

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Comité avisur sur les mesures de performance en médias numériques

Date : le 27 septembre 2012

Présentatrices : J. Look/C. Briceño

À DES FINS DE DISCUSSION

OBJET : La VSD dans le facteur du succès auprès de l'auditoire de l'allocation des enveloppes de rendement

QUESTION

Discussion sur la mesure de la consommation de contenu télévisuel sur les plateformes de VSD et sur la façon d'intégrer ces données au facteur du succès auprès de l'auditoire dans le calcul des futures enveloppes de rendement.

CONTEXTE

Enveloppes de rendement (ER) et facteur du succès auprès de l'auditoire

Tous les projets financés par le FMC au titre du volet convergent doivent satisfaire les critères suivants (conformément aux principes directeurs du Programme des ER du FMC) :

- 1) une composante télévision diffusée par :
 - a) un ou des télédiffuseurs traditionnels à heures fixes titulaire(s) d'une licence de diffusion du CRTC, ou
 - b) un ou des services de vidéo sur demande (VSD) titulaire(s) d'une licence de diffusion du CRTC ;

et

- 2) l'un ou la totalité des moyens suivants :
 - a) une ou des composantes médias numériques ;
 - b) la composante télévision diffusée auprès du public canadien par l'intermédiaire d'un ou de plusieurs services de vidéo sur demande titulaire(s) d'une licence de diffusion du CRTC ;
 - c) la composante télévision diffusée auprès du public canadien par une société canadienne par l'intermédiaire d'une diffusion numérique non simultanée.

En vertu de cette définition, la consommation de contenu télévisuel financé au titre du volet convergent est admissible à l'octroi de crédits du facteur du succès auprès de l'auditoire aux fins du calcul des ER. Le succès auprès de l'auditoire récompense la capacité des télédiffuseurs à attirer un auditoire pour les émissions canadiennes financées par le FMC.

Actuellement, le crédit obtenu au titre de ce facteur se fonde sur le nombre total d'heures d'écoute au Canada des émissions admissibles de chaque télédiffuseur au cours d'une année de diffusion. Le facteur du succès auprès de l'auditoire tient compte de l'écoute de l'écran de télévision et des plateformes en direct, à savoir le « visionnement linéaire ». Les consommateurs

souhaitent de plus en plus regarder la télévision au moment qu'il leur convient, ce qui a poussé les télédiffuseurs à diffuser du contenu sur leur site Web ou dans des chaînes à valeur ajoutée d'EDR. L'industrie a inventé l'expression « trois écrans » pour décrire le phénomène de la distribution de contenu et de la fidélité des consommateurs qui passent de plus en plus par l'ordinateur et les appareils mobiles. Ce comportement d'écoute télévisuelle qui évolue à un rythme effréné a poussé le FMC à étudier d'autres méthodes pour mesurer l'écoute de ces plateformes non linéaires. Cette manière d'accéder au contenu est appelée, dans un sens large, « visionnement non linéaire », mais elle est plus connue sous le nom « vidéo sur demande » (VSD).

Conformément aux Principes directeurs des enveloppes de rendement 2012-2013, les projets convergents peuvent comprendre une composante télévision et une composante médias numériques (MN). Les composantes MN riches et élaborées seront mesurées conformément au Cadre de mesure du rendement en médias numériques lancé en février 2012 (voir autre note d'information).

Pour les besoins de la discussion, VSD s'entend de l'accessibilité à la composante télévision sur les chaînes et les plateformes autres que les transmissions prévues par le télédiffuseur.

Méthodes actuelles de mesure du succès auprès de l'auditoire

Le FMC utilise les heures totales d'écoute, tirées des données d'auditoire moyen par minute de BBM Canada, pour calculer les enveloppes de rendement. Le calcul se fonde sur la formule suivante :

$$\text{Heures totales d'écoute} = \frac{(\text{Auditoire moyen par minute en milliers} \times \text{durée de l'émission})}{1\,000}$$

L'auditoire moyen par minute est extrapolé selon le comportement mesuré au sein d'un groupe de participants de BBM. Les sondés de l'échantillon transportent sur eux un audimètre de la taille d'un téléavertisseur qui capte les données de visionnement linéaire dans les situations suivantes :

- Visionnement EN DIRECT : toute écoute réalisée au moment de la télédiffusion (marge de trois minutes), que ce soit par câble, par satellite, par antenne, en ligne, sur appareil mobile ou autre source.
- ENREGISTREMENT CONTRÔLÉ PAR LE SPECTATEUR : écoute d'émissions enregistrées sur magnétoscope VHS, enregistreur personnel, lecteur de DVD, lecteur de disque dur, etc., dans les sept jours suivant leur diffusion (signalée comme « écoute en différé »).
- ACCÈS À DISTANCE : parfois appelée « visionnement de rattrapage », écoute effectuée à partir d'un site Web ou du site d'un câblodistributeur. BBM inclut ce type d'écoute si l'émission est offerte dans le même format que la télédiffusion (y compris les publicités s'il y en avait) et si elle est visionnée dans les sept jours suivant sa diffusion (signalée comme « écoute en différé »).

L'audimètre ne permet pas de saisir les données sur le visionnement non linéaire, à savoir la VSD. Il ne peut non plus tenir compte du « visionnement de rattrapage » si l'émission est présentée différemment de la diffusion originale en direct (notamment si le contenu ne renferme pas de publicité, ou si les publicités diffèrent de celles qui ont été diffusées au cours de l'émission en direct).

Catégories de VSD

Il existe cinq catégories générales de VSD, dont l'une est réglementée par le CRTC en raison du type de transmission de contenu par les systèmes de diffusion réglementés. Les autres sont en grande partie non visées par la réglementation, car elles sont transmises par des systèmes qui ne sont pas considérés comme des systèmes de télédiffusion (à savoir, par des fournisseurs de services Internet ou des systèmes mobiles) :

- Services de télédiffusion de VSD réglementés
 - câble numérique, systèmes de radiodiffusion directe par satellite, télévision par IP
- Services obtenus par contournement
 - Google TV, AppleTV, Netflix, Anyplace TV de Rogers
- Services de diffusion en ligne
 - Tou.tv, cbc.ca, YouTube, Vimeo
- Services de diffusion mobiles
 - Applications vidéo (TreehouseTV, application TVO, BBC iPlayer)
- Contenu téléchargeable
 - iTunes

L'annexe A présente une description détaillée de chacune des catégories.

Options de mesure de la VSD

Faute de norme établie par l'industrie relativement à la mesure de la VSD, de nombreuses méthodes de différentes entreprises ont été employées ou sont en élaboration pour offrir aux télédiffuseurs ainsi qu'aux distributeurs et propriétaires de contenu des paramètres de consommation à des fins de partage des revenus ou de ventes.

BBM

BBM est témoin de l'intérêt accru envers le visionnement non linéaire et met actuellement en place un nouveau système afin de faire rapport de ces données de façon distincte du système visant l'écoute linéaire en direct et en différé. BBM a commencé à établir l'infrastructure technique nécessaire pour mettre en œuvre la mesure de la VSD, et le système fera l'objet de tests. BBM consultera ensuite les futurs utilisateurs de ce nouveau système au cours de 2012-2013 en vue de créer un système de rapport avant de prendre une décision relative au signalement du visionnement non linéaire dans le cadre de sa méthodologie de rapport. On ignore si les données produites seront compatibles avec les données démographiques actuelles d'heures totales d'écoute fournies pour le visionnement linéaire. Cependant, puisque BBM mesure déjà une forme de VSD par accès à distance dans les sept jours suivant la diffusion initiale à l'aide des mêmes paramètres que ceux du visionnement linéaire, il est raisonnable de croire qu'il sera en mesure d'adopter un système dont les paramètres seront compatibles entre les deux types de visionnement.

BBM estime que l'évaluation des exigences techniques, le développement, la mise à l'épreuve et la consultation des futurs utilisateurs du nouveau système en vue de créer un système de rapport devraient prendre au moins 12 mois. Les diffuseurs ne doivent pas s'attendre à obtenir un mécanisme de rapport et des mesures du rendement qui reflètent le visionnement non linéaire avant le début de l'année de diffusion 2013-2014, au plus tôt.

Rentrak

Rentrak, une entreprise américaine, a recours aux données tirées directement des EDR pour suivre les activités de VSD. À l'aide des commandes suivies par les terminaux numériques utilisés par les consommateurs pour accéder aux services de VSD, l'interface de Rentrak suit le

nombre de commandes passées ainsi que le temps de visionnement de chacun des titres achetés. Les données peuvent ensuite être regroupées par titre d'émission pour assurer l'anonymat des abonnés au câble, conformément aux lois sur la protection des renseignements personnels.

Toutefois, la collaboration du FMC avec Rentrak est freinée, car cette dernière n'a pu obtenir l'autorisation de ses abonnés pour extraire le niveau d'information dont le FMC a besoin pour tester et établir une méthode d'intégration de la consommation de ce type de contenu dans le facteur du succès auprès de l'auditoire-heures totales d'écoute pour l'allocation des ER.

comScore/Digital Analytix

Le FMC a choisi comScore et son interface Digital Analytix pour saisir le rendement des composantes MN des volets convergent et expérimental qu'il finance. StreamSense, une caractéristique utilitaire de Digital Analytix, fait rapport de la consommation de vidéos grâce à une liste de paramètres, dont quelques-uns sont présentés ci-dessous. Les mesures ne sont pas directement comparables avec la consommation de contenu télévisuel analysée par BBM (c'est-à-dire les heures totales d'écoute, tirées de l'auditoire moyen par minute). Parmi les paramètres de consommation de vidéos signalés par StreamSense de comScore, mentionnons :

- lancement de vidéos
- vidéos terminées (selon une valeur prédéterminée, à savoir, terminé à 50, 75 ou 90 %)

Puisque StreamSense mesure l'activité par lecteur de vidéos et non par contenu, les producteurs et les fournisseurs de contenu devront marquer le contenu télévisuel pour en mesurer adéquatement la consommation à l'aide de la solution de comScore. Le marquage offre d'importants renseignements de classification, notamment le titre de la vidéo, l'éditeur et le genre.

Autosignalement par les diffuseurs à l'aide de mécanismes de mesure exclusifs

Les mécanismes de mesure exclusifs sont souvent utilisés pour évaluer la consommation de contenu sur diverses plateformes. Si l'industrie se sert d'une série d'outils de mesure, le vocabulaire utilisé et la définition de chacun des termes manquent d'uniformité. En effet, chaque diffuseur et fournisseur de contenu établissent leurs propres critères en fonction de leurs objectifs commerciaux. Par exemple, bien que le nombre de lancements de vidéos soit comptabilisé, le pourcentage de visionnement peut être fixé à 25, 50, 75 ou 90 % du visionnement en ligne d'une émission (épisode).

Comme le FMC n'aura pas accès aux mécanismes de mesure exclusifs, il ne pourra soutenir un mécanisme d'autosignalement en vue d'élaborer une méthode pour établir un facteur pour les besoins de l'allocation des ER. Le FMC devrait proposer un paramètre pour saisir le comportement de consommation. Toutes les autres options de mesure de la VSD qui s'offrent au FMC (BBM, Rentrak et comScore) permettent de vérifier les données directement à la source.

Le FMC doit également garder à l'esprit l'équité au sein de l'industrie. Les petits diffuseurs ou distributeurs de contenu ne seraient-ils pas injustement défavorisés s'ils n'ont pas les ressources humaines et financières nécessaires pour surveiller, suivre et autosignaler la consommation de VSD au FMC ?

Intégration des données de VSD au calcul des enveloppes de rendement

Les paramètres actuellement utilisés par les autres fournisseurs (Rentrak, comScore, données autosignalées) pour mesurer la VSD ne sont pas directement compatibles avec les normes BBM, qui font l'unanimité dans l'industrie, pour mesurer le contenu télévisuel offert sur des plateformes linéaires (autres que la VSD).

Puisque la solution intégrée de BBM ne sera pas prête avant au moins un ou deux ans, le FMC doit déterminer s'il récompensera entre-temps la consommation de contenu financé sur les plateformes de VSD et, dans l'affirmative, la façon dont il le fera. Puisqu'il s'agit d'une mesure de la composante télévision d'un projet convergent, les paramètres utilisés pour évaluer le rendement seront appliqués au facteur du succès auprès de l'auditoire du calcul des ER.

S'il est décidé que les paramètres existants doivent être utilisés pour évaluer la consommation de VSD dans l'allocation des fonds d'ER, de plus amples discussions auront lieu pour étudier les aspects suivants :

- Quels devraient être le ou les paramètres ?
- Comment la VSD sera-t-elle intégrée au calcul du succès auprès de l'auditoire, étant donné que la mesure des heures totales d'écoute n'est pas compatible avec aucun paramètre existant de la VSD ?
- La VSD devrait-elle être évaluée parallèlement aux heures totales d'écoute (c'est-à-dire, comme un facteur pondéré distinct) ou doit-elle être intégrée à la mesure actuelle des heures totales d'écoute ?
- Le paramètre de VSD est-il un outil de mesure provisoire qui pourrait être remplacé par un mécanisme d'audimètre BBM lorsque l'infrastructure permettant de mesurer le visionnement de VSD sera mise en place ?

OPTIONS

Compte tenu des renseignements présentés ci-dessus, voici quelques options (non définitives) quant au plan d'action que le FMC pourrait suivre relativement à l'évaluation du visionnement de VSD aux fins du calcul des ER :

1. Adopter le système de rapport de BBM pour mesurer la VSD ou la consommation sur des plateformes non linéaires. Entre-temps, continuer à calculer le succès auprès de l'auditoire en se fondant sur les mesures actuelles des auditoires des émissions linéaires (autres que la VSD).
2. Utiliser les paramètres de Rentrak (nombre de commandes et temps consacré à regarder chacune d'elles) pour évaluer la consommation de VSD. *Nota : le FMC n'a toujours pas été autorisé à obtenir ces données de Rentrak.*
3. Utiliser comScore et sa solution Digital Analytix StreamSense pour saisir les données de consommation de VSD (il reste à déterminer les paramètres et les méthodes d'intégration des données au calcul du succès auprès de l'auditoire).
4. Demander aux diffuseurs de mesurer eux-mêmes l'activité liée à la VSD par leurs propres mécanismes de mesure exclusifs, à l'aide des paramètres établis par le FMC. *Non recommandé.*

DISCUSSION

ANNEXE A : Catégories de services de VSD

Services de télédiffusion de VSD réglementés : Chaînes offertes par le câble numérique, les systèmes de radiodiffusion directe par satellite ou la télévision par IP. Par exemple, *The Movie Network On-Demand* d'Astral est un service réglementé. Ces services sont assujettis au *Règlement de 1990 sur la télévision payante* (qui fait partie de la *Loi sur la radiodiffusion*).

Services obtenus par contournement : Il existe plusieurs types de services obtenus par contournement. Google TV et AppleTV sont des agrégateurs de contenus liés à des terminaux numériques exclusifs. De leur côté, les distributeurs de contenu, comme Netflix et Hulu, envoient directement du contenu à des consoles de jeu, à des applications pour ensemble télé haute définition et mobiles ou par la diffusion en ligne. Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes suivent un modèle similaire, par exemple, le système Illico de Vidéotron, accessible par terminal numérique, en ligne ou sur mobile. Anyplace TV de Rogers est distribué de la même façon que le service Illico, en plus d'être accessible par une application pour Xbox 360. Tous ces services sont généralement payants (frais d'abonnement ou droits d'accès), et le contenu est accessible sur de nombreuses plateformes, car il y a des noyaux de services et des interfaces personnalisables.

Services de diffusion en ligne : Diffusion de vidéos accessibles par explorateur Web. Il peut s'agir de services de diffusion offerts par les entreprises canadiennes de câble ou de satellite, de sites Web diffusant des vidéos gérés par des télédiffuseurs canadiens (comme tou.tv au Canada français et cbc.ca au Canada anglais), de portails internationaux comme YouTube et Vimeo ou encore de sites Web créés par des créateurs de contenu indépendants ([webséries](#), par exemple). Ces services sont généralement gratuits, car ils sont financés par la publicité ou par les dons des amateurs.

Services de diffusion mobiles : De nombreuses applications vidéo sont simplement des interpréteurs (semblables à une interface Web), les vidéos étant tirées des serveurs par connexion Internet sans fil (wi-fi ou réseaux mobiles 3G). Beaucoup de services obtenus par contournement et de services Web offrent également du contenu sur applications mobiles, en plus des applications spécialisées payantes comme l'application [TreehouseTV Video](#).

Contenu téléchargeable : Si les VHS, DVD et Blu-ray, les prédécesseurs des vidéos téléchargeables, ne sont pas considérés comme de la VSD, le fait de se connecter à iTunes et d'acheter une série télévisée sur un coup de tête modifie la propriété du contenu et en fait une forme de vidéo accessible sur demande. Par exemple, CTV offre [Flashpoint](#) et Showcase/Shaw Media offre [Continuum](#) sur iTunes.

Annexe B : Résumé des fournisseurs de mesure de VSD possibles

Fournisseur	Paramètres	Vérifiabilité
BBM	<ul style="list-style-type: none"> Données démographiques complètes, fondées sur un échantillon et une pondération rigoureusement contrôlés pour faire le portrait des comportements de consommation. Parmi les IRC pertinents pour le FMC, mentionnons¹ : <ul style="list-style-type: none"> AMM (toutes les maquettes) Durée du visionnement Heures totales d'écoute Portée 	<ul style="list-style-type: none"> Mesure de tiers. Paramètre normalisé reconnu par l'industrie. Vérifiable par le FMC (par un tiers indépendant).
Rentrak	<ul style="list-style-type: none"> Aucune donnée démographique. « Données de recensement » fondées sur un certain nombre de commandes seulement. Parmi les IRC pertinents pour le FMC, mentionnons : <ul style="list-style-type: none"> Nombre total de commandes Durée du visionnement par commande Heures totales d'écoute (selon le nombre de commandes seulement) 	<ul style="list-style-type: none"> Mesure de tiers. Utilisation répandue chez les EDR et les propriétaires de contenu au Canada et aux États-Unis. Non vérifiable par le FMC, en raison du caractère exclusif de la propriété des données.
comScore StreamSense	<ul style="list-style-type: none"> Données démographiques complètes, fondées sur une extrapolation du comportement d'un groupe de participants. Parmi les IRC pertinents pour le FMC pouvant être inclus, mentionnons : <ul style="list-style-type: none"> Consommation de vidéos <ul style="list-style-type: none"> nombre de lancements nombre de visionnements terminés 	<ul style="list-style-type: none"> Mesure de tiers. Largement utilisé sur de nombreuses plateformes numériques. Fournisseur choisi par le FMC pour la mesure du rendement en MN. Vérifiable par le FMC (par un tiers indépendant).
Autosignalement à l'aide de mécanismes de mesure exclusifs	<ul style="list-style-type: none"> Le FMC doit définir les paramètres acceptables. Les données soumises devront être conformes à un paramètre standard convenu afin de permettre l'évaluation et l'application de crédits pour les enveloppes de rendement. Parmi les IRC pertinents pour le FMC pouvant être inclus, mentionnons : <ul style="list-style-type: none"> Achalandage <ul style="list-style-type: none"> nombre de lancements nombre de visionnements terminés temps consacré à l'écoute 	<ul style="list-style-type: none"> Non recommandé. Exigerait des diffuseurs qu'ils fournissent une preuve de leur rendement.

¹ Il est présumé que les paramètres des rapports non linéaires (VSD) que BBM établira seront les mêmes que ceux utilisés pour mesurer le visionnement linéaire.