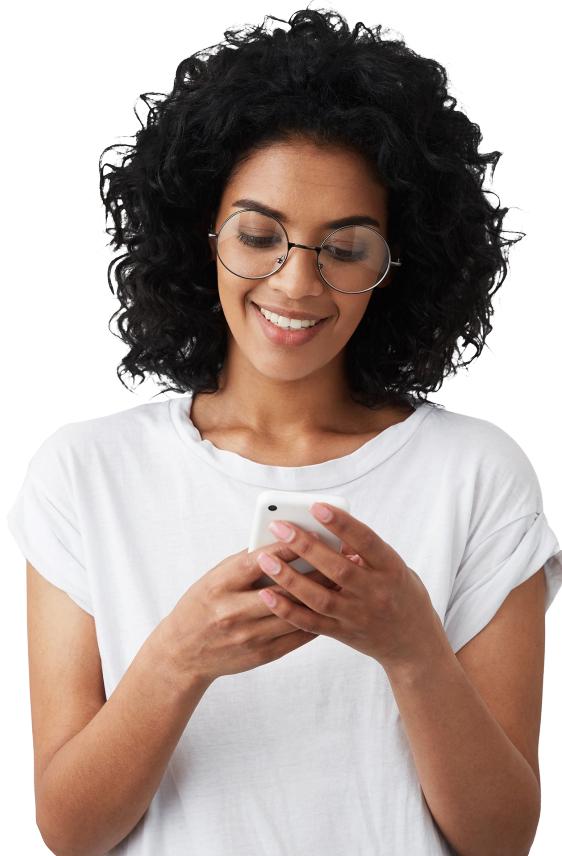


Comment YouTube recommande des vidéos



Le système de recommandation de YouTube est conçu pour :



aider les internautes à trouver des vidéos qu'ils voudront regarder ;



optimiser la satisfaction à long terme des spectateurs.

Nos responsabilités nous tiennent à cœur, et nous mettons tout en œuvre pour agir dans l'intérêt de la société, des spectateurs, des créateurs et des annonceurs

Supprimer

les contenus qui ne respectent pas le règlement de la communauté

Mettre en avant

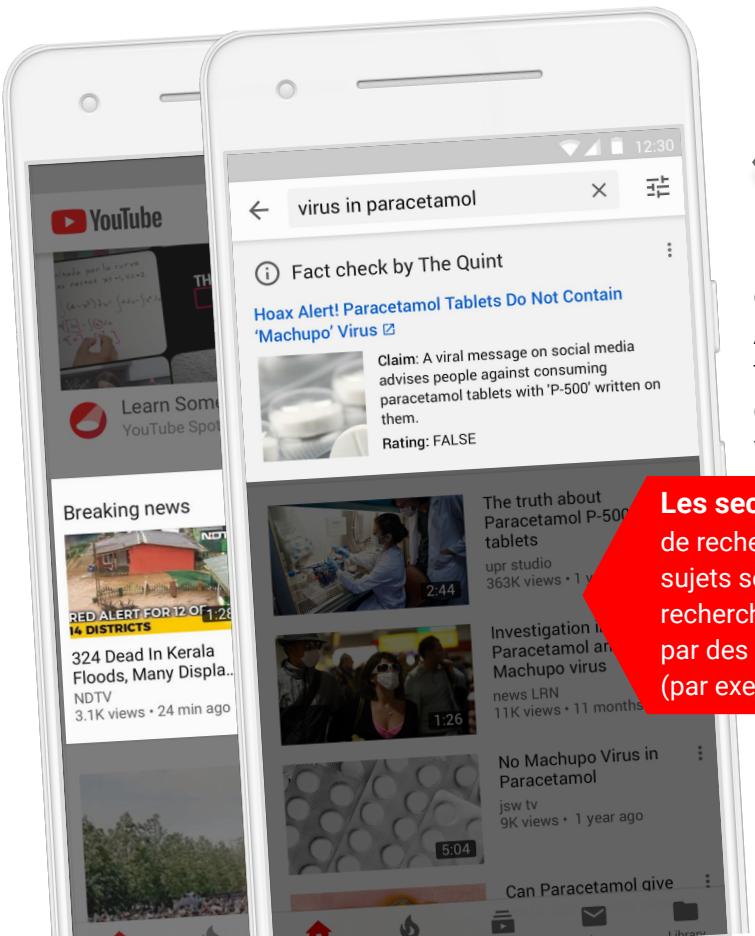
les sources fiables sur notre plate-forme

Restreindre

la propagation de contenus qui se trouvent à la limite d'une infraction au règlement

Récompenser

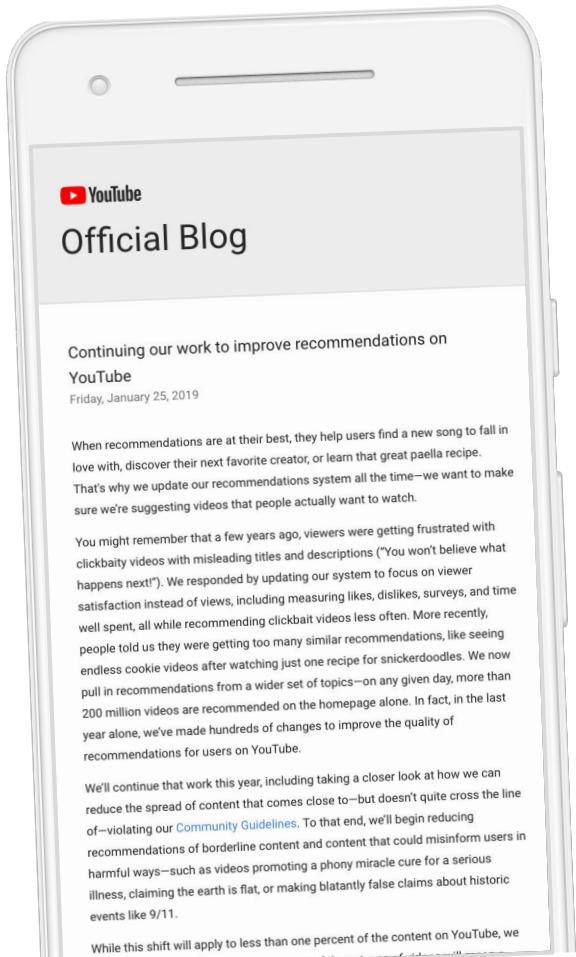
les contenus qui répondent à nos critères exigeants de monétisation



◀ Mise en avant

Pour les sujets sensibles comme les actualités ou les informations médicales, nous mettons en avant les contenus créés par les sources les plus fiables dans un domaine donné. Ainsi, nous nous efforçons d'augmenter le niveau de transparence et la responsabilité des créateurs, tout en continuant à faire de YouTube une source d'informations factuelles et bien documentées.

Les sections "Actualités" et "Top des actualités", qui apparaissent dans les flux d'accueil et de recherche, mettent en avant des sources fiables qui traitent d'événements d'actualité ou de sujets sensibles très recherchés. De plus, des fiches info peuvent apparaître sur les pages de recherche et de lecture. Elles fournissent plus de contexte et proposent un fact-checking, effectué par des organisations crédibles sur les sujets faisant souvent l'objet d'informations incorrectes (par exemple, le réchauffement climatique).



Restriction

Afin d'améliorer l'expérience de nos utilisateurs, nous modifions régulièrement nos systèmes de recommandations pour restreindre la propagation des contenus qui se trouvent à la limite d'une infraction au règlement, qui sont de faible qualité ou qui sont basés sur des informations incorrectes dangereuses. Tout comme la suppression des contenus non conformes, ces mesures visent à améliorer YouTube dans son ensemble et à en faire un espace où les utilisateurs peuvent interagir avec des contenus sûrs, intéressants et de qualité.

Vous voulez en savoir plus ?

Consultez cet article de blog sur le travail que nous effectuons pour améliorer nos recommandations.

La durée de visionnage est importante, mais nous voulons aussi que les spectateurs soient satisfaits du temps qu'ils passent sur YouTube



Durée de visionnage

Les utilisateurs passent plus de temps à regarder des vidéos qui leur plaisent.

Clics et vues

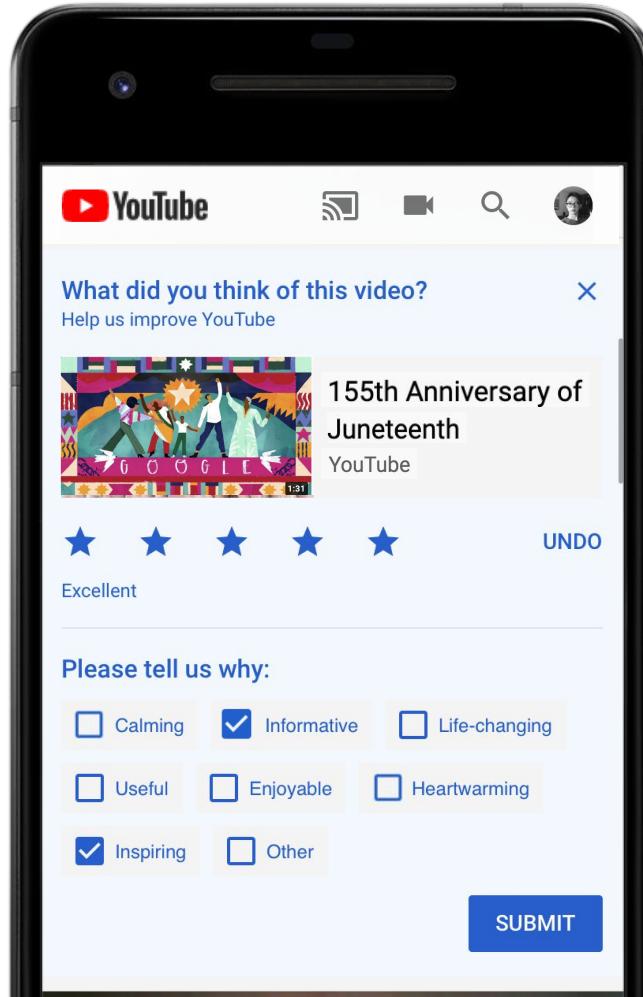
Des miniatures et titres trompeurs agissent comme des pièges à clics.

Satisfaction

Nous demandons aux spectateurs quels contenus leur plaisent et optimisons les recommandations en fonction de leurs réponses.

**Nous réalisons des
enquêtes pour connaître
l'avis des spectateurs**

**... car toutes les
durées de
visionnage ne se
valent pas.**



Nous utilisons d'autres signaux comme les commentaires "Pas intéressé", les "J'aime"/"Je n'aime pas" et les partages.

Add to queue

Save to Watch later

Save to playlist

Not interested

Don't recommend channel

Report



239



5



SHARE

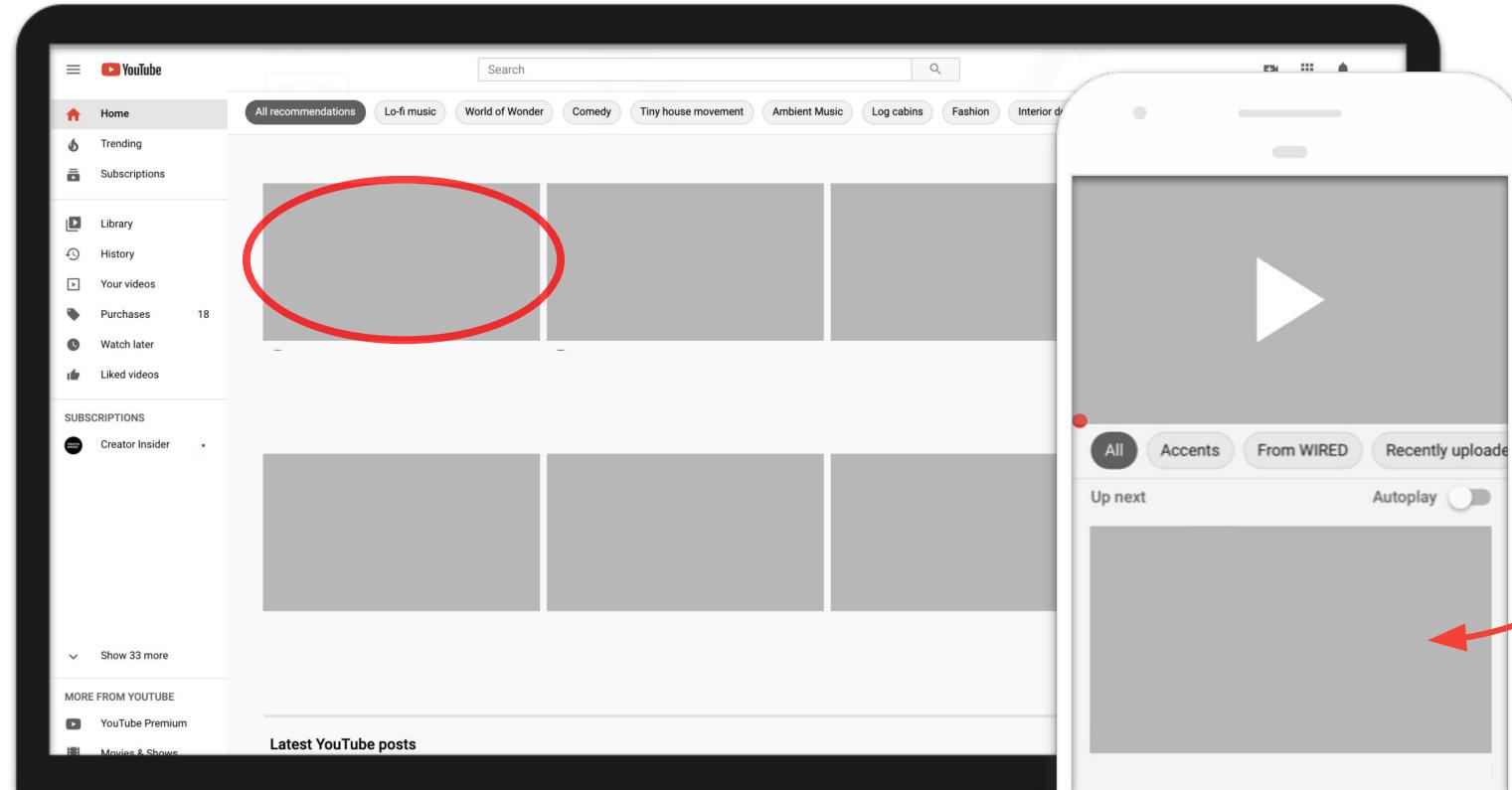
**Nous voulons améliorer
la satisfaction des utilisateurs
à long terme.**

Chaque jour, nos systèmes analysent plus de 80 milliards de signaux provenant des spectateurs

- Vidéos regardées
- Vidéos non regardées
- Durée de visionnage
- Lieu de visionnage
- Heure de visionnage
- "J'aime" et "Je n'aime pas"
- Partages
- Commentaires "Pas intéressé"
- Enquêtes réalisées avant et après le visionnage
- Et plus encore

La page d'accueil et les suggestions sont les principales sources de trafic de la plupart des chaînes

Remarque : Les suggestions de vidéos sont affichées à côté des vidéos que les spectateurs sont en train de regarder.



Les suggestions de vidéos apparaissent sous "À suivre".

La page d'accueil propose des recommandations personnalisées aussi pertinentes que possible aux spectateurs lorsqu'ils consultent YouTube

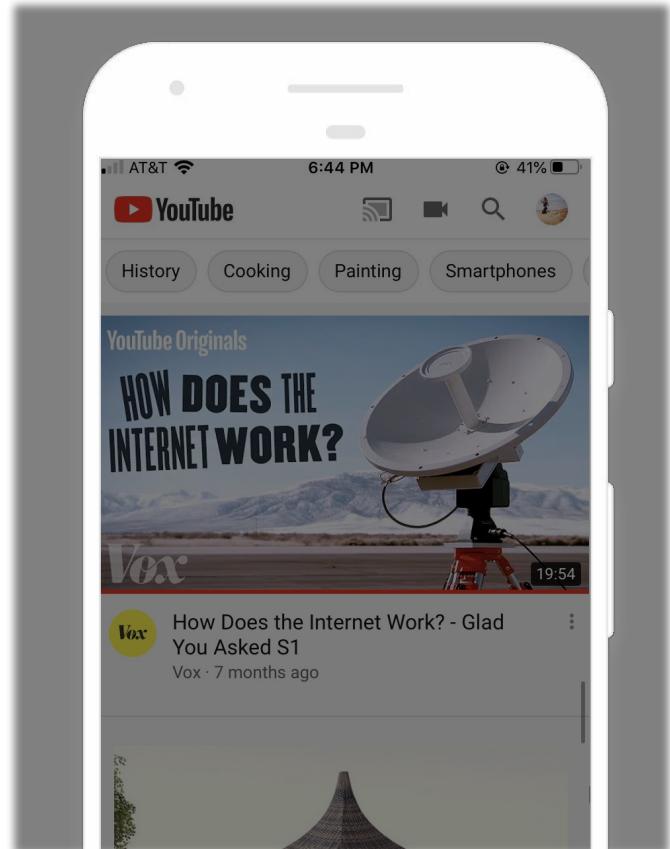
Comment ça marche ?

Sur la page d'accueil, les vidéos sont classées en fonction de plusieurs facteurs :

- Performances : le niveau d'engagement et de satisfaction de spectateurs similaires ayant regardé la vidéo (entre autres)
- Personnalisation : l'historique des vidéos regardées par l'utilisateur, et la fréquence à laquelle il regarde une chaîne ou des vidéos sur un sujet spécifique

Que pouvez-vous faire ?

- Examinez vos vidéos en imaginant que vous êtes un nouveau spectateur qui ne connaît pas votre chaîne. Auriez-vous envie de cliquer sur vos contenus pour les regarder ?
- Publiez régulièrement des vidéos pour maintenir l'intérêt de votre audience et permettre à vos spectateurs de développer des habitudes de visionnage autour de votre chaîne.



Les suggestions proposent aux spectateurs une sélection de vidéos qu'ils sont susceptibles de vouloir regarder ensuite, en fonction de leur activité passée

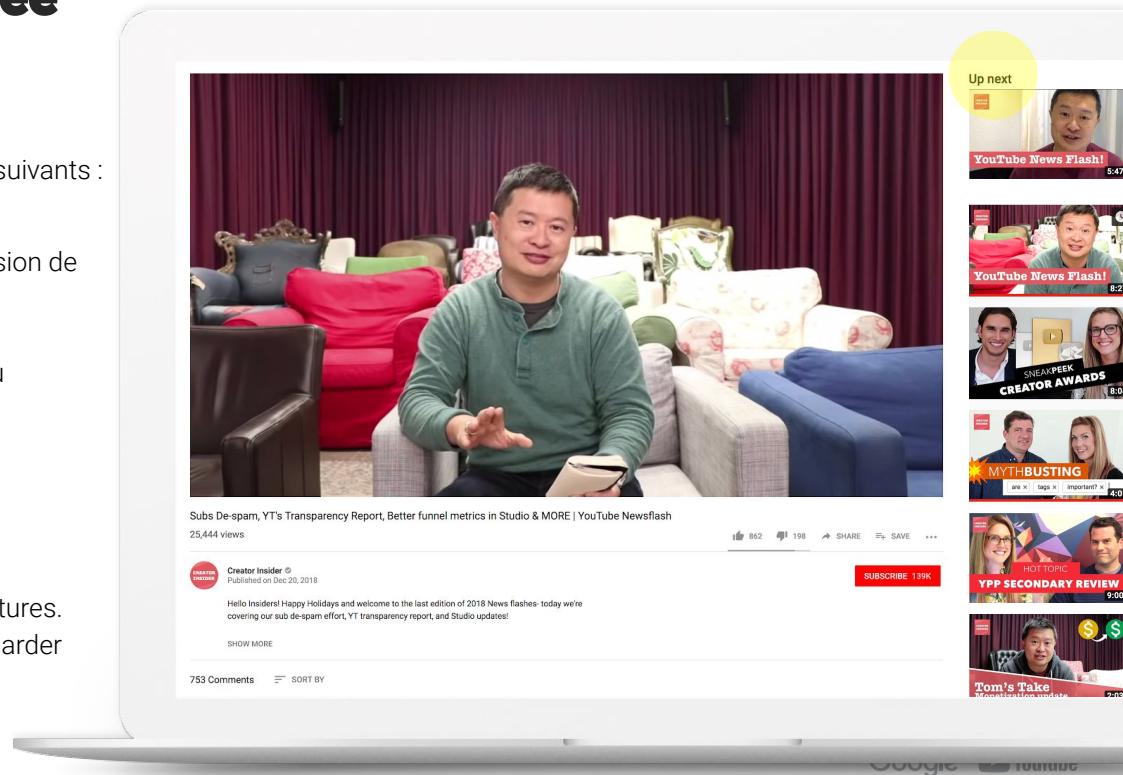
Comment ça marche ?

Les suggestions sont basées sur plusieurs signaux, dont les suivants :

- Vidéos souvent regardées au cours d'une même session de visionnage
- Vidéos qui traitent du même sujet
- Vidéos issues de l'historique des vidéos regardées du spectateur

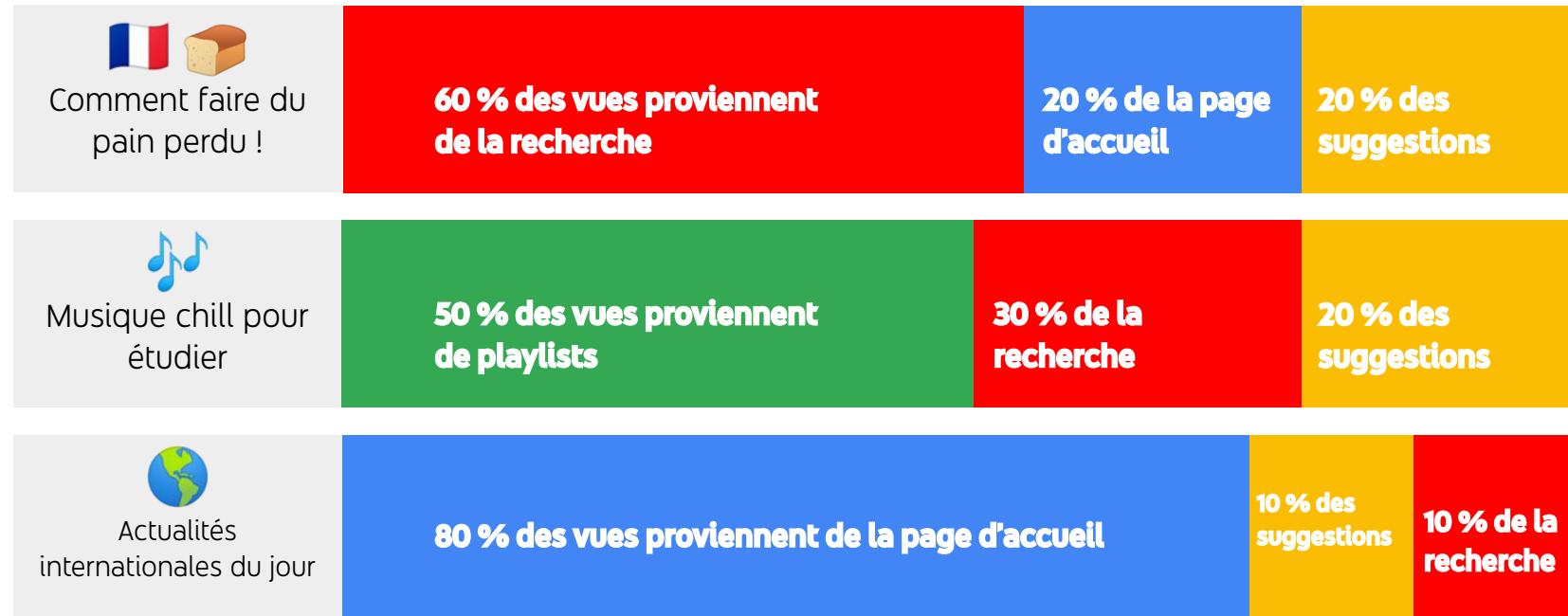
Que pouvez-vous faire ?

- Développez une série de vidéos.
- Utilisez un style cohérent pour vos titres et vos miniatures.
- Terminez vos vidéos en incitant les spectateurs à regarder vos autres contenus.
- Utilisez les playlists et les écrans de fin.



Les spectateurs découvrent les vidéos de différentes manières

Certaines vidéos enregistrent plus/moins de vues en fonction des différentes sources de trafic. Si c'est le cas de vos contenus, réfléchissez au comportement des spectateurs sur YouTube : quels sujets recherchent-ils ? Comment écoutent-ils de la musique ?



* Ces exemples ne sont présentés qu'à titre indicatif.

**Le système de recommandation
de YouTube trouve des vidéos
adaptées à chaque spectateur,
plutôt que des spectateurs pour
chaque vidéo.**

Quels facteurs sont pris en compte pour recommander des vidéos ?

Personnalisation



Historique des vidéos regardées

Performances



Intérêt



Engagement



Satisfaction

Facteurs externes



Intérêt pour le sujet



Concurrence



Saisonnalité

Comment YouTube personnalise-t-il les recommandations ?

Personnalisation

Performances

Facteurs externes

- **En identifiant les vidéos que le spectateur a regardées et appréciées**, nous pouvons lui proposer davantage de contenus susceptibles de lui plaire.
- **En identifiant les vidéos qui sont souvent regardées au cours d'une même session de visionnage**, nous pouvons déterminer celles que le spectateur est susceptible de regarder, mais qu'il n'a pas encore découvertes.
- **En définissant la fréquence à laquelle le spectateur regarde une chaîne ou des vidéos portant sur un sujet spécifique**, nous pouvons identifier les contenus que nous devons plus/moins lui recommander.



Oliver

Écoute de la musique au travail
Regarde des vidéos de festivals de
musique

Recommandations :

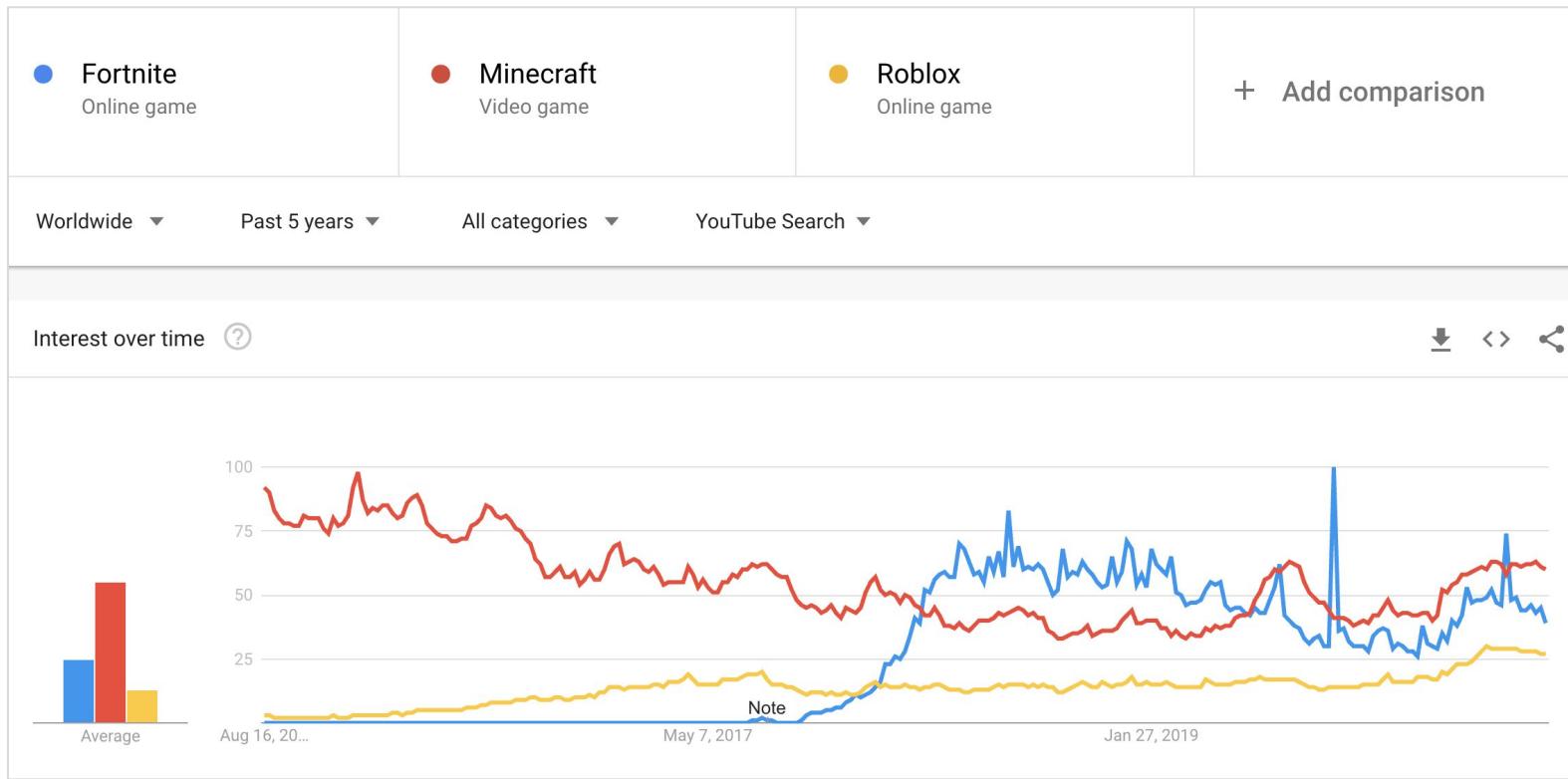
Diffusion en direct "Mix chill pour travailler"
Vlog sur le festival Tomorrowland

Personnalisation

Performances

Facteurs externes

N'oubliez pas que les centres d'intérêt des spectateurs changent avec le temps



**Testez constamment de nouvelles
approches**

Comment notre système analyse-t-il les performances de vos vidéos ?

Personnalisation

Performances

Facteurs externes

Intérêt

Les spectateurs ont-ils regardé la vidéo ?



Engagement

Combien de temps les spectateurs ont-ils regardé la vidéo ?



Satisfaction

Les spectateurs ont-ils aimé la vidéo ?



Taux de clics
Commentaires "Pas intéressé"

Durée moy. de visionnage
Pourcentage moy. de visionnage

"J'aime"/"Je n'aime pas"
Enquêtes utilisateur

5

choses à savoir sur les
performances de votre
chaîne et de vos vidéos

1

Question : Ma vidéo enregistre peu de vues, mais son taux de clics et sa durée moyenne de visionnage sont normaux. Que se passe-t-il ?

Réponse : Il est possible que d'autres vidéos (publiées sur d'autres chaînes) génèrent des performances encore meilleures.

2

Question : Lorsque je modifie le titre ou la miniature d'une vidéo, celle-ci est-elle reclassée dans l'algorithme ?

Réponse : C'est possible. Toutefois, nos systèmes réagissent au fait que les spectateurs interagissent différemment avec votre vidéo, et non à la seule modification du titre ou de la miniature.

3

Question : Si ma vidéo est monétisée, a-t-elle plus ou moins de chances d'être recommandée ?

Réponse : Non, nos systèmes de recommandations ne connaissent pas l'état de monétisation des vidéos.

4

Question : Si j'arrête de publier des vidéos pendant quelque temps, cela aura-t-il un impact négatif sur les performances de ma chaîne ?

Réponse : Nous avons analysé des milliers de chaînes qui ont fait une pause et n'avons identifié aucune corrélation entre la durée de la pause (le nombre de jours entre deux publications) et la fluctuation du nombre de vues après cette interruption. N'hésitez pas à faire une pause si vous en avez besoin.

5

Question : Si l'une de mes vidéos enregistre de moins bonnes performances que d'habitude, cela aura-t-il un impact négatif sur ma chaîne ?

Réponse : Non, c'est très peu probable. Ce qui compte, c'est la réaction des spectateurs lorsque nous leur recommandons chaque vidéo.

**Concentrez-vous sur votre audience,
l'algorithme s'adaptera.**

Quels facteurs externes influencent le nombre de personnes qui voient vos vidéos ?

Personnalisation

Performances

Facteurs externes



Intérêt pour le sujet



Concurrence



Saisonnalité

Certains sujets ont une audience potentielle plus importante que d'autres

Personnalisation

Performances

Facteurs externes

Estimation du nombre de fans de sports dans le monde entier



Football 3,5 milliards



Cricket 2,5 milliards



Golf 450 millions



**Intérêt pour
le sujet**

Les créateurs comparent leurs performances au sein de leur chaîne, tandis que nos systèmes classent les vidéos issues de chaînes qu'un spectateur est susceptible de regarder

Personnalisation

Performances

Facteurs externes

- Même si votre vidéo enregistre de bonnes performances par rapport à d'autres vidéos de votre chaîne, il est possible qu'elle génère moins d'impressions si les performances de contenus publiés par d'autres chaînes sont meilleures.
- N'oubliez pas que de nombreux spectateurs regardent entre 100 et 200 chaînes par mois.



Concurrence

Le nombre de spectateurs sur YouTube varie en fonction de la période de l'année

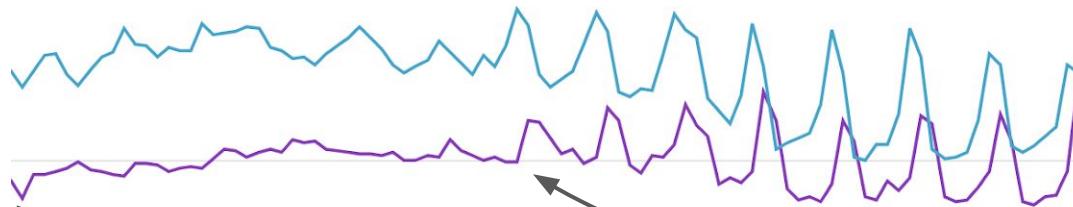
Personnalisation

Performances

Facteurs externes

Été

- Nous avons récemment observé des fluctuations du trafic dues à la COVID-19, qui a radicalement changé les habitudes de visionnage des internautes.
- De nombreux créateurs constatent également une baisse de leur nombre de vues à la mi-août, lorsque les spectateurs reprennent l'école. Cette baisse ressemble généralement à cela :



Saisonnalité

Rentrée scolaire

(la date varie
selon les pays)

**Le nombre de personnes auxquelles votre vidéo
est recommandé dépend aussi**

**de sa capacité à intéresser un large public, des
performances d'autres vidéos et de fluctuations
saisonnières.**

Pour vous aider à comprendre comment vos vidéos sont découvertes, nous avons mis à votre disposition de nouvelles données informatives dans Analytics

An overview of YouTube TV family plans

OVERVIEW

Views are 19% lower than usual

Updated 12 minutes ago

VIEW ANALYSIS

Watch time (minutes) 10.0K Views 15.0K

Lower click-through rate in the first 2 hours

When we recommend your video on YouTube, it gets clicked 13% of the time, instead of the usual 16%–17%.

Dashboard

Creator Insider 104,800 Subscribers

Latest video performance

Views are higher than usual as viewers are watching longer. Tell me more

First 2 days 20 hours compared to your typical performance:

Ranking by views	1st
Views	↑ 10.4K 4.6K – 5.7K
Typical:	16.4K 10.9K – 17.9K
Watch time (min)	↑ 1:56 2:38 – 3:40
Typical:	Average view duration

... et nous ajoutons des outils pour vous permettre de mieux connaître votre audience

Ses centres d'intérêt

Other videos your audience watched
Last 7 days

	Wear a mask. Help slow the spread of Covid-19 Google • 313,8 k vues • il y a 5 jours
	Meet Google Arts & Culture #GoogleArts. Google Arts & Culture • 327,6 k vues • il y a 5 jours
	Israel Kamakawiwo'ole's 61st Birthday Google Doodles • 515,6 k vues • il y a 6 jours
	Celebrating Selena Quintanilla Google Doodles • 190,6 k vues • il y a 1 jour
	Langston Hughes' 113th Birthday Google Doodles • 271,9 k vues • il y a 3 jours

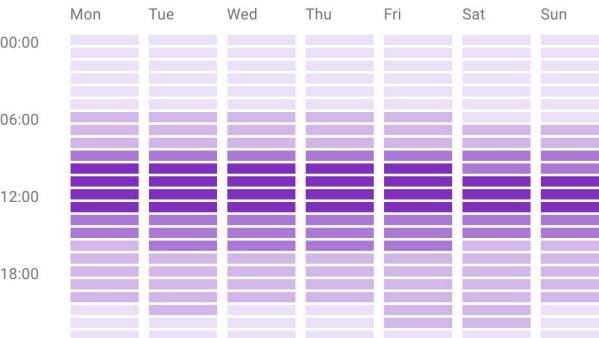
[Experimental](#) [Send us feedback](#)

< 1/3 >

Les moments où elle est en ligne

When your viewers are on YouTube

Your local time (GMT -0400) · Last 28 days



Publish time is not known to directly affect the long-term performance of a video

Ce rapport peut vous aider à déterminer le moment idéal pour passer au direct ou programmer une Première.

Récapitulatif

- 1** L'algorithme est basé sur l'audience.
- 2** Notre objectif est de satisfaire les internautes à long terme.
- 3** Testez constamment de nouvelles approches.
- 4** Attendez-vous à des fluctuations, qu'elles soient saisonnières ou non.



Vous avez des questions ?



Autres questions fréquentes sur la découverte

Question : Si je publie une vidéo en tant que vidéo non répertoriée et que je la rends publique plus tard, cela aura-t-il un impact sur ses performances ?

Réponse : Non, ce qui compte, c'est la réaction des spectateurs une fois la vidéo mise en ligne.

Question : Est-il préférable de publier des vidéos en début de journée ou le soir ?

Réponse : A priori, l'heure de mise en ligne d'une vidéo n'a pas de conséquences sur ses performances à long terme. Notre système de recommandation vise à proposer des vidéos pertinentes aux bons spectateurs lorsqu'ils visitent YouTube et il ne prend pas en compte leur heure de publication.

Question : Les tags sont-ils importants ?

Réponse : Non, les tags ne sont pas très importants. Ils sont principalement utilisés pour corriger des fautes d'orthographe courantes (YouTube plutôt que U Tube ou You-tube, par exemple).