

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA**Comité consultatif sur les mesures de performance en médias numériques****Date : le 27 septembre 2012****Présentatrices : C. Briceno /J. Look****À DES FINS DE DISCUSSION****OBJET : Mesure du rendement en médias numériques**

QUESTION

Examiner l'évolution de la situation de février 2012 à aujourd'hui relativement à la saisie de données sur le rendement des projets MN financés par le FMC, à la suite du lancement du Cadre de mesure du rendement en médias numériques (CMRMN). Entamer des discussions en vue de la mise en œuvre d'un facteur du succès auprès de l'auditoire en MN pour l'allocation des enveloppes de rendement 2014-2015.

CONTEXTE

En juin 2011, le FMC a mis sur pied un Comité consultatif sur les mesures de performance en médias numériques composé de spécialistes des médias interactifs des télédiffuseurs et de producteurs de contenu provenant d'un vaste éventail d'organisations. Il visait ainsi à obtenir des commentaires et à entreprendre des consultations en vue de choisir les paramètres appropriés pour mesurer l'auditoire des MN (annexe A).

Deux ateliers animés par un modérateur ont été organisés à Toronto. Ceux-ci ont mené à la création d'un premier modèle, qui a été modifié à la suite d'une analyse plus approfondie avec les parties intéressées, puis qui a été mis à l'épreuve à l'aide des données de rendement réelles des projets financés depuis 2008-2009 afin de valider son efficacité. En février 2012, le FMC a lancé le Cadre de mesure du rendement en médias numériques (CMRMN), une feuille de route sur la mesure du rendement qui met l'accent sur les objectifs, la portée, la classification de projets, ainsi que sur les paramètres et les ICP (annexe B).

À la suite d'un processus de DP mené au premier trimestre de 2012-2013, le FMC a sélectionné comScore comme partenaire et fournisseur de services en mesure du rendement en MN, choisissant ainsi Digital Analytix, l'interface de comScore, pour saisir le rendement des projets et en faire rapport. comScore a fourni un guide technique et a établi une procédure de marquage type propre aux nombreux systèmes d'exploitation et dispositifs qui sont actuellement sur le marché. Le FMC a distribué les documents de comScore à un certain nombre de producteurs de MN et de spécialistes des médias interactifs des télédiffuseurs pour obtenir leur avis sur la qualité et la simplicité des guides de marquage. Le FMC remettra aux producteurs de MN dont la date de la version Bêta du projet financé approche les documents de procédure de marquage pertinents en vue de leur mise en application, avant le lancement du projet. En collaboration avec les consultants en affaires et techniques de comScore, le FMC est disposé à offrir du soutien technique aux producteurs de MN dans la mise en œuvre (annexes C1 et C2).

Étant donné que la mise en œuvre et l'opérationnalisation du CMRMN et de Digital Analytix de comScore se poursuivent conformément au calendrier de déploiement annoncé récemment par le FMC, ce dernier prévoit que l'échantillon de données de médias numériques recueillies s'accroîtra considérablement à la fin de 2012-2013 et pendant le premier trimestre de 2013-2014. En se fondant sur un solide échantillon de données, le FMC aura l'occasion d'évaluer et de mettre à l'épreuve la valeur de la méthode pour établir un facteur du succès auprès de l'auditoire en MN dans l'allocation des enveloppes de rendement 2014-2015. Il est important de noter que le CMRMN vise à saisir les données de rendement pour tous les

projets de médias numériques, y compris les composantes MN du volet convergent et tous les projets financés par le volet expérimental. Toutefois, le facteur du succès auprès de l'auditoire en MN s'appliquera seulement à l'allocation des enveloppes de rendement dans le cadre du volet convergent.

Il faut rappeler que le CMRMN définit ces cinq paramètres type applicables à tout projet en MN, sans égard à sa catégorie :

- Utilisateurs uniques
- Nouveaux utilisateurs
- Sessions
- Téléchargements, diffusion en continu, lancement de vidéos, actions des utilisateurs ou pages vues (selon le mode de transmission)
- Temps consacré à l'écoute

Saisie de données concurrente

Au moment où le CMRMN entre dans sa phase de mise en œuvre, le FMC a offert deux autres mécanismes de collecte de données qui fonctionnent parallèlement : 1) Un formulaire de rapport sur le rendement en MN a été créé en ligne. Les requérants de projet en MN doivent ouvrir une session et remplir leurs obligations de rapport normales; 2) Si un requérant de projet en MN a adopté le tableau de bord de Google Analytics afin de saisir les données de rendement de son projet, le FMC demande un permis d'accès de lecture seule au producteur en MN afin de faciliter la saisie passive des données sur le rendement du projet.

Résultats du rendement en MN tirés du formulaire en ligne

Depuis mai 2012, un formulaire interactif en ligne est publié dans www.cmf-fmc.ca. Ce mécanisme de rapport permet aux producteurs de s'inscrire auprès du FMC et d'ouvrir un compte d'entreprise pour gérer tous les rapports trimestriels visant tous leurs projets en MN financés. Par l'envoi d'un courriel d'autorisation au FMC, les producteurs peuvent également assigner à leur partenaire du réseau de mise en marché (télédiffuseur ou autre distributeur) la tâche de remplir les rapports de mesure. Après une période d'essai pendant laquelle le FMC a ouvert de nouveaux comptes par nom d'entreprise à la demande d'un producteur, le FMC adopte actuellement une démarche systématique afin de gérer l'ampleur du volume des projets à saisir dans la collecte de données.

Les projets MN ayant été lancés **avant le 1^{er} avril 2012** continueront de faire rapport seulement sur les paramètres à l'aide du formulaire en ligne.

Les projets MN ayant été lancés **après le 1^{er} avril 2012** déploieront la solution de marquage Digital Analytix. Cette implantation aura lieu en deux phases :

- 1) Les projets ayant été lancés avant le 1^{er} octobre 2012 continueront d'utiliser les rapports en ligne jusqu'à ce que le FMC fournisse aux producteurs de ces projets les caractéristiques de marquage et les documents de procédures;
- 2) Les projets dont les dates de publication sont prévues après le 1^{er} octobre 2012 recevront les caractéristiques de marquage et les documents de procédures selon la date de la version Bêta (tel qu'il est indiqué dans le formulaire d'application).

Néanmoins, même s'ils font rapport des paramètres avec la solution automatisée Digital Analytix, les producteurs continueront de remplir le formulaire en ligne pour signaler d'autres données, notamment des commentaires, les parts du marché, le budget de mise en marché, etc. (p. ex. sous la rubrique « Autres » dans le sommaire du CMRMN).

Résultats du rendement des MN tirés du tableau de bord de Google Analytics

L'échantillon des projets de MN faisant rapport des mesures de rendement recueillies jusqu'ici au moyen du permis de lecture seule du tableau de bord de Google Analytics ne serait pas considéré comme solide, mais le suivi du rendement pendant une année (d'avril 2011 à mars 2012) par langue et par genre est présenté à l'annexe D. Les projets financés par le FMC de 2008-2009 à 2011-2012 sont compris dans l'analyse. Par conséquent, il est possible que le rendement général montré soit sous-évalué, car il est possible que ces statistiques ne fassent pas état de l'effet initial immédiatement après le lancement d'un projet, puisque certains projets sont accessibles depuis deux ans ou plus.

Parmi les projets de langue anglaise, le genre enfants et jeunes a connu un rendement considérablement plus élevé que les genres documentaires ou dramatiques, dans tous les paramètres, et de loin. Le projet pour enfants et jeunes ayant eu le plus de succès, et dont la marque a une valeur solide en télévision, a enregistré 2,7 millions de visites, 1,2 million de visiteurs uniques, 5,8 pages vues par visite et 8,3 minutes passées par visite, soit bien au-dessus du projet de documentaire ou de dramatique le plus regardé.

Sur le marché francophone, l'échantillon de projets pour enfants et jeunes était limité. C'est le genre des documentaires qui a enregistré le plus de pages vues par visite, bien que le genre des dramatiques ait connu la durée moyenne des visites la plus longue, à savoir 4,7 minutes par visite. Le projet de documentaires ayant connu le plus de succès a reçu plus de 800 000 visites et près d'un demi-million de visiteurs uniques; le nombre de pages vues par visite s'est établi à 5,6, alors que le temps moyen passé par visite a atteint 2,6 minutes.

Groupe de discussion du CMRMN

Le FMC prévoit interroger les participants du comité et solliciter leurs commentaires à propos du CMRMN et de la mise en œuvre des outils de collecte de données. Il souhaite ainsi leur demander de quelle façon ces exigences de rapport ont influé sur le flux de travail et les processus internes de leur organisation, et les inviter à formuler des commentaires ou des idées pour optimiser les processus.

En vue de la préparation des prochaines réunions et discussions sur l'élaboration et la mise en œuvre de la méthodologie visant à définir le facteur du succès auprès de l'auditoire en MN, le FMC invite le Comité consultatif à fournir des commentaires à propos de leurs questions, préoccupations et suggestions.

Exemple de discussion : le facteur du succès auprès de l'auditoire en MN devrait-il être un indice composite des cinq paramètres de base recueillis par le FMC ou il y a-t-il un paramètre plus indicatif du succès d'un projet en MN? Si la réponse est affirmative, devrait-on mettre l'accent sur ce paramètre par rapport aux autres? Le paramètre pour définir la consommation de projets en MN financés par le FMC devrait-il s'harmoniser avec la définition de consommation de contenus télévisuels, p. ex. total d'heures d'écoute?

Annexe A

Depuis sa création en 2010-2011, le FMC est tenu de se conformer à l'Entente de contribution signée avec Patrimoine canadien et d'offrir des données sur l'auditoire, l'usage et les revenus relatifs au contenu numérique soutenu par le FMC sur d'autres plateformes que la télévision. Le FMC étant de plus en plus poussé à suivre le succès auprès de l'auditoire de tous les projets qu'il finance, il a mis sur pied un Comité consultatif composé de représentants des parties intéressées en 2011-2012 afin de discuter et d'explorer les indicateurs clés de performance (ICP) à adopter pour mesurer le rendement en médias numériques sur les différentes plateformes. Il était visé d'appliquer ces ICP à un ou plusieurs nouveaux facteurs qui seraient intégrés au processus d'allocation des enveloppes de rendement (ER).

Le FMC encourage la création de contenus canadiens populaires et novateurs ainsi que d'applications logicielles innovantes destinés aux plateformes numériques actuelles et émergentes, par l'entremise d'un soutien financier et d'une recherche sur l'industrie. Le FMC distribue des fonds par le truchement de deux volets de financement : le volet expérimental et le volet convergent.

Près de 80 % du financement du FMC est distribué au moyen du Programme d'enveloppe de rendement, qui fait partie du volet convergent du FMC. Ce programme alloue des enveloppes financières aux télédiffuseurs canadiens, qui sont les mieux placés pour décider quels projets sont susceptibles de connaître le plus de succès. Le mécanisme des enveloppes permet au FMC de déboursier des fonds de manière opportune, efficace et axée sur le marché, en partenariat avec les télédiffuseurs canadiens. Bien que les enveloppes soient allouées aux télédiffuseurs, l'aide financière du FMC est versée directement aux producteurs. Les enveloppes sont calculées et distribuées annuellement.

Le volet expérimental finance les contenus de médias numériques et les logiciels d'application interactifs canadiens à la fine pointe de l'innovation.

En regard de l'orientation stratégique établie par le gouvernement fédéral, le FMC a mené de vastes consultations avec l'industrie au cours des exercices 2009-2010 et 2010-2011, à la suite desquelles il a apporté un certain nombre de changements relatifs au calcul des enveloppes de rendement pour l'exercice 2011-2012, notamment l'introduction du facteur d'investissement dans les médias numériques de 5 % dans les deux marchés linguistiques.

Le facteur d'investissement dans les médias numériques constituait une solution temporaire proposée pour l'allocation des enveloppes de rendement 2011-2012, car le FMC vise à élaborer des paramètres appropriés pour déterminer le succès dans l'univers des médias numériques.

Le budget des ER 2011-2012 par marché linguistique met en contexte le budget affecté au facteur d'investissement dans les MN, la pondération établie à 5 % :

Valeur du facteur d'investissement en MN	Langue anglaise	Langue française
Budget des ER 2011-2012, en millions de dollars	9,5	4,5

Pour l'allocation des enveloppes de rendement 2012-2013, le FMC a continué de se fonder sur le facteur d'investissement dans les médias numériques, car le facteur du succès auprès de l'auditoire en médias numériques n'était pas prêt à être utilisé en raison de la taille restreinte de l'échantillon par rapport au nombre de projets en MN ayant fourni des rapports sur leur rendement au FMC.

Toutefois, la pondération du facteur a été doublée, et ainsi établie à 10 %.

Le budget des ER 2012-2013 par marché linguistique met en contexte le budget affecté au facteur d'investissement dans les MN, la pondération établie à 10 % :

Valeur du facteur d'investissement en MN	Langue anglaise	Langue française
Budget des ER 2012-2013, en millions de dollars	18,2	8,9

Annexe B

Voir le document intitulé “Annexe B_CMRMN Résumé rapport activité”

Annexe C1

Voir le document intitulé “Annexe C1_comScore/CMF Guide technique”

Annexe C2

Voir le document intitulé “Annexe C2_Spécifications de marquage (compilation)”

Annexe D

Google Analytics – Rendement en MN d'avril 2011 à mars 2012

Langue anglaise

Genre	Total de visites (000)	Visiteurs uniques (000)	Total de pages vues (000)	Pages vues par visite	Durée de la visite (en minutes)
Enfants et jeunes	401	153	2 833	7,1	7,9
Documentaires	67	38	339	5,1	4,3
Dramatiques	20	15	53	2,7	3,4

Langue française

Genre	Total de visites (000)	Visiteurs uniques (000)	Total de pages vues (000)	Pages vues par visite	Durée de la visite (en minutes)
Enfants et jeunes	107	69	252	2,4	3,3
Documentaires	217	128	1 183	5,4	2,6
Dramatiques	51	29	145	2,8	4,7

Langue anglaise – Projets ayant connu le plus de succès par genre

Genre	Total de visites (000)	Visiteurs uniques (000)	Total de pages vues (000)	Pages vues par visite	Durée de la visite (en minutes)
Enfants et jeunes	2 710	1 170	15 700	5,8	8,3
Documentaires	165	79	724	4,4	3,9
Dramatiques	25	21	101	4,0	2,0

Langue française – Projets ayant connu le plus de succès par genre

Genre	Total de visites (000)	Visiteurs uniques (000)	Total de pages vues (000)	Pages vues par visite	Durée de la visite (en minutes)
Enfants et jeunes	163	102	454	2,8	3,2
Documentaires	825	482	4 576	5,6	2,6
Dramatiques	133	72	459	3,5	2,8

Source : Permission de lecture seule de Google Analytics du 1^{er} avril 2011 au 31 mars 2012 (12 mois).