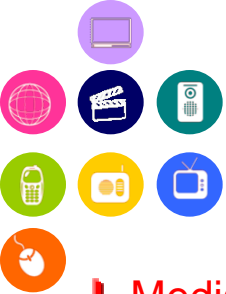


# Vidéo sur Internet : Bilan 2011, Perspectives 2012

10-01-2012





**Mediametrie** est une entreprise inter professionnelle & indépendante qui publie les études de références de la mesure d'audience de la Télévision et de la Radio en France, ainsi que de nombreuses études sur les comportements media (TV, Radio, Cinéma, Internet fixe et mobile, etc.)

**Nielsen**, leader mondial de la mesure d'audience de l'internet, publie sur de nombreux marchés la mesure d'audience de référence de l'Internet ainsi que des analyses sur les comportements des internautes (vidéo, publicité, e-commerce, UGC, buzz...)



**mediametrie // NetRatings**

**Joint venture française**

Mesure de référence de l'audience de l'Internet en France  
Mesure de l'efficacité online





# Les trois écrans et les mesures de référence



**Médiamat** : Mesure d'audience de la télévision : flux linéaires, différé (janvier 2011), écrans d'ordinateurs (2015), TV connectées...

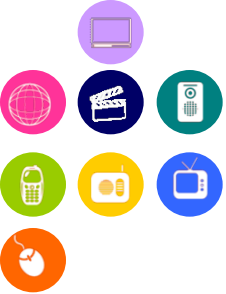
**eStat** : Mesure de la fréquentation

hybride

**Panel Vidéo MMNR** : Mesure d'audience marché



**Mesure Mobile & Panel Tablette iPad** (Mesure d'usage)



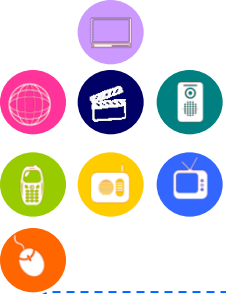
# Les enjeux de la mesure vidéo sur écrans d'ordinateurs

Une mesure marché permettant d'accéder aux résultats de tous les acteurs (souscripteurs ou non)

- Quels sont les **leaders** en audience, vidéos vues et temps passé du marché de la vidéo en ligne ?
- Quels sont les acteurs qui séduisent le plus les consommateurs vidéos ?
- **Combien de vidéos** consomment-ils ? Quelle est la **durée moyenne** des contenus visionnés ?
- Quel est le **profil** de vidéonautes : quels sont les types de consommateurs, quels sont leurs usages...

**Fournir une mesure fiable et objective afin de pouvoir valoriser l'espace publicitaire et affiner le ciblage auprès des internautes qui consomment des vidéos.**

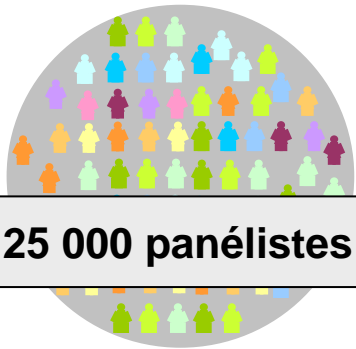
**Annonceurs, Agences, Régies, Editeurs**



# La méthodologie

Une mesure nativement hybride

## 1- Panel



25 000 panélistes

Les résultats reposent sur le **panel** Mediametrie//NetRatings composé de **25 000 individus** représentatif de la population internautes française.

## 2- Mesure des flux

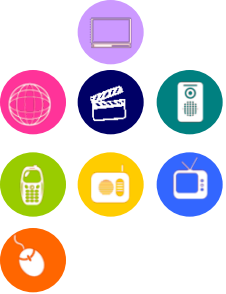
Le **meter** installé sur l'ordinateur du panéliste **enregistre** tous les **flux** vidéo consultés. Si les flux sont cryptés, le meter peut **aussi lire un tag site-centric.**

## 3- Conventions

**Définir** avec le marché les **périmètres** sur lesquels les audiences sont reportées, mais aussi les **indicateurs** utilisés.



mediametrie



# Le périmètre

Une mesure de la vidéo en France sur écran d'ordinateurs de tous les contenus issus de l'univers TV, pure players & UGC :

- Tous les flux vidéos (streaming live, catch-up, ugc)
- Les vidéos cryptées si un tag site-centric est installé
- Un temps passé comptabilisé dès que la vidéo est lancée et que le meter détecte une activité sur la carte son

La VOD, les flux publicitaires et les contenus adultes ne sont pas inclus dans la mesure.



# La vidéo sur Internet

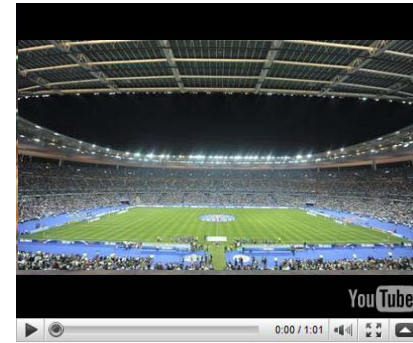
1

Un producteur « crée » un **contenu**



2

Un **player** est utilisé pour sa **diffusion...**



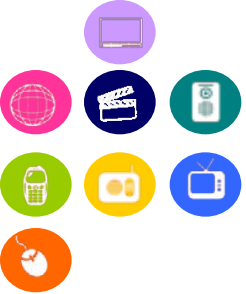
3

Le player est diffusé sur un **Site-Support** de vidéo



...il permet de **contrôler** à la fois la diffusion de ce **contenu** et la **publicité** en pré-roll





# Les classements et nomenclatures

Une vision éditoriale et une vision publicitaire

## 2 classements standards

Classement des Players vidéo  
Classement Sites-Supports vidéo

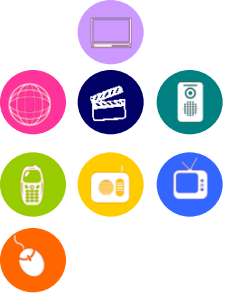
## 1 nomenclature ad hoc

Nomenclature publicitaire

**Players Vidéos** : Agrégation de l'ensemble des Players vidéo d'une marque, quel que soit le site sur lequel ces players sont diffusés.

**Sites-supports** : Agrégation de l'audience Vidéo des Sites-Supports de vidéos, quel que soit le player sur lequel est joué la vidéo





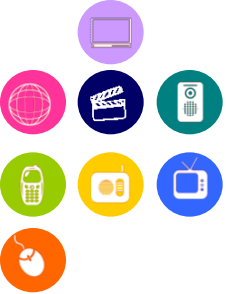
# Quels résultats ?

Au mois de Septembre 2011 :

**27,9** millions de vidéonautes uniques, soit **7 internautes sur 10**, ont vu au moins une vidéo

**1,8** milliards de vidéos vues → **64** vidéos vues par vidéonaute

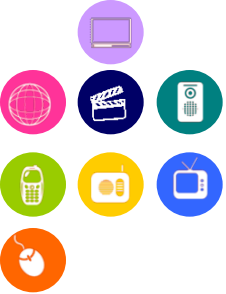
**91** millions d'heures → environ **3h16** par personne



# Top 15 des Brands Players les plus visitées en France

Rang	Brands Players	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	23 292 000	1 043 457 000	37 094 000
2	Dailymotion - T	11 023 000	157 396 000	4 205 000
3	TF1 / Wat - T	8 283 000	110 397 000	17 335 000
4	Facebook	4 536 000	16 395 000	679 000
5	Vimeo	3 831 000	9 548 000	498 000
6	France Televisions - T	3 449 000	8 901 000	1 197 000
7	M6 - T	3 359 000	19 511 000	4 863 000
8	CANAL+ / i>TELE - T	3 250 000	39 409 000	2 776 000
9	AlloCine - T	2 622 000	16 786 000	520 000
10	Megavideo	2 593 000	87 569 000	8 396 000
11	MSN/Windows Live	1 804 000	6 729 000	122 000
12	Perform	1 708 000	41 312 000	861 000
13	videobb	1 674 000	30 765 000	3 766 000
14	Koreus.com	978 000	2 737 000	91 000
15	Yahoo!	899 000	3 290 000	60 000

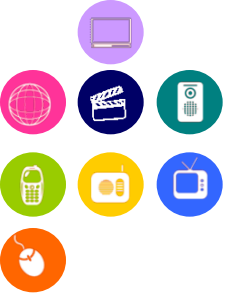
*Tous les acteurs taggés sont mentionnés par un T.*



# Top 15 des Brands Sites-Supports les plus visitées en France

Rang	Brands Sites-Supports	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures <sup>(6)</sup>
1	YouTube	18 926 000	845 730 000	28 648 000
2	Facebook	8 886 000	85 303 000	3 720 000
3	Dailymotion	7 811 000	120 840 000	2 633 000
4	TF1 / Wat	7 213 000	99 086 000	15 137 000
5	France Televisions	3 451 000	9 113 000	1 209 000
6	CANAL +	2 941 000	35 444 000	2 413 000
7	Google	2 849 000	13 487 000	465 000
8	M6	2 640 000	15 979 000	4 479 000
9	AlloCine	2 408 000	15 928 000	481 000
10	MSN/Windows Live	2 179 000	9 253 000	204 000
11	Vimeo	1 457 000	3 330 000	161 000
12	Yahoo!	1 310 000	5 431 000	149 000
13	Eurosport	1 274 000	28 858 000	1 903 000
14	Orange	1 152 000	2 863 000	185 000
15	Aeria Games & Entertainment	992 000	1 845 000	46 000

*La brand Site-Support VEVO on YouTube est comprise dans la brand Site-Support YouTube.*



# Quelles évolutions ?

- Une nouvelle **nomenclature** « **Contenu** » : Agrégation de l'audience de l'ensemble des contenus d'une marque intégrés dans les players vidéo, quel que soit le player utilisé et quel que soit le site sur lequel ces players sont diffusés.
- Mise à disposition d'une base données **mediaplanning** dédiée à la vidéo pour un ciblage publicitaire
- S'inscrire dans une **mesure globale** prenant en compte tous les terminaux et tous les types de contenus....