

YouTube est là où le monde regarde

Depuis leur smartphone ou leur télévision, les Français sont toujours plus nombreux à utiliser YouTube.

LE MONDE CONVERGE VERS YOUTUBE

Créé en 2005, YouTube est désormais mainstream. Plateforme préférée des 16-34 ans, tous devices confondus, YouTube affiche une forte croissance sur petits et grands écrans.



52%

des 16-34 ans interrogés en France disent avoir regardé YouTube à la télévision.¹



S'ils ne devaient en choisir qu'un,

44%

des 16-34 ans en France opteraient pour YouTube plutôt que la télévision, des offres de vidéos par abonnement ou des sites de streaming. **Seulement 24% choisiraient la télévision.**¹

YOUTUBE FAIT AVANCER LE MONDE

Sur YouTube, des millions de passionnés postent chaque jour des contenus à l'attention de leurs abonnés. Ces YouTubeurs sont très influents et façonnent la culture et le contenu mainstream. Grâce à une communication ouverte entre les YouTubeurs et leur audience, les internautes s'identifient et ont plus confiance en ces YouTubeurs qu'en des stars traditionnelles.



En France,

60%

des 16-34 ans estiment qu'il est plus facile de trouver du contenu qui les passionne sur YouTube qu'à la télévision.¹

En France



Plus de

65

chaînes YouTube ont dépassé **le million d'abonnés.**²



60%

Le nombre de chaînes YouTube françaises de plus d'un million d'abonnés a augmenté de 60% en tout juste 12 mois.²

YOUTUBE FAIT AVANCER VOTRE MARQUE

Une audience passionnée est une audience engagée. Sur YouTube, le potentiel de créer une relation privilégiée entre les consommateurs et la marque est immense. Selon une étude récente, YouTube permet d'enregistrer un ROI supérieur à la télévision à budget égal, avec des capacités de mesure multi-écrans en quasi-temps réel, qui fournissent des datas actionnables pour optimiser sa campagne.



Avec les niveaux d'investissement actuels, **YouTube a affiché un ROI supérieur à la télévision** dans

77%

³ des études.

SOURCES

1 Enquête omnibus online YouGov, en mai 2016, France.

2 Données internes à Google, avril 2015 vs avril 2016, France.

3 Données internes à Google et tiers de 2013 à 2016 en Europe. Nombre total d'études : 56.