

# 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<sup>1</sup>

### 2 UNE RÉVOLUTION CULTURELLE...

Toutes les passions des Français sont sur YouTube



En France,  
47 chaînes YouTube ont  
+ de 1 million d'abonnés<sup>2</sup>

### 3 ...SUR TOUS LES ÉCRANS



EnjoyPhoenix

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

## ► 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<sup>6</sup>

### 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<sup>7</sup>



### 6 ÉMOUVOIR POUR IMPACTER

Le taux de vision<sup>8</sup>  
des campagnes  
sur YouTube est supérieur  
à 70%<sup>9</sup>

### 7 LA PERFORMANCE AU SERVICE DE VOTRE MARQUE

1\$ investi sur TrueView  
8,9\$ gagnés<sup>10</sup>  
dans le secteur du film en France

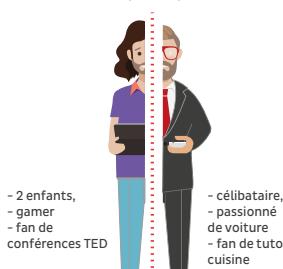
Trident a testé 2 versions  
de sa campagne avec l'outil  
Brand Lift Survey<sup>11</sup>



## ► 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<sup>12</sup>

... ET PARLER AUTREMENT  
DE VOTRE MARQUE

### 10 UN MONDE À IMAGINER ENSEMBLE...



Un monde de liberté  
au-delà du 30 secondes



Nike Football - The Last Game  
5 min 28 s  
88 millions de vues<sup>13</sup>

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: Mondelēz International Improves Campaign Effectiveness, Octobre 2014 - 12. YouTube Audience Study 2015, France - 13. YouTube, Septembre 2015