

DÉCOUVREZ COMMENT LES SITES VIDÉO SONT UTILISÉS EN SUISSE

En 2021, Goldbach a commandé une enquête de suivi se basant à nouveau sur le M1 Panel Survey (anciennement «Consumer Connections Study») mené par Dentsu Aegis à l'échelle internationale. L'étude M1 Panel est une étude propriétaire réalisée par Dentsu Aegis sur plus de 60 marchés. Elle présente des résultats cohérents à l'échelle mondiale tout en étant pertinente localement et représentative de chaque marché.

Plus de 1400 personnes âgées de 15 à 64 ans vivant en Suisse alémanique et romande ont été interrogées sur leur utilisation de différents sites. Des résultats de recherche représentatifs se basant sur des données pondérées et un grand nombre de cas sont ainsi disponibles pour la catégorie des médias en ligne, ce qui permet une comparaison directe des réseaux des différentes entreprises médiatiques. Nous avons rassemblé pour vous les principaux résultats.

Messages clés

- On constate une amélioration de la portée du Goldbach Video Network (GVN), qui marque des points par rapport à la concurrence et atteint un large public
- Le Goldbach Video Network répond à tous les intérêts et touche avec l'univers thématique «Best of News» la majorité de la population suisse
- Les sites du Goldbach Video Network sont considérés comme crédibles
- La combinaison avec GVN entraîne une pénétration supplémentaire, sur le plan cross média également

1. Pénétration

Par rapport à YouTube, à l'Admeira Digital Network, à Netflix ainsi qu'aux canaux de Social Media Instagram, Facebook et TikTok ou encore au NZZ Video Network, le Goldbach

Video Network atteint chaque mois la plupart des Suisses: ainsi, près de 97% des Suisses alémaniques et romands âgés de 15 à 49 ans utilisent le GVN chaque mois.

2. Des utilisatrices et utilisateurs jeunes

Si le GVN présente une portée élevée chez toutes les classes d'âge, le groupe cible des 15-29 ans est celui qui l'utilise le plus (98%).

3. Positionnement

Si l'on compare le positionnement des différents réseaux vidéo, la pénétration de l'ensemble des classes d'âge et sexes se confirme à nouveau. Tandis que les publics des autres réseaux sont spécifiques, le GVN atteint un large groupe cible.

4. Affinité avec les intérêts de l'utilisateur

Bien que le GVN atteigne un large public, les différents réseaux présentent des affinités élevées pour tous les intérêts spécifiques.

Si l'on considère les environnements, l'univers thématique «Best of News» atteint chaque mois le plus grand nombre d'utilisateurs, avec 92% de la population suisse âgée de 15 à 49 ans. Dans tous les autres groupes d'âge, l'environnement des actualités est également en tête.

5. Crédibilité des sites

Par rapport aux plateformes de Social Media les plus connues, le GVN est considéré comme particulièrement crédible; il est donc particulièrement indiqué pour les placements publicitaires.

6. Une pénétration supplémentaire grâce aux combinaisons de sites

Alors que 97% de la population âgée de 15 à 49 ans utilise chaque mois le GVN, YouTube affiche une portée de 88%. 86% de la population utilise les deux réseaux. La combinaison du GVN et de YouTube génère ainsi 11% de pénétration supplémentaire.

Comme prolongation cross-médiale des campagnes le GVN contribue également à améliorer la portée. Par exemple, combiné à Goldbach TV, le GVN apporte une portée mensuelle supplémentaire de 15% auprès des 15-49 ans.

Vous voulez savoir comment exploiter au mieux les réseaux vidéo pour votre campagne publicitaire?

Nous nous ferons un plaisir de vous informer sur les différentes possibilités de la publicité en ligne. Sanja Ruggiero, Director Sales Management de Goldbach Audience, se tient à votre disposition (sanja.ruggiero@goldbach.com, +41 44 914 92 59).