

Voilà


Émergence et perception
du média « Live Digital »
en France

Novembre 2022

En collaboration avec

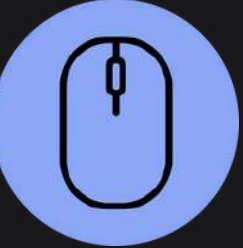
“opinionway”

Méthodologie




Échantillon de 1019 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.




L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées du 18 au 20 novembre 2022. Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1 à 2,2 point au plus pour un échantillon de 3000 répondants et de 2,3 à 5,3 points pour un échantillon de 1 000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

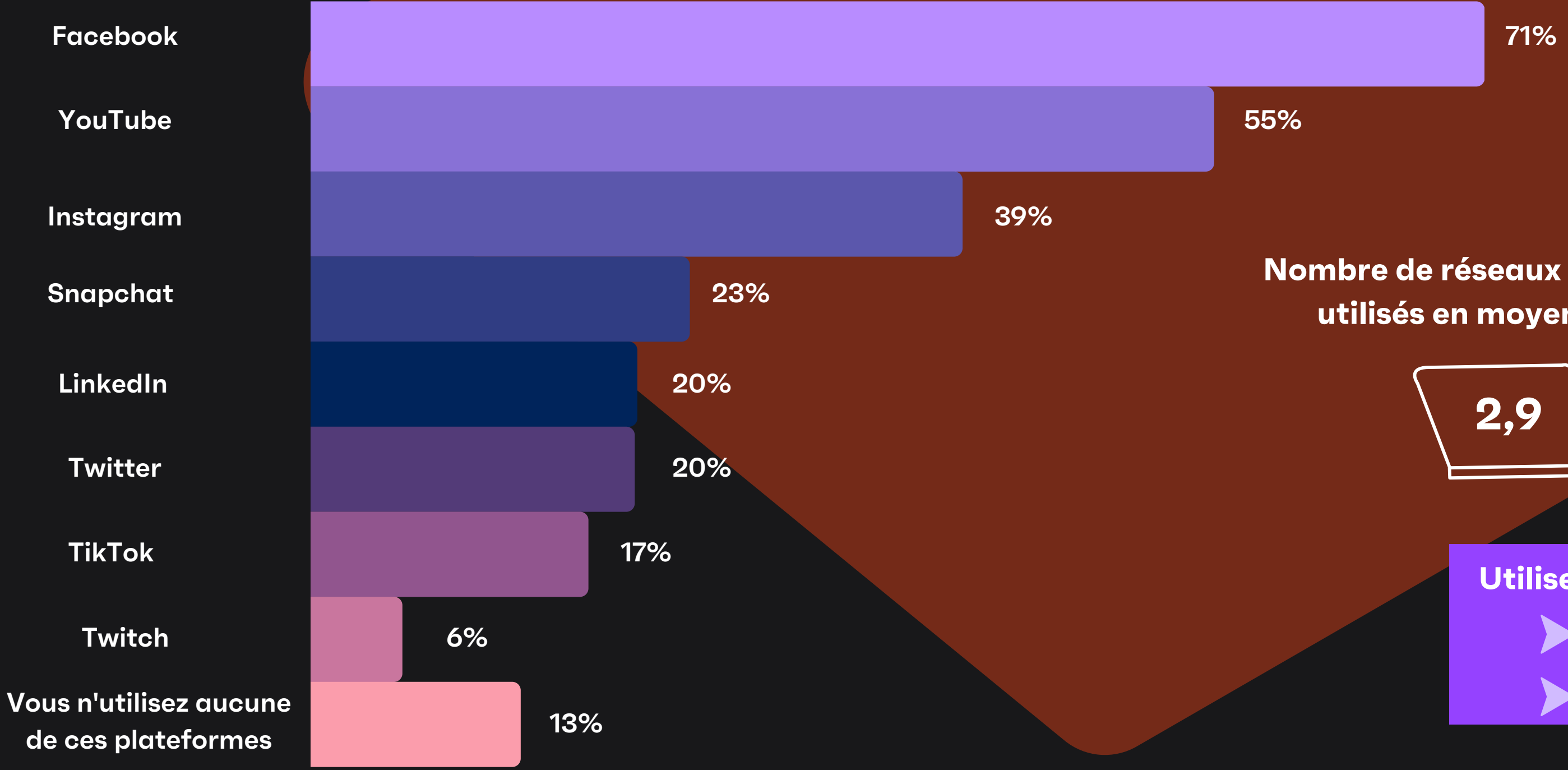
« Sondage OpinionWay pour Voilà »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les réseaux sociaux et les plateformes digitales : un média de masse

Q1. Êtes-vous inscrit ou vous arrive t-il d'aller sur les sites internet et applications suivantes ?

1019 répondants

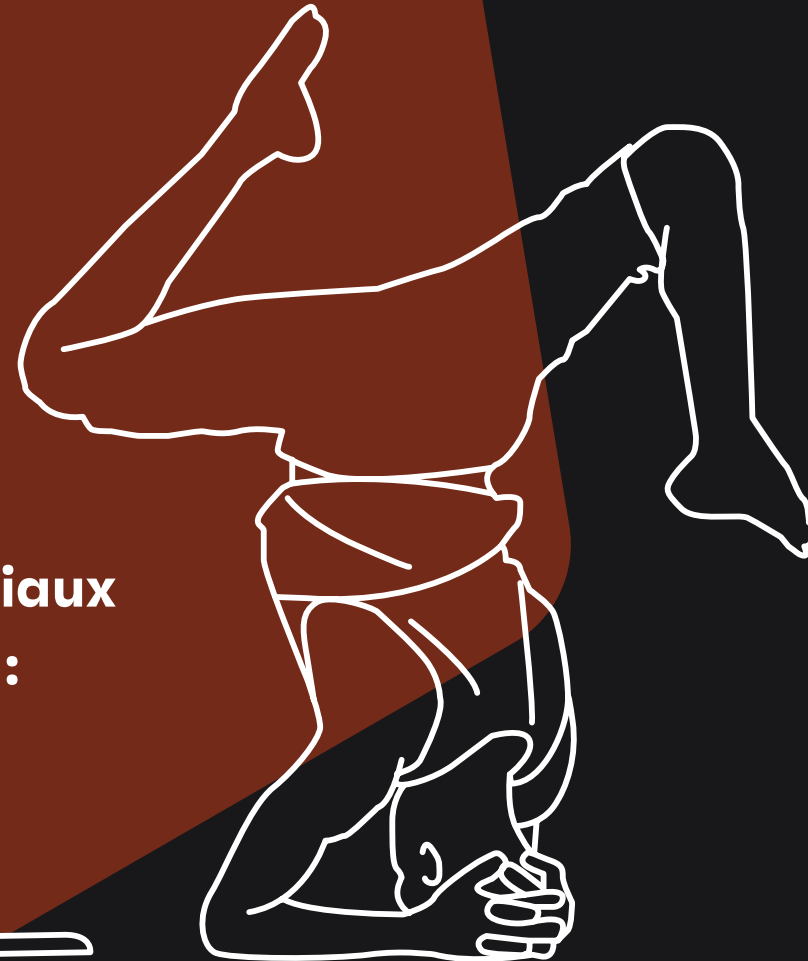


Nombre de réseaux sociaux utilisés en moyenne :



Utilisent au moins 3 RS : 46%

- ▶ 18-24 ans : 81%
- ▶ 25-34 ans : 76%



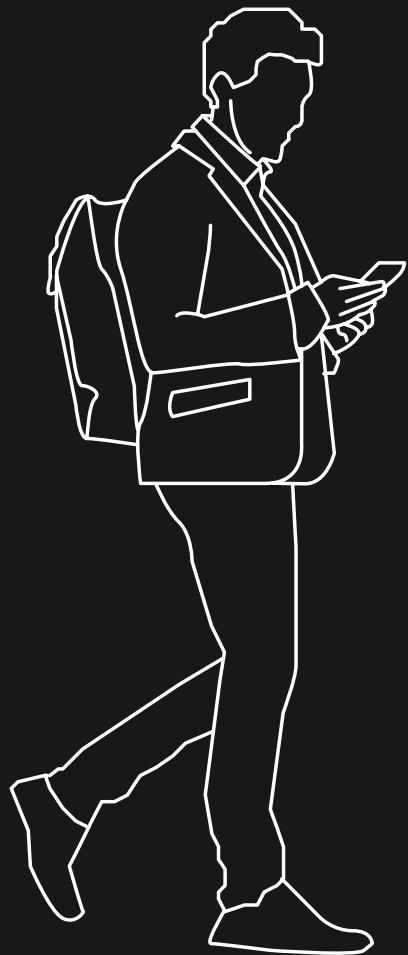
Des outils numériques davantage utilisés encore par les femmes et les jeunes adultes

Q1.

Êtes-vous inscrit ou vous arrive t-il d'aller sur les sites internet et applications suivantes ?

1019 répondants

	% Total	Sexe		Âge				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
Facebook	71%	63%	78%	75%	85%	76%	70%	55%
YouTube	55%	53%	56%	76%	76%	56%	46%	39%
Instagram	39%	31%	47%	80%	68%	44%	22%	17%
Snapchat	23%	16%	29%	76%	47%	22%	6%	3%
LinkedIn	20%	19%	20%	30%	31%	22%	14%	13%
Twitter	20%	22%	17%	33%	26%	24%	13%	12%
TikTok	17%	13%	20%	44%	33%	19%	8%	2%
Twitch	6%	6%	5%	19%	14%	5%	1%	1%
Vous n'utilisez aucune de ces plateformes	13%	16%	10%	1%	5%	8%	15%	25%



Les jeunes adultes fortement exposés au média « Live digital »

Plus d'un internaute sur 5 déjà exposés au Live d'entreprises

Q2.

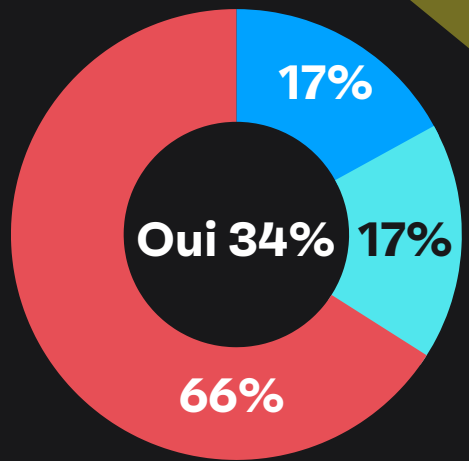
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous regardé sur internet des vidéos en direct offrant la possibilité d'interagir (poser une question ou réagir avec un émoticône) ?

Q3.

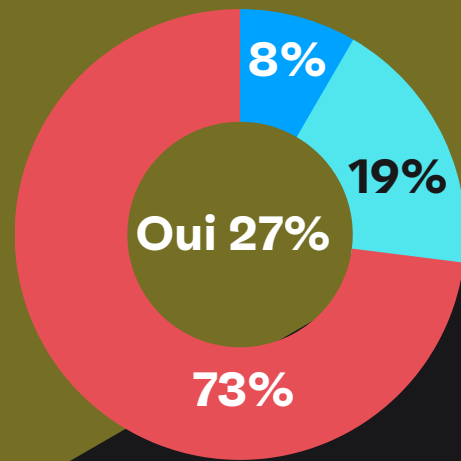
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous regardé des vidéos diffusées en direct par des marques ou entreprises ?

1019 répondants

Vidéos en direct de connaissances ou personnalités offrant la possibilité d'interagir



Vidéos en direct diffusées par des marques ou entreprises



- Oui, cela m'arrive régulièrement d'en regarder
- Oui, cela m'arrive occasionnellement d'en regarder
- Non



Âge				
18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
71%	51%	37%	24%	13%

Âge				
18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
43%	46%	32%	19%	12%

Un intérêt marqué pour la vidéo Live sur une palette étendue de secteurs. Cosméto et habillement ciblant plus spécifiquement les femmes et les jeunes

Q5.

Pour quels types de produits ou de services trouveriez-vous intéressant de pouvoir voir des vidéos en « live » de marques qui présenteraient des produits ou services en direct, avec la possibilité de poser des questions ?

1019 répondants

% Notes d'intérêt « 7 à 10 »	Sexe		Âge					
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
L'électronique (téléphones, hifi, home cinéma...)	45%	45%	45%	58%	52%	50%	43%	36%
Les loisirs (produits culturels, activités culturelles ou sportives...)	44%	41%	46%	60%	61%	46%	40%	28%
La distribution (Darty, Fnac, Amazon...)	41%	40%	42%	51%	50%	43%	41%	27%
L'alimentaire	37%	34%	40%	52%	49%	37%	35%	27%
L'automobile	35%	41%	30%	37%	35%	37%	37%	32%
L'habillement	31%	24%	37%	49%	40%	35%	26%	19%
La cosmétique beauté	28%	17%	39%	49%	43%	32%	22%	13%
Le luxe	15%	14%	15%	35%	21%	16%	13%	5%

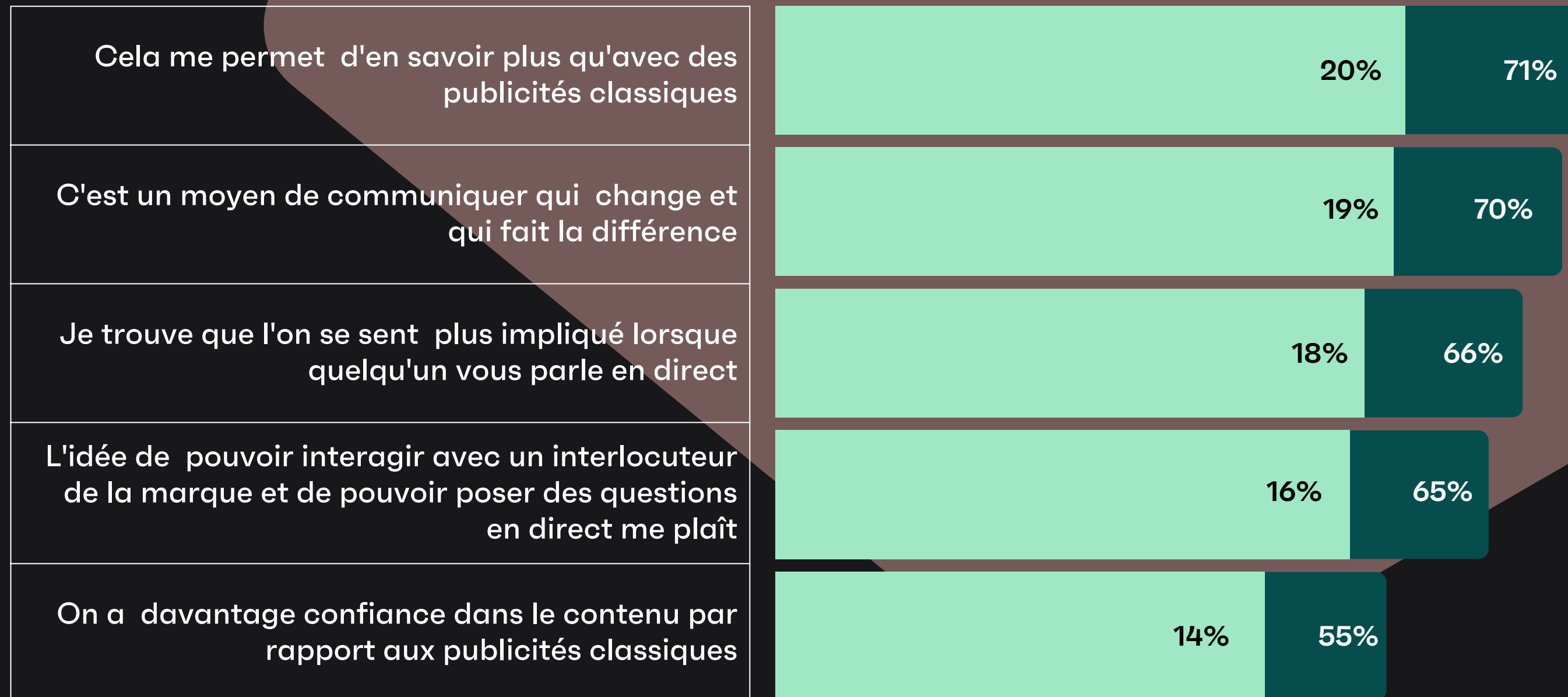


Au global, un média perçu comme différenciant et qui donne davantage de contenus que les publicités classiques

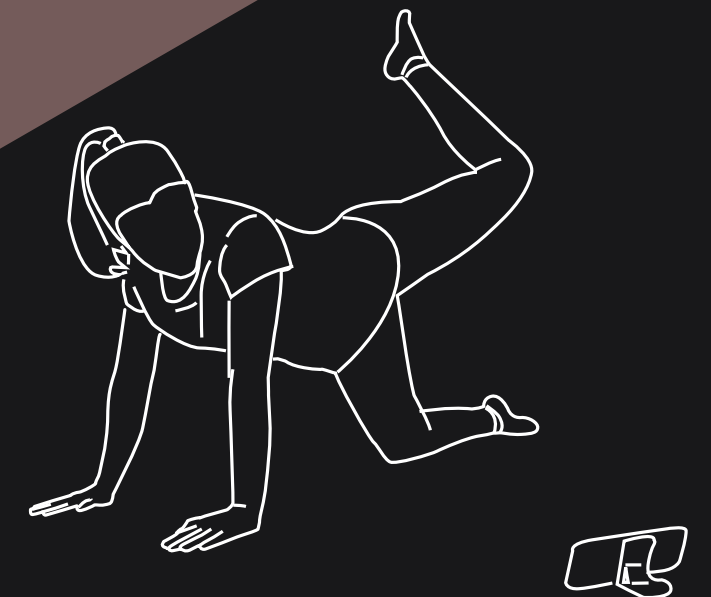
Q6.

Globalement, quelle est votre opinion à l'égard de ce type de contenu produit en direct par des marques ou entreprises ?

1019 répondants



% d'accord
 dont tout à fait d'accord



Une perception à l'égard de la vidéo live d'autant plus positive dès lors qu'elle a été expérimentée

Q6.

Globalement, quelle est votre opinion à l'égard de ce type de contenu produit en direct par des marques ou entreprises ?

1019 répondants

% d'accord	Sexe		Âge					A déjà visionné des vidéos live d'entreprises		
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Oui	Non
Cela me permet d'en savoir plus qu'avec des publicités classiques	71%	65%	77%	82%	84%	77%	68%	56%	89%	64%
C'est un moyen de communiquer qui change et qui fait la différence	70%	62%	76%	82%	81%	75%	65%	57%	89%	63%
Je trouve que l'on se sent plus impliqué lorsque quelqu'un vous parle en direct	66%	60%	72%	79%	79%	72%	61%	53%	88%	59%
L'idée de pouvoir interagir avec un interlocuteur de la marque et de pouvoir poser des questions en direct me plaît	65%	58%	71%	76%	81%	74%	57%	48%	86%	57%
On a davantage confiance dans le contenu par rapport aux publicités classiques	55%	48%	61%	62%	75%	60%	49%	41%	79%	47%

En termes de format, une prédilection pour les lancements et infos produits, les tutoriels mais également pour les problématiques SAV

Q7.

Pour les éléments suivants, pensez-vous que le live vidéo interactif est pertinent ?

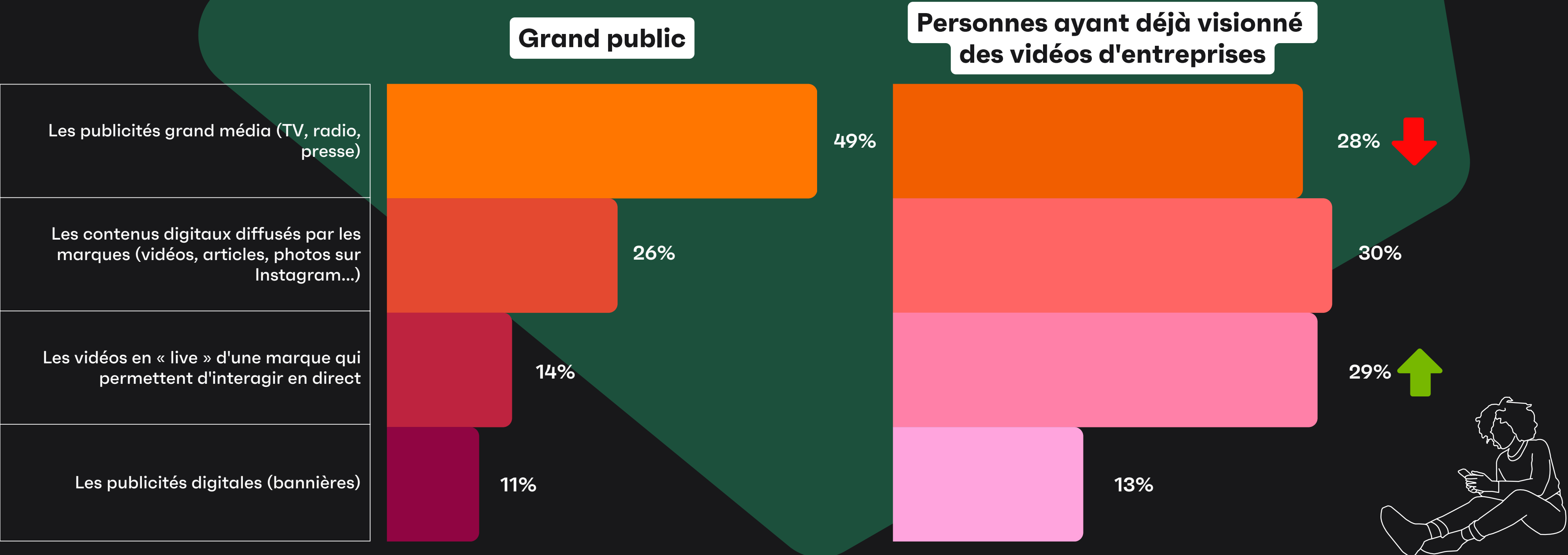
1019 répondants

	% Total	Sexe		Âge					Visionnage de vidéos d'entreprises	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Oui	Non
Information ou tutoriel sur un produit	76%	72%	80%	82%	86%	80%	75%	66%	93%	70%
Présentation ou lancement d'un produit	74%	69%	81%	81%	89%	81%	69%	61%	92%	68%
Service après-vente (SAV) en ligne	66%	65%	60%	60%	74%	70%	62%	61%	81%	60%
Aide à la recherche d'un produit	60%	57%	54%	54%	72%	67%	58%	50%	81%	52%
Rendez-vous exclusif de clients fidèles	54%	51%	57%	57%	69%	59%	51%	42%	79%	45%
Achat en ligne (« live shopping »)	50%	46%	55%	55%	62%	55%	49%	39%	71%	43%

À date, un intérêt autant marqué pour le Live Vidéo que les contenus mass média, dès lors que le Live est connu !

Q4. Pour découvrir les produits ou les services d'une marque, quelle source vous paraît la plus intéressante pour vous personnellement ?

1019 répondants



Voilà

**Nos use cases pour
illustrer cette tendance**



LIVE PROMO pour les retailers

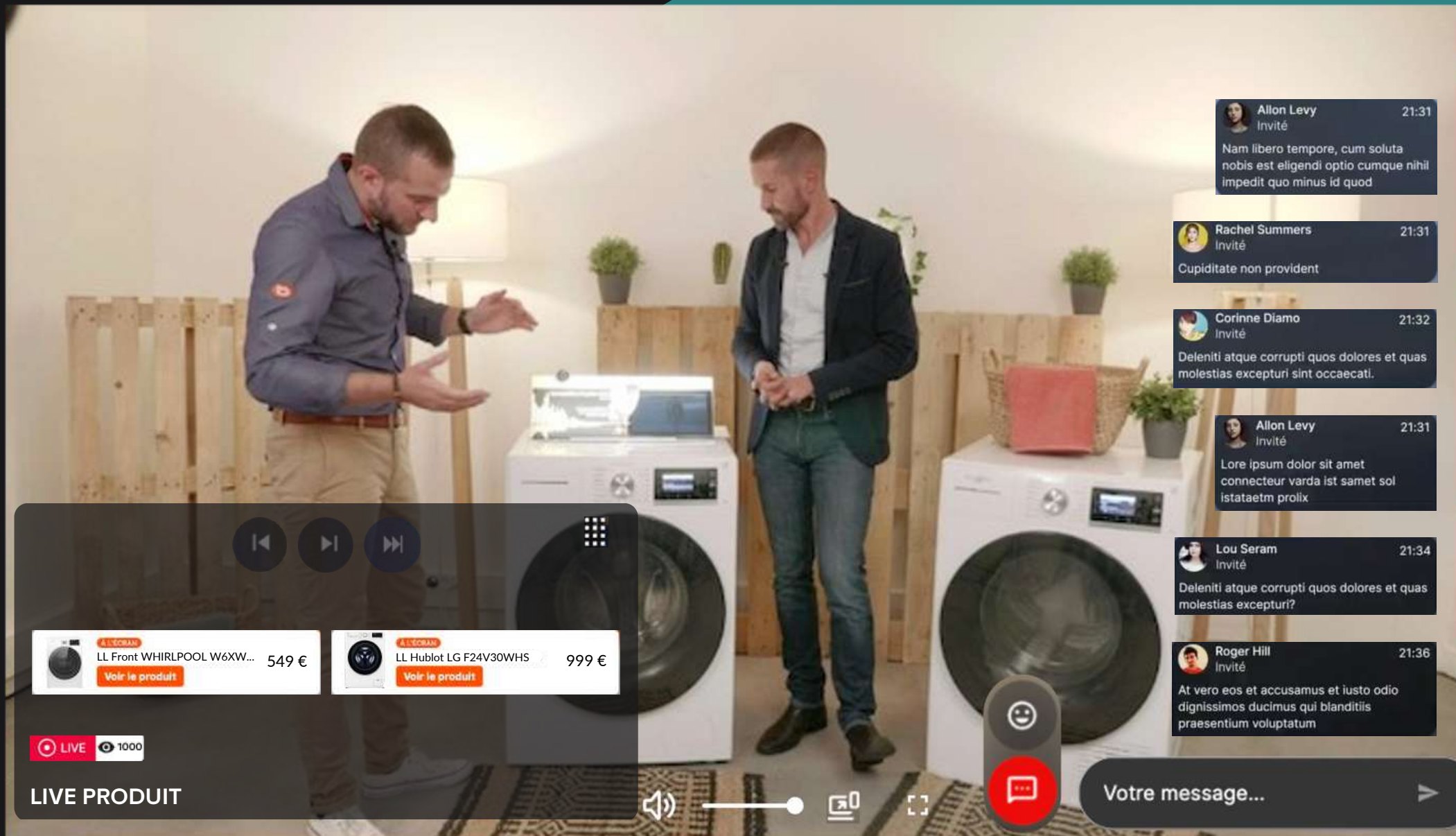
Exemple Leclerc



- **Contexte** : La fin des catalogues, mais un format qui a démontré son efficacité auprès des consommateurs.
- **Opportunités** :
 1. la nécessité de connaître les dernières nouveautés chaque semaine
 2. une énorme base de données dont disposent les distributeurs.
- **Le format by Voilà** : une émission hebdomadaire avec un commerçant qui présente la dernière promo.

LIVE PRODUIT comparaison

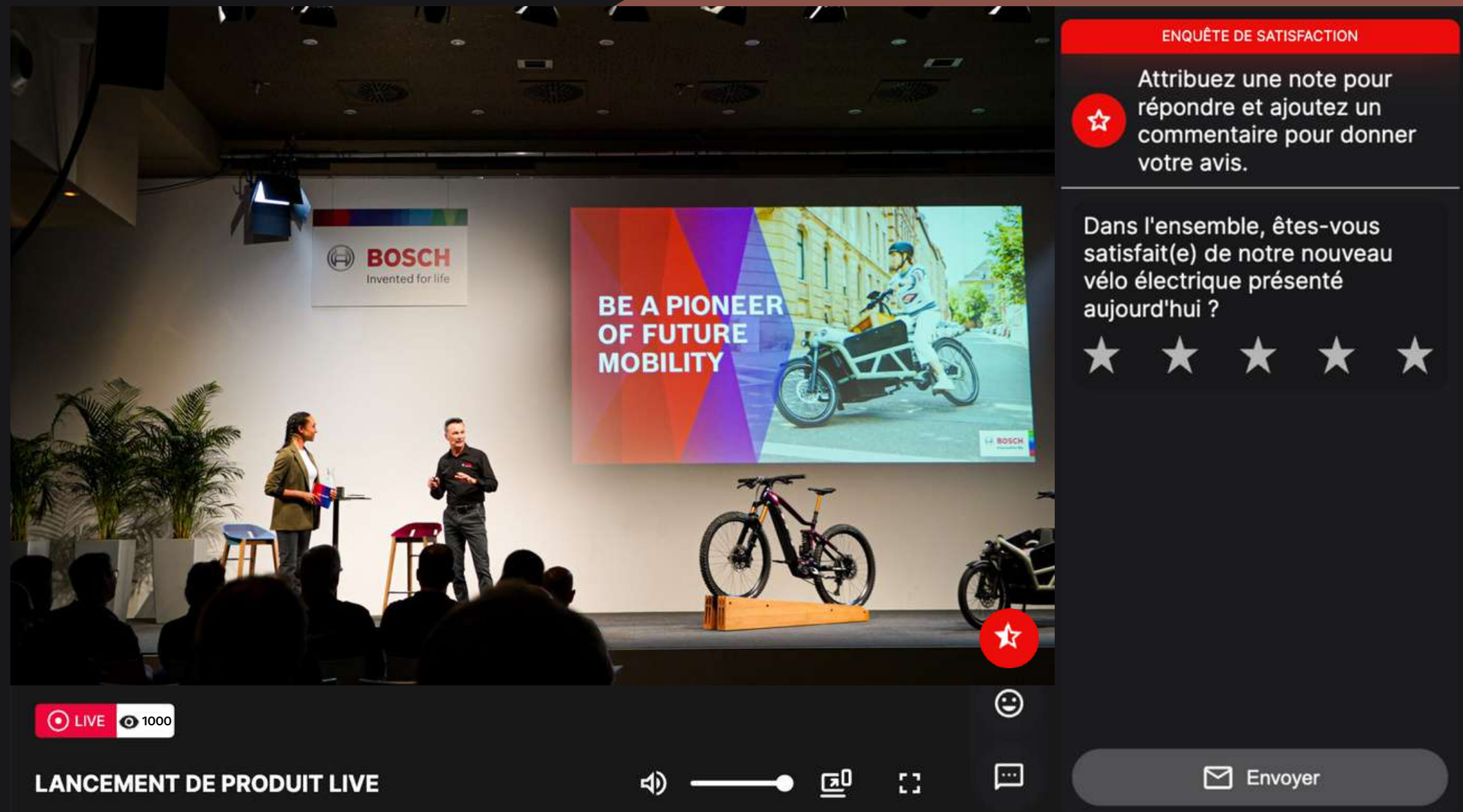
Exemple Boulanger



- Contexte : Le conseil de grandes enseignes spécialisées sous forme de comparaison de produit ou de classement.
- Opportunité :
 1. les conseils d'un expert, suivis de ceux d'autres consommateurs sont clés pour convertir.
- Le format by Voilà : une émission où un expert propose de comparer des produits similaires et propose au public de réagir à cette comparaison.
- L'inspiration : les classements du magasin 60 millions de consommateurs mais en format video live.

LANCEMENT DE PRODUIT

Exemple Bosch



The image shows a live event for Bosch. On the left, a woman and a man are on stage with a bicycle. A large screen behind them displays the text "BE A PIONEER OF FUTURE MOBILITY" and an image of a person riding a bicycle. The Bosch logo is visible in the top left corner of the screen. On the right, there is a survey overlay titled "ENQUÊTE DE SATISFACTION". The survey asks for a rating and a comment. Below the question, there are five stars. At the bottom of the survey, there is a button labeled "Envoyer".

ENQUÊTE DE SATISFACTION

Attribuez une note pour répondre et ajoutez un commentaire pour donner votre avis.

Dans l'ensemble, êtes-vous satisfait(e) de notre nouveau vélo électrique présenté aujourd'hui ?

★ ★ ★ ★ ★

Envoyer

- **Contexte** : des consommateurs ou des fans qui attendent chaque innovation.
- **Opportunités** :
 1. pas d'achat média, uniquement organique
 2. conservation de la connaissance client.
- **Le format by Voilà** : un live auprès d'une base cliente existante (ou via un formulaire d'inscription) pour participer à un lancement. Un sentiment d'exclusivité qui renouvelle les programmes de fidélité.

Voilà

Digital Live That Counts

www.voila.events

sales@voila.events



+33 6 89 03 14 67

