

Dossier de presse



Change ton feed

Septembre 2023

Sommaire

- 03 L'équipe dirigeante**
- 05 2005-2023 : Dailymotion, toujours en mouvement**
- 07 Le nouveau Dailymotion, ça change des réseaux sociaux**
- 09 Avec le nouveau Dailymotion, change ton feed**
 - Perspectives, l'algorithme qui vous veut du bien**
 - React, le commentaire vidéo sans tricher**
 - Sondages, le vote de la communauté**
 - Modération : quand intelligence artificielle et modération humaine se complètent**
- 14 Dailymotion, une entreprise engagée**
- 16 Chiffres clés**
- 17 La puissance de Dailymotion Advertising**

L'équipe dirigeante



Maxime SAADA (CEO)

Maxime Saada est nommé Directeur Général du Groupe Canal+ depuis juillet 2015. En 2016, il devient également Président-Directeur Général de Dailymotion. En 2018, il est nommé Président du Groupe Canal+ et Président de Studiocanal. Maxime Saada est membre du Conseil de Direction de Vivendi depuis le 24 juin 2022.

Maxime Saada est diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris (Sciences Po-1992) et possède un MBA de HEC (1994). Il a débuté sa carrière aux États-Unis au sein de la branche nord-américaine de la DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale). En 1999, il rejoint le cabinet de conseil McKinsey & Company, avant d'être nommé Directeur de la Stratégie du Groupe Canal+ cinq ans plus tard.

Après avoir contribué à la fusion avec TPS, il a successivement occupé les postes de Directeur Marketing, Directeur de Canalsat, Directeur des Ventes, Directeur de la Distribution, avant d'être promu Directeur Général en charge de la programmation en 2013.

« Dailymotion est passé d'une audience de moins de 300 millions d'utilisateurs mensuels en 2017 à près de 400 millions en 2023. C'est la seule plateforme vidéo gratuite française avec un rayonnement mondial et une présence dans 145 pays. Et nous voulons aller encore plus loin. Notre nouvelle application vise à proposer une expérience sociale plus saine où les utilisateurs peuvent découvrir les contenus des médias reconnus et des contenus de créatrices et créateurs offrant une pluralité de points de vue, favorisant la curiosité et l'ouverture d'esprit »



Guillaume CLÉMENT (COO)

Guillaume Clément (COO) est l'architecte de la transformation de Dailymotion depuis son arrivée dans l'entreprise en 2014. Il a d'abord piloté la stratégie technique de la plateforme, avec pour mission de garantir sa qualité, sa disponibilité et sa performance à l'échelle mondiale. Puis il s'est attaché, en tant que responsable des équipes engineering, produit, data, design, marketing et opérations, à délivrer sur le marché une version réinventée de Dailymotion, capable de rivaliser techniquement et conceptuellement avec les géants du marché international.

« Débattre, s'exprimer, partager ses idées sur tous les sujets, c'est une façon ludique de grandir et de s'épanouir. On peut avoir des points de vue différents tout en continuant à s'écouter et à se respecter. Dailymotion a pour vocation d'être un espace où chacun peut devenir qui il, elle ou iel a envie d'être. C'est important pour la jeunesse, ça l'est également à l'échelle d'une société en perte de lien social. »

« Nos fonctionnalités, comme React et Sondage, encouragent des conversations honnêtes et constructives tout en luttant contre la toxicité. En incitant les utilisateurs à être plus responsables dans leurs commentaires, écrits ou vidéos, en modérant les contenus nocifs et en sensibilisant à l'importance de la diversité et du respect mutuel, nous faisons de Dailymotion une proposition unique et alternative sur le marché des plateformes vidéo. »



Stéphane GODIN (CCO)

En tant que Chief Content Officer (CCO), Stéphane Godin pilote la stratégie de contenu de Dailymotion à l'échelle mondiale. Il définit et assure notamment le recrutement des créateurs sur la nouvelle app, avec déjà plus de 500 profils créés. Il est également à la tête de l'équipe en charge d'accompagner les entreprises dans le déploiement de leur stratégie vidéo, de la définition des besoins jusqu'à l'intégration technologique.

« En plus de notre promesse, qui fait le pari de la découverte et la complémentarité des points de vue, ce qui a particulièrement séduit les créatrices et les créateurs, c'est notre volonté de développer avec eux une application où le contenu de qualité est reconnu à sa juste valeur et où il est possible d'interagir plus sagement avec son audience. »



Majdoline CHABLAOUI (CLO)

En tant que Chief Legal Officer (CLO), Majdoline Chablaoui assure la direction juridique de Dailymotion et a notamment en charge la responsabilité des affaires publiques. Elle veille à la conformité de la plateforme vis-à-vis des évolutions législatives sur le plan international. Elle supervise également la politique relative à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. Ses équipes sont chargées de tous les aspects juridiques de l'entreprise et de ses filiales.

« Plus encore qu'une obligation, le renforcement actuel du cadre juridique autour du numérique a été une inspiration pour le nouveau Dailymotion, car il correspond à notre volonté de nourrir le débat démocratique. »



Guillaume CLEMENT (Chief Operating Officer), Majdoline CHABLAOUI (Chief Legal Officer), Laëtitia MENASE (Secrétaire Générale), Maxime SAADA (Président-Directeur Général), Ornella AMSELLEM (Chief People Officer), Ilenia MICHELOTTI (Chief Financial Officer), Bichoï BASTHA (Chief Business and Revenue Officer), Stéphane GODIN (Chief Content Officer)

2005-2023: Dailymotion, toujours en *mouvement*

Appartenant aujourd'hui au Groupe Vivendi, Dailymotion est l'un des pionniers emblématiques du digital en France. Retour sur l'itinéraire d'une startup devenue un modèle de réussite et de résilience.

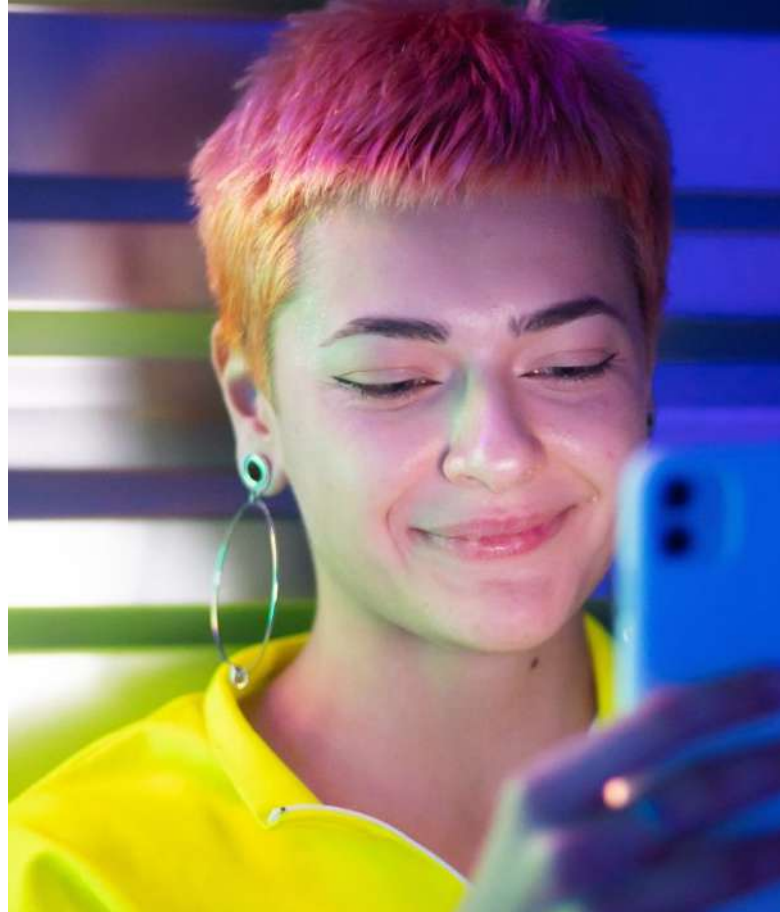
Fondé en 2005, Dailymotion est l'une des premières et plus remarquables success stories du numérique français. Plateforme d'hébergement, de visionnage et de partage de vidéos, la startup parisienne connaît d'emblée un essor fulgurant. Après une première levée de fonds en 2006, elle se lance à l'international en 2008. Afin de pérenniser sa place singulière et stratégique dans le paysage digital, Dailymotion reçoit en 2009 le soutien actionnarial de l'État, puis celui d'Orange en 2011.

En 2015, Dailymotion entre dans le giron du Groupe Vivendi, qui assainit ses finances, poursuit ses investissements technologiques et réoriente avec succès son modèle vers le B2B. Aujourd'hui, Dailymotion compte plus de 400 millions de visiteurs uniques par mois dans 145 pays et totalise plus de 4 milliards de vues par mois, dont 90 % sur des contenus premium. Plus qu'un simple player vidéo, Dailymotion s'est imposé comme le relai incontournable d'un réseau de plus de 5000 éditeurs de contenus professionnels, dont 90 % des médias français, parmi lesquels Le Monde, Marie-Claire, L'Équipe, Belin Sports, Webedia... Résultat : Dailymotion est aujourd'hui la première audience player en France, touchant 9 internautes français sur 10.

Face à l'évolution constante des usages et des attentes du public, Dailymotion a capitalisé sur cette réussite pour ouvrir un nouveau chapitre de son histoire. Fort de sa solidité économique, de son excellence technologique, de son empreinte auprès des plus grands médias et de son ADN culturel français, Dailymotion a lancé au printemps 2023 le nouveau Dailymotion, une application vidéo ouverte à tous et conçue pour permettre à chacun d'appréhender le monde avec davantage de nuance et d'esprit critique.

Repères chronologiques

- 2005** *Création de Dailymotion*
- 2008** *Expansion internationale*
- 2009** *Prise de participation de l'État*
- 2012** *Entrée d'Orange au capital*
- 2017** *Rachat par Vivendi*
- 2023** *Lancement du nouveau Dailymotion*





Accusés de véhiculer fake news et opinions radicales, de nourrir la fragmentation et la polarisation de la société, d'enfermer les utilisateurs dans leurs préjugés et, pire, de profiter de tout cela avec cynisme, les réseaux sociaux souffrent d'une image peu reluisante. Les plus jeunes, qui en constituent pourtant le premier public, se montrent particulièrement sévères. Selon une étude réalisée par Yougov pour Dailymotion en avril 2023, 75 % des 18-24 ans (la Gen Z) considèrent que les réseaux sociaux ont un effet néfaste sur l'intelligence collective et près de la moitié (43 %) qu'ils n'agissent pas dans l'intérêt de la société. 64 % s'inquiètent aussi de l'appauvrissement de notre capacité à débattre et à échanger et 63 % des conséquences des réseaux sur leur cerveau.

Fatigués de ces algorithmes qui décident à leur place et

gaspillent leur temps, ces jeunes veulent pouvoir découvrir le monde et les autres, nouer des relations, s'informer, se distraire, s'éduquer, tout cela dans un cadre apaisé et bienveillant, où la curiosité est encouragée et les différences, respectées et valorisées.

Offrir cette alternative positive aux réseaux sociaux dominants, telle est l'ambition du nouveau Dailymotion. Notre conviction est que, dans un monde en perte de nuances et de repères, il est plus important que jamais de continuer à nous écouter les uns les autres et c'est pourquoi le nouveau Dailymotion entend incarner une nouvelle génération de plateformes de contenus, conçues pour inspirer les internautes en leur donnant une vision du monde plus sûre, plus diverse et plus inclusive.

Le nouveau Dailymotion, ça change des réseaux sociaux

Pour bâtir ce « safe space » ouvert à tous, nous avons interrogé nos utilisateurs et nos clients afin de répondre à leurs préoccupations :

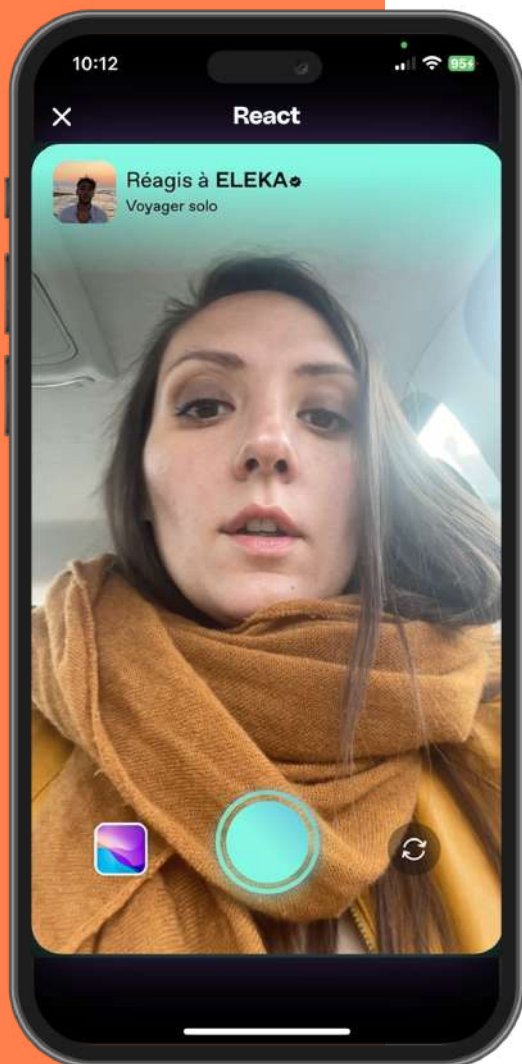
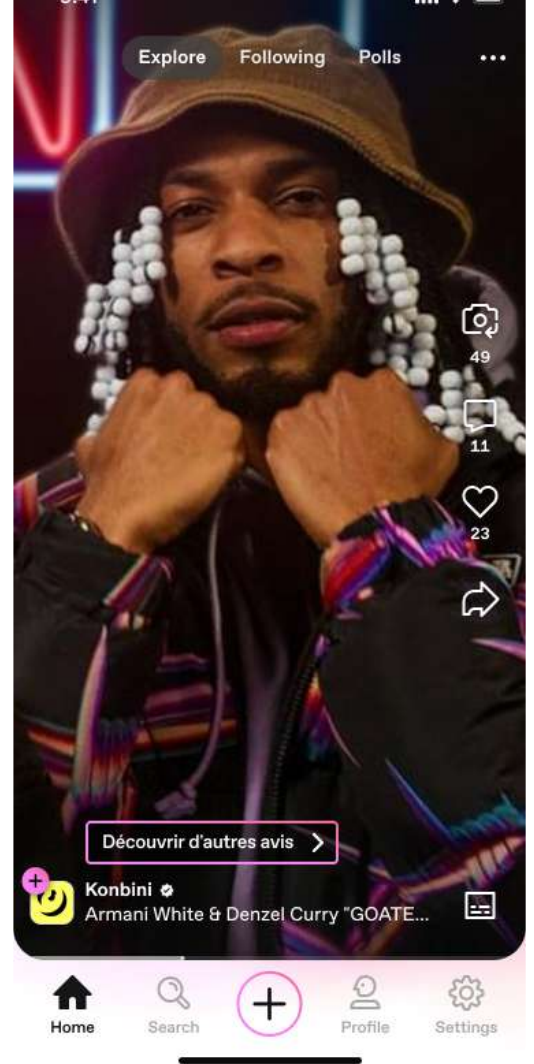
Les créateurs et les médias : Parce qu'ils sont au cœur de l'expérience, le nouveau Dailymotion leur permet de produire des contenus de qualité, d'en obtenir une juste rétribution et d'établir un dialogue constructif et respectueux avec leur public. À l'image d'Adam Bros, Verbozz, Whoislyse, Bruno Maltor, Nota Bena, Val Foot ou encore Dr Good, qui tous rejoignent la plateforme, le nouveau Dailymotion entend réunir des créateurs ouverts au débat et à la pluralité des points de vue et partisans d'une information argumentée et enrichissante.

Les internautes : Lassés des contenus uniformes et peu qualitatifs vers lesquels les dirigent des algorithmes obscurs, ils aspirent à pouvoir accéder à une diversité d'opinions dans le respect des faits, à ne pas être exposés à des contenus illégaux ou choquants et à interagir davantage entre eux et avec les créateurs dans un respect mutuel. Tout cela, le nouveau Dailymotion le leur apporte en leur permettant de reprendre – enfin ! – le contrôle de leur feed.

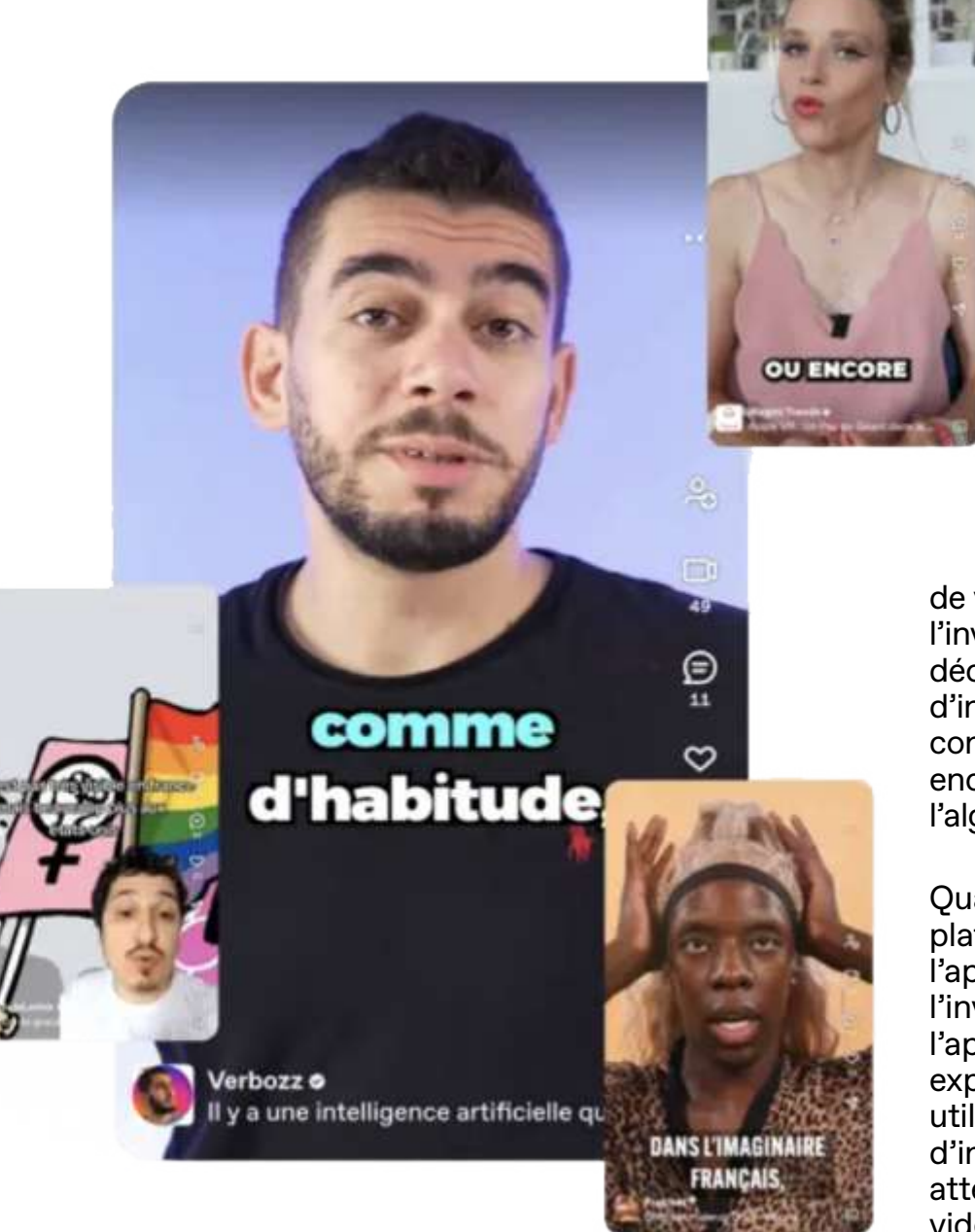
Les marques : Le nouveau Dailymotion a été conçu pour qu'elles puissent communiquer et diffuser leurs messages sereinement, sans risque d'être associées à des contenus problématiques ou victimes de polémiques qui ne les concernent pas. Pour cela, elles pourront s'appuyer sur des données riches et de qualité afin de mieux connaître et cibler leur audience.

La société : Conscient de la place qu'occupent désormais les réseaux sociaux dans le débat public, le nouveau Dailymotion entend contribuer au dialogue démocratique en préservant la liberté d'expression et d'opinion, en éveillant les jeunes aux enjeux de notre époque, en leur permettant d'aiguiser leur esprit critique, et en favorisant la diversité et l'inclusivité.

Avec le nouveau Dailymotion, *change ton feed*



*Le nouveau
Dailymotion est la
seule app vidéo qui
redonne à ses
utilisateurs le
contrôle des
contenus qu'ils
consomment et les
incite à découvrir
d'autres sujets,
d'autres contenus
et d'autres points
de vue sur les
thématiques qui les
préoccupent ou les
passionnent.*



de vidéos de chat). L'exploration, à l'inverse, incite l'utilisateur à découvrir de nouveaux sujets d'intérêt en lui présentant des contenus qui ne correspondent pas encore à un intérêt détecté par l'algorithme.

Quand la plupart des autres plateformes vidéo ont choisi l'approche dite de l'optimisation, à l'inverse, Dailymotion privilégie l'approche de l'exploration, en exposant plus régulièrement ses utilisateurs à de nouveaux sujets d'intérêts. Notre algorithme prête attention à la diversité des sources vidéo et à la profondeur de l'intérêt des utilisateurs. Il est ainsi capable d'analyser le score de sentiment d'une vidéo pour recommander une autre vidéo qui présenterait un point de vue complémentaire ou contradictoire. L'objectif : donner la possibilité aux utilisateurs, notamment les plus jeunes, de creuser réellement un sujet pour se forger un avis plus exhaustif et éclairé, et faire l'apprentissage du débat démocratique.

Perspectives, l'algorithme qui vous veut du bien

Pour comprendre en quoi l'algorithme de Dailymotion est unique, il faut déjà poser la différence entre les concepts d'optimisation et d'exploration. L'optimisation consiste pour un algorithme à recommander à un utilisateur des contenus qui correspondent à ses intérêts détectés selon des signaux actifs (ex : l'action de liker une vidéo de chat entraîne une sur-recommandation

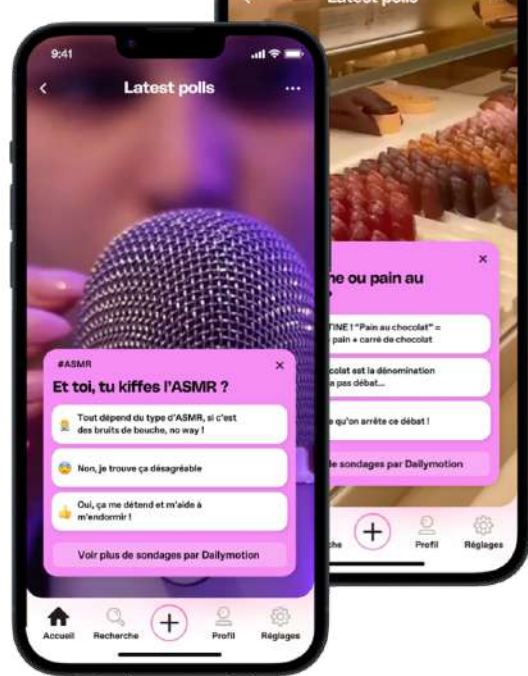
Pour autant, la diversité des opinions exprimées sur le nouveau Dailymotion ne sera pas inconditionnelle. La bienveillance, l'honnêteté (lutte contre les click-baits) et l'argumentation des propos seront mises en valeur par les algorithmes ainsi que par le design de la plateforme.

React, le commentaire vidéo sans tricher

Poster un React sur Dailymotion, c'est la façon la plus directe et authentique de partager son point de vue avec la communauté et de lancer le débat avec les autres utilisateurs. Plus question de se cacher derrière des filtres et des avatars, c'est le moment de montrer sa vraie personnalité.

Avec React, les utilisateurs peuvent se filmer en mode selfie ou choisir une vidéo dans leur bibliothèque pour réagir. Tous les autres utilisateurs pourront accéder à ce React et ajouter des commentaires partager et répondre en créant eux-mêmes un React. Résultat : une conversation avec une multitude de points de vue à visage découvert, facile d'accès et pensée pour encourager des interactions plus saines et constructives.

React, c'est le moyen le plus simple et rapide de toucher des audiences en réagissant sur les vidéos des autres. Cette fonctionnalité permet de faire entendre sa voix, d'alimenter le débat et de construire une communauté pas à pas. En rebondissant sur le contenu des autres, les utilisateurs peuvent augmenter leur visibilité, l'algorithme de Dailymotion mettant en avant sur la home les Reacts les plus pertinents.



Sondages, le vote de la communauté

Sondages, c'est la fonctionnalité de vote qui pose les bases saines d'une conversation avec des points de vue différents sur Dailymotion. Elle permet à chacun de se forger des opinions éclairées en participant à des débats plus sains et constructifs et de se situer par rapport à ce que pensent les autres utilisateurs. Une fois que l'utilisateur a voté, c'est l'occasion pour lui de lancer le débat et réagir en vidéo avec React, ou une opportunité de creuser la question plus en profondeur et d'interagir avec la communauté s'il n'a pas d'avis sur la question.

Participer activement à des sondages et exprimer ses choix donne l'occasion aux utilisateurs d'explorer différentes façons de penser et d'appréhender les questions variées qui façonnent notre société, ainsi que de développer leur empathie en envisageant des points de vue et des motivations qui leur étaient étrangers auparavant.

Des sondages sont proposés quotidiennement sur toutes sortes de sujets d'actualité dans un feed dédié.

Des avis plus nuancés sur tous les sujets

Dailymotion souhaite dépasser le classique “j’aime/j’aime pas” et ses travers : binaire, stérile, réducteur... Sur l’application, les utilisateurs donnent leur avis en faisant monter ou descendre une jauge progressive. Est-ce que c’est pas mal, bof, cool, incroyable ou une perte de temps ? Tous les avis comptent, et c’est cette diversité qui constitue la richesse d’une conversation.

Une fois que l’utilisateur a donné son avis sur une vidéo, l’app lui offre la possibilité d’expliquer pourquoi il trouve ça génial ou décevant. L’objectif : dépasser les réactions à chaud superficielles pour contribuer réellement à la discussion. S’il a monté ou baissé la jauge avec conviction (en positif ou en négatif), c’est que l’utilisateur a un avis fort sur la question. Il est ainsi invité à partager son point de vue en mettant un commentaire sous la vidéo ou en publiant un React.





Modération : quand intelligence artificielle et modération humaine se complètent

L'ambition du nouveau Dailymotion est d'être pour les internautes et les créateurs une « safe place » leur permettant de partager leurs contenus et d'échanger dans un climat de respect mutuel. Cela passe naturellement par une politique de modération à la hauteur des enjeux auxquels sont sans cesse confrontés les réseaux sociaux : désinformation, piratage et contrefaçon, pornographie, harcèlement, propos haineux et discriminatoires...

Cette politique de modération ambitieuse, à la fois stricte et bienveillante, repose sur trois éléments clés :

Des règles (guidelines) précises et transparentes, fondées sur les textes juridiques français et européens, qui établissent clairement ce qui doit être retiré de la plateforme ou non, y compris pour les contenus légaux mais potentiellement nocifs..

Une IA au service de la modération humaine : les équipes de Dailymotion misent sur des technologies d'intelligence artificielle (IA) qui détectent les contenus potentiellement à risque et les signalent aux équipes de modération. La puissance de l'IA permet aux modérateurs, mobilisés 24h/24, d'intervenir de

façon extrêmement réactive et avec discernement. Outre les contenus identifiés automatiquement en raison de mots-clés suspects (blocklist) ou de similitudes avec des œuvres protégées par le droit d'auteur (fingerprinting), les modérateurs traitent en priorité les vidéos signalées par les utilisateurs eux-mêmes ou des ayants-droits.

Une approche pédagogique pour lutter contre les fake news : tout en faisant de la liberté d'expression l'un de ses principes fondateurs, Dailymotion s'engage au quotidien pour lutter contre la désinformation et les manipulations. A cet effet, différents filtres sont en cours de déploiement (éligibilité des sources, signalements par la communauté, expertise journalistique...), cependant, nous sommes convaincus que ce n'est qu'en renforçant la vigilance, le sens critique et la culture des internautes qu'il sera possible de combattre durablement les fake news.

Dailymotion, une entreprise engagée

Depuis sa création, et plus que jamais aujourd'hui, Dailymotion s'engage en tant que plateforme et régie publicitaire auprès de ses utilisateurs, ses créateurs, ses partenaires et ses employés, à créer un espace sain et responsable, non seulement au travers des services qu'elle opère mais également en s'investissant dans le domaine de la sobriété énergétique.

Un internet plus responsable

Ces dernières années, Dailymotion a pris de nombreuses initiatives pour faire de sa plateforme un environnement de confiance, plus sûr et plus fiable :

En 2018, Dailymotion est la première plateforme signataire du Code de conduite européen contre les contenus haineux ;

En 2019, Dailymotion rejoint l'Appel de Christchurch afin de lutter efficacement contre la diffusion de contenus terroristes et extrémistes violents ;

En 2020, Dailymotion Advertising conclut des partenariats avec des acteurs majeurs de la Brand Safety, dont MOAT, TAG et White Ops ;

En 2021, Dailymotion Advertising obtient pour la quatrième année consécutive le label Digital Ad Trust, qui distingue les environnements digitaux de confiance et valorise les contextes médias de qualité ;

En 2021, Dailymotion s'associe à l'initiative Tech Against Terrorism, qui vise à lutter contre l'exploitation terroriste d'Internet, et s'engage à protéger les jeunes internautes en signant la charte « standing up for children's rights in the digital environment » ;

En 2023, Dailymotion a significativement durci sa politique de contenus prohibés et renforcé ses mesures de protection des mineurs en ligne, afin de prévenir toute forme d'abus sur la plateforme.

Sobriété énergétique et efforts de réduction de l'impact environnemental de la publicité en ligne

Bien avant que ne sonne l'heure de la sobriété énergétique, Dailymotion avait mis en place de nombreuses actions afin de limiter la consommation électrique liée à l'usage de son lecteur vidéo. Cet engagement de longue durée passe par plusieurs actions : l'utilisation d'énergie verte dans nos datacenters, le renouvellement de nos équipements, un parc informatique plus adapté et plus calibré.

Face à l'urgence environnementale, Dailymotion continue de mettre en place de bonnes pratiques de gestion et d'optimisation de nos équipements tout au long de leur cycle de vie.

Par ailleurs, Dailymotion Advertising – la régie publicitaire de la plateforme - contribue à la transition écologique du secteur de la publicité en ligne, notamment en mettant en place un chemin d'accès direct depuis les sources de demande aux inventaires des médias, ou encore en optimisant ses outils de diffusion pour réduire le poids des campagnes publicitaires.

Les efforts devant être communs, Dailymotion accompagne également ses clients dans leur transition. Fin 2022, Dailymotion Advertising s'est ainsi associé à la startup Impact+ pour développer un outil de mesure de l'impact carbone des campagnes publicitaires diffusées sur la plateforme, et relaie le guide des éco-gestes de la publicité digitale élaboré par Alliance Digitale.

Dailymotion Advertising a également lancé une offre baptisée Dailygreen, qui soutient la promotion des produits écoresponsables (selon les critères de l'Ademe) en offrant aux annonceurs des prestations contribuant à les mettre davantage en valeur.

Enfin, Dailymotion Advertising a noué avec Goodeed un partenariat inédit en faveur d'une publicité responsable. Grâce à ce format, en parallèle de la diffusion de leurs messages publicitaires, les entreprises participent au financement et à la mise en lumière d'actions solidaires et environnementales de leur choix.



Chiffres clés

Dans le monde

400 millions de visiteurs uniques par mois (250 millions en 2015), originaires de 145 pays

4 milliards de contenus visionnés par mois (dont 90 % de contenus premiums)

3000 éditeurs professionnels

En France

1ère audience player vidéo

90 % des médias

49 millions de visiteurs uniques par mois (soit 91 % des internautes français)

Principaux résultats de l'enquête YouGov/Dailymotion (2022) sur la perception des réseaux sociaux par les 18-24 ans (Gen Z)

90% se disent préoccupés par leur avenir et **41%** très préoccupés

77% pensent que la société est de plus en plus polarisée

64% pensent que les débats se sont appauvris

75% pensent que les réseaux sociaux ont un effet néfaste sur l'intelligence collective

43% pensent que les réseaux sociaux n'agissent pas dans leur intérêt

66% trouvent que les algorithmes décident à leur place ce qu'ils regardent

70% sont choqués par la violence des commentaires en ligne

63% sont inquiets des conséquences des réseaux sur leur cerveau

71% trouvent qu'ils gaspillent leur temps sur le téléphone

Pour en savoir plus

La puissance de Dailymotion Advertising

Dailymotion Advertising apporte aux annonceurs une proposition de valeur unique sur le marché de la publicité en ligne en combinant une audience massive, un cadre sécurisant et un éventail de services à valeur ajoutée en matière de data, de technologie et de création.

La première audience française

Grâce à sa combinaison unique d'une plateforme de streaming vidéo de pointe et d'un réseau de plus de 3000 éditeurs professionnels, Dailymotion est la première audience vidéo en France avec 49 millions de visiteurs uniques par mois, soit 91 % des internautes français¹.

Le partenaire privilégié des éditeurs

Grâce à la stratégie mise en place depuis le rachat par Vivendi en 2015, Dailymotion a constitué le plus important réseau éditorial de France avec 90 % des médias français. Partenaire privilégié des éditeurs, Dailymotion propose une solution vidéo complète pour créer et héberger leurs contenus vidéo, et les accompagne dans la mesure et la monétisation de leur audience

Un cadre « brand safe » sécurisant

Le nouveau Dailymotion a été conçu pour que les marques puissent communiquer et diffuser leurs messages sereinement, sans risque d'être associées à des contenus problématiques ou victimes de polémiques qui ne les concernent pas. Grâce à sa politique globale de modération, à la fois stricte et bienveillante, Dailymotion garantit aux annonceurs que leurs messages n'avoisineront jamais des contenus sujets à caution, et l'affichage des publicités dans le player peut être bloqué si nécessaire à tout moment et sans délai.

Des données « first party » riches et qualifiées

Grâce à l'étendue et la diversité de ses contenus comme de ses utilisateurs, Dailymotion dispose sur ces derniers de données de première main d'une qualité incomparable, ce qui lui permet de réaliser des ciblage et des analyses comportementales d'une grande précision. Dailymotion est ainsi la seule plateforme vidéo au monde, avec YouTube, capable d'identifier les centres d'intérêt des audiences à partir de leur consommation vidéo. Dailymotion a également développé des algorithmes lui permettant d'associer des thèmes ciblés à une vidéo via l'analyse de ses métadonnées (titre, description, images, son...). Pour s'assurer que son approche soit à la fois pérenne et conforme à la réglementation, Dailymotion n'utilise pas de cookies et s'est spécialisé dans le ciblage contextuel, qui cible des usages et non des utilisateurs individuels.

Un département Insight pour mieux connaître les consommateurs

Au-delà d'un ciblage publicitaire de qualité, les données recueillies peuvent aussi révéler le comportement des consommateurs, leurs attentes, les tendances du moment, etc. C'est pourquoi Dailymotion a créé un département Insight afin de permettre aux marques d'accéder à ces précieuses connaissances. Dailymotion propose deux protocoles d'étude : avant la campagne, afin d'identifier les profils à cibler et de déterminer la stratégie et les messages optimaux en fonction des objectifs de la marque, et après la campagne, pour mesurer sa performance et son impact, et identifier les profils les plus réceptifs dans la perspective des actions marketing à venir.



Un studio créatif pour développer des formats innovants

Dailymotion dispose d'un studio créatif intégré qui développe de A à Z des expériences digitales et des formats publicitaires vidéo innovants, parfaitement adaptés aux messages de la marque, à sa stratégie, et au contexte de diffusion. Étant propriétaire du player, NROLL jouit d'une liberté technologique totale, ce qui lui permet d'imaginer et de produire des créations sur mesure. Résultat : les formats développés par le studio affichent d'excellentes performances d'engagement, contribuant à améliorer la perception du message comme l'image de marque.

Des technologies propriétaires garantes d'autonomie

Afin de se différencier tout en préservant son indépendance, Dailymotion s'est depuis toujours attaché à développer ses propres technologies, que ce soit dans le domaine de la vidéo (player), et de la publicité (SSP). Stratégique pour Dailymotion, cette autonomie est aussi un atout pour les éditeurs et les annonceurs à qui elle offre une alternative souveraine aux grandes plateformes

Dossier de presse



Contacts

Contact presse Dailymotion:

Audélia Leloup (Havas Play)

Audelia.leloup@havasplay.com • 06 64 42 39 52

Contact presse Dailymotion Advertising:

Nicolas Schmit (Edelman)

Nicolas.schmit@edelman.com • 07 77 96 24 50

Les éléments multimédias de la campagne de lancement
sont accessibles depuis ce lien