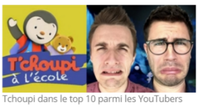
155 Shares
20
2
24

Youtube Rewind 2015 : la nouvelle percée de l'animation

Avez-vous suivi les résultats du Youtube Rewind 2015 jeudi dernier ? Si oui, vous attendiez-vous à un tel classement ?

Si vous l'avez raté, et que vous n'en aviez même jamais entendu parler, voici de quoi il s'agit : comme chaque année en décembre, Google fait le bilan des vidéos les plus vues sur la plateforme.



T'choupi dans le top 10 parmi les YouTubers

Et cette année, le classement montre clairement que l'audience du top 10 des vidéos vues en France est uniquement composée d'enfants et d'ados.

Mais si la domination des YouTubers comme Cyprien, Norman et Mister V n'est pas une surprise, la 4ème et 6ème places de **T'choupi** (Production les Armateurs) et **Pat'Patrouille** (Production Nickelodeon) révèlent en revanche une tendance déjà sentie en 2014…. **YouTube séduit les jeunes enfants !**

En effet, alors que le reste du monde visionne sur YouTube des extraits d'émissions live et d' UGC (contenu généré par les utilisateurs) rocambolesques ou pleins de bons sentiments, la France affiche dans le top 10 des séries d'animation préscolaires, et ce pour la 2ème année consécutive.

11 millions de vues pour T'choupi depuis le mois de Mars

T'choupi, le héros des tout-petits créé par Thierry Courtin, est un phénomène. Adapté de livres parus en 1997, puis décliné en plusieurs séries d'animation, en spectacle musical et en produits dérivés, il rencontre ce même succès sur YouTube !

Mis en ligne en mars dernier, **T'choupi "Le Vélo Rouge Tout Neuf"** qui traite de jalousie et bouderie – 2 thèmes importants chez l'enfant, a enregistré **11 millions de vues.**

T'choupi vole ainsi la vedette à Petit Ours Brun (Production Bayard) qui occupait la 3ème place lors du Youtube Rewind 2014. Malgré ce "déclassement", Petit Ours Brun continue d'y réaliser d'excellentes performances : **sa chaîne a été regardée plus de 153 millions de fois et compte 163 000 abonnés.**

Cette percée des programmes jeunesse sur YouTube indique clairement un engouement de la part des jeunes enfants (ou plutôt de leurs parents?) pour ces nouvelles plateformes du digital.

YouTube : un "digital babysitter" ?

Certains experts, qui critiquent les nouveaux usages de consommation de programmes jeunesse, parlent de **"digital babysitting".**

En effet, YouTube est disponible à la demande et permet aux parents de vaquer à leurs occupations à n'importe quel moment de la journée, n'importe où, sans avoir à être dépendants de la case des Zouzous… **Une consommation ATAWAD (acronyme anglais pour "any time, anywhere, any device") séduisante pour des parents toujours plus débordés.**

Les éditeurs des chaînes l'ont bien compris… et ont ainsi misé sur **des compilations d'épisodes**. Ces "bout à bout"sont en effet les vidéos qui génèrent le plus de vues. Sur la chaîne Petit Ours Brun par exemple, les compilations – d'une heure environ – sont celles qui font le plus gros trafic avec environ 40 millions de vues.

Ces compilations ont un double avantage pour les éditeurs de chaînes…. car les formats longs, qui permettent plus de coupures pubs, **génèrent plus de revenus aux ayants-droit**.

YouTube, comparé à du « digital babysitting » pour certains experts

> *« Pour les dessins animés, le long form fonctionne très bien, analyse Milena Taieb, Video Channel Manager chez Believe, label digital contacté par Europe 1 (…) On peut placer de nombreux mid-roll [des publicités qui se déclenchent pendant la lecture, NDLR] (…) Ça décuple le RPM, le revenu pour mille vues. »*

L'application YouTube Kids… bientôt en France ?

YouTube est devenu ces dernières années la plus grande plateforme de divertissement pour enfants au monde, et le succès des programmes jeunesse sur la plateforme s'est d'ailleurs traduit par le **lancement de l'application YouTube Kids** [illegible] **propose un espace de visionnage clos, simple d'utilisation et sécurisé pour les enfants avec des contrôles parentaux stricts**. Les enfants peuvent naviguer entre les programmes sans risquer de tomber sur des contenus violents ou inappropriés. Une vraie valeur ajoutée pour les parents qui ont en outre la possibilité de limiter leur temps de visionnage quotidien. Mais si YouTube Kids revêt des avantages certains, il faut noter toutefois que Google a souhaité y conserver le modèle traditionnel de YouTube, fondé sur la publicité.

Introducing the new YouTube Kids app

L'application, téléchargée par plus de 10 millions de parents américains, est un franc succès. **Et on imagine aisément que leur stratégie vise à s'étendre au reste du monde, incluant bien sûr la France.**

Les enfants, cibles de choix des plateformes digitales

Les offres délinéarisées pour enfants se sont multipliées en France ces derniers mois, et tous les acteurs du marché se battent pour conquérir – ou ne pas perdre – la cible très convoitée que sont les jeunes enfants.

Les chaînes de TV historiques ont su s'adapter au bouleversement de consommation TV chez les jeunes enfants. France Télévisions a lancé sa Web TV et les applis LUDO ET ZOUZOUS et y propose un maximum de programmes jeunesse en version délinéarisée. Le groupe a également lancé les chaînes des deux marques sur la plateforme YouTube. TF1 de son côté a lancé en février dernier une offre SVOD 100 % jeunesse : TFOU MAX, avec du contenu [illegible] Netflix a sous-estimé le degré d'exigence des jeunes téléspectateurs français en lançant une première offre pauvre et vieillotte, le géant américain a rapidement rectifié le tir et se positionne maintenant en amont de productions à gros potentiel. La société a annoncé en mars la production d'Inspecteur Gadget et avait déjà signé en 2013 un accord portant sur 300 heures de dessins animés avec Dreamworks Animation.

Neftlix, décidé à séduire les enfants, prépare une offre jeunesse forte pour les prochaines années à venir. La plateforme américaine dit d'ailleurs se montrer **très ouverte à la production française d'animation, l'une des meilleures au monde.** Présente au MIFA (Marché International du Film d'Animation à Annecy) pour la première fois en 2015, la société y a rencontré de nombreux producteurs français et serait en discussion avec certains d'entre eux pour des productions livrables en 2018. A suivre.

Inspecteur Gadget, bientôt en diffusion sur Netflix

Par Carole Brin | mercredi, 16 décembre, 2015 | Categories: Business, Vidéos | Mots clés : video ; youtube rewind ; tchoupi ; digital babysitting ; netflix ;

Share This Story, Choose Your Platform!

À propos de l'auteur : Carole Brin

3 Commentaires

Bernard 12/16/2015 à 22 h 10 min - Répondre

Merci beaucoup Bernard. Ravie que ça vous ait plu !

Stef 12/17/2015 à 0 h 27 min - Répondre

Merci pour cette synthèse. Effectivement clair et concis. Netflix sait rebondir sur ce marche très mouvant

Ecrire un commentaire

Commentaire …

Nom (nécessaire) | Email (nécessaire) | Site Web

PUBLIER CE COMMENTAIRE

© 2013-2015 MBAMCI | All Rights Reserved | Site Web : ilv.fr | @lumni : mba-mci-alumni.com | The Nextools