

ÉTUDE MINDDEX · AVRIL 2026 · 57 871 citations brutes, 55 631 analysées

Comment *YouTube* apparaît dans les réponses des *LLM*.

Étude compagne de l'analyse Reddit. Mêmes méthodologie, format et grille de lecture.
L'une des plus grandes études publiques disponibles.

Sur YouTube, ce qui compte pour les LLM *n'est pas ce qui compte pour les humains.*

97,6 %

des citations de notre dataset vont à un contenu tiers (créateur, média, particulier)

$\rho < 0,10$

Pour vues × citations et abonnés × citations LLM.

65 %

ont plus d'un an : effet evergreen plus fort que sur Reddit

71 %

des citations vont à des chaînes < 100 K abonnés

Implication. Les signaux d'engagement humain (vues, abonnés) **ne sont pas des leviers de visibilité LLM**. Une vidéo modeste peut être autant citée qu'une vidéo virale. Ce qui compte, c'est la pertinence sémantique au regard de la requête, pas l'audience humaine.

Une vue à grand angle : *57 871 citations*, 526 projets clients.

 57 871

citations YouTube
récupérées

 55 631

citations enrichies
analysables (96,1 %)

 33 706

réponses LLM uniques

 22 180

vidéos YouTube uniques

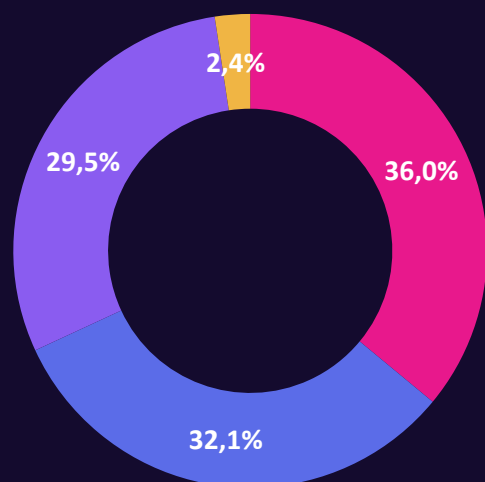
 > 12 000

chaînes YouTube uniques

 526

projets clients couverts

Sur notre dataset, quand un LLM cite YouTube, il pointe vers une vidéo *tierce* dans 97,6 % des cas.



■ Créateur indépendant — 36,0 %
 ■ Média / presse — 32,1 %
 ■ Particulier — 29,5 %
 ■ Chaîne de marque — 2,4 %

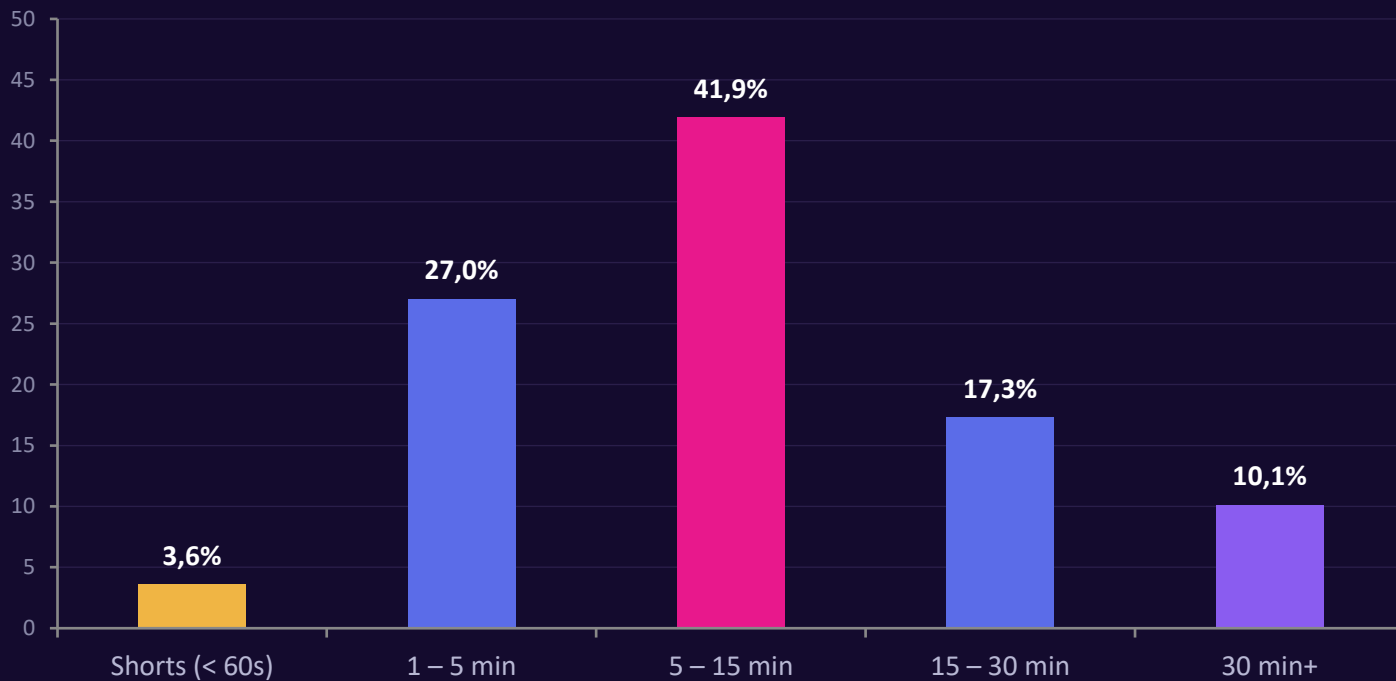
97,6 %

des citations vont à des contenus produits par d'autres (créateurs, médias, particuliers).

Reddit : **78 / 22** · YouTube : **97,6 / 2,4**

Lecture. La quasi-totalité des citations YouTube par les LLM pointent vers des contenus produits par d'autres : créateurs indépendants (36 %), médias et presse (32 %), particuliers (30 %). Posséder sa propre chaîne YouTube est un complément, pas un levier principal. Pour exister dans l'AI Search côté YouTube, il faut être présent dans des vidéos tierces, pas seulement publier sur sa propre chaîne.

Sur notre dataset, le sweet spot LLM est : 5 à 15 minutes.
Les Shorts sont 10× moins cités que leur poids dans le catalogue YouTube



41,9 %

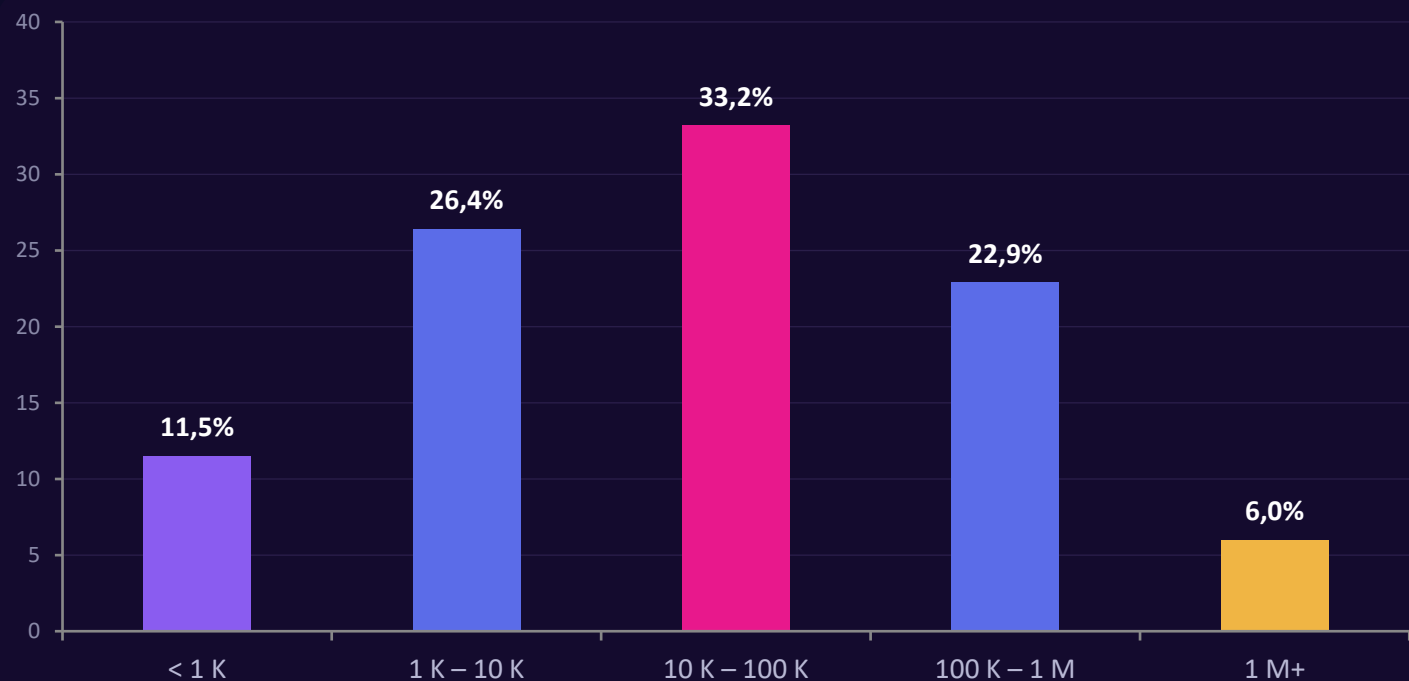
des citations sur le format 5 - 15 min, soit ~2× leur poids dans le catalogue (5-10 min ≈ 19 % des uploads YouTube, Statista 2025).

3,6 %

seulement pour les Shorts, alors qu'ils représentent 36 % des uploads quotidiens YouTube (Statista, 2025). Sous-représentation × 10.

71 % des citations vont à des chaînes < 100 K abonnés :

La longue traîne YouTube est accessible aux LLM



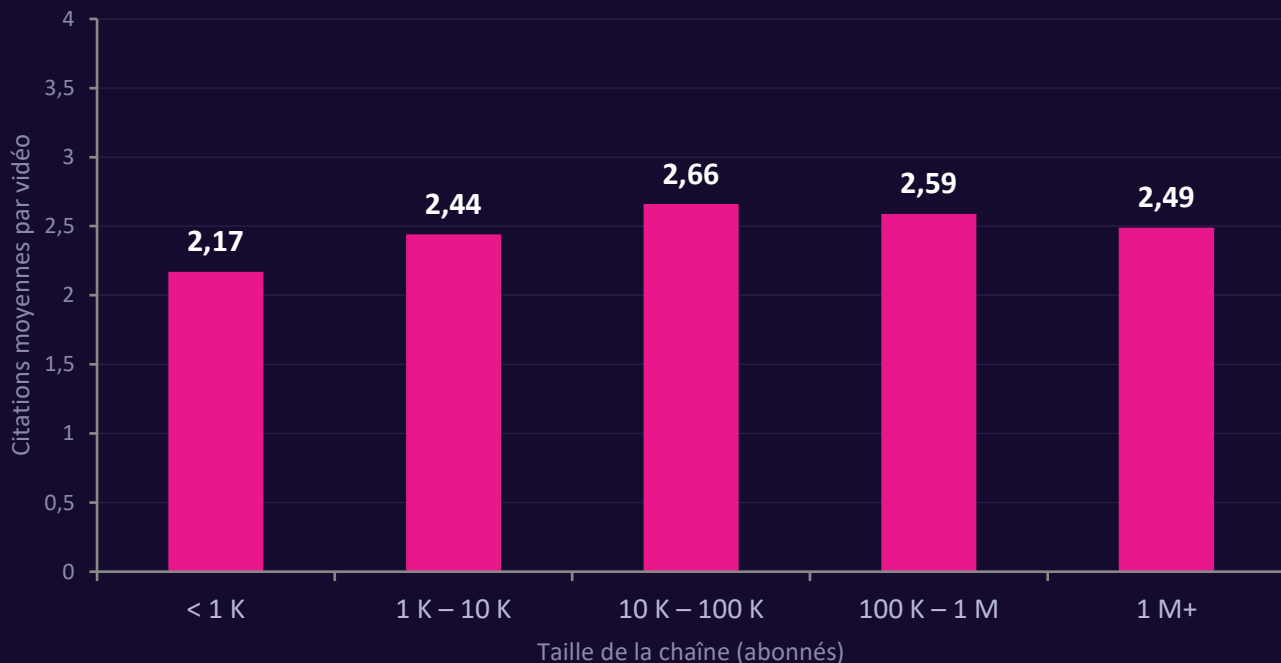
71 %

des citations vont à des chaînes < 100 K abonnés. Les très petites chaînes (< 1 K) pèsent même 11,5 %.

6 %

seulement pour les très gros canaux (1 M+). 100K+ abonnés = ~1 % des chaînes YouTube, mais 29 % des citations LLM. Sur-représentation ×30.

L'audience humaine *n'est pas un signal* exploitable par les LLM.



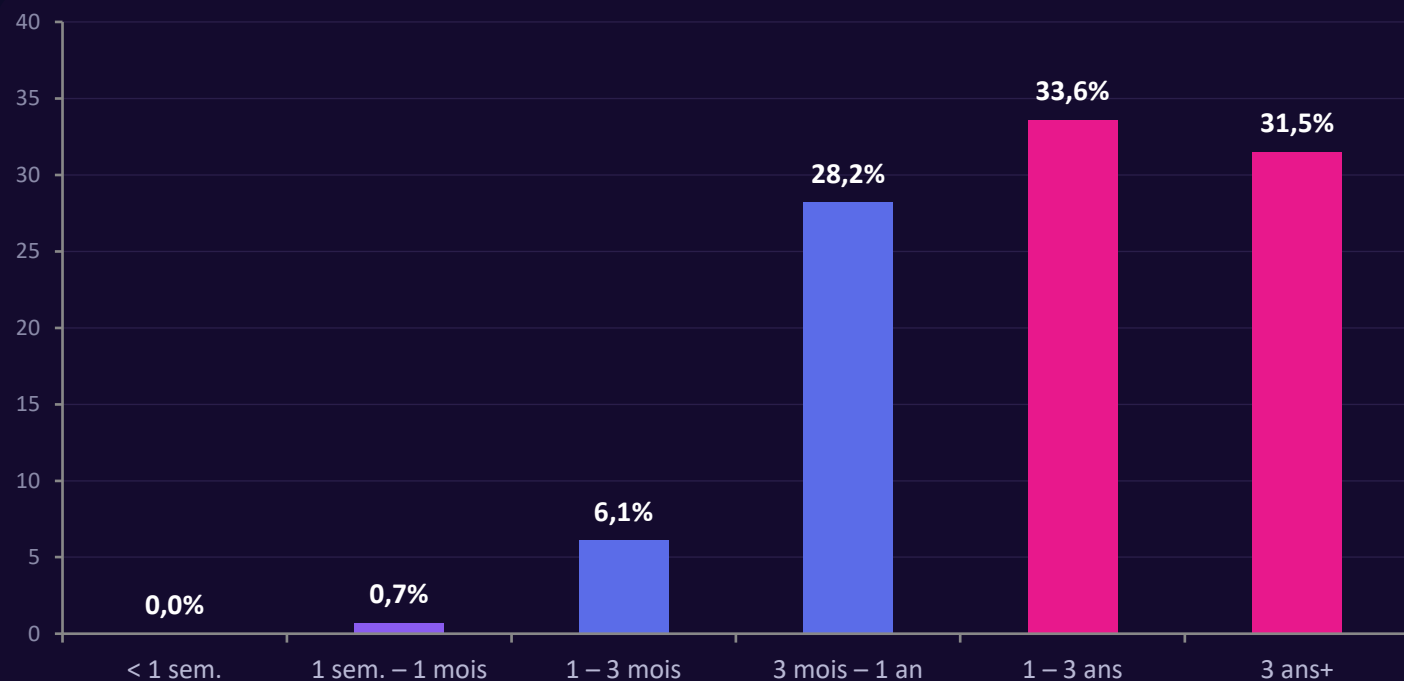
Corrélation directe

Couple	Spearman ρ
Vues \times citations	+ 0,088
Abonnés \times citations	+ 0,019

Sous le seuil de pertinence pratique ($|p| < 0,10$), bien que statistiquement détectables ($p < 10^{-38}$).

Parmi les vidéos citées, le nombre de citations est quasi indépendant de l'audience ($\rho = +0,088$ vues, $+0,019$ abonnés).
Médiane = 1 citation par vidéo dans tous les buckets

65 % des vidéos citées ont *plus d'un an*. Plus evergreen que Reddit.



65 %

des vidéos citées ont plus d'un an. *Sur Reddit : 44 %.*

12 - 36 mois

le temps qu'il faut à une vidéo pour entrer dans les réponses LLM. Horizon stratégique : 1 à 3 ans, pas trimestriel.

Méthodologie : Comment cette étude a été construite



Données collectées

Période de collecte : Avril 2026

Source des requêtes : 526 projets clients Minddex (B2B et B2C, multi-secteurs).

Pour chaque réponse LLM citante : URL YouTube extraite, vidéo et chaîne enrichies via YouTube Data API

Tier A : groupby pandas (distributions, formats, âges). Tier B : cohabitation domaines et cross-tabs LLM × variables vidéo.



Analyse statistique

57 871 citations brutes, 55 631 enrichies (96,1 %).

Exclusions : URLs non-vidéo (1 620).

55 631 citations analysables (96,1 % du corpus brut)
22 180 vidéos uniques, > 12 000 chaînes uniques.

Corrélations : Spearman ρ (robuste aux distributions heavy-tail typiques de YouTube).

Classification d'auteur : cascade règles + heuristique, accord spot-check 89 %.

Tests statistiques : seuil de pertinence pratique fixé à $|\rho| < 0,10$.



Limites de l'étude

Échantillon biaisé vers la distribution sectorielle des clients Minddex (526 projets) - non représentatif de tous les usages LLM grand public.

Compteurs de vues et abonnés capturés au moment du fetch, pas au moment de la citation. Top 100 commentaires.

Détection de marque par string match normalisé : ~8 % de faux positifs estimés.