Statistiques vidéo d'entreprise : *les chiffres sourcés*

Mis à jour le 18 novembre 2026. Chaque chiffre a été retrouvé, phrase exacte à l'appui, chez l'éditeur qui l'a produit (page web ou PDF), les 17 et 18 novembre 2026. Aucun n'est repris d'un blog ou d'un agrégateur.

Les 5 chiffres à retenir

- **91 % des entreprises** utilisent la vidéo comme outil marketing (Wyzowl, édition 2026).
- **4 h 14 par jour** : le temps passé par les Français devant des contenus vidéo en 2025 (Médiamétrie).
- **81 % des équipes** publient leurs vidéos sur LinkedIn, devant YouTube (Wistia, 2026).
- **65 % des spectateurs** regardent jusqu'au bout une vidéo de moins d'une minute ; 20 % au-delà de 20 minutes (Vidyard, 2025).
- **65 % des responsables marketing B2B** placent la vidéo dans leur top 3 des contenus les plus efficaces sur les réseaux sociaux (Forrester, 2026).

Environ trois chiffres sur quatre viennent de sondages : ils mesurent ce que les personnes déclarent. Les mesures réelles (audiences, données de plateformes, méta-analyse) sont signalées dans la colonne « Méthode et limites ».

Usage de la vidéo par les entreprises

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
91 % des entreprises utilisent la vidéo comme outil marketing (89 % un an plus tôt).	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026, enquête fin 2025	Sondage en ligne, 266 répondants. Pays non publié, déclaratif ; Wyzowl produit des vidéos.
59 % des marketeurs vidéo produisent en interne ; 42 % font appel, d'une façon ou d'une autre, à un créateur externe.	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026	Base : marketeurs vidéo. Le total arrondi fait 101 %, comme Wyzowl l'indique.
63 % des marketeurs vidéo ont déjà utilisé l'IA pour créer ou monter une vidéo, contre 51 % un an plus tôt.	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026	Sondage, base marketeurs vidéo. Déclaratif.
76 % des équipes produisent au moins une vidéo par mois.	Wistia, State of Video Report 2026 https://wistia.com/blog/video-marketing-statistics	22 avril 2026	Enquête auprès de plus de 900 professionnels, clients et audience de Wistia, plutôt B2B ; pays non précisés.
47 % des entreprises prévoient des vidéos témoignages clients en 2026, contre 17 % en 2023.	Wistia, State of Video Report 2026 https://wistia.com/blog/video-marketing-statistics	22 avril 2026	Intentions de production, pas des vidéos réellement produites (37 % en 2024, 38 % en 2025).

Ce que la vidéo produit : leads, ventes, compréhension

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
82 % des marketeurs disent que la vidéo leur apporte un bon retour sur investissement (93 % un an plus tôt).	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026	Retour sur investissement ressenti, pas mesuré.
85 % des marketeurs disent que la vidéo leur a apporté des leads ; 83 % qu'elle a directement augmenté leurs ventes.	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026	Déclaratif ; en baisse par rapport à 2025 (88 % et 84 %).
85 % des internautes ont déjà été convaincus d'acheter par une vidéo.	Wyzowl, Video Marketing Statistics 2026 https://wyzowl.com/video-marketing-statistics/	Édition 2026	Volet consommateurs, grand public. Une seule fois suffit pour répondre oui.
Les marketeurs B2B jugent la vidéo le format le plus efficace (58 %), devant les études de cas et témoignages clients (53 %).	Content Marketing Institute et MarketingProfs, Outlook for 2025 https://contentmarketinginstitute.com/b2b-research/b2b-content-marketing-trends-research-2025	9 octobre 2024	Efficacité ressentie, 980 marketeurs B2B surtout nord-américains.
Ajouter de la vidéo à un enseignement existant améliore fortement l'apprentissage (taille d'effet g = 0,80) ; la substituer l'améliore peu (g = 0,28).	Noetel et al., Review of Educational Research https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0034654321990713	16 février 2021	Mesure réelle : méta-analyse de 105 études, 7 776 étudiants. Enseignement supérieur, pas marketing.

La vidéo en B2B et chez les décideurs

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
76 % des marketeurs B2B ont utilisé des vidéos en un an, juste derrière les articles courts (92 %) et devant les études de cas (75 %).	Content Marketing Institute et MarketingProfs, Outlook for 2025 https://contentmarketinginstitute.com/b2b-research/b2b-content-marketing-trends-research-2025	9 octobre 2024	Mesure l'usage, pas l'efficacité ; surtout nord-américains.
65 % des responsables marketing B2B placent la vidéo dans leur top 3 des contenus les plus efficaces sur les réseaux sociaux.	Forrester, Lean Into Video To Win On Social Media https://www.forrester.com/report/lean-into-video-to-win-on-social-media/RES190474	8 janvier 2026	Enquête B2B Brand And Communications 2025 ; rapport réservé aux clients, seul le résumé est public.
81 % des équipes publient leurs vidéos sur LinkedIn, devant YouTube (76 %).	Wistia, State of Video Report 2026 https://wistia.com/blog/video-marketing-statistics	22 avril 2026	Enquête auprès de la population de Wistia.

La consommation de vidéo en France

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
Les Français ont passé 4 h 14 par jour devant des contenus vidéo en 2025.	Médiamétrie, L'Année TV / Vidéo 2025 https://www.mediametrie.fr/fr/audience/34089/download-pdf	21 janvier 2026	Mesure d'audience ; tous contenus vidéo, télévision comprise.
La vidéo « à la carte » (replay, abonnements, vidéo en ligne) représente 39 % du temps vidéo quotidien des Français, contre 36 % un an plus tôt.	Médiamétrie, L'Année TV / Vidéo 2025 https://www.mediametrie.fr/fr/audience/34089/download-pdf	21 janvier 2026	Regroupe replay, plateformes par abonnement et vidéo sur les réseaux sociaux, sans détail pour chacun.
31 % du temps de consommation vidéo se fait sur les trois écrans digitaux : mobile, ordinateur et tablette.	Médiamétrie, L'Année Internet 2025 https://www.mediametrie.fr/fr/audience/37057/download-pdf	12 février 2026	Chiffre donné dans une citation, sans base ni période détaillées.
70 % des Français de 15 ans et plus regardent des vidéos sur les réseaux sociaux ou les plateformes de partage (62 % sur les réseaux sociaux, 57 % sur les plateformes).	Arcom, Tendances audio-vidéo 2026 https://www.arcom.fr/sites/default/files/2026-03/Arcom-Tendances-audio-video-2026-synthese.pdf	31 mars 2026	Étude en ligne de l'institut CSA, 4 308 personnes, octobre 2025. Déclaratif, toutes fréquences.
48 % des Français vont sur YouTube au moins une fois par semaine ; 69 % des 15–24 ans et 64 % des 25–34 ans.	Arcom, Tendances audio-vidéo 2026 https://www.arcom.fr/sites/default/files/2026-03/Arcom-Tendances-audio-video-2026-synthese.pdf	31 mars 2026	Déclaratif.
75 % des Français regardent des vidéos sur smartphone, dont 50 % au moins trois fois par semaine ; chez les 15–24 ans, 70 % le font sur smartphone, contre 52 % sur le téléviseur.	Arcom, Tendances audio-vidéo 2026 https://www.arcom.fr/sites/default/files/2026-03/Arcom-Tendances-audio-video-2026-synthese.pdf	31 mars 2026	Déclaratif ; usages personnels, pas professionnels.

Formats, durées et sous-titres

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
Sous une minute, 65 % des spectateurs regardent une vidéo jusqu'au bout ; au-delà de 20 minutes, 20 % seulement.	Vidyard, 2025 Video in Business Benchmark Report https://www.vidyard.com/business-video-benchmarks/	Édition 2025, données 2024	Mesure réelle sur plus de 940 000 vidéos de clients Vidyard (vidéos de vente B2B). Définition du visionnage complet non publiée.
Parmi les utilisateurs de YouTube, 91 % regardent des vidéos de moins de 5 minutes et 77 % des vidéos de plus de 30 minutes.	Arcom, Tendances audio-vidéo 2026 https://www.arcom.fr/sites/default/files/2026-03/Arcom-Tendances-audio-video-2026-synthese.pdf	31 mars 2026	Base : 2 540 utilisateurs de YouTube. Déclaratif.
55 % des utilisateurs de YouTube y regardent des Shorts, soit 31 % des Français de 15 ans et plus.	Arcom, Tendances audio-vidéo 2026 https://www.arcom.fr/sites/default/files/2026-03/Arcom-Tendances-audio-video-2026-synthese.pdf	31 mars 2026	Déclaratif.

CHIFFRE	SOURCE	DATE	MÉTHODE ET LIMITES
Les mises en ligne de vidéos verticales HD (1080 × 1920) ont augmenté de 24 % en un an ; 76 % des équipes adaptent le format d'image à chaque plateforme.	Wistia, State of Video Report 2026 https://wistia.com/blog/video-marketing-statistics	22 avril 2026	La hausse est mesurée sur Wistia (part du vertical non donnée) ; les 76 % viennent de l'enquête.
90 % des équipes agissent pour rendre leurs vidéos accessibles, le plus souvent en commençant par les sous-titres.	Wistia, State of Video Report 2026 https://wistia.com/blog/video-marketing-statistics	22 avril 2026	Enquête ; ne dit pas quelle part des vidéos est réellement sous-titrée.
Aux États-Unis, les moins de 45 ans activent davantage les sous-titres pour regarder dans un endroit bruyant (40 % contre 25 %) ou en faisant autre chose (30 % contre 19 %).	AP-NORC Center for Public Affairs Research https://apnorc.org/projects/closed-captioning-on-its-a-generational-thing/	27 septembre 2025	Panel aléatoire, 1 182 adultes, août 2025, marge d'erreur de 3,8 points. Télévision et films, pas vidéo d'entreprise.

Comment nous avons choisi ces chiffres

Un chiffre n'entre dans cette page que si sa phrase exacte a été retrouvée chez l'éditeur qui l'a produit. Pour chacun, nous donnons la date de publication, la méthode (sondage, mesure d'audience, données d'une plateforme, méta-analyse) et ses limites : taille de l'échantillon, pays, population, caractère déclaratif.

Nous avons écarté des chiffres très repris mais introuvables à la source : « 95 % d'un message retenu en vidéo contre 10 % à l'écrit » (aucune étude d'origine), « une minute de vidéo vaut 1,8 million de mots » (un calcul de 2008), « 85 % des vidéos Facebook sont regardées sans le son » (déclarations d'éditeurs en 2016), « 82 % du trafic Internet sera de la vidéo » (une prévision de 2018 pour 2022), « 70 % des acheteurs B2B regardent des vidéos » (une page Google de 2014 retirée).

En novembre 2026, nous avons aussi retiré cinq chiffres des premières versions de cette page : une prévision pour 2025, désormais dépassée, un rapport que nous n'avions pas pu lire en entier, et trois chiffres qui ne portaient pas sur la vidéo.

Citer ces chiffres

Vous pouvez reprendre librement ces chiffres, avec un lien vers cette page et le nom de la source primaire indiquée dans le tableau. Par exemple : « 91 % des entreprises utilisent la vidéo comme outil marketing (Wyzowl, 2026, relevé par Biux). »