

10 ANS DE YOUTUBE, 10 RAISONS D'INVESTIR

▶ UNE NOUVELLE ÈRE DE L'ENTERTAINMENT

1 LE BOOM DE LA VIDÉO ONLINE

+ 60%
de temps passé sur YouTube en 2015 v.s 2014 ¹

2 UNE RÉVOLUTION CULTURELLE...

Toutes les passions des Français sont sur YouTube

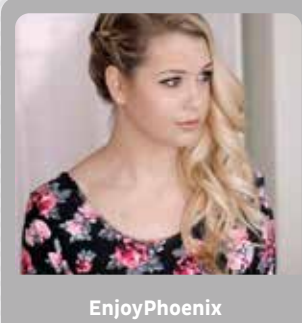


En France, 47 chaînes YouTube ont + de 1 million d'abonnés ²

3 ...SUR TOUS LES ÉCRANS



50% des vues se font sur mobiles et tablettes ³



EnjoyPhoenix

3 chaînes, 3 millions d'abonnés, 280 millions de vues, ⁴ 152 000 livres vendus ⁵

▶ UN INGRÉDIENT CLÉ DU MIX MEDIA IDÉAL

4 POUR ATTEINDRE TOUTES VOS CIBLES

74% des 15-34 ans 69% des femmes 25-49 ans 74% des CSP +



sont sur YouTube ⁶

5 ET OPTIMISER VOS INVESTISSEMENTS

Complémentarité TV / YouTube : un jeu gagnant à budget équivalent.

L'exemple d'une campagne TV d'une marque de sodas en France ⁷



+ 8 points de couverture additionnelle

6 ÉMOUVOIR POUR IMPACTER



Le taux de vision ⁸ des campagnes sur YouTube est supérieur à **70%** ⁹

7 LA PERFORMANCE AU SERVICE DE VOTRE MARQUE

1\$ investi sur TrueView



8,9\$ gagnés ¹⁰

dans le secteur du film en France

Trident a testé 2 versions de sa campagne avec l'outil Brand Lift Survey ¹¹



Copie A

74% de souvenir publicitaire

31% de notoriété



Copie B

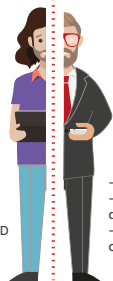
97% de souvenir publicitaire +23%

36% de notoriété +5%

▶ UN CHAMP DES POSSIBLES

8 AU-DELÀ DU DEMO-TARGETING

Homme, CSP+, 35 ans



- 2 enfants, - gamer - fan de conférences TED

- célibataire, - passionné de voiture - fan de tuto cuisine

Des profils similaires mais des comportements différents

9 UNE PAGE BLANCHE POUR REPENSER LA CRÉATIVITÉ...



65%

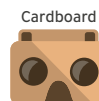
des Français considèrent YouTube comme une plateforme qui célèbre la créativité ¹²

... ET PARLER AUTREMENT DE VOTRE MARQUE

10 UN MONDE À IMAGINER ENSEMBLE...

Live stream

ON AIR



360°



Un monde de liberté au-delà du 30 secondes



Nike Football - The Last Game
5 min 28 s
88 millions de vues ¹³

Sources :

1. YouTube Global Data, 2015 - 2. WizTracker, Septembre 2015 - 3. YouTube Global Data, 2015 - 4. YouTube, Septembre 2015 - 5. Edistat, Septembre 2015 - 6. Médiamétrie internet global janvier 2015, couverture mensuelle xscreen v.s ensemble population française - 7. Simulation réalisée avec l'outil "Extra Reach" de Google, basé sur un panel Google et Médiamétrie pour une campagne TV d'une marque de sodas. 550 GRP sur la cible 14-49 ans en 2015 - 8. Durée durant laquelle le regard était effectivement porté sur la vidéo publicitaire v.s la visibilité (exprimée en %) - Étude Iligo pour Google. Cognitive Study on Mobile Video Ads, Septembre 2015 - 9. Étude Iligo pour Google. Cognitive Study on Mobile Video Ads, Septembre 2015 - 10. Étude Media Mix Optimization dans le secteur du film en France, Market Share, Avril 2015 - 11. Thinkwithgoogle.com. Étude: Mondelèz International Improves Campaign Effectiveness, Octobre 2014 - 12. YouTube Audience Study 2015, France - 13. YouTube, Septembre 2015