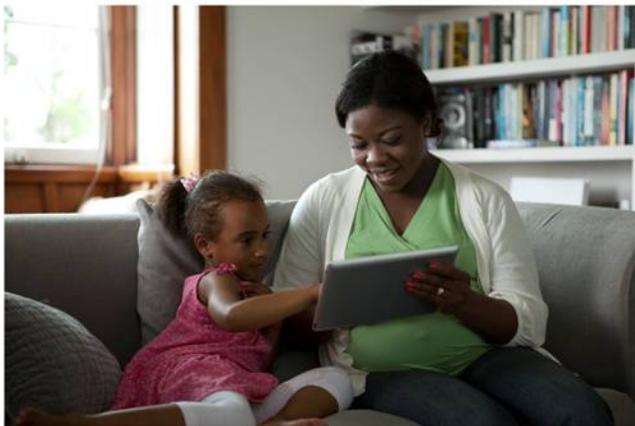
+320 %

Différence de pourcentage 2010-2012





Tendances de la consultation des vidéos





Où et quoi - Destinations et contenu des vidéos

On compte beaucoup plus de 136 millions de spectateurs de vidéos uniques sur Internet chaque mois aux États-Unis. ^[10] Quelles destinations en ligne attirent le plus grand nombre de spectateurs et que cela nous apprend-il sur le type de contenus sollicité par les consommateurs?

Comme l'on pouvait s'y attendre, le rapport sur les principaux sites de vidéo aux États-Unis, publié par Nielsen fin juin 2012, confirme que YouTube est le site vidéo le plus regardé sur Internet. Attirant plus de 4 spectateurs sur 5 regardant des vidéos sur leur site chaque mois, YouTube est incontournable sur le sujet de la vidéo sur Internet. ^[10]

La très grande variété de contenus vidéo disponibles sur YouTube est déconcertante. Véritable mastodonte de l'univers vidéo, il est le deuxième moteur de recherche le plus populaire au monde, précisément à cause de la véritable mine d'or que représentent les marques et les contenus produits par les utilisateurs qui concernent tous types de sujets, d'intérêts et de passions possibles. L'habitat occupant une place cruciale dans nos vies, les consommateurs ne regardent plus uniquement des vidéos comiques ou reprenant des faits sportifs marquants. Selon l'étude menée par Compete et Google House Hunter, « les recherches de marques d'agences immobilières et de constructeurs de logement sur YouTube ont augmenté de 150 % par an aux États-Unis. » ^[11]

La domination de YouTube sur l'univers des vidéos en ligne ne constitue pas une surprise et il est donc à la fois intéressant et profitable d'observer la liste des 10 autres principaux sites vidéos aux États-Unis (par spectateur de vidéos unique), car elle nous donne une image plus claire du paysage de l'univers des vidéos. Sans aucun doute, avec la pléthore de sites vidéo et d'applications qui apparaissent tous les jours, la liste de Nielsen Wire que vous verrez représentée sur la page suivante sous forme d'infographie aborde plusieurs problèmes :

- Dans quelle mesure YouTube occupe-t-il une position dominante sur le marché ? Existe-t-il de jeunes entreprises concurrentes susceptibles de grignoter des parts de marché et que les créateurs de contenus devraient connaître ?
- Les sites des réseaux sociaux offrent-ils un terrain assez fertile au visionnage des vidéos pour concurrencer les sites classiques ne diffusant que de la vidéo ?
- Les consommateurs se rendent-ils sur les portails vidéo pour visionner des contenus de longue durée ?
- Les moteurs de recherche (en dehors de Google) se joignent-ils à la partie ?



« Les recherches par marque d'agences immobilières et de constructeurs d'habitations sur YouTube ont augmenté de 150 % par an aux États-Unis. » ^[11]

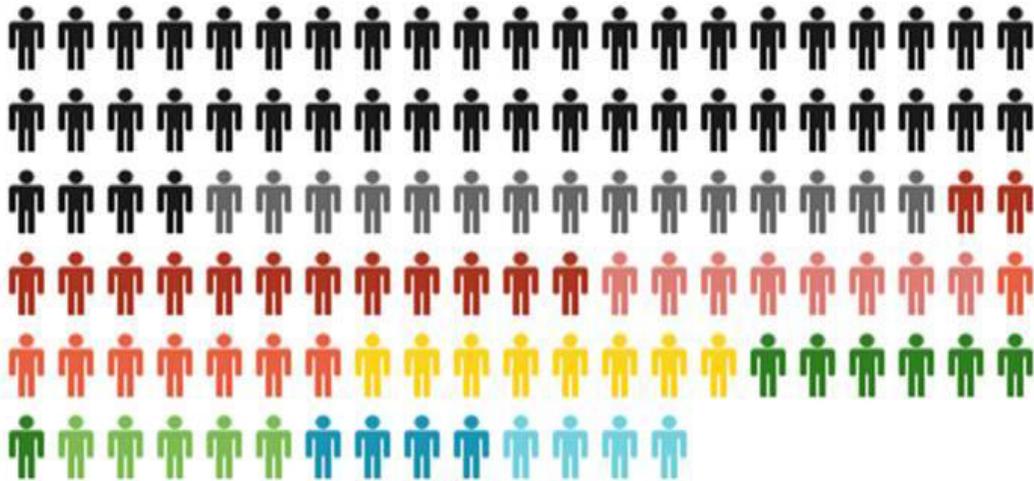




MEILLEURES SITES VIDÉOS EN LIGNE AUX ÉTATS-UNIS



Spectateurs uniques (mai 2012)
Nielsen Wire



YouTube Yahoo! Vevo AOL Media Network MSN/WIndows Live/Bing
Facebook The CollegeHumor Network Hulu Perform Group
ESPN Digital Network

Avis de droit d'auteur

Fait avec

Source: [10]



**COLDWELL
BANKER**



45 %

Les consommateurs américains consacrent actuellement 45 % de temps supplémentaire à regarder les vidéos sur Internet qu'il y a un an ^[12]

YouTube : Nous sommes au câble ce que le câble était à la diffusion par les ondes ^[20]

Ce que démontre l'étude menée par Nielsen est que la position de YouTube en tant que leader du marché est très loin d'être remise en cause. Si vous créez un contenu traitant d'immobilier en espérant atteindre le plus de clients possibles, YouTube est incontournable, tous les autres sites sont secondaires.

On ne peut donner de réponse tranchée à la question de savoir si les réseaux sociaux peuvent représenter une vraie concurrence au modèle traditionnel des sites diffusant uniquement de la vidéo. On pourrait penser, en considérant la puissance de feu dont est doté Google+, que ce site puisse être un des principaux sites de vidéo, mais ce n'est pas le cas pour le moment. Google+ et les autres réseaux sociaux comme Tumblr n'ont pas encore atteint cette échelle, ni ce niveau de maturité. Comme on pouvait s'y attendre, Facebook est un lieu de contact essentiel où les vidéos sont visionnées. Il faut noter que la plupart des visionnages de vidéos sur Facebook concernent des contenus téléchargés sur YouTube. Alors n'oubliez de partager vos vidéos YouTube sur votre page Facebook.

Grâce à l'omniprésence des connexions Internet haut débit, les contenus originaux de longue durée sont sans aucun doute le sujet brûlant de 2012. Le rapport de Google montre que les consommateurs américains consacrent 45 % de temps supplémentaire à visionner des vidéos sur Internet cette année par rapport à l'année précédente et qu'ils regardent plus de programmes originaux de longue durée. ^[12] Les chaînes de télévision et les réseaux du câble, comme ABC et HBO mettent leurs programmes sur Internet. Les plate-formes telles que Netflix et Hulu continuent de signer des accords avec des réseaux qui permettent la diffusion en continu des titres les plus populaires et les plus pertinents, tels que Breaking Bad et Mad Men sur des appareils connectés à Internet. Même les sites vidéo tels que YouTube qui ont par le passé existé grâce au contenu produit par les utilisateurs passent à la création de leur propre contenu original pour concurrencer le câble. Avec des acteurs, écrivains et directeurs de premier plan qui signent des contrats pour travailler sur la programmation originale de YouTube, nous allons sans doute assister à une croissance soudaine du temps passé sur le site du géant de la vidéo. Quel type de média pour les vidéos de longue durée pouvez-vous créer qui puisse à la fois bénéficier aux consommateurs de l'immobilier et stimuler votre activité ?

Étant donné que les moteurs de recherche représentent 40% des sites vidéo les plus visités sur Internet, il importe plus que jamais de s'assurer que vous utilisiez des titres, des balises et des descriptions vidéos appropriés. Les consommateurs recherchent des contenus vidéo sur Bing et Yahoo à un niveau très local. Trouveront-ils vos vidéos ?





Quand, Où et Quoi





Comportement de visualisation en semaine - PC vs. Tablette

J'ignore ce qu'il en est de vous, mais mes jours de semaine commencent tôt et se terminent assez tard. On ne s'arrête jamais pendant la semaine : on prépare les enfants pour aller à l'école, on se dépêche pour se rendre au travail et à des réunions, on part faire des courses et on revient à la maison pour se préparer à refaire la même chose le lendemain. Précisément pour cette raison que la plupart des gens naviguent entre le travail, le domicile et tout un tas d'autres endroits entre les deux, un coup d'œil sur les comportements de visualisation des vidéos peut être un indicateur utile qui permet de déterminer quand poster certains types de contenus vidéo.



L'iPad occupe une position dominante dans le secteur de la visualisation des vidéos sur des tablettes, concentrant 95% du temps passé à visualiser des vidéos sur ce dispositif. ^[13]

Comme l'on pourrait s'y attendre, il existe un phénomène de chasser-croisé entre les comportements de visualisation des vidéos sur les PC et tablettes tout au long de la journée. Un peu comme des vases communicants. Lorsque un trafic vidéo augmente sur une plateforme, il baisse sur l'autre et vice-versa. Une étude menée par eConsultancy a porté sur la consommation des vidéos en fonction des appareils (PC contre Tablette) et la consultation des vidéos qui en découle sur ces appareils en semaine. L'étude est parvenue au résultat selon lequel :

- Le nombre de vidéos regardées sur les tablettes connaît une croissance en matinée, au moment où les clients se préparent et se rendent à leur travail. ^[13]
- Le nombre de vidéos regardées sur les PC augmente considérablement au cours de la journée, pendant que les clients sont au travail. ^[13]
- La visualisation des vidéos sur les tablettes augmente encore une fois en soirée. ^[13]

Ceci a l'air absolument logique. Les consommateurs regardent des vidéos sur les ordinateurs personnels pendant la journée, car ceux-ci continuent d'être principalement utilisés au travail. La plupart des contenus consommés pendant ces heures sont de type de courte durée. Au fur et à mesure que la journée de travail se termine et qu'on se détend chez soi, les tablettes concentrent la plus grande partie du temps consacré à regarder les vidéos sur Internet. Les experts en technologie avaient prédit que les tablettes allaient causer une chute drastique de la consommation de la télévision classique. Le résultat auquel nous sommes parvenus est que l'on constate un léger impact, mais dans leur grande majorité, les consommateurs choisissent une expérience de co-visualisation en soirée. Ils regardent la télévision et utilisent leur tablette au même moment. Il s'agit d'une tendance que les programmeurs télévisuels ont déjà exploitée en créant des contenus Internet synchronisés qui accompagnent et renforcent la consommation de la télévision classique.

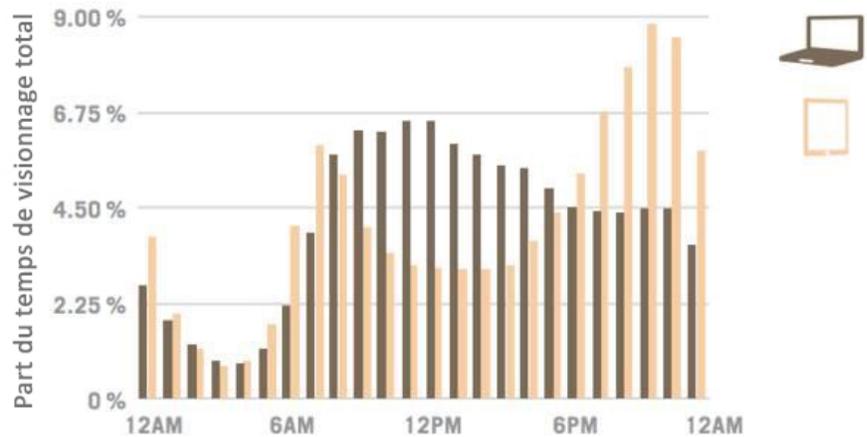




1/3

Environ un tiers de visionnage sur des tablettes a lieu entre 19 heures et 23 heures ^[13]

COMPOTEMENTS DE VISUALISATION PAR SEMAINE Q1 2012



Lors de la planification de votre propre stratégie de contenu vidéo, la règle absolue est de partager ou promouvoir des vidéos de courte durée pendant la journée et de réserver vos contenus de plus longue durée pour le début de soirée. Par exemple, postez vos vidéos d'annonces tôt et vos vidéos plus longues présentant votre quartier ou montrant l'état du marché local dans la soirée, lorsque les consommateurs sont davantage disponibles et capables de regarder un contenu plus long et plus distrayant.

Comportements de visualisation des vidéos le week-end - Télévisions connectées et consoles de jeux vidéo

L'époque où les consoles de jeux vidéo étaient uniquement utilisées pour jouer à de passionnants jeux vidéo est révolue. De même que l'époque où les téléviseurs étaient utilisés uniquement pour regarder ce que la télévision ou les lecteurs de DVD avaient à offrir.

Selon Microsoft Corporation, Xbox est maintenant plus utilisé pour le « divertissement » que pour jouer à proprement parler. De plus en plus des divertissements sur Xbox et PS3 sont des consultations de vidéos sur des applications telles que Hulu, Netflix et YouTube. Inversement, de plus en plus de téléviseurs sont des « téléviseurs intelligents » capables de se connecter à une suite d'applications sur Internet, telles que les contenus vidéo, les réseaux sociaux, les journaux et la météo. Et ce, sans compter les produits standards que vous pouvez acheter, tels que Google TV, Roku et Boxee qui se connectent à votre téléviseur au moyen d'un câble HDMI et vous offrent assez d'applications vidéos pour que vous en arriviez-même à oublier que vous avez le câble.

La morale de cette histoire est que le paysage de la vidéo a connu des mutations considérables au cours des 3 à 4 dernières années. Vous pouvez regarder les vidéos sur Internet à tout moment et partout. Êtes-vous prêt à diffuser vos vidéos à l'heure de pointe ?



Xbox Live est le réseau social télévisé le plus important





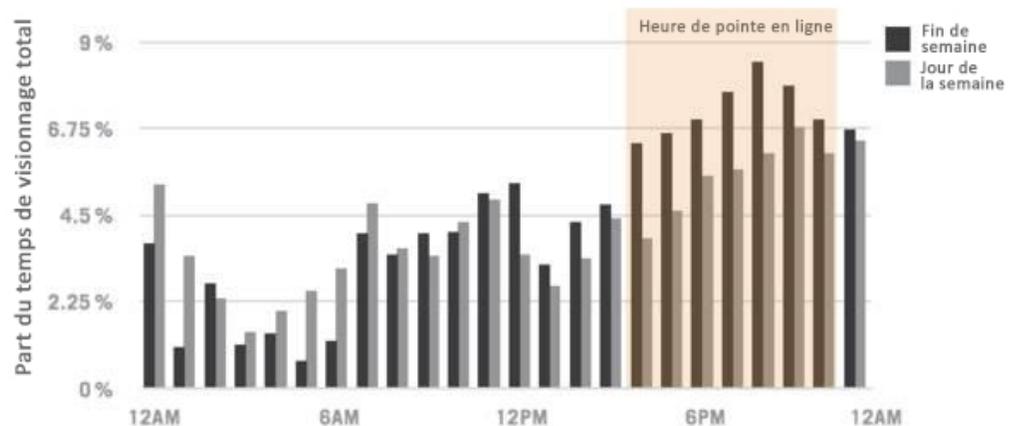
En raison de la pénétration et de la consommation des vidéos sur les téléviseurs intelligents et plus particulièrement des consoles de jeux vidéo et des appareils tels que Google TV, il est utile de jeter un coup d'œil sur des statistiques qui détaillent quelles parties de la semaine (week-end contre jour de la semaine) et à quelle heure du jour les utilisateurs regardent les vidéos sur des téléviseurs intelligents et sur des consoles de jeux.

Le graphique ci-dessous illustre le visionnage sur des téléviseurs connectés et sur des consoles de jeux vidéo combinées et leur répartition en fin de semaine et durant les jours de la semaine. ^[13]



Les principaux taux de consultation à la télévision et sur les consoles de jeux vidéo connaissent une augmentation en soirée. ^[13]

TÉLÉVISEURS ET CONSOLES DE JEUX VIDÉOS CONNECTÉS :
CONSULTATION EN FIN DE SEMAINE CONTRE CONSULTATION EN SEMAINE Q1 2012



La partie surlignée en rose indique que le moment de plus grande consultation sur ces appareils connaît une montée figurante pendant les week-ends, comparé aux jours de la semaine. D'après cette étude menée par eConsultancy, les spectateurs regardent environ un tiers de vidéos supplémentaires sur des téléviseurs connectés les samedi de 16h à 23h que durant le week-end entier. ^[13] Si vous envisagez de faire de la publicité pour vos vidéos, il est logique de le faire pendant ces heures de pointe, lorsque votre public cible est le plus susceptible d'utiliser les appareils par lesquels vous souhaitez les atteindre.

Vidéo en ligne sur des téléphones portables

Si vous pénétrez dans n'importe quel restaurant ou café du coin, il y a de fortes chances que vous observiez cette scène classique : un spectacle de têtes baissées, les yeux rivés sur un téléphone. J'ai adopté un ton poétique pour évoquer le développement stellaire du portable dans un [livre blanc que nous avons publié plus tôt cette année](#) alors à partir de maintenant, vous devriez tous être conscients du fait que le téléphone portable constitue le présent et l'avenir. En fait, l'un des plus grands facteurs de succès des vidéos sur Internet au cours de ces dernières années est le téléphone portable.





90 %

D'adultes aux États Unis possèdent un téléphone portable ^[21]

82 %

Android et iOS représente 82 % du le marché mondial des téléphones intelligents. ^[22]

Est-ce une coïncidence si la vidéo sur Internet et le téléphone portable ont commencé à connaître une croissance spectaculaire en termes d'adoption et d'usage pendant pratiquement la même période ?

Selon les prévisions des experts en technologie, 66% du trafic mobile à l'échelle mondiale seront des contenus vidéo à l'horizon 2014. ^[14] Les plus prudents estiment déjà à 50 % la proportion de données de téléphone portables utilisées pour de la vidéo. Vous trouverez ici quelques autres notes pratiques sur la consommation des vidéos sur des téléphones portables.

- La consommation des vidéos des téléphones intelligents a connu une augmentation de 34% l'an dernier aux États-Unis. ^[15]
- Plus de la moitié de vidéos regardées sur des téléphones intelligents le sont à domicile. ^[15]
- Chaque semaine, plus de 29 millions de personnes regardent des vidéos sur leur téléphone intelligent. ^[15]
- Un consommateur moyen regarde cinq heures de vidéo à partir de son téléphone intelligent chaque semaine. ^[15]
- Environ 40% du contenu vidéo consommé sur les téléphones intelligents sont de longue durée. ^[15]

Devez-vous modifier quoique ce soit pour atteindre les consommateurs qui accèdent principalement aux vidéos en ligne sur leur téléphones intelligents ? En un mot, non. Heureusement, YouTube offre un excellent processus aux créateurs de contenus, car ils rendent automatiquement les vidéos que vous chargez à partir de votre PC visibles et consultables sur vos téléphones portables. Même s'il n'y a rien d'essentiel que vous deviez faire pour rendre vos vidéos disponibles sur vos téléphones portables, en entrant dans le détail il y a quelques points à retenir :

- Si vous ajoutez des hyperliens vers votre site dans vos descriptions vidéo, assurez-vous que votre site soit consultable sur un appareil portable.
- Ajoutez des mots clés locaux appropriés dans le champ « balises » lorsque vous téléchargez votre vidéo sur YouTube. Il faut que les recherches à partir des portables aboutissent à vos vidéos.



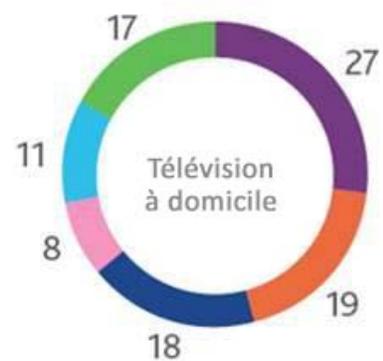


Quel appareil utilisez-vous pour regarder les vidéos ?

Telle était la question posée par Nielsen Wire lors d'une récente enquête menée à l'échelle mondiale sur l'utilisation des media multi-écrans. ^[16] Maintenant que nous avons longuement examiné la consommation des vidéos sur les nombreuses plates-formes, examiner la fréquence à laquelle les consommateurs regardent les vidéos sur ces plateformes devrait nous donner une image plus claire du lieu à partir duquel vos vidéos sont regardées.

Combien de fois avez-vous regardé une vidéo sur l'un des appareils suivants au cours des 30 derniers jours ?

Regarder le contenu vidéo sur les ordinateurs est devenu aussi courant que de le regarder sur un téléviseur chez les consommateurs de contenus en ligne ^[16]



% de la moyenne global sur Internet



- Plus d'une fois par jour
- Une fois par jour
- Quelques fois par semaines
- Une fois par semaine
- Moins d'une fois par semaine
- Je n'ai pas regardé de vidéo sur cet appareil au cours des 30 derniers jours

nielsen

Source: [16]



**COLDWELL
BANKER**



74 % des enquêtés au total déclarent regarder le vidéos en ligne sur tout appareil, en augmentation de quatre points depuis 2010 [16]

Il y a un certain nombre de leçons que nous pouvons tirer des données présentées par Nielsen Wire. Mais ce qui ressort de plus évident est que la consultation des vidéos sur les ordinateurs est aussi courante que la consultation du contenu des vidéos à la télévision. Les données nous montrent que la visualisation des vidéos sur l'ordinateur a supplanté celle sur la télévision dans quelques cas. Nielsen décrit bien ce changement de comportement dans son rapport :

« Plus de 80 pour cent des personnes interrogées sur Internet dans 56 pays ont déclaré regarder les contenus vidéos chez eux sur un ordinateur (84%) ou sur un téléviseur (83%) au moins une fois par mois. Par contre, en 2012, un plus grand nombre de consommateurs en ligne ont déclaré regarder le contenu vidéo sur un téléviseur (90%) que sur un ordinateur (86%) au cours d'une période d'un mois. » [16]

Même si les téléviseurs et les ordinateurs continuent de concentrer la plus grande part de visualisation des vidéos, il faut constater le développement du mobile. Lorsqu'on le compare au visionnage de vidéo sur la télévision, le visionnage de vidéo sur des appareils portables est :

- De seulement 3 points de pourcentage derrière la télévision chez les personnes regardant des vidéos plus d'une fois par jour.
- Seulement 1 point de pourcentage derrière la télévision chez les personnes qui déclarent regarder les vidéos quelques heures par semaine.

Par rapport à la visualisation des vidéos sur ordinateur, la visualisation des vidéos sur les appareils portables est :

- De seulement 3 points de pourcentage derrière les ordinateurs chez les personnes regardant des vidéos plus d'une fois par jour.
- À égalité chez les personnes qui regardent des vidéos quelques heures par semaine.

Qu'est-ce que l'extension des comportements de consommation des vidéos aux nombreux dispositifs signifie pour vous ? Elle signifie que plus que jamais dans l'histoire, vous avez l'opportunité d'atteindre un grand nombre de clients presque sans aucun investissement.

Alors que les consommateurs dépendaient auparavant uniquement de la télévision pour consulter des contenus vidéo, ils cherchent à présent activement votre expertise ailleurs. Les consommateurs sont plus que jamais équipés dans cette ère numérique. Plutôt que de laisser les principales sociétés de radiodiffusion leur dicter le contenu, ils prennent l'initiative pour obtenir une assistance, des conseils et le divertissement eux-mêmes sur les sites tels que YouTube.

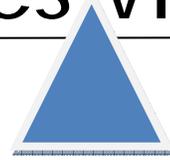
Ils vous convient dans leur salon, vous installent sur leurs genoux et partout où ils recherchent des vidéos. Que devez-vous faire pour fournir aux consommateurs le contenu vidéo dont ils ont besoin ?





Immobilier

Produire d'excellentes vidéos



YouTube Browse | Movies | Upload www.youtube.com/11183

Real estate for sale in Fort Worth Texas - 11798406

coldwellbanker 1,670 videos ▾

0:18 / 2:24

Like

595 views

Published on Jul 14, 2012 by coldwellbanker

Exquisite home in the heart of Cultural District! Upgrades incl. granite, new windows-2011, & SS appliances in kit. Butler's pantry, plantation shutters
<http://www.coldwellbanker.com/serlet/PropertyListing?action=detail&brand>

0 likes, 0 dislikes

More from 'Uploaded Videos' on coldwellbanker

- Real estate for sale in Green Valley**
by coldwellbanker
8 views
2:18
- Real estate for sale in Tucson Arizona -**
by coldwellbanker
No views
2:13
- Real estate for sale in Chandler Arizona -**
by coldwellbanker
1 view
1:36

Suggestions

- Real estate for sale in Denton Texas -**
by coldwellbanker
No views
1:20
- Real estate for sale in Green Valley Arizona -**
by coldwellbanker
No views
2:18





Il semble généralement admis que les vidéos entre 1 et 3 minutes obtiennent les niveaux d'implication les plus élevés » [13]

Quel type de vidéo les consommateurs des biens immobiliers recherchent-ils ?

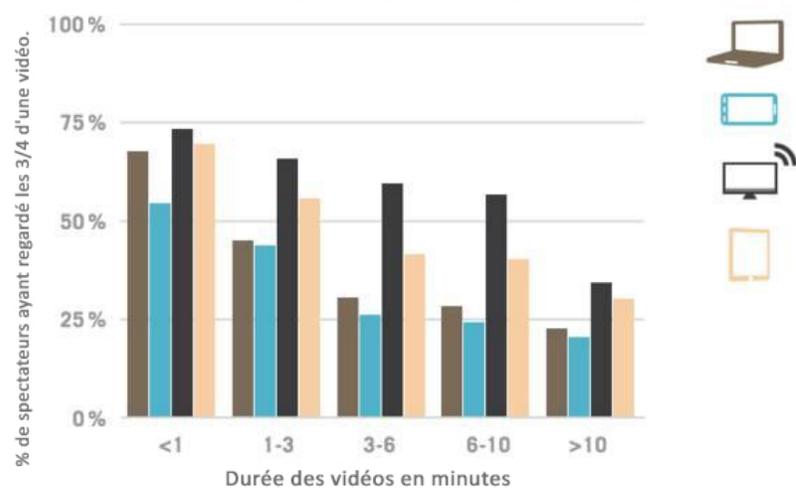
Imaginez-vous en train de vous précipiter pour rentrer chez vous de retour du travail un vendredi soir, excité à l'idée de regarder un film à grand succès, tel que « The Avengers » dans une salle de cinéma de votre quartier. Vous vous changez pour une tenue plus confortable et vous sautez dans votre voiture, y allez à pied ou en métro. Vous vous dirigez vers un guichet de vente et achetez quelques tickets très chers et vous vous sentez si bien que vous vous offrez un énorme gobelet de popcorns (au beurre) pour grignoter pendant le film.

La lumière s'éteint, une musique héroïque se fait entendre et le film commence. Vous pensez que vous allez passer un bon moment, mais ce n'est pas le cas parce que pour une raison ou une autre, la « vidéo » n'est rien d'autre qu'un ensemble d'images fixes collées les unes aux autres avec une musique en fond sonore. Ce n'est pas ce que vous attendiez.

La morale de cette histoire un peu emphatique est que les vidéos que les clients des agences immobilières recherchent par dessus tout sont... des vidéos. Rien d'extraordinaire, simplement quelques vidéos simples, à l'ancienne. Quel que soit le nombre de belles photographies mises ensemble, elles ne changeront pas le fait que les consommateurs, en appuyant sur « Lecture » s'attendent à voir une vraie vidéo et non pas une photographie figée.

Même si j'encourage tout le monde à découvrir le Martin Scorsese qui sommeille en soi, les vidéos en ligne portant sur l'immobilier ne devraient pas avoir le même temps de projection que les Seigneurs des anneaux. Les études menées par eConsultancy et un certain nombre d'autres entreprises de données de renom ont découvert la durée idéale des vidéos, celle qui implique et retient le mieux l'attention des consommateurs. Celle-ci varie selon l'appareil utilisé pour consommer le média, mais il semble généralement admis que les vidéos entre 1 et 3 minutes obtiennent les niveaux d'attention les plus élevés.^[13] Le graphique ci-dessous montre le détail de l'implication en fonction de la durée de vidéo pour Q1 2012 (% de vidéo-spectateurs ayant regardé les 3/4 d'une vidéo) sur les PC, les appareils portables, les téléviseurs et les tablettes.

IMPLICATION EN FONCTION DE LA DURÉE DE LA VIDÉO Q1 2012



[13]





Les consommateurs recherchent des vidéos animées, et non des diaporamas

Que votre marché cible soient les primo-accédants, les investisseurs, les riches ou les locataires, ils sont à la recherche d'informations. La plupart du temps, ils recherchent un moyen séduisant d'être mieux informés sur les **quartiers**, les biens immobiliers et les données du marché. Ils souhaitent aussi savoir s'ils doivent confier leur activité à **un agent** ou à **un courtier**. C'est la raison essentielle qui nous a motivés pour la création des catégories de vidéos sur Coldwell Banker On Location. Notre recherche indique que vous devriez focaliser votre attention sur la production des vidéos suivantes :

1. Biens immobiliers
2. Quartier (local)
3. Agent ou Agence (selon ce qui s'applique à vous)

Conseils sur la manière de devenir le Steven Spielberg de la vidéo d'immobilier

Afin de fournir aux clients de l'immobilier ce qu'ils souhaitent en termes de vidéos, assurez-vous de télécharger une vraie vidéo et non pas un diaporama. Ensuite, maintenez la durée de vos vidéos entre 1 et 3 minutes. Ceci retiendra l'attention des clients, sans compter que cela réduira le temps que vous devrez passer à faire le montage de l'ensemble. Enfin, donnez-leur des informations de façon attrayante sur des sujets qui les intéressent. Il n'y a que vous qui sachiez ce dont vos clients locaux ont besoin, mais nos statistiques montrent qu'ils recherchent des vidéos sur les biens immobiliers, les quartiers, ainsi que votre expertise.

Vous trouverez ici quelques autres conseils qui vous aideront à remporter l'oscar de la meilleure vidéo immobilière (il ne s'agit pas d'un vrai prix).

Qualité

Même si les appareils photos reflex numériques offrent des images vidéo de qualité cinéma et sont accessible à partir de 500 à 600 dollars, vous pouvez produire des vidéos de haute qualité absolument respectables à l'aide d'une caméra HD bon marché (150 dollars) ou même à l'aide de votre iPhone pratique et élégant. Si vous souhaitez perfectionner le film réalisé à l'aide de votre iPhone, vous pouvez investir dans un trépied ou un steadycam pour une somme allant de 20 à 100 dollars pour éliminer les à-coups dus au tremblement des mains.





La plupart des jeunes en âge d'aller à l'université ont grandi en filmant des vidéos de leur famille et en en faisant des montages depuis l'école primaire, alors pourquoi ne pas les mettre à contribution ? »

Choisissez la simplicité

Une vidéo efficace n'a pas forcément à être compliquée ni à présenter d'énormes quantités de plans ou d'incrustations d'images.

Vidéo sur les biens immobiliers - Si vous filmez une vidéo sur un bien immobilier, il suffit de vous promener à pied dans le bâtiment, quelqu'un d'autre vous filmant pendant que vous présentez les atouts de chaque pièce. Ceci semble authentique et séduisant et permet aux clients de bénéficier d'informations sur le bien immobilier qu'ils ne peuvent obtenir d'un texte ou d'une image.

Vidéo sur le quartier - Il peut sembler un peu fastidieux de penser à créer une vidéo qui informe vos clients sur votre quartier. Il se passe en général tant de choses qu'il est quasi-impossible de parler de tout en 1 à 3 minutes. L'astuce consiste à choisir un thème passionnant chaque mois pour mettre évidence votre communauté. Ce sera plus simple pour vous de filmer et créer un flux constant de contenus que vous pourrez poster sur Youtube et sur les autres réseaux sociaux.

Une méthode simple de créer ces vidéos est de prévoir les endroits que vous souhaitez montrer et d'y filmer la vie quotidienne. Ensuite il vous suffit d'ajouter des commentaires au montage pour donner un sens de la vie réelle de votre quartier.

L'agent de courtage de chez Coldwell Banker, Burt Fujishima, a créé une vidéo séduisante et à la production simple, qui constitue un exemple de ce que j'ai souligné dans les paragraphes au-dessus concernant les vidéos de quartiers. [Vous pouvez la visionner ici.](#)

Vidéo sur l'agent/l'agence - Si vous avez la passion du service et que vous vous pliez en quatre pour votre client, pourquoi ne pas créer des vidéos dans lesquelles vos clients parlent de vos excellents services ? Avec des sites tels que Trip Advisor et Yelp, les clients dépendent des autres clients pour ce qui est des conseils sur les produits et les services à essayer. Rien ne fait un tel effet que d'avoir de vraies personnes disant à de vraies personnes combien vous êtes un excellent agent ou une excellente agence.

[Cliquez ici](#) si vous souhaitez voir l'exemple d'une excellente vidéo de témoignage réalisée par The Matteson Group of Coldwell Banker Apex, Realtors.

Obtenez de l'aide (en cas de besoin)

Il est relativement facile de faire le montage de clips sur des programmes gratuits, tels que Windows Movie Maker et iMovie, mais je me rends compte que ce processus peut être parfois frustrant. Si vous hésitez à créer des vidéos à cause du tournage ou du montage, je vous conseille de demander de l'aide.





La plupart des adolescents en âge d'aller à l'université ont grandi en filmant des vidéos de leur famille et en en faisant le montage depuis l'école primaire, alors pourquoi ne pas les mettre à contribution ? Ils travailleront sans doute pour un prix raisonnable en raison de la simplicité requise par le tournage/montage de ces vidéos.

Des balises, des balises (et encore des balises)

Même si un grand nombre de consultations des vidéos sur notre site On Location sont le fait de clients qui font des recherches actives à partir de la carte, de nombreuses consultations sont également le fait de clients qui saisissent une recherche sur YouTube ou sur Google. Assurez-vous de saisir autant de balises ultra-locales qu'il faut dans le champ balises de l'outil de téléchargement de On Location. Réfléchissez à ce que vous saisissez dans la zone de recherche si vous recherchez des vidéos relatives à des biens immobiliers. Vous devriez trouver la plupart des balises dont vous avez besoin.

Quelques astuces et idées

Voici quelques astuces pour améliorer vos vidéos.

- Des commentaires ponctuels - Ne mémorisez pas un texte, parce que vous le connaissez sans doute par cœur. Rédigez juste quelques commentaires ponctuels qui vous guideront dans votre discours. Ceci vous rendra moins nerveux.
- « Appelez-moi, peut-être » - Même si nous fournissons une fiche de contact directement sur la page des détails des vidéos téléchargées sur On Location, cette fiche n'apparaît pas lorsqu'un client clique sur votre vidéo à partir des résultats de recherche de YouTube. N'oubliez pas d'inclure votre numéro de téléphone, votre adresse email et site web quelque part dans la vidéo pour que les clients puissent vous appeler (ou vous envoyer un email) s'ils souhaitent vous joindre.
- Les yeux sont la fenêtre de l'esprit - Regardez droit dans la camera, pas à côté.
- Épargnez vous un supplément de travail - Comme vous le savez, la nature de notre activité est telle que le prix d'une offre donnée n'est pas toujours le même. Ainsi, pour vous épargnez l'effort de revenir sur ces vidéos d'immobilier et les monter à nouveau, nous suggérons de ne pas y inclure de prix. Lorsque vous téléchargez une vidéo sur On Location, nous effectuons toutes les tâches compliquées et affichons les prix pour vous et nous les modifions sur YouTube lorsque vous procédez à une mise à jour du prix avec le système que vous utilisez.

COLDWELL BANKER
ON LOCATION

Coldwell Banker On Location[®] est la chaîne la plus visitée sur YouTube pour l'immobilier





20 %

*Les annonces avec vidéos
génèrent 20% d'acheteurs
potentiels supplémentaires
sur coldwellbanker.com*

73 %

*De vendeurs s'inscrivent
plutôt auprès d'un agent qui
fournit des vidéos*

- Amusez-vous bien - Par dessus tout, relaxez-vous et divertissez-vous ! Ne soyez pas trop sérieux et n'oubliez pas que plus vous vous amusez, plus vous serez détendu et naturel. Vous connaissez déjà tout ce qu'il faut sur votre quartier et sur vos annonces, alors laissez le transparaître et je suis convaincu les acheteurs potentiels suivront.

Allez, sortez et faites votre vidéo.

À l'université, j'ai fait des études d'anglais, en partie en raison de mon dédain pour les mathématiques. Ceci étant, je sais que les chiffres ne mentent jamais. J'espère que le déluge de statistiques que j'ai examinées et incluses dans ce livre blanc ont pu faire la démonstration que les clients d'aujourd'hui sont radicalement différents de ce qu'ils étaient il y a 10, voire même 5 ans.

Les clients, dont l'autonomie a été récemment renforcée, adoptent des comportements complètement différents vis-à-vis des médias et de ce fait, ils ont l'habitude de rechercher leurs propres informations et d'effectuer leurs propres recherches. La Vidéo est certainement l'un des principaux outils qu'ils utilisent pour y parvenir. Si vous donnez aux consommateurs les informations qu'ils veulent, dont ils ont besoin et qu'ils recherchent, vous gagnerez plus d'argent. Il se peut que cela ne survienne pas du jour au lendemain, mais votre activité en bénéficiera considérablement.

En fait, les analyses internes nous apprennent que les annonces avec vidéos créent 20% d'acheteurs potentiels supplémentaires sur coldwellbanker.com. Si le but du jeu est d'obtenir le plus d'annonces possibles, alors vous n'êtes pas du tout dans la course si vous ne faites pas de vidéo. 73% de vendeurs s'inscrivent plutôt auprès d'un agent qui fournit des vidéos. Non seulement vous pourrez dire à vos vendeurs que vous fournissez des vidéos, mais aussi vous aurez derrière-vous une marque emblématique vieille de 100 ans qui vous soutient avec son partenariat avec YouTube et Google. Aucune autre marque dans le domaine de l'immobilier ne peut dire cela à votre client

Maintenant que vous avez vu (une tonne) de chiffres qui illustrent la croissance des vidéos et leur impact positif quantifiable potentiel sur votre activité, j'espère que vous avez la motivation de devenir le Steven Spielberg de la vidéo de l'immobilier.

Si vous n'avez pas encore fait de vidéo, je vous invite à adopter quelques unes de ces petites astuces et idées et à télécharger votre première vidéo sur On Location. Assurez-vous d'envoyer par twitter le lien vers @coldwellbnkr et d'utiliser le hashtag #myfirstcbvideo afin que nous puissions vous envoyer un message. Bon courage!





Ressources

Si vous êtes absolument prêt et motivé pour faire les meilleures vidéos et les télécharger sur On Location le plus tôt possible, il existe quelques ressources à votre disposition qui vous fourniront un peu plus d'astuces, d'idées et de ressources. Voyez ci-dessous quelques uns de nos sites préférés :

<http://www.onlocationvideo101.com>

Ce site internet détaille le processus de production de vidéos en 5 étapes simples : équipement, préparation, tournage, montage et marketing. Il vous offre des modèles de vidéos et de TONNES d'astuces et de réponses aux questions fréquemment posées. Il s'agit d'un site que vous devez impérativement visiter pour commencer à réaliser vos propres vidéos.

<http://cbworks.coldwellbanker.com/app/BlueTube>

Ce site est l'outil de téléchargement d'On Location sur Coldwell Banker Works. Là vous téléchargez les vidéos relatives à votre agent, à votre agence, au bien immobilier ou à votre quartier. Une fois qu'une vidéo est téléchargée sur le site, nous l'envoyons sur YouTube et la connectons à votre profile et à vos annonces sur coldwellbanker.com.

[Plus d'informations sur Coldwell Banker On Location](#)

Depuis des tutoriels en ligne jusqu'aux réponses aux questions fréquemment posées, la section On Location dans Coldwell Banker Works constitue une excellente ressource pour toute question éventuelle que vous pouvez poser sur son fonctionnement.

[Coldwell Banker On Location](#)

Avec des centaines de milliers de vidéos téléchargées et produites par des internautes et de millions de visualisations de vidéos et de consultations de chaînes, On Location de Coldwell Banker est la destination numéro 1 sur YouTube (et sur tout le site) pour les vidéos ayant trait aux biens immobiliers. Venez voir des modèles de vidéos produites par d'autres agents et courtiers, ainsi que nos publicités our Value of a Home.





À propos de l'auteur

Gustavo Gonzalez est spécialiste de la participation des clients au département marketing de Coldwell Banker Real Estate LLC. À ce poste, il travaille sur toutes les initiatives publicitaires de diffusion nationale sur Internet et à la télévision. Il gère la plateforme de l'application iPad de Coldwell Banker et est chargé de l'amélioration continue d'On Location, ainsi que d'un certain nombre d'autres projets. Il occupe d'autres fonctions au sein du service commercial, allant des préparations et mise au point des produits à la gestion quotidienne du redéveloppement de coldwellbanker.com. En plus d'être spécialiste du marketing, Gustavo est musicien, écrivain, cinéphile et téléphage, fan de sport, accro aux céréales, voyageur, amoureux des jeux vidéos, Tumblerer et Tweeterer.





Références

1. Fitzgerald, Joan. "How Multi-Screen Consumers Are Changing Media Dynamics." ComScore. (2012): 18. Print. <http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2012/How_Multi-Screen_Consumers_Are_Changing_Media_Dynamics>.
2. "YOUTUBE Broadcast Your Campaign." Google Adwords. Google, n.d. Web. 6 août 2012. <<http://www.google.com/adwords/watchthisspace/solutions/youtube/>>.
3. "Think With Google." N.p., n.d. Web. 6 août 2012. <<http://www.thinkwithgoogle.com/insights/facts/media-platform/>>.
4. "Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2011-2016." Cisco. Cisco, 30 mai 12. Web. 6 août 2012. <http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360_ns827_Networking_Solutions_White_Paper.html>.
5. Jarboe, Greg. "Seeing the Colossal Increase at Yahoo Sites in comScore's U.S. Online Video Rankings." Search Engine Watch. Search Engine Watch, 19 mars 2012. Web. 6 août 2012. <<http://searchenginewatch.com/article/2161608/Seeing-the-Colossal-Increase-at-Yahoo-Sites-in-comScores-U.S.-Online-Video-Rankings>>.
6. "Top Online Video Sites in U.S. for May 2010," NielsenWire. The Nielsen Company, 14 juin 2010. Web. 6 août 2012. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/top-online-video-sites-in-u-s-for-may-2010/>.
7. "May 2011: Top U.S. Online Destinations for Video." NielsenWire. The Nielsen Company, June 26, 2011. Web. 6 août 2012. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/may-2011-top-u-s-online-destinations-for-video/>.
8. "May 2012 - Top U.S. Online Video Sites." NielsenWire. The Nielsen Company, 22 juin 2012. Web. 6 août 2012. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/may-2012-top-u-s-online-video-sites/>.
9. Swallow, Erica. "How the Real Estate Industry is Using Social Media." Mashable. Mashable, 6 avril 2011. Web. 6 août 2012. <<http://mashable.com/2011/04/06/real-estate-social-media-infographic/>>.
10. "May 2012 - Top U.S. Online Video Sites." NielsenWire. The Nielsen Company, 22 juin 2012. Web. 6 août 2012. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/may-2012-top-u-s-online-video-sites/>.
11. U.S. Digital House Hunter Study, Compete & Google, 2011





12. "Online Video." Google. *Google, n.d. Web. 6 Aug 2012.*
<<http://www.google.com/adwords/watchthispace/benchmarks-and-insights/online-video/>>.
13. Moth, David. "The majority of video watched online is now long form content." *eConsultancy. eConsultancy, 31 mai 12. Web. 6 Aug 2012.* <<http://econsultancy.com/us/blog/10023-the-majority-of-video-watched-online-is-now-long-form-content>>.
14. Hanelly, Andrew. "101 Online Video Stats to Make Your Eyes Glaze Over." *Engage the Blog. Engage the Blog, 6 avril 2011. Web. 6 août 2012.* <<http://engage.tmgcustommedia.com/2011/04/101-online-video-stats-to-make-your-eyes-glaze-over/>>.
15. Martin, Taylor. "Are you watching more video content from your smartphone?" *Phonedog. Phonedog, 30 mai 12. Web. 6 août 2012.* <<http://www.phonedog.com/2012/05/30/are-you-watching-more-video-content-from-your-smartphone/>>.
16. "Global Report: Multi-Screen Media Usage." *NielsenWire. The Nielsen Company, 15 mai 12. Web. 6 août 2012.* <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/global-report-multi-screen-media-usage/>>.
17. Constine, Josh. "100 Million Americans Watch Online Video Per Day, Up 43% Since 2010 - comScore." *TechCrunch. TechCrunch, 9 février 2012. Web. 6 août 2012.* <<http://techcrunch.com/2012/09/02/00-million-american-watch-video/>>.
18. Plesser, Andy. "Explosive Online Video Growth Coming from Premium Programming." *Huffington Post Tech. The Huffington Post, 30/03/12. Web. 6 Aug 2012.* <http://www.huffingtonpost.com/andy-plesser/video-explosive-online-vi_b_1392137.html>.
19. Cohen, Joshua. "You Watched 21,8 Hours of Online Video Last Month." *Tube Filter. Tube Filter, 18 mai 12. Web. 6 août 2012.* <<http://www.tubefilter.com/2012/05/18/average-hours-watching-online-video/>>.
20. Frankel, Daniel. "YouTube." *paidContent. PaidContent, 3 mai 12. Web. 6 Aug 2012.* <<http://paidcontent.org/2012/05/03/youtube-we-are-to-cable-what-cable-was-to-broadcast/>>.
21. Lanir, Lesley. "90% of U.S. Adults Own Cell Phones." *Digital Journal - In the Media. Digital Journal, 27 juin 2012. Web. 6 août 2012.* <<http://digitaljournal.com/article/327447>>.
22. "IDC stats." *Gadget Detail. Gadget Detail, 25 mai 12. Web. 6 Aug 2012.* <<http://www.gadgetdetail.com/idc-stats-android-and-ios-take-82-of-global-smartphone-market/>>.

