

TERRITORY INFLUENCE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

TERRITORY Influence dévoile les résultats clés de son enquête sur Twitch en Europe, mettant en lumière l'impact de la plateforme de streaming en direct

PARIS, 27 juillet 2023 - TERRITORY Influence, agence leader en marketing d'influence, est fier d'annoncer les conclusions passionnantes de son récente étude menée auprès des utilisateurs de la populaire plateforme de live streaming, Twitch. L'enquête, qui visait à explorer les habitudes et les préférences des utilisateurs de Twitch en Europe, a réuni un impressionnant total de 22 561 répondants européens. Les résultats révèlent un aperçu remarquable de la communauté diversifiée et engagée qui croît rapidement sur cette plateforme, mettant en évidence son impact significatif dans la vie quotidienne des utilisateurs.

Selon l'enquête, 52 % des répondants se considèrent comme des spectateurs réguliers de Twitch, témoignant ainsi de la présence marquée de la plateforme dans leur quotidien. Une tendance particulièrement marquante est la popularité de Twitch auprès de la génération millénials, 53 % des répondants appartenant à ce groupe soulignent l'attrait de la plateforme chez les jeunes adultes. Il est également remarquable de constater que Twitch touche un public de tous âges, avec des participants âgés de 18 à 75 ans.

Twitch en tant qu'espace de divertissement :

Lors de notre dernier webinar, Monica Manescu, directrice des relations clients chez Twitch, a souligné que la plateforme n'est pas seulement un lieu de divertissement, mais aussi un service qui répond aux besoins diversifiés des utilisateurs. Les résultats de l'enquête montrent que l'utilisateur moyen de Twitch passe environ 3 heures par jour sur la plateforme, ce qui témoigne de son rôle significatif dans le divertissement et l'engagement des utilisateurs. Pas moins de 46 % des répondants utilisent Twitch à des fins de divertissement, confirmant son rôle essentiel dans la vie quotidienne de nombreux Européens. De plus, l'enquête a révélé l'immense popularité du streaming en direct sur la plateforme, avec plus de 148 millions d'heures de contenu en direct consommées chaque mois.

La création de communautés prospères :

Twitch est reconnu pour créer des communautés dynamiques autour des streamers et de leurs chaînes, et les résultats de l'enquête viennent renforcer cette affirmation. Jusqu'à 87 % des répondants estiment que Twitch contribue à créer des communautés en établissant des liens forts entre les streamers et leurs viewers. De plus, jusqu'à 81 % des répondants utilisent Twitch pour se connecter avec leurs streamers préférés, mettant en évidence la capacité de la plateforme à créer des liens personnels durables entre les créateurs de contenu et leur audience.

Exploration du potentiel marketing de Twitch :

L'enquête menée par TERRITORY Influence a également révélé des opportunités marketing prometteuses sur Twitch. En effet, 67 % des répondants ont déclaré que les publicités diffusées pendant les live streams les incitaient à effectuer des achats, soulignant ainsi le potentiel de Twitch en tant que puissant canal de vente pour les marques. De plus, 44 % des participants à l'enquête ont affirmé avoir effectué des achats via des liens d'affiliation, démontrant l'influence de la plateforme sur les décisions d'achat des consommateurs. En outre, l'enquête a révélé que 30 % des répondants ont réalisé des achats en interagissant avec des logos, mettant en évidence l'efficacité du branding ciblé et de la publicité sur Twitch.

Les résultats complets de l'enquête sont disponibles sur demande et offrent aux spécialistes du marketing et aux annonceurs un aperçu précieux de la communauté dynamique de Twitch en Europe, ainsi que des opportunités de ciblage et de promotion sur cette plateforme de streaming en direct en pleine croissance.

A propos de TERRITORY Influence

TERRITORY Influence est le leader du Marketing d'Influence 360° en Europe et appartient au groupe Bertelsmann. Née de la fusion de TRND & InCircles, l'agence a une forte expertise offline & online avec plus de 4 500 campagnes réalisées en 18 ans. Sa raison d'être est de (re)placer l'humain au cœur des stratégies marketing en offrant les solutions de collaboration marque-influenceurs (nano, micro, macro et stars) les plus pertinentes et impactantes. En marque propre ou blanche, ses équipes ne se fixent aucune limite et s'adaptent aux besoins de ses clients L'OREAL, P&G, Nestlé, Essity...

Pour plus d'informations et pour obtenir les résultats complets de l'enquête, veuillez contacter :

Justine LAILLER

lailier.justine@territory.group

06 11 52 67 12