

Communiqué de presse

Goldbach Video Network renforce la pénétration multicanal des images animées en Suisse

La dernière étude GVN 2026 actuelle montre que la pénétration des images animées se construit aujourd'hui à travers différents écrans et canaux de diffusion. Avec le Goldbach Video Network (GVN), la régie publicitaire Goldbach atteint une très forte pénétration nette mensuelle et démontre ainsi la pertinence du réseau en tant qu'élément central de la planification cross-média des images animées en Suisse.

Küsnacht, le 02.07.2026 – En février 2026, dans le cadre d'une enquête en ligne représentative, 1'293 personnes âgées de 15 à 64 ans en Suisse alémanique et en Suisse romande ont fourni des informations sur leur comportement d'utilisation de différentes plateformes vidéo. Voici un aperçu des principaux résultats de l'étude.

La pénétration la plus élevée par rapport à la concurrence

Avec une pénétration nette mensuelle de 93%, le GVN affiche cette année encore la valeur la plus élevée parmi les prestataires étudiés. YouTube arrive en deuxième position, à nette distance, avec 75%. Le GVN démontre ainsi une utilisation constamment élevée et reste le portefeuille vidéo à la plus forte pénétration de Suisse.

D'excellentes performances chez les jeunes comme chez les moins jeunes

Les offres de Goldbach sont solidement ancrées dans le quotidien numérique de toutes les tranches d'âge. Avec une pénétration mensuelle de 94% auprès des 30 à 49 ans, le Goldbach Video Network (GVN) atteint sa valeur la plus élevée. Chez les 50 ans et plus également, le réseau touche presque l'ensemble du groupe cible, avec 93%. L'utilisation importante observée chez les 15 à 29 ans est particulièrement remarquable : avec une pénétration de 90%, le GVN parvient à s'adresser largement au groupe cible le plus jeune, souvent plus difficile à atteindre.

Les sous-réseaux

L'étude actuelle livre des enseignements intéressants sur les sous-réseaux du GVN. Le Goldbach Digital TV Network, qui réunit toutes les plateformes TV numériques du portefeuille de Goldbach, atteint ainsi une pénétration nette mensuelle de 54% et une pénétration hebdomadaire de 34%. Par rapport à 2025 (mois : 54% / semaine : 35% / jour

: 12%), ces valeurs se maintiennent donc à un niveau élevé, tandis que l'utilisation quotidienne a même progressé d'un point de pourcentage en 2026, pour atteindre 13%.

Les réseaux du GVN proposant un environnement thématique spécifique affichent eux aussi de solides performances. Ils enregistrent des indices d'affinité particulièrement élevés auprès de différentes cibles, notamment les personnes qui s'intéressent aux voyages, au sport ou à l'économie.

Le GVN, un levier à forte pénétration sur le marché des images animées

En combinaison avec la télévision linéaire, YouTube et les vidéos sociales, le Goldbach Video Network (GVN) atteint des pénétrations nettes cross-média élevées. Les résultats montrent qu'aujourd'hui, les campagnes d'images animées ne doivent plus être planifiées en fonction de canaux de diffusion isolés, mais de manière transversale, en intégrant la TV, la CTV et l'Online-Video. Les annonceurs peuvent ainsi toucher leur cible sur l'ensemble des canaux d'images animées. La planification s'adapte avec flexibilité à la cible, au budget et à l'objectif de la campagne. Le GVN s'impose ainsi comme un levier idéal dans le cadre d'une planification cross-média.

Une perception positive et une forte qualité des contenus attribuée

Le réseau convainc également sur le plan qualitatif : le GVN se distingue nettement de la concurrence par ses contenus. Cette valeur ajoutée ressort particulièrement dans l'évaluation de la valeur informative, de la crédibilité et de la qualité perçue des contenus diffusés. Cette avance qualitative se reflète directement dans une acceptation publicitaire supérieure à la moyenne : en termes d'attention, d'intérêt et de sympathie suscités par les insertions publicitaires vidéo, le GVN occupe à chaque fois la première place en comparaison de marché. Les Video Ads diffusées au sein du GVN ne se font pas seulement remarquer régulièrement, elles sont aussi perçues comme nettement plus sympathiques que sur des plateformes globales telles que YouTube, Instagram ou TikTok. Ces résultats témoignent d'une forte acceptation des contenus ainsi que d'un environnement média et publicitaire digne de confiance.

L'avantage du co-viewing : une pénétration organique en CTV

Le fort effet de co-viewing reste un moteur essentiel dans le domaine de la CTV : en moyenne, 2.3 personnes regardent ensemble le Big Screen. Chez les jeunes spectatrices et spectateurs, cette valeur est même encore plus élevée, avec 2.5 personnes. Pour les annonceurs, cela représente un bonus de pénétration organique considérable par publicité diffusée.

Les films d'action et les documentaires figurent parmi les genres particulièrement appréciés pour une expérience TV partagée au sein du Goldbach CTV Network. Le GVN se prête ainsi parfaitement à une approche commune des groupes cibles dans un environnement émotionnel à forte attention.

« Le fait que le GVN conserve la pénétration la plus élevée du marché lors de cette dixième vague d'enquête n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une qualité constante. Car la pénétration à elle seule ne suffit pas. Ce qui distingue le GVN, c'est la

combinaison d'une utilisation élevée et d'un environnement dans lequel les personnes ont confiance. Cette acceptation se traduit directement par l'efficacité de la publicité pour nos clientes et clients. », déclare Sanja Ruggiero, Sales Director et Deputy Managing Director de Goldbach Audience AG.

Contact

Alessandra Faraone, Senior Marketing Manager
+41 79 225 26 03, alessandra.faraone@goldbach.com

À propos de Goldbach Audience

Goldbach Audience est le partenaire expérimenté pour une publicité multi-écrans ciblée et à forte pénétration. Sa spécialité : adapter son approche des groupes cibles aux objectifs publicitaires. Goldbach Audience place la publicité aux endroits où l'attention des utilisatrices et utilisateurs est la plus élevée : dans les environnements publicitaires rédactionnels intéressants. Depuis juin 2021, Goldbach Audience est titulaire du certificat Digital Ad Trust, qui atteste de la qualité de son inventaire. L'entreprise a également obtenu la certification PAC de la REMP, et ses données first party sont validées à l'aide des données de panel d'intervista. C'est une filiale de Goldbach Group, dont le siège est à Küsnacht, Suisse. Goldbach Group SA est une entreprise de TX Group.

www.goldbach.com