

DE L'OPPORTUNITÉ À L'IMPACT

ÉVALUER LES AVANTAGES ÉCONOMIQUES,
SOCIÉTAUX ET CULTURELS DE YOUTUBE
EN BELGIQUE



Chaque jour, YouTube aide les gens à acquérir de nouvelles compétences, à lancer des activités commerciales, à créer des emplois et à enrichir leur vie. Cette étude réalisée par Oxford Economics évalue les impacts économiques, sociétaux et culturels totaux en Belgique de la plateforme de contenu vidéo en ligne la plus populaire au monde à l'aide de techniques d'enquête et d'une modélisation économique sophistiquées.

YouTube compte près d'un milliard d'heures de visionnage de vidéos par jour dans le monde.¹ En Belgique, ces vues génèrent des revenus considérables pour les créateurs de contenu sur YouTube et autres activités s'y rapportant, ce qui à son tour soutient l'activité économique et les emplois dans leurs chaînes d'approvisionnement et dans l'ensemble de l'économie au sens large.

En 2020, nous avons calculé que l'écosystème de création de YouTube avait apporté la contribution approximative suivante :

39 millions d'euros

du PIB belge



2 600

emplois ETP en Belgique



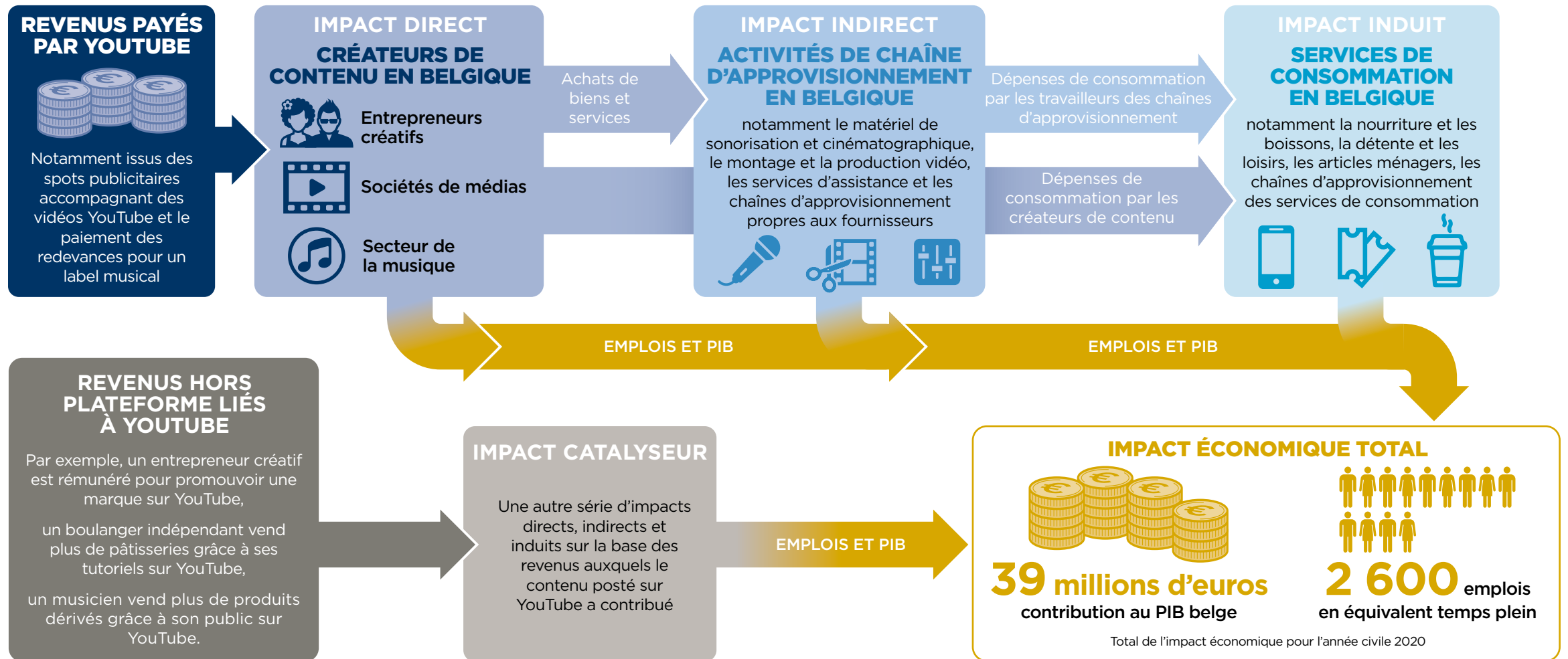
NOTRE MÉTHODOLOGIE

La modélisation économique d'Oxford Economics est fondée sur des résultats d'enquêtes et sur des publications de données pour évaluer la contribution de YouTube aux principaux facteurs économiques tels que le PIB et le taux d'emploi.

Nous avons réalisé une enquête anonymisée auprès de 2 000 utilisateurs de YouTube basés en Belgique. Nous avons également interrogé 780 créateurs de contenu et 500 entreprises en Europe du Nord², dont 147 créateurs et 63 entreprises en Belgique.

À travers les pages suivantes, nous présentons les résultats de notre modélisation économique, les principales conclusions tirées de notre recherche, ainsi qu'une série d'études de cas de créateurs de contenu belges.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL DE L'ÉCOSYSTÈME DE CRÉATION DE YOUTUBE





ENRICHIR ET EXPORTER LE TALENT BELGE

L'accessibilité de YouTube offre l'opportunité aux créateurs de contenu belges de tous les horizons de trouver un public pour leur vidéos, tant à l'échelle locale qu'internationale.

61 % des créateurs de contenu belges affirment que la communauté YouTube les encourage à créer du contenu « diversifié et innovant ».

71 % des créateurs de contenu belges affirment que YouTube les aide à exporter leur contenu vers un public international auquel ils n'auraient autrement pas accès.

/ **CHUKI BEATS**

Le producteur de hip-hop belge Chuki Beats rêvait de devenir un créateur de contenu YouTube à succès depuis son adolescence, alors qu'il regardait des vidéos de gaming et d'artistes musicaux sur la plateforme. Il y a sept ans, il a lancé sa première chaîne, Chuki Beats, qui a attiré 650 000 abonnés et obtenu 117 millions de vues.

En 2017, Chuki a décidé de créer une deuxième chaîne YouTube (Chuki Beats II, suivie par 420 000 abonnés), sur laquelle il poste des tutoriels à destination d'autres producteurs et donne un aperçu de ce qui se passe dans les coulisses.

Le succès de ses chaînes génère suffisamment de revenus pour lui permettre de vivre de YouTube et lui a également permis de conclure des partenariats avec des marques. Il emploie aujourd'hui des personnes pour l'aider à gérer ses deux chaînes. « Dans mon parcours personnel, YouTube a certainement joué un rôle majeur et m'a aidé à atteindre mes objectifs » a-t-il déclaré.

Chuki et son équipe ont également créé un label de hip-hop intitulé 32WORLDWIDE en 2018 dans l'objectif de permettre à de nouveaux artistes belges tels que Yung Mavu, Lil Skid et Alioth de se développer. La même année, Chuki a participé à l'année européenne du patrimoine culturel. Selon lui, elle lui a permis de découvrir les différentes cultures européennes et de rencontrer des artistes inspirants dans d'autres pays.





SOUTIEN AUX PÉDAGOGUES ET AUX ÉTUDIANTS

Le large éventail de contenus disponible sur YouTube implique que la plateforme peut constituer une ressource précieuse pour les professeurs et les étudiants.

74 % des professeurs qui utilisent YouTube en Belgique ont déclaré qu'ils utilisent YouTube dans leurs cours.

Selon une recherche menée par Oxford Economics, **62 %** des professeurs qui utilisent YouTube au sein de l'UE ont affirmé que YouTube rend l'apprentissage plus amusant.

/ **IGNACE ALEYA**

Ignace Aleya n'était qu'un adolescent en 2008 quand il a commencé à télécharger des vidéos de gaming sur sa chaîne YouTube. Il l'a combiné avec son autre passion : le montage vidéo. Lorsqu'il a commencé à recevoir des réactions positives de la part de ses abonnés sur la qualité professionnelle de ses montages, il a décidé de commencer à télécharger des vidéos éducatives afin d'aider les autres à améliorer leurs compétences en matière de montage. La chaîne d'Ignace affiche aujourd'hui 420 000 abonnés et ses vidéos ont récolté 46 millions de vues. « *Nous touchons un public international avec notre chaîne, en particulier une niche de personnes intéressées par la conception de vidéos* », a-t-il expliqué.

La chaîne emploie quatre personnes et se concentre sur l'enseignement des effets visuels à destination de son public. Ignace a également cofondé la Epic VFX Academy, dans laquelle il enseigne les effets visuels de A à Z à ses étudiants pour mieux les aider.

Toutes les deux semaines, Ignace télécharge une vidéo éducative gratuite sur sa chaîne YouTube afin de contribuer à ce que chacun puisse accéder à des tutoriels de qualité, y compris les personnes qui ne pourraient autrement pas se le permettre. Au cours des différents confinements causés par la pandémie de Covid-19, Ignace a constaté que les abonnés trouvaient sa chaîne utile pour remettre à niveau leurs compétences en matière de logiciels de montage vidéo et les perfectionner. « *Une occupation intelligente pendant l'isolement* » ajoute-t-il.





AIDER TOUS LES BELGES À DÉVELOPPER LEURS CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES

YouTube permet à des personnes de tous âges de développer leurs compétences personnelles et professionnelles ainsi que d'approfondir leurs connaissances. Les utilisateurs belges se rendent sur la plateforme chaque jour pour apprendre des nouvelles activités, résoudre des problèmes pratiques et accéder à une large source d'informations.

58 % des utilisateurs belges regardent régulièrement des vidéos de tutoriels et de bricolage sur YouTube.

86 % des utilisateurs belges ont déclaré utiliser YouTube pour collecter des informations et des connaissances.

/ **AMBER ANSAH**

Amber Ansah a lancé sa chaîne YouTube consacrée aux soins capillaires après avoir pris, sous le coup d'une impulsion, la décision de couper la partie abîmée de ses cheveux, naturellement bouclés. Elle souhaitait documenter la croissance de ses cheveux naturellement bouclés et en bonne santé, ainsi qu'inspirer d'autres femmes à apprendre comment prendre soin de leurs boucles et frisettes.

Sept ans plus tard, elle affiche 400 000 abonnés tant en Belgique, son pays natal, qu'à l'étranger, jusqu'aux États-Unis, où réside la plupart de ses abonnés. Ce succès lui a permis de créer différentes sources de revenus, notamment à partir de Google AdSense et grâce à des collaborations avec des marques, des prestations de conseil et des ateliers pratiques en direct.

Sa chaîne a revêtu une importance particulière au cours de la pandémie de Covid-19, lorsque les salons de coiffure ont dû fermer leurs portes. Amber a alors donné des conseils sur la manière d'entretenir chez soi des cheveux naturellement bouclés. « *Constater l'enthousiasme de mes abonnés à chaque nouveau post me réjouit et me motive à créer toujours plus de contenu pertinent* » a-t-elle expliqué.



PERSPECTIVES DE LA COMMUNAUTÉ YOUTUBE

AIDER LES UTILISATEURS À S'INFORMER ET À RÉSOUDRE LEURS PROBLÈMES

« Une plateforme parfaite où on peut trouver réponse/solution à toute question qu'on se pose, je n'ai pas encore eu une question à laquelle youtube n'ai pas la réponse ! Merci Youtube ! »

Utilisateur, 25 - 34 ans, province du Brabant flamand

« Très utile pour rester au courant de l'actualité. »

Utilisateur, 25 - 34 ans, Saint-Nicolas

« Sur YouTube, je trouve des informations utiles sur différents sujets théoriques et pratiques. C'est toujours chouette de s'y intéresser. »

Utilisateur, 65 - 74 ans, province du Brabant flamand

« Si vous avez un problème technique, il existe toujours des solutions sur YouTube. »

Utilisateur, 55 - 64 ans, province d'Anvers

UN OUTIL POUR LES ORGANISMES DE BIENFAISANCE ET LES PETITES ENTREPRISES

« Le principal avantage de la présence de notre entreprise sur YouTube est la prise de conscience nettement accrue de nos objectifs, nos missions et nos activités. Nous pouvons enregistrer les expériences de nos volontaires et des personnes qui ont bénéficié de nos services et [les] mettre en avant sur une plateforme accessible à tous. Sensibiliser est important et constitue le principal avantage. »

Responsable des communications et de la collecte de fonds d'un organisme de bienfaisance international

« Grâce à ce que nous avons posté sur YouTube concernant la réussite d'entreprises, nous avons désormais des clients du monde entier. Nous avons aidé des entreprises à réaliser plus de 3,5 millions de commandes. »

Gestionnaire des réseaux sociaux pour une PME du secteur des services informatiques

À PROPOS D'OXFORD ECONOMICS

Oxford Economics a été fondée en 1981 en tant qu'entreprise commerciale associée à l'école de commerce de l'université d'Oxford dans l'objectif de fournir des prévisions et modélisations économiques aux entreprises britanniques ainsi qu'aux établissements financiers se développant à l'étranger. Depuis lors, nous sommes devenus l'une des principales sociétés indépendantes de conseil dans le monde, émettant des rapports, des prévisions et des outils d'analyse concernant plus de 200 pays, 250 secteurs industriels et 7 000 villes et régions.

Oxford Economics, dont le siège est à Oxford, Angleterre, et qui possède des centres régionaux à New York, Londres, Francfort et Singapour, emploie 400 collaborateurs à temps plein, y compris plus de 250 économistes de profession, experts du secteur et rédacteurs économiques. Notre équipe internationale est hautement qualifiée dans un éventail de techniques de recherche et présente des capacités de leadership éclairé en matière de modélisation économique, d'élaboration de scénarios et d'analyse d'impact économique au moyen d'enquêtes de marché, d'études de cas, de commissions d'experts et d'analyses Web.

Oxford Economics est un conseiller majeur pour les décideurs commerciaux, financiers et gouvernementaux ainsi que pour les leaders d'opinion. Notre base internationale de clients comprend aujourd'hui plus de 2 000 organisations internationales, y compris des entreprises multinationales, des établissements financiers, des entités gouvernementales majeures, des associations de commerce, de grandes universités, des consultants et des groupes de réflexion.



Q&R SUR LA MÉTHODOLOGIE

Comment avons-nous évalué la contribution de l'écosystème de création de YouTube au PIB ?

Les revenus distribués par YouTube en 2020 ont été estimés à l'aide des résultats de notre enquête auprès des créateurs de contenu d'Europe du Nord et des informations publiées sur les revenus du secteur de la musique.

Les revenus hors plateforme des entrepreneurs créatifs ont été estimés sur la base de l'enquête menée auprès des créateurs d'Europe du Nord. Les revenus hors plateforme des secteurs de la musique et des médias ont été estimés sur la base des réponses à l'enquête menée auprès d'entreprises au sein de l'UE.

Nous avons évalué la contribution directe au PIB des entrepreneurs créatifs en soustrayant les coûts intermédiaires des revenus associés à l'activité sur YouTube (approche de la « production »). La contribution directe au PIB des entreprises des secteurs de la musique et des médias a été estimée en appliquant un rapport entre les sorties de PIB standard et les estimations de revenus.

Ensuite, nous avons utilisé un modèle entrée-sortie, soit un tableau reprenant les données sur qui achète quoi et à qui au sein de l'économie belge, pour évaluer les impacts au niveau de la chaîne d'approvisionnement (impact indirect) et des dépenses des salariés (impact induit). Le modèle pour la Belgique a été élaboré à partir du Global Impact Model d'Oxford Economics, qui se base sur les données de l'OCDE.

Nos résultats sont présentés sur une base brute; en d'autres termes, ils ne tiennent pas compte du motif pour lequel les ressources utilisées par les créateurs de contenu ou stimulées par leurs dépenses auraient également pu être utilisées.

Les résultats excluent-ils quelque activité liée à YouTube ?

Nos estimations excluent la contribution économique des opérations de YouTube même et les bénéfices perçus par les entreprises à la suite d'une hausse des ventes grâce à une campagne publicitaire sur YouTube.

Comment avons-nous estimé le nombre total d'emplois basés sur YouTube?

Le nombre d'emplois à équivalent temps plein (ETP) parmi les entrepreneurs créatifs a été estimé sur la base des réponses à l'enquête liées aux heures de travail hebdomadaire sur YouTube. Nous avons uniquement inclus les réponses des entrepreneurs créatifs qui consacrent au minimum huit heures par semaine à travailler sur YouTube. Le nombre d'emplois des collaborateurs permanents des entrepreneurs créatifs a également été estimé sur la base des réponses à l'enquête.

Le nombre d'emplois créés au sein d'entreprises des secteurs de la musique et des médias et par le biais des impacts indirects et induits pour tous les types de créateurs a été estimé en appliquant des hypothèses en matière de productivité aux résultats du PIB.

Remarque : les études de cas présentées dans le présent document se fondent sur les informations fournies par YouTube.

