

Netflix en tête des investissements publicitaires sur Facebook

Description

Palmarès des annonceurs sur Facebook*
(janvier-novembre 2019)

*Étude réalisée par Kantar auprès d'un panel de 20 000 individus

Le leader mondial de la SVOD est le premier annonceur sur Facebook en France, pays où 70 % des connexions au réseau social se font depuis un téléphone portable. Le réseau social est un support de promotion privilégié pour ses séries ou ses films, auprès des moins de 35 ans, grands consommateurs de vidéos, encouragés de cette façon à s'abonner d'un clic. Le palmarès des annonceurs plurimédias – TV, radio, presse, affichage, cinéma et internet (*display*) – reste

traditionnellement dominé par des groupes issus des secteurs de l'automobile, de la grande distribution et de la grande consommation, soit par ordre d'croissant pour 2019 : Renault, Amazon, Leclerc, Peugeot, Lidl, P&G, Citroën, Intermarché, Carrefour et Orange, selon Kantar. Netflix y occupe le 126^e rang. Il faut rappeler ce paradoxe dans la législation française qui autorise Netflix à faire de la publicité la télévision quand celle-ci est interdite pour les films en salle. Un point sur lequel devrait revenir la prochaine loi sur l'audiovisuel en cours de comparaison.

Source :

- « Netflix, Free et McDonald's, premiers annonceurs sur Facebook », Véronique Richebois, *Les Echos*, 6 janvier 2020.

Categorie

1. Economie

date créée

28 mai 2020

Auteur

françoise