# Lancement national de la Mesure Vidéo de Numeris

Aujourd'hui, pour une première sur le marché canadien, Numeris est heureux d'annoncer que nous étendons notre mesure d'auditoire vidéo (VAM) Ontario / Québec à l'échelle nationale. Ce déploiement, approuvé par notre Conseil d'administration, utilisera un panel de source unique; un seul panel rapportant la consommation de contenus vidéo linéaires et en ligne, et tenant compte du comportement de l'auditoire sur toutes les plateformes et appareils, sur une base dupliquée et non dupliquée.

« Comprendre la valeur des investissements média vidéo des annonceurs et des agences sur une base multiplateforme n'a jamais été aussi important. Nous soutenons fermement une solution VAM nationale qui fournira une compréhension du paysage vidéo et du comportement des auditoires par plateforme et par appareil. »

**Cathy Collier**, Présidente du Conseil d'administration de Numeris

En unifiant la consommation vidéo en ligne avec l'écoute linéaire de la télévision au niveau national, notre solution de mesure d'auditoire vidéo fournira aux membres Numeris une source fiable, cohérente, standardisée et neutre de données et de métriques des auditoires vidéo. Cette façon de faire augmentera la compréhension et la crédibilité du paysage vidéo canadien. Tirant profit de notre atout le plus important et le plus précieux, nos panels PPM, qui sont au cœur de la conception de chaque produit de mesure multiplateforme, cette solution de mesure vidéo offrira une plus grande transparence de la consommation vidéo multiplateforme tout en permettant à l'industrie d'ajouter du contexte à cette consommation et de comparer les comportements par groupe-cible, appareils et plateformes.

« VAM national fait partie intégrante de notre stratégie de mesure multimédia. Nous sommes ravis du soutien de l'industrie envers VAM à l'échelle nationale et envers notre stratégie multimédia qui vise à enrichir la mesure des auditoires afin de répondre aux besoins de nos membres et de l'industrie. »

**Neil McEneaney**, Président et Chef de la direction de Numeris

La mesure vidéo multiplateforme est notre priorité et un sujet de discussion de plus en plus important au sein de l'industrie canadienne et mondiale des média. Cette solution de mesure des auditoires vidéo nationale s'appuie sur nos connaissances et notre expérience de plusieurs années dans la conception, le test et l'exploitation de panels distincts en Ontario et au Québec français - PPM et numérique – en collaboration avec notre partenaire Kantar. Numeris a récemment partagé deux bases de données préliminaires de notre mesure vidéo avec un groupe restreint de membres. Ces premières et limitées bases de données ont fourni, pour la première fois au Canada, une vue du paysage vidéo et une compréhension de l'auditoire non dupliqué et des comportements multiplateformes par appareil et par emplacement. Il s'agissait également du premier exemple de données et tendances de consommation vidéo (linéaire, OTT, YouTube, etc.) au Canada, aidant à illustrer le portrait complet de la consommation. Les commentaires des membres ont été très positifs et ont confirmé que VAM apporte une valeur ajoutée à la planification publicitaire par plateforme et appareil, en se basant sur une compréhension plus globale et holistique du comportement des auditoires.

« Une compréhension approfondie de la consommation vidéo multiplateforme est depuis longtemps un angle mort pour l'industrie canadienne. Le déploiement national de VAM par Numeris est une étape importante vers une meilleure compréhension de la relation complexe entre la télévision linéaire et la consommation vidéo en ligne, y compris l'accès à des informations de non-duplication des auditoires par plateforme. »

**Kristin Wozniak**, Membre de notre groupe-test VAM
Vice-Présidente, Analytics et Insight, Cossette Media et Directrice, Impact Recherche (V7 Media)

## À propos de Numeris

En exploitation depuis 1944, Numeris fournit des données d'auditoire et sur les comportements des consommateurs, ainsi que des renseignements parmi les plus avancés de l'industrie, à ses membres et licenciés qui comptent des télédiffuseurs er radiodiffuseurs, annonceurs, agences de publicité et autres organismes impliqués dans la radiodiffusion et la télédiffusion au Canada. À l'aide de technologies et de services sophistiqués pour mesurer et suivre les données, nous rassemblons des informations cruciales sur les comportements des auditoires durant et après les diffusions, donnant ainsi à nos membres un aperçu essentiel des impacts du contenu diffusé et des comportements des consommateurs. En fournissant ces informations cruciales sur les habitudes d'écoute et les comportements des consommateurs, nous aidons nos membres à offrir une programmation pertinente et de haute qualité qui répond aux besoins et aux demandes des Canadiens.

## À propos de Kantar

Kantar est le leader mondial de la data, des études et du conseil. Nous avons une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, dans plus de 90 marchés. En combinant l'expertise approfondie de notre personnel, de nos données et références, et de nos analyses et technologies innovantes, nous aidons nos clients à comprendre les individus et à trouver la croissance.