



51%<sup>1</sup>

DÉCLARENT MOINS REGARDER LA TV AU PROFIT DE YOUTUBE



31%<sup>1</sup>

VONT SUR YOUTUBE POUR APPRENDRE À FAIRE QUELQUE CHOSE



22%<sup>1</sup>

VONT SUR YOUTUBE POUR TROUVER DE NOUVEAUX PRODUITS À ACHETER



47%<sup>3</sup>

UTILISENT YOUTUBE SUR LEUR SMARTPHONE POUR SA RAPIDITÉ

50%<sup>4</sup>



46%<sup>1</sup>



VONT SUR YOUTUBE POUR DÉCOUVRIR DES FILMS, MUSIQUES ET JEUX



54%<sup>1</sup>

INTERAGISSENT AVEC DU CONTENU SUITE À UNE PUB VUE SUR YOUTUBE

DES INTERNAUTES FRANÇAIS VONT SUR YOUTUBE



37%<sup>1</sup>

SONT SUSCEPTIBLES DE REGARDER UNE PUB SI ELLE A UN LIEN AVEC LA VIDÉO VISIONNÉE

POUR

34%<sup>2</sup>

LES VIDÉOS BEAUTÉ DÉCLENCHENT UN ACHAT ET POUR

47%<sup>2</sup>

ELLES AIDENT DANS LA DÉCISION D'ACHAT



Source : YouTube Audience Report France 2015

Étude menée par MTM et Google sur 1430 utilisateurs de YouTube en France en 2015.

<sup>1</sup> des utilisateurs de YouTube en France  
<sup>2</sup> des utilisateurs qui regardent des vidéos beauté

<sup>3</sup> des utilisateurs de YouTube qui se connectent via leur smartphone

<sup>4</sup> Google Data, France 2015