

**Comité consultatif sur les médias numériques
Le 15 octobre 2015 — Toronto Metro Convention Centre**

Le 15 octobre 2015, le Fonds des médias du Canada (FMC) a réuni le Comité consultatif sur les médias numériques en vue de discuter des récents enjeux et changements relatifs au Cadre de mesure du rendement en médias numériques (CMRMN). Parmi les principaux thèmes couverts, mentionnons le nombre de projets faisant l'objet de rapport, la mise sur pied d'un sous-comité technique sur les médias numériques (MN), l'implantation du marquage, les données de référence, les problèmes de définition liés aux classifications du CMRMN (notamment en ce qui a trait au contenu interactif riche) et la mesure des projets expérimentaux. Le FMC souhaite préciser que ce comité vise la planification à long terme et qu'aucune décision stratégique n'en découlera. Ainsi, aucun changement ne sera apporté au facteur d'investissement en MN, et les calculs des enveloppes de rendement (ER) ne seront pas touchés.

Comme il lui a été demandé, le FMC affichera dans son site Web un résumé des notes d'information et des comptes rendus de réunions pertinents, comme ceux de la rencontre du sous-comité technique sur les MN, afin que les télédiffuseurs et les producteurs puissent y avoir accès, à leur convenance. Les principaux enjeux ayant fait l'objet de discussion par le sous-comité sont la mise en place d'un code intelligent et la création d'un marquage à l'échelle de l'événement. Ces thèmes seront au cœur des conversations continues avec les producteurs et les télédiffuseurs; toutefois, la date de la prochaine réunion du sous-comité n'a pas encore été fixée, et il est peu probable qu'elle ait lieu d'ici la fin de l'année.

Marquage d'événements

Le marquage d'événements comporte de nombreux avantages; il permet notamment de cibler des actions précises des utilisateurs, comme la lecture et l'arrêt d'une variété de types de contenus (jeux et vidéos pour les plateformes mobiles et Web), ainsi que de filtrer le trafic qui n'est pas spécifiquement généré par des éléments financés par le FMC. Grâce à l'outil Digital Analytix de comScore, le FMC est en mesure de saisir des paramètres propres à un site, notamment le nombre d'événements, les pages vues et la participation des utilisateurs. Le marquage à l'échelle de l'événement vise à suivre efficacement les éléments financés par le FMC. Les producteurs sont tenus de demander leur propre code dans le site du FMC (Robert Blanchet), contrairement à l'ancienne pratique selon laquelle ils créaient et implantaient eux-mêmes leurs balises. En outre, après six mois, le FMC souhaite être en mesure de marquer le projet avant sa mise en ligne. On espère que cette mesure favorisera la conformité et soutiendra la vérification du contenu afin d'éviter les disparités entre un projet au moment de la présentation de la demande et le produit fini. En veillant à ce que les projets soient bien marqués avant leur lancement, le FMC souhaite ainsi les classer adéquatement afin que les données extraites permettent de comparer des projets de nature similaire.

Le marquage d'événements est une exigence du FMC et est entré en vigueur sans délai. Le site a été lancé le 1^{er} septembre; le FMC encourage tous les producteurs à l'utiliser ou à communiquer avec Robert pour obtenir des directives, afin de simplifier la procédure. Cette procédure est

relativement rapide et ne cause pas de retard important dans la mise en œuvre de l'encodage. Robert et comScore sont en mesure de tester les balises dès le lendemain ou dans les deux jours, selon la nature du projet et les différents niveaux d'expertise. Il est important de prendre note que l'initiative vise les nouveaux projets, et que le FMC ne procédera pas au marquage rétroactif des projets. Il travaille actuellement avec comScore pour faciliter le plus possible le processus et examinera des façons de communiquer ces renseignements, par exemple en organisant des webinaires ou des séances de formation, selon les besoins.

Définition de contenu interactif riche et questions connexes

Le FMC souhaite uniquement mesurer le contenu qu'il finance. Actuellement, les projets de contenu interactif riche sont marqués à l'échelle du site; puisqu'un très grand nombre de projets correspondent à cette catégorie (pour laquelle il est possible que le trafic généré par des éléments non financés soit comptabilisé), le FMC est conscient qu'il n'est pas exclu que des disparités relatives aux données soient de plus en plus fréquentes, comme l'anomalie observée dans l'ensemble de données présenté dans l'annexe A. Si une mesure de MN est intégrée au calcul des ER, l'inclusion de données visant l'utilisation d'éléments non financés serait difficile à justifier. C'est pourquoi le FMC désire suivre et évaluer uniquement les composantes qu'il finance.

Le FMC est conscient que le marquage à l'échelle du site est utile pour comprendre le rendement général d'un projet. En règle générale, cependant, il s'intéresse surtout au contenu donnant lieu à des actions; ainsi, à l'exception des projets considérés comme des expériences immersives, l'accent est mis sur le marquage des seuls éléments financés, plutôt que sur l'ensemble du site.

Il est impératif de bien catégoriser les projets; faute de quoi, il sera impossible d'établir des données de référence et d'effectuer des comparaisons appropriées. Certaines questions ont été soulevées au cours de la réunion :

- La catégorie du « contenu interactif riche » est problématique en vertu du système actuel, car le FMC exige des demandes distinctes pour chacune des composantes MN, alors que d'autres fonds permettent d'intégrer différentes composantes à une seule demande. Ainsi, il serait important que les producteurs précisent les contenus pour lesquels ils demandent du financement dès l'étape de la présentation de la demande.
- Certains éléments de sites Web à contenu interactif riche sont destinés à différents portails ou plateformes. Par exemple, un site peut comporter une série de vidéos qui amène un utilisateur sur un portail, puis sur YouTube. Des inquiétudes ont été soulevées à l'égard de l'exclusion de la mesure de contenus qui sont importants pour l'engagement de l'auditoire (exclusion attribuable à la catégorisation ou au contenu ne pouvant être marqué par comScore).
- Au moment de l'encodage, il faut prendre en considération la question du contenu prévidéo et des autres formes d'événements « manipulés » qui faussent les données (il est à noter que le contenu prévidéo et les actions non entreprises par l'utilisateur ne sont pas permis en vertu du CMRMN).
- La microségrégation doit être évitée. Le marquage d'événements et sa validation revêtent une certaine complexité; si les données et la catégorisation sont trop granulaires, cela nuira à la validation.

- Un intervenant a soulevé des préoccupations quant à l'obligation de découper le marquage d'événements pour chacune des composantes d'un projet de contenu interactif riche, et ainsi d'identifier individuellement tous les éléments, ce qui prendrait beaucoup de temps et ferait augmenter les coûts (pour embaucher du personnel, notamment). Les grands télédiffuseurs considèrent qu'il s'agit d'un investissement substantiel qui entraîne beaucoup de travail non négligeable, également en raison de la distribution du contenu sur de multiples plateformes (iOS, Android, Xbox).
 - Quelques suggestions :
 - Mettre à l'essai le marquage avec un échantillon de projets, à titre expérimental, plutôt que de demander aux producteurs de marquer leurs projets.
 - Établir un partenariat avec un télédiffuseur (grand ou petit) et cataloguer les différents types de projets afin d'avoir un meilleur aperçu des principaux obstacles. Produire ensuite un livre blanc à distribuer aux intervenants de l'industrie et au ministère du Patrimoine canadien.
- Il est impératif de prendre conscience que l'engagement envers un contenu numérique n'a rien à voir avec le calcul ou la récompense du rendement auprès de l'auditoire d'un contenu financé au cours d'une année donnée¹.

En réponse à ces préoccupations, il vaut la peine de mentionner que le FMC ignorait comment l'industrie évoluerait, et que les difficultés liées au marquage apparaissent le plus souvent dans les sites Web (par opposition aux applications, qui sont à priori une expérience « tout-inclus »). En outre, les petits producteurs et télédiffuseurs ont fait remarquer que le marquage d'événements constituait un processus relativement rapide qui fonctionnait bien. Néanmoins, le FMC aimerait insister sur le fait qu'il ne cherche pas à mesurer des projets pour en influencer le contenu. Si le processus de mesure nuit au projet, le FMC ne considérera pas que le marquage est fructueux. Ainsi, il tiendra compte des préoccupations de tous les intervenants et fera évoluer ses mécanismes de mesure en conséquence.

Rapports comparatifs

Le FMC cherche actuellement à comprendre les données de référence du succès dans la sphère des MN, à l'instar de ce qui se fait pour la télévision. Ces données de référence visent la présentation de rapports sur des données agrégées au conseil d'administration du FMC afin d'évaluer le succès général et d'effectuer des comparaisons avec d'autres catégories de contenu canadien et international. Les données seront divisées en fonction de la langue et du genre², et non selon les volets et les programmes de financement du FMC (p. ex., données distinctes pour le Programme de documentaires d'auteur de langue anglaise ou la Mesure incitative pour les médias numériques convergents).

¹ Par exemple, dans le cas d'une série dramatique à grand déploiement, le marquage d'événements sous-tendrait simplement le marquage des vidéos ou webisodes financés pour une année précise de financement.

² C'est également le cas de la composante télévision : un documentaire est signalé comme un documentaire, qu'il ait été financé par une ER ou par le Programme de documentaires d'auteur de langue anglaise.

Actuellement, il n'est pas envisagé d'apporter de modifications à la conception ou aux Principes directeurs des programmes. Avant d'intégrer les paramètres de mesure aux calculs d'ER, le cas échéant, le FMC consultera les intervenants de l'industrie avant l'implantation. Le FMC sait qu'il faudra régler de nombreux problèmes avant la mise en œuvre, mais il a besoin de données fiables en vue de la présentation de rapports au conseil d'administration et au ministère du Patrimoine canadien, et les données de référence constituent un outil important pour faire état du progrès et du succès.

Mesure des projets expérimentaux

Les niveaux de conformité sont plus élevés chez les projets convergents que chez les projets expérimentaux. Ces derniers sont souvent plus difficiles à encoder, notamment parce que les projets prennent plus de temps à arriver en production. Les limites actuelles relatives au marquage de certains projets avec comScore expliquent également la situation. Toutefois, comScore insiste sur le fait qu'il est possible de marquer tout projet ayant une connexion à un serveur. C'est ainsi que tous les problèmes de marquage seront probablement résolus bientôt et que le FMC et comScore collaboreront avec les développeurs pour assurer la viabilité de leurs projets marqués.

En outre, encore plus de projets ont actuellement le potentiel d'être marqués par comScore. Par exemple, il est possible de marquer des interfaces (API) de YouTube, de lancer des balises, de marquer des vidéos ou des mentions « J'aime » de Facebook imbriquées dans une page Web. En outre, il existe de nouveaux scripts compatibles avec Unity 3D et Cordoba puis, après l'introduction d'une solution d'appel au protocole HTTP pour marquer le contenu financé par le FMC, les problèmes de modules externes liés à l'intégration des trousseaux de développement logiciel de comScore ont été éliminés, ce qui a permis de simplifier le processus.