

Cadre de mesure du rendement en médias numériques

Résumé du rapport d'activité du comité consultatif

En 2011, le Fonds des médias du Canada a conçu — en association avec des intervenants de l'industrie — un **cadre de mesure du rendement en médias numériques** destiné à évaluer le rendement des projets de médias numériques financés au titre des volets convergent et expérimental. Le présent résumé traite des objectifs, du processus et des résultats de cette initiative.

Objectifs

- Procurer un **ensemble harmonisé de mesures et d'indicateurs clés de la performance (ICP)** afin d'évaluer le succès des projets de médias numériques financés par le FMC pour l'ensemble des plateformes correspondantes au titre des volets convergent et expérimental.
- S'acquitter d'une **obligation découlant de l'accord de contribution** conclu entre le FMC et le ministère du Patrimoine canadien en fournissant des données sur les auditoires, l'utilisation et les revenus ; données portant sur des projets de contenu numérique appuyés par le FMC sur des plateformes autres que la télévision.
- Proposer aux intervenants du FMC des **normes efficaces** (c'est-à-dire complètes et simples) et **unifiées** pour évaluer le rendement de leurs projets de médias numériques.
- Établir d'ici 2013-2014 des **facteurs de pondération** applicables au rendement des médias numériques devant servir au **calcul des enveloppes de rendement**.

Ce que le rapport n'est pas

- Ce document n'est ni un guide technique ni un guide de marquage, pas plus qu'il ne recommande d'outils particuliers.
- Il ne s'applique pas à la vidéo sur demande (VSD).

Processus de conception

- Un **comité consultatif** a tenu deux **ateliers de travail** à Toronto en 2011. Le premier atelier a permis d'explorer les défis de la mesure en médias numériques. Il a donné lieu à des commentaires et produit des solutions qui ont mené à la mise au point d'un modèle. Ce modèle a fait l'objet d'un examen lors du second atelier, où les membres du comité ont pu réagir et formuler des commentaires.
- Le comité consultatif se composait de représentants des principaux intervenants du FMC, notamment des télédifuseurs et des producteurs de contenu, provenant d'un large éventail d'organismes.

- Le **cadre** et la méthode correspondante de collecte des données **ont été validés via un programme d'essai** mené à bien par Unilytics avec des données réelles obtenues d'un certain nombre de projets déjà financés par le FMC/FCT (depuis 2008).
- Unilytics a également **conçu des ICP et une fiche de score afin de comparer les projets**.
- À l'avenir, le **cadre sera validé régulièrement** et sera amélioré au besoin.

Principaux enseignements des ateliers

- Le cadre doit prendre en compte les **risques** et les **enjeux** cernés pendant les sessions de travail : 1) assurer la cohérence des données ; 2) s'appliquer à tous les projets (taille et type) et à toutes les formes de contenu numérique ; 3) tenir compte des particularités des différents auditoires (taille et maturité) ; enfin, 4) prendre en considération les interactions possibles pour chaque type de contenu.
- Les membres du comité ont convenu de quelques **hypothèses clés** pour la réalisation du cadre : 1) il est possible d'harmoniser la collecte des données au moyen de politiques et de règles techniques indépendamment des outils d'analyse utilisés et 2) une catégorisation et une segmentation appropriées des données sur le rendement peuvent permettre de compenser les écarts démographiques ou géographiques du marché canadien.
- Au niveau de la mise en œuvre, il faut que le cadre soit **simple et facile** (à mettre en application et à utiliser) afin d'assurer son adoption par les intervenants et de protéger l'équité entre tous.

Le cadre

La mesure du rendement d'un projet s'inscrit dans un processus en deux étapes : 1) la classification du projet ; et 2) la collecte des mesures et le calcul des ICP.

Étape 1 : Classification du projet

Chaque projet entre dans une catégorie selon une classification à trois dimensions.

Le **premier niveau** est celui des **typologies du FMC** :

- **Volet** : expérimental ou convergent (pour ce dernier, le cadre ne prend en considération que la composante « médias numériques »).
- **Genre** (s'applique seulement aux projets du volet convergent) : Dramatique, documentaire, enfants et jeunes, variétés et arts de la scène.
- **Langue** : Anglais, français, langues autochtones et « langues diverses » (c'est-à-dire autres que les trois premières).

Le **deuxième niveau** est celui des **modes de transmission** (définis comme les mécanismes de transmission servant à rejoindre les auditoires voulus) :

- **Site Web** (transmis au moyen d'un navigateur Internet, d'un ordinateur personnel ou d'un appareil mobile faisant appel à une connexion Internet).
- **Applications** (exige une installation pour transmettre le contenu ou exécuter une tâche), ventilées en :

- applications mobiles (le contenu est incorporé dans une application) ;
- logiciels (produits purement technologiques).
- **Support physique** (mode de stockage tangible).
- **Contenu téléchargeable** (un tout qui peut être consommé plus tard ; aucune connexion Internet requise).
- **Diffusion en continu** (il faut consommer pendant la diffusion en continu ; exige une connexion).

Le **troisième niveau** est celui du **type de contenu** principal :

- **Vidéo** (images en mouvement avec ou sans bande sonore, interaction avec l'utilisateur limitée).
- **Contenu interactif riche** (plusieurs parcours possibles, l'utilisateur doit interagir pour mener l'expérience à terme).
- **Jeu** (règles, progression, récompenses ou autres « caractéristique ludiques » distinguent les jeux des contenus interactifs riches).
- **Livre numérique** (version numérique de livres imprimés ou œuvres originales).
- **Médias sociaux** (création et échange en temps réel de contenu généré par les utilisateurs, interactions entre « plusieurs personnes et plusieurs autres personnes »).

Étape 2 : Mesures et ICP

Les mesures obtenues servent à calculer les ICP, une mesure du succès.

Le cadre permet d'extraire **cinq mesures standard applicables à n'importe quel projet** (sans égard à sa catégorie et obtenues pendant des « périodes de référence » déterminées) :

- **Individus uniques** (définis par un identifiant unique).
- **Nouveaux utilisateurs** (individus uniques qui ont consommé le contenu pour la première fois).
- **Sessions** (nombre de fois où des individus uniques ont consommé le contenu).
- **Téléchargements, flux en diffusion, lancements de vidéos, actions d'utilisateurs, pages vues** (selon le mode de transmission).
- **Temps consacré** à consommer le contenu.

Selon ces mesures, on **calcule un certain nombre d'ICP**, répartis en deux catégories principales :

1. **Portée** (taille de l'auditoire)

- **Part d'audience totale** : Le nombre d'individus uniques qui ont consommé le contenu d'un projet en pourcentage du nombre total d'individus évalué en fonction de la catégorie du projet pendant la période de référence (c'est-à-dire tous les projets du FMC dans cette catégorie pour cette période).
- **Proportion des nouveaux utilisateurs** : Le nombre d'individus uniques qui ont consommé le contenu du projet pour la première fois en pourcentage du nombre total d'individus qui ont consommé le contenu du projet au cours de la période de référence.

2. **Usage** (implication de l'auditoire)

- **Consommation moyenne de contenu par session** : La quantité moyenne de contenu (téléchargements, flux en diffusion, lectures de vidéos, actions d'utilisateurs, pages vues, etc.) qu'un utilisateur consomme en une seule session.
- **Temps moyen passé par session**.
- **Taux d'objectifs atteints** : Le nombre de fois en moyenne où un utilisateur a effectué une action afin de commencer à consommer du contenu, exprimé en pourcentage du nombre de fois qu'un utilisateur aurait pu consommer du contenu.
- **Latence** : Le nombre de jours avant l'atteinte du premier objectif.
- **Dernière visite** : Le nombre de jours entre les deux dernières sessions.

En fonction des catégories, on ajuste ou pondère certaines mesures et certains ICP afin de s'assurer que le cadre **compare toujours des choses comparables** et qu'il garde sa pertinence (en particulier pour ce qui est de comparer l'auditoire d'un projet déterminé avec l'auditoire de sa catégorie).

En outre, le cadre prend aussi en considération un certain nombre d'**autres intrants** afin de **donner davantage de contexte** aux mesures standard :

- Commentaires ou rétroactions de l'utilisateur (enquête, forum, médias sociaux).
- Mises en nomination et prix obtenus dans le cadre de concours de l'industrie.
- Votes (dans le cas des projets distribués au moyen de systèmes qui proposent un système de notation à leurs utilisateurs).
- Mentions « J'aime » dans Facebook.
- Gazouillis sur Twitter.
- Envoi à un ami.
- Inscription à une infolettre ou à un flux RSS.

Mise en œuvre

L'application du cadre de mesure du rendement en médias numériques à tous les projets débutera en **2012**, 2012-2013 étant une **période de transition** pendant laquelle les producteurs recueilleront et communiqueront eux-mêmes les données. Voici quelques-unes des prochaines étapes :

- **Dévoilement du cadre** et du formulaire en ligne.
- **Comités de travail** sur l'amélioration continue.
- **Demande de propositions** – outil standard de mesure.
- Développement du **système de marquage du FMC**.
- Mise en œuvre de la **collecte automatisée des mesures** (système en parallèle).
- **Ajustements** du cadre de mesure.
- Facteurs de performance des médias numériques pour l'**allocation des enveloppes** (2013-2014).