

Etude de cas

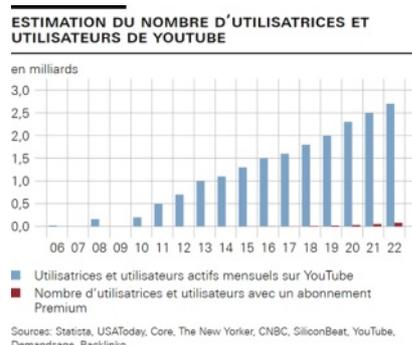
YouTube

YouTube est le deuxième site Internet le plus fréquemment utilisé au monde, après Google. Comptant 2,6 milliards d'utilisatrices et utilisateurs, c'est également la deuxième plus grande plateforme sociale dans le monde, après Facebook. En comparaison, TikTok n'a attiré que 1,5 milliard d'utilisatrices et utilisateurs en 2022. Comment fonctionne YouTube? Comment le site génère-t-il des revenus? Et comment YouTube est-il parvenu à être si populaire?

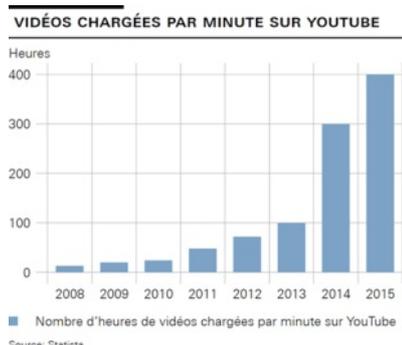
Les débuts de YouTube

YouTube a été créé en Californie en février 2005 en tant que plateforme de partage de vidéos. La première version bêta publique a été lancée en mai 2005. Ensuite, tout s'est accéléré: dès novembre 2005, un spot publicitaire de Nike avec le footballeur brésilien Ronaldinho a dépassé le million de vues. En décembre 2005, YouTube comptabilisait déjà plus de 8 millions de vues par jour. Six mois plus tard seulement, en juillet 2006, le site enregistrait pour la première fois 100 millions de vues par jour. Mais ce n'était que le début: le graphique 1 montre la forte croissance de YouTube depuis sa création jusqu'en 2022.

Le graphique 2 indique le nombre d'heures de vidéos chargées par minute sur YouTube entre 2007 et 2015.



Graphique 1: Nombre d'utilisatrices et utilisateurs actifs de YouTube par mois. Les chiffres reposent sur des estimations, car YouTube ne publie aucun chiffre officiel.



Graphique 2: Nombre d'heures de vidéos chargées par minute sur YouTube. La plateforme a publié régulièrement ces chiffres entre 2007 et 2015.

YouTube n'était alors pas la seule plateforme de vidéos. MySpace, Vimeo et Google Video étaient également populaires, mais pas autant que YouTube. En 2006, soit un an après son lancement, YouTube affichait déjà une part de marché de 46%.

Achat par Google

En octobre 2006, Google rachète YouTube pour 1,65 milliard de dollars des américains. Cette acquisition est une aubaine tant pour Google que pour YouTube: en raison de sa croissance rapide, ce dernier avait rapidement besoin d'améliorer sa technologie pour gérer les nombreux flux vidéo. En outre, la plateforme était de plus en plus confrontée à des violations de droits d'auteur. Adossé à Google, YouTube est mieux armé pour relever ces défis.

Ce rachat est également bénéfique pour Google, dont la propre plateforme vidéo lancée en 2005, Google Video, ne rencontrait qu'un succès mitigé. Par exemple, YouTube comptait davantage d'utilisatrices et utilisateurs que Google Video lors de son acquisition en octobre 2006. Google a abandonné sa propre plateforme après le rachat de YouTube.

Le modèle d'affaires de YouTube

YouTube est, à de nombreux égards, un exemple typique de plateforme numérique: le site crée de la valeur en rassemblant différents groupes de clientèle. Mais comme beaucoup d'autres plateformes, YouTube est confronté au problème de l'œuf et de la poule. En d'autres termes, YouTube n'est intéressant que si de nombreuses personnes qui créent des contenus y chargent des vidéos et le nombre de celles-ci est élevé. Et pour ces créatrices et créateurs, YouTube présente de l'intérêt uniquement s'il attire un maximum d'internautes qui regardent des vidéos. Les entreprises qui diffusent de la publicité ont le même problème: à leurs yeux, YouTube est une plateforme publicitaire intéressante uniquement si elle compte beaucoup d'utilisatrices et utilisateurs, car ces entreprises peuvent alors atteindre un grand nombre de personnes.

Comment YouTube génère-t-il des revenus?

À ses débuts, la plateforme YouTube ne produisait pas encore de revenus. Entre mai 2005 et février 2006, elle ne diffusait pas de publicité, car les annonceurs n'étaient pas disposés à payer en raison du faible nombre d'utilisatrices et utilisateurs. YouTube s'est ensuite efforcé d'attirer autant de nouveaux internautes que possible sur sa plateforme en la rendant très conviviale et attrayante. Par exemple, le contenu des vidéos n'était vérifié qu'après leur chargement, contrairement à d'autres plateformes vidéo de l'époque comme Google Video. Cela a attiré les créatrices et créateurs de contenus, car leurs vidéos étaient disponibles dès qu'elles avaient été chargées. Chez Google Video par exemple, le temps d'attente pouvait durer plusieurs jours. En outre, YouTube a proposé dès le départ de commenter les vidéos et de les noter sur une échelle de cinq étoiles, des fonctionnalités très appréciées des internautes.

Premières recettes publicitaires

Le nombre d'utilisatrices et utilisateurs a fortement augmenté jusqu'en février 2006. YouTube est alors devenu intéressant pour les annonceurs, car ceux-ci pouvaient atteindre un large public sur la plateforme. Celle-ci a engrangé ses premières recettes en diffusant de la publicité. Elle a toutefois opéré de manière très ciblée: les spots publicitaires étaient choisis en fonction des vidéos et proposés uniquement aux internautes qui avaient regardé ces vidéos. Au cours des premiers mois, la publicité était placée dans des bandeaux, sur les côtés. Elle n'était donc pas encore diffusée avant ou pendant une vidéo. La publicité n'a été intégrée aux vidéos YouTube qu'à partir d'août 2007 et elle ne les a précédées (publicité *pre-roll*) qu'à partir de 2008.^[1] YouTube a ainsi pu générer des revenus pour la première fois sans faire payer les utilisatrices et utilisateurs. On appelle «modèle d'affaires gratuit» un modèle d'affaires dans lequel seul un groupe de clientèle – en l'occurrence les annonceurs – paie, tandis que le reste de la clientèle peut utiliser la plateforme gratuitement.

Revenus pour les créatrices et créateurs de contenus également

Lancé en décembre 2007, le Programme *YouTube Partner* a permis, pour la première fois, aux créatrices et créateurs de contenus de gagner de l'argent avec leurs vidéos grâce à la publicité *pre-roll* ou à l'insertion de publicités. Il n'est toutefois proposé qu'aux personnes ayant un nombre suffisant d'abonnées et abonnés. YouTube a ainsi renforcé son attrait vis-à-vis des créatrices et créateurs de contenus et enregistré une hausse du nombre de vidéos chargées, attirant dès lors plus d'internautes.

Les utilisatrices et utilisateurs comme source de revenus supplémentaire

En novembre 2014, YouTube a décidé, pour la première fois, de générer des recettes auprès des utilisatrices et utilisateurs en proposant un abonnement payant pour supprimer la publicité. De plus, cet abonnement Premium permettait de télécharger les vidéos pour les regarder hors ligne. YouTube est ainsi passé d'un modèle d'affaires gratuit à un modèle freemium, dans lequel les services de base sont gratuits et les services Premium sont payants. En dépit de ces recettes supplémentaires auprès des utilisatrices et utilisateurs, la publicité reste la principale source de revenus de YouTube (état: 2023).

Sources

- Wikipedia. [History of YouTube](#)
- cnbc.com. [How Google's YouTube became an internet video giant](#)
- Pex. [State of the YouTube Address: an overview of usage and growth](#)
- investopedia.com. [Google's Incredible YouTube Purchase 15 Years Later](#)
- omnicoagency.com. [YouTube by the Numbers \(2023\): Stats, Demographics & Fun Facts](#)
- googlesystem.blogspot.com. [A Brief History of Google Video](#)
- demandsage.com. [YouTube Statistics \(2023\) – Updated Data, Facts & Figures Shared!](#)

Note de bas de page:

^[1] Publicité précédant la vidéo.