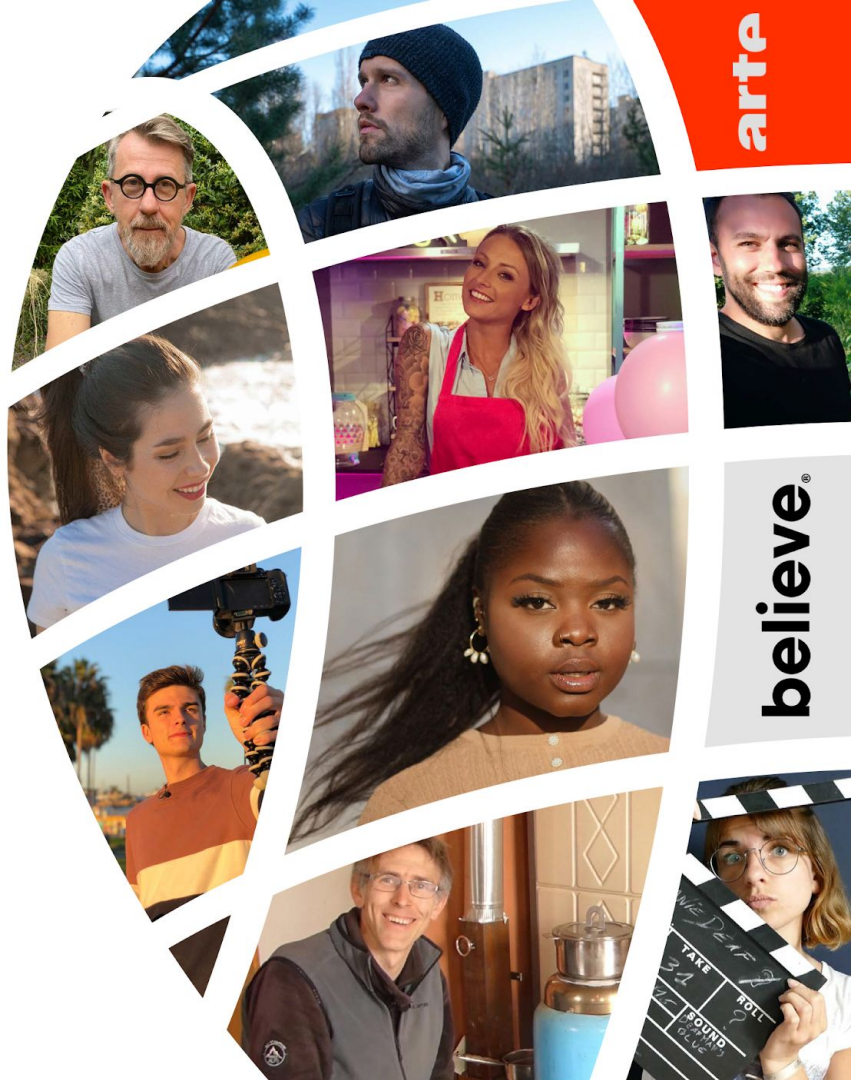


L'IMPACT DE YOUTUBE EN FRANCE

ÉVALUER L'IMPACT ÉCONOMIQUE,
SOCIÉTAL ET CULTUREL DE
YOUTUBE EN FRANCE



Chaque jour, YouTube aide des utilisateurs à découvrir de nouvelles choses ou acquérir de nouvelles compétences, et des vidéastes à créer des entreprises et des emplois. Cette étude réalisée par Oxford Economics a pour objectif d'évaluer l'impact sur l'économie, la société et la culture française de la plateforme de vidéos la plus populaire au monde, en combinant enquêtes de perception et modélisation économique.

Environ un milliard d'heures de vidéos sont visionnées chaque jour sur YouTube dans le monde entier. En France, ces vues génèrent des revenus substantiels pour les créateurs YouTube et d'autres entreprises, qui viennent à leur tour soutenir l'activité économique et les emplois dans leurs chaînes d'approvisionnement, et dans l'ensemble de l'économie.

En 2019, nous avons estimé que l'ensemble de l'écosystème créatif de YouTube a contribué de manière approximative à hauteur de :



515 millions
d'euros
au PIB français



15 000
emplois équivalents à
temps plein en France

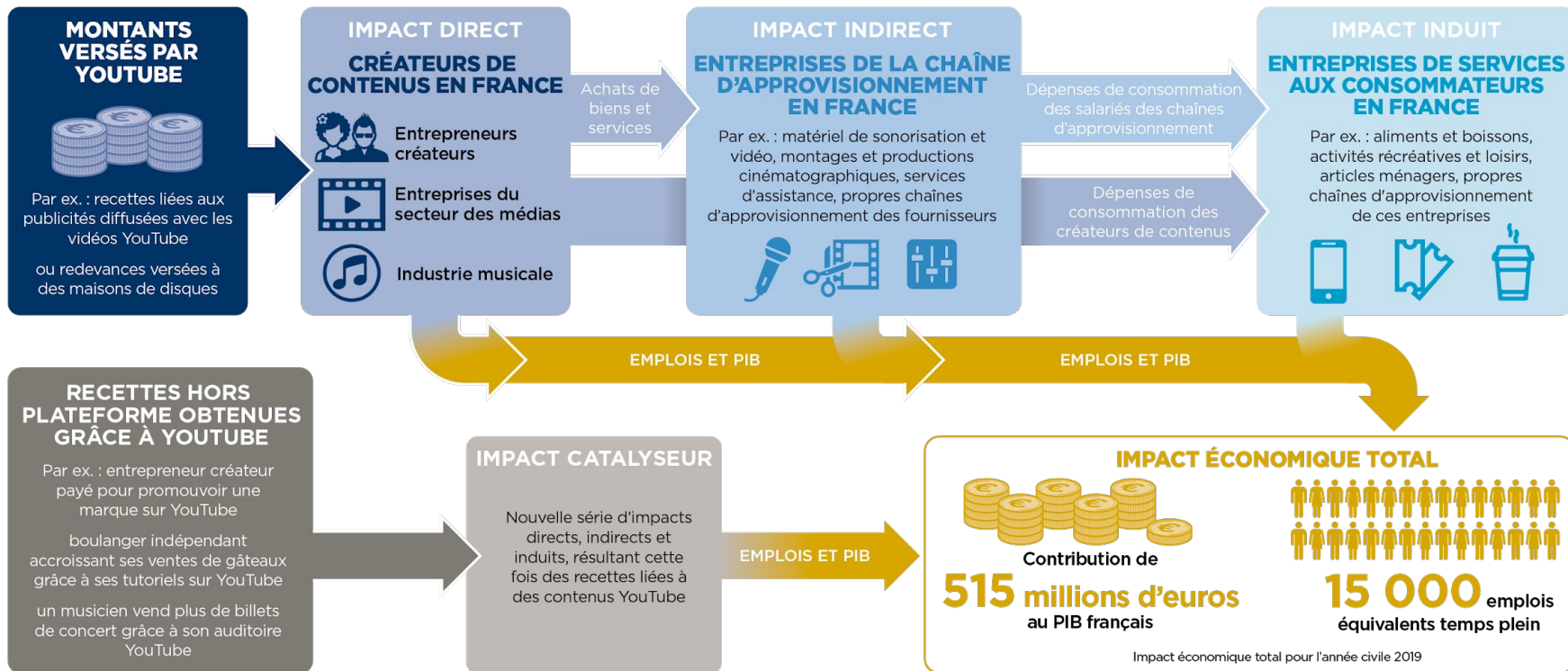
NOTRE MÉTHODOLOGIE

La modélisation économique réalisée par Oxford Economics s'est appuyée sur les résultats d'enquêtes et les données publiées pour estimer la contribution de YouTube aux principaux indicateurs économiques tels que le PIB et l'emploi.

Pour l'étude française, nous avons réalisé quatre enquêtes anonymisées auprès de 6 000 utilisateurs, 600 créateurs et 500 entreprises. Tous les répondants à ces enquêtes étaient basés en France.

Dans les pages qui suivent, nous présentons les principaux résultats de notre modélisation économique, les conclusions de notre recherche ainsi qu'une série d'études de cas de créateurs français.

QU'EST-CE QUI CONSTITUE L'IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL DE L'ÉCOSYSTÈME CRÉATIF DE YOUTUBE ?



LA PLATEFORME DES ENTREPRENEURS CREATEURS

De simples particuliers complétant leur revenu principal, jusqu'aux vidéastes professionnels vivant de leurs gains sur YouTube, la création et le partage de vidéos sont devenus plus qu'une passion pour des milliers d'entrepreneurs créateurs en France.

69% des entrepreneurs créateurs déclarent que YouTube a eu un impact positif sur leurs objectifs professionnels.

67% des entrepreneurs créateurs indiquent que YouTube leur a apporté des opportunités supplémentaires en dehors de la plateforme.

« Nous créons des vidéos de présentation pour différents produits, utilisant des assistants vocaux, ainsi que de nombreux tutoriels (...) Elles aident vraiment les clients à résoudre des problèmes et à répondre aux questions qu'ils se posent avant d'acheter le produit. (...) YouTube va gagner en importance pour des entreprises comme la nôtre, et nous prévoyons de l'utiliser plus fréquemment en fonction de l'évolution de notre activité. »

Un gestionnaire de contenu pour une société de reconnaissance vocale utilisant l'intelligence artificielle



Les *entrepreneurs créateurs* comprennent les créateurs YouTube dont la principale chaîne compte 10 000 abonnés ou plus, ainsi que les créateurs YouTube dont le nombre d'abonnés est moindre mais qui perçoivent directement des revenus de YouTube, perçoivent des revenus d'autres sources grâce à leurs vidéos sur YouTube et/ou qui emploient des salariés permanents dans le cadre de leurs activités sur YouTube.

L'ATELIER DE ROXANE

Alors âgée d'une vingtaine d'année Roxane Piana travaillait dans une crèche lorsqu'elle découvrit sa véritable vocation de maître pâtissière. Après s'être fait connaître en participant à l'émission de talents Le Meilleur Pâtissier, elle a commencé à partager ses compétences sur YouTube en 2015, en démarrant par un tutoriel de décoration de gâteaux où elle montrait comment faire un nœud en pâte de sucre.

Ce qui a commencé comme une chaîne de partage de recettes est vite devenu une entreprise familiale, et Roxane et son mari ont tous deux quitté leur emploi pour se consacrer à 100 % à la gestion de L'Atelier de Roxane.

En 2017, elle a publié son premier livre et lancé une boutique en ligne pour vendre des marchandises et des accessoires, tout en continuant à monétiser le contenu de sa chaîne.

La chaîne YouTube de Roxane lui a permis de créer une solide communauté de 3,5 millions d'abonnés et s'est avérée un moyen durable de renforcer sa marque et de poursuivre la croissance de son activité. En bref, YouTube a permis à Roxane de vivre de sa passion.



CONTRIBUER AU SUCCÈS DE L'INDUSTRIE MUSICALE ET DES MÉDIAS

YouTube a eu un impact majeur sur l'industrie de la musique et des médias en France et dans le monde. C'est un moyen pour les musiciens et les interprètes en tout genre de publier leurs œuvres et d'atteindre le public en réduisant les barrières, un outil de promotion et une source de revenus complémentaires pour les entreprises du secteur de la musique et des médias et une ressource unique pour repérer les nouveaux talents.

81% des entreprises françaises du secteur de la musique et des médias qui utilisent YouTube s'accordent à dire que la plateforme contribue à la croissance du marché global des contenus.

71% des entreprises françaises du secteur de la musique et des médias qui utilisent YouTube s'accordent à dire que la plateforme leur permet d'atteindre de nouvelles audiences avec leur contenu.

82% des entreprises françaises du secteur de la musique et des médias interrogées qui utilisent YouTube s'accordent à dire que la plateforme met en lumière des talents encore inconnus.

BELIEVE

Créée en 2005 à Paris, Believe est devenue un leader mondial de la distribution digitale et des services aux artistes et labels indépendants, permettant aux artistes et labels de toutes tailles de se constituer un public et de faire carrière. Believe emploie actuellement plus de 1 200 professionnels dans 45 pays, offrant à ses partenaires des services mondiaux de distribution et de marketing numérique.

Un élément clé de la stratégie de croissance de Believe a été son engagement précoce et innovant sur YouTube. Believe a été l'une des premières sociétés musicales à comprendre le potentiel de YouTube pour les artistes et les labels et elle a très vite investi dans la création d'un département spécialisé dans la gestion de chaînes vidéo. Aujourd'hui, elle fait systématiquement partie des premières entreprises à expérimenter et s'appuyer sur les fonctionnalités de la plateforme, qu'il s'agisse de diffuser des émissions en direct ou d'utiliser les fonctionnalités de montage au sein de YouTube Studio.

Cet esprit pionnier a permis à Believe d'exploiter pleinement les opportunités offertes par la plateforme, faisant de YouTube une des principales sources de revenus de la société.



SOUTENIR ET CONTRIBUER AU RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL DE L'EXCEPTION CULTURELLE FRANÇAISE

Depuis son lancement il y a 15 ans, YouTube a permis à toutes sortes de créateurs de réduire leurs coûts de production et de trouver d'autres débouchés que les circuits médiatiques traditionnels. La diversité et la richesse de l'écosystème des créateurs français sur YouTube - notamment le dynamisme des contenus scriptés et d'apprentissage, reflètent l'exception culturelle française. YouTube permet également aux utilisateurs du monde entier de visionner des contenus en français, contribuant au rayonnement de la culture française partout dans le monde.

80% des utilisateurs s'accordent à dire que YouTube accueille des contenus diversifiés.

82% des entrepreneurs créateurs s'accordent à dire que YouTube les aide à exporter des contenus vers des publics internationaux auxquels ils n'auraient pas accès autrement.

« YouTube a changé l'écosystème des médias de manière positive, car il y a des milliards d'utilisateurs en ligne qui sont curieux d'explorer et de regarder des contenus diversifiés selon leur choix. C'est une importante plateforme permettant de télécharger des vidéos destinées aux consommateurs et de générer des revenus. Les listes de lecture aident les téléspectateurs à rechercher facilement les vidéos, et c'est un outil précieux pour élargir votre public. »

Un responsable des réseaux sociaux pour une grande société française de médias

ARTE

ARTE est la chaîne de télévision franco-allemande de référence pour les contenus culturels en Europe.

Connue depuis longtemps pour la qualité de ses documentaires et émissions de télévision, ARTE a lancé sa chaîne YouTube principale en 2010 dans le but de toucher un public nouveau et plus jeune et d'expérimenter de nouveaux formats.

Cette chaîne, qui propose un large éventail de documentaires, d'émissions et de programmes numériques originaux, rassemble déjà plus de 1,4 million d'abonnés.

Arte a depuis créé 20 chaînes secondaires, dont certaines dédiées à des émissions spécifiques telles que *Tu Mourras Moins Bête* (600 000 abonnés) et *Le Dessous de Cartes* (250 000 abonnés). La chaîne a également testé et adopté les toutes dernières innovations de YouTube, telles que *Live*, *Première & Stories*. Grâce à cette stratégie, ARTE a récemment pu réaliser la plus forte croissance parmi les sociétés de télévision françaises sur YouTube, en augmentant ses vues de 113 % au cours du premier semestre 2020 par rapport à 2019.



UN LIEU POUR APPRENDRE

Que ce soit dans leur vie personnelle ou professionnelle, YouTube permet aux utilisateurs en France de développer un large éventail de connaissances, leur permettant de découvrir de nouveaux passe-temps, de réparer quelque chose chez eux, d'obtenir de nouvelles compétences voire même d'entamer une nouvelle carrière.

51% des étudiants interrogés qui utilisent YouTube (tous âgés de 18 ans et plus) ont déclaré utiliser la plateforme dans le cadre de leurs devoirs ou de leurs études.

77% des enseignants français qui utilisent YouTube ont déclaré utiliser les contenus de la plateforme dans le cadre de leurs cours.

Près de 6 utilisateurs français sur 10 déclarent utiliser YouTube pour apprendre à résoudre un problème pratique.

« Je suis un fan inconditionnel de YouTube. Enseigner d'une seule façon m'ennuie, et je poursuis une approche « toujours innovante » qui m'a aidé à devenir un meilleur professeur au fil du temps. Les parents sont satisfaits de la manière dont j'utilise YouTube ; ils nous font souvent part de leurs commentaires [et] nous encouragent à publier des vidéos comme teaser 3 ou 4 jours avant le début du cours lui-même. Ils considèrent que YouTube est un bon moyen de présenter une nouvelle leçon ou un concept... Je pense que nous devons être plus innovants dans notre système éducatif, et YouTube pourrait servir de tremplin à cet effet. »

Un professeur de physique et de sciences de la terre dans l'enseignement secondaire

JAMY GOURMAUD

Jamy Gourmaud est le co-créateur et ancien présentateur de l'émission télévisée de vulgarisation scientifique C'est Pas Sorcier, qui a fait de lui un animateur de télévision emblématique pour toute une génération de téléspectateurs français.

En réponse au confinement lié au Coronavirus, il a lancé sa propre chaîne YouTube Jamy en mars 2020, en commençant par créer - depuis son jardin et son atelier - de courts formats sur un large éventail de sujets liés à la science (les « Capsules de déconfinés »).

S'appuyant sur son expertise de journaliste, de producteur et de scientifique, Jamy a trouvé que YouTube était la plateforme idéale pour remplir sa mission consistant à « enseigner une chose chaque jour », indépendamment de l'endroit où il se trouve ou de ce qu'il fait.

En cinq mois seulement, la chaîne a attiré plus de 600 000 abonnés et est devenue un point de référence pour l'apprentissage de la science grâce à la combinaison de contenus intéressants, crédibles et amusants.



NOURRIR LE DIALOGUE SUR LES SUJETS DE SOCIÉTÉ

YouTube est une plateforme qui permet aux créateurs et créatrices de tous les milieux de partager leurs points de vues, et à tous les utilisateurs d'apprendre de l'expérience des autres. Elle crée ainsi de nouvelles communautés d'utilisateurs et de créateurs, contribuant à nourrir le dialogue sur les enjeux actuels, qu'il s'agisse du développement durable, de l'émancipation des femmes ou de la diversité.

69% des créateurs issus de minorités s'accordent à dire que YouTube offre une plateforme pour partager des expériences de vie et éduquer les autres.

71% des entrepreneurs créateurs interrogés ont déclaré que YouTube a accru leur capacité à influencer les causes qui leur tiennent à cœur.

« Nous publions beaucoup de vidéos sur YouTube pour informer et sensibiliser sur les questions environnementales, et pour proposer des solutions telles que l'agriculture durable, la gestion des déchets, l'approvisionnement durable et l'utilisation d'énergie propre... Il est essentiel [pour nous] d'attirer de nouveaux publics et YouTube nous y aide. Parmi les plateformes de partage de vidéos, YouTube occupe une place prépondérante sur le marché. C'est un excellent outil pour communiquer des histoires visuellement et sa diffusion est bonne également. »

Un responsable de la communication pour une organisation caritative environnementale

BARNABÉ CHAILLOT

Barnabé Chaillot, qui vit près de Grenoble, est un inventeur passionné par le développement durable. Il a toujours aimé bricoler et s'est un jour tourné vers YouTube pour partager une vidéo le montrant en train de fabriquer une éolienne pour sa maison. Suite aux réactions très positives des utilisateurs de la plateforme, Barnabé a décidé de continuer à partager son travail, notamment ses idées pour fabriquer des systèmes d'énergie renouvelable simples et accessibles.

YouTube a donné à Barnabé l'occasion de partager ses compétences et ses connaissances avec des milliers de personnes cherchant à apprendre comment rendre leur maison plus durable. En plus d'inspirer sa communauté, la chaîne de Barnabé est une source d'idées nouvelles pour son travail, car les abonnés lui donnent des idées pour de nouveaux tutoriels et de nouvelles inventions.

Ayant publié à date plus de 60 vidéos, Barnabé a acquis plus de 200 000 abonnés et poursuit ses efforts pour créer un monde plus durable.



CE QUE LES UTILISATEURS ET LES CRÉATEURS NOUS ONT DIT SUR YOUTUBE

LA PLATEFORME DES ENTREPRENEURS CRÉATEURS

« YouTube m'a permis de créer le poste de mes rêves, et donc de soutenir un style de vie proche de l'idéal. YouTube propose une plateforme qui fait qu'on ne dépend que de notre travail pour réussir. C'est pour moi le plus proche d'une méritocratie et je suis infiniment reconnaissant envers YouTube pour ses contributions à ma vie et à la société, et j'espère que cette plateforme saura perdurer dans le temps. »

Un créateur de 10 000 à 50 000 abonnés, 25 à 34 ans, Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine

« YouTube me donne la possibilité de m'épanouir dans ma passion et de pouvoir un jour en faire mon métier. Cela vaut la peine de faire partie des créateurs YouTube et j'en suis fier. »

Un créateur de 500 000 à 1 million d'abonnés, 45 à 54 ans, Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine

CONTRIBUER AU SUCCÈS DE L'INDUSTRIE MUSICALE ET DES MÉDIAS

« Merci YouTube d'exister et de permettre la libre expression artistique et le partage de belles énergies pour le bien-être de tous. »

Un créateur de 1 000 à 10 000 abonnés, 45 à 54 ans, Île-De-France

« J'ai pu découvrir beaucoup d'artistes musicaux, perfectionner mes techniques professionnelles, et éclaircir les points plus vagues de mes cours grâce à YouTube. »

Un utilisateur, 18 à 24 ans, Île-De-France

SOUTENIR ET CONTRIBUER AU RAYONNEMENT À L'INTERNATIONAL DE L'EXCEPTION CULTURELLE FRANÇAISE

« YouTube m'a ouvert au monde, me permettant de découvrir énormément de choses dans différents domaines. C'est un grand avantage pour moi. »

Un créateur de 10 000 à 50 000 abonnés, 55 à 64 ans, Bourgogne-Franche-Comté

« YouTube est la seule plateforme qui permet d'atteindre beaucoup de personnes partageant la même passion que nous dans le monde. »

Un créateur de 1 000 à 10 000 abonnés, 18 à 24 ans, Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées

« Je peux voir des vidéos de personnes vivant dans d'autres pays, de cultures différentes de la mienne. »

Un utilisateur, 55 à 64 ans, Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine

CE QUE LES UTILISATEURS ET LES CRÉATEURS NOUS ONT DIT SUR YOUTUBE

UN LIEU POUR APPRENDRE

« Ça me permet de comprendre un sujet de math avec des explications orales, [qui sont] plus faciles que des explications écrites. »

Un utilisateur, 45 à 54 ans, Lyon, France

« Lorsqu'on habite en milieu rural, sortir n'est pas aussi simple qu'en ville. YouTube permet de se connecter facilement au monde pour accroître ses connaissances. »

Un utilisateur, 35 à 44 ans, Auvergne-Rhône-Alpes, France

« YouTube me permet d'acquérir plus de connaissances [et] m'aide à résoudre les petits problèmes du quotidien comme ceux liés au bricolage ou à la réparation. »

Un utilisateur, 45 à 54 ans, Provence-Alpes-Côte D'Azur, France

NOURRIR LE DIALOGUE SUR LES SUJETS DE SOCIÉTÉ

« YouTube est une plateforme de création de contenu disponible en ligne qui me permet non seulement de produire mes vidéos originales mais aussi de partager ma passion avec le monde entier. Je souhaite sincèrement y voir une évolution financière et communautaire, qui me permettront d'offrir des opportunités de travail autour de moi, afin de contribuer au développement de la société par la culture et les arts visuels. Merci. »

Un créateur de 10 000 à 50 000 abonnés, 35 à 44 ans, Île-De-France

« Pratiquement aucun impact sur mes revenus, mais une grande satisfaction en tant que créateur, de nouveaux projets sur l'environnement et l'avenir de notre planète sont en préparation sur une nouvelle chaîne en 2020 »

Un créateur, 55 à 64 ans, Provence-Alpes-Côte D'Azur

« YouTube me permet de mettre en avant un mode de vie (autonomie d'énergie et alimentaire) qui était jusque-là mal perçu et dont on avait facilement tendance à se moquer sur les médias traditionnels. La plateforme a permis de montrer ce qu'il en était réellement au jour le jour. »

Un créateur de 50 000 à 250 000 abonnés, 35 à 44 ans, Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées

À PROPOS D'OXFORD ECONOMICS

Auparavant affiliée à l'école de commerce de l'Université d'Oxford, Oxford Economics a été fondée en 1981 en vue d'offrir des services d'analyse et de prospective économique à des entreprises et établissements financiers du Royaume-Uni souhaitant étendre leurs activités à l'étranger. Nous sommes désormais l'une des principales entreprises de conseil indépendantes internationales au monde et fournissons des études, des prévisions et des outils d'analyse portant sur plus de 200 pays, 250 secteurs d'activité et 7 000 villes et régions.

Au sein de son siège social d'Oxford, en Angleterre, et dans ses centres régionaux de New-York, Londres, Francfort et Singapour, Oxford Economics emploie 400 salariés à temps plein, dont plus de 250 économistes professionnels, spécialistes du secteur et rédacteurs économiques. Notre équipe internationale dispose de compétences hors pair dans une vaste gamme de techniques de recherche et de capacités de leadership allant de la modélisation économétrique, de la détermination de scénarios et des analyses d'impact économique à la réalisation d'études de marché et d'études de cas, en passant par la réunion de groupes d'experts et l'analyse web.

Oxford Economics est une source de conseils reconnue pour les décideurs économiques, financiers et gouvernementaux ainsi que des leaders de premier plan. Nous comptons parmi nos clients plus de 1 500 organisations internationales comprenant des multinationales et établissements financiers chefs de file, des organismes publics et associations professionnelles majeures ainsi que des universités de renom, des sociétés de conseil et des think tanks.

Q&R SUR LA MÉTHODOLOGIE

Comment avons-nous estimé la contribution au PIB de l'écosystème créatif de YouTube ?

Le montant total des paiements de YouTube en 2019 a été estimé en analysant les résultats de notre enquête auprès des créateurs de contenus sur YouTube en France et les informations publiées sur les revenus de l'industrie musicale.

Nous avons estimé la contribution directe au PIB des entrepreneurs créateurs en soustrayant les coûts intermédiaires des revenus associés à l'activité de YouTube (l'approche « production »). La contribution directe au PIB des entreprises françaises du secteur de la musique et des médias a été estimée en appliquant un ratio standard PIB/production aux estimations des paiements.

Nous avons ensuite utilisé un modèle entrées-sorties (en bref, un tableau montrant qui achète quoi, et à qui, dans l'économie française) pour estimer à la fois les impacts de la chaîne d'approvisionnement (indirects) et les dépenses des collaborateurs (induits). Le modèle pour la France a été tiré du modèle mondial entrées-sorties (Global Input-Output Model) d'Oxford Economics, qui se base lui-même sur les données de l'OCDE.

Nos résultats sont présentés sur une base brute : en d'autres termes, ils ne prennent pas en compte ce à quoi les ressources utilisées par les créateurs de contenus ou stimulées par leurs dépenses auraient autrement pu être consacrées.

Les résultats excluent-ils toute activité liée à YouTube ?

Nos estimations excluent la contribution économique des propres activités de YouTube et les avantages que les entreprises tirent de l'augmentation des ventes résultant des publicités sur YouTube.

Comment avons-nous estimé le total des emplois soutenus par YouTube ?

Les emplois équivalents temps plein (ETP) soutenus parmi les entrepreneurs créateurs ont été estimés à partir des réponses à l'enquête concernant les heures hebdomadaires passées à travailler sur YouTube. Nous n'avons intégré que les réponses des entrepreneurs créateurs qui passent au moins huit heures par semaine à travailler sur YouTube. Les emplois soutenus parmi les employés permanents des entrepreneurs créateurs ont également été estimés à partir des réponses à l'enquête.

Les emplois soutenus par les entreprises françaises du secteur de la musique et des médias et par les impacts indirects et induits pour tous les types de créateurs ont été estimés en appliquant des hypothèses de productivité aux résultats de PIB.

Note : le contenu des études de cas présentées dans ce document sont basées sur des informations fournies par YouTube.