



VAM

Jette de la lumière sur un paysage médiatique de plus en plus fragmenté

Grâce à l'ajout des données de Facebook Video et des Reels d'Instagram, la solution vidéo multiplateforme de Numeris englobe maintenant plus de 90 % du paysage vidéo canadien.

Vous pouvez donc maintenant atteindre un niveau de compréhension inégalé et obtenir des données précieuses sur l'ensemble du paysage vidéo de l'Ontario et du Québec Franco, sur tous appareils et plateformes confondus et sur une base non dupliquée. La question qui se pose : comment le consommateur de vidéos Facebook se situe-t-il par rapport au consommateur de Reels Instagram ? Et comment ces consommateurs se comparent-ils à ceux d'autres plateformes de médias sociaux comme TikTok et YouTube ? Seul VAM peut répondre à ces questions à l'aide de métriques standardisées et provenant d'un seul outil !

Quel est le profil du consommateur de vidéos sur les médias sociaux ?

Maintenant que nous avons la possibilité de comparer Facebook Video, Instagram Reels, YouTube et TikTok, examinons de plus près la consommation à domicile ainsi que la répartition des internautes qui regardent ces vidéos.

En Ontario, l'âge médian de la population est de 43 ans et les femmes représentent la moitié de celle-ci. Examinons les quatre plateformes dans le graphique ci-dessous, lequel illustre le pourcentage de l'auditoire féminin et l'âge moyen pondéré des utilisateurs. La taille relative des sphères représente le volume du nombre total d'heures d'écoute – plus la bulle est grande, plus l'auditoire est vaste. Les sphères « Streaming total » et « Population » ne sont présentées qu'à titre de référence, leur volume de sphère n'étant pas proportionnels.

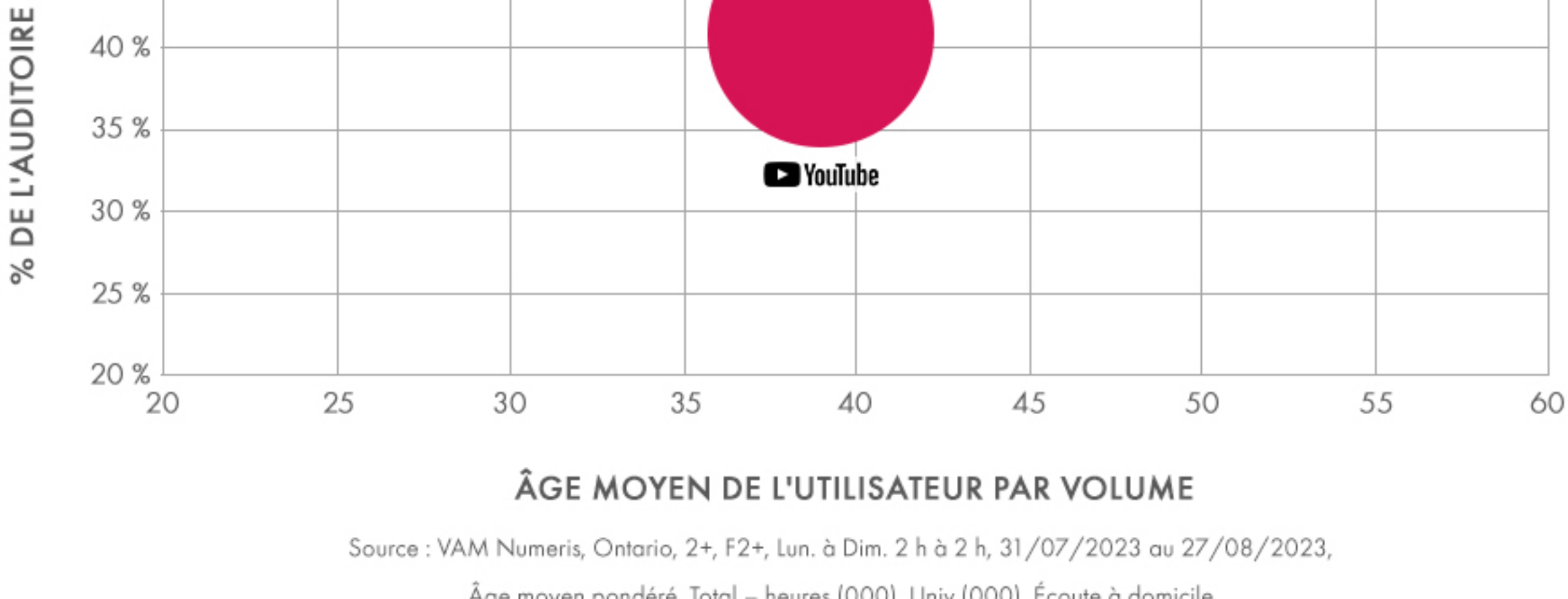


- Les utilisateurs de *streaming* vidéo ont en moyenne un peu moins de 40 ans, et leur répartition est équilibrée entre hommes et femmes.
- Les utilisateurs de TikTok sont les plus jeunes et la majorité d'entre eux sont des femmes (62 %).
- Les consommateurs de YouTube et d'Instagram Reels ont un âge similaire, mais YouTube attire davantage les hommes (59 %) et Instagram Reels les femmes (60 %).
- Les utilisateurs de Facebook Video ont un peu plus de 50 ans, avec une proportion égale d'hommes et de femmes.

Écoute de la vidéo sur les médias sociaux par âge moyen

% de l'écoute féminine et taille relative de l'auditoire

Ontario



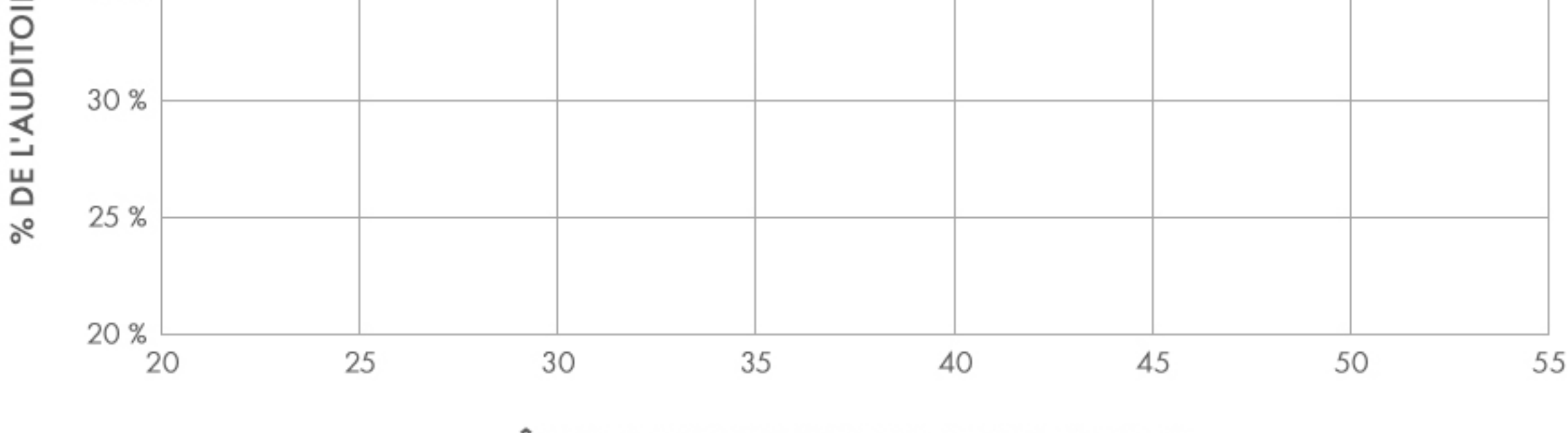
Source : VAM Numeris, Ontario, 2+, F2+, Lun. à Dim. 2 h à 2 h, 31/07/2023 au 27/08/2023, Âge moyen pondéré, Total – heures (000), Univ (000), Écoute à domicile

Au Québec Franco, nous constatons une situation légèrement différente sur le plan de la population : l'âge médian est de 45 ans et les femmes en représentent un peu moins de 50 %.

- L'âge moyen des utilisateurs de la vidéo en *streaming* est de 38 ans et 56 % d'entre eux sont des hommes.
- Les utilisateurs de TikTok sont les plus jeunes, ce qui correspond à la tendance observée en Ontario, avec toutefois un auditoire légèrement plus masculin.
- L'auditoire d'Instagram Reels est composé à 40 % de femmes, un chiffre bien inférieur à la proportion de 60 % en Ontario.
- L'auditoire de Facebook Video est proportionnellement plus important au Québec qu'en Ontario et son âge est supérieur à celui de l'auditoire *streaming* moyen.



Québec Franco



Source : VAM Numeris, Québec Franco, 2+, F2+, Lun. à Dim. 2 h à 2 h, 31/07/2023 au 27/08/2023, Âge moyen pondéré, Total – heures (000), Univ (000), Écoute à domicile



À quel moment la vidéo sur les médias sociaux est-elle consommée ?

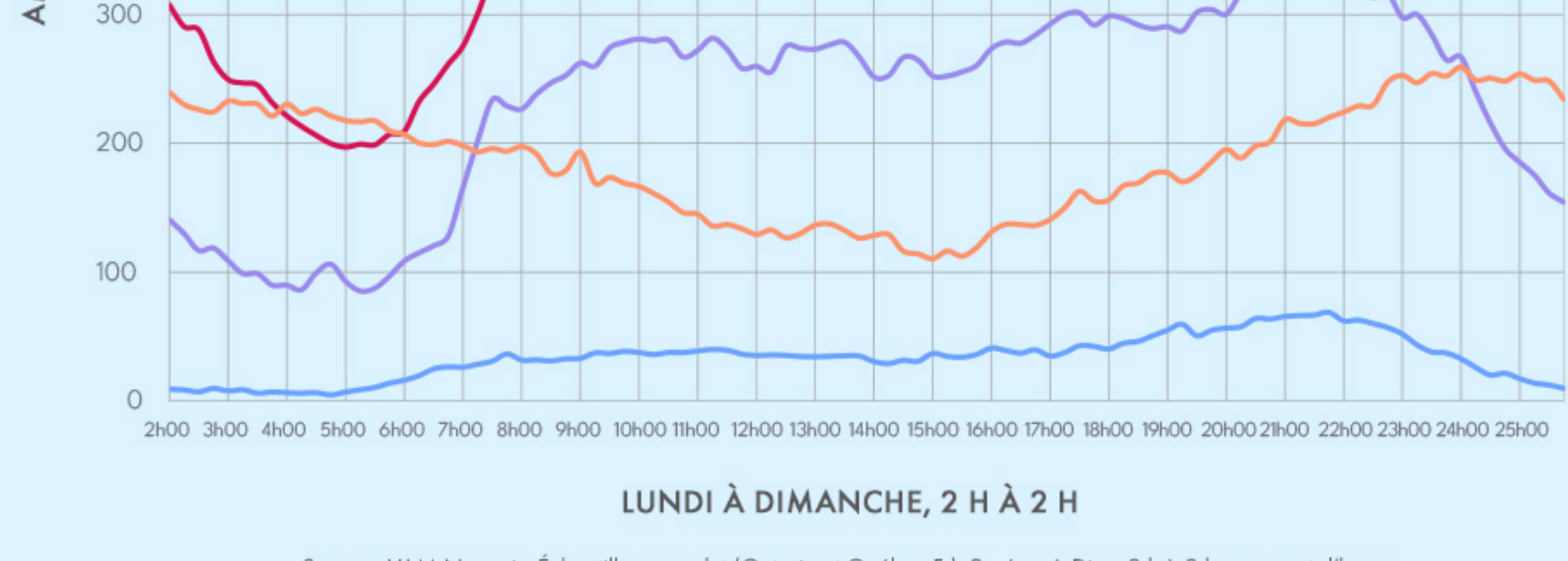
Trois des quatre plateformes suivent un schéma d'écoute plutôt traditionnel, enregistrant un pic aux heures de grande écoute. Instagram Reels atteint cependant son sommet à minuit, ce qui laisse supposer que ses utilisateurs ont tendance à faire défiler ces vidéos avant de s'endormir.



- L'auditoire de YouTube commence à augmenter vers 6 h et atteint son apogée à 21 h 30, malgré quelques légères fluctuations au cours de l'après-midi.
- TikTok et Facebook Video connaissent une situation similaire : les plateformes enregistrent une hausse en matinée et plafonnent en fin de journée, aux heures de grande écoute.
- En revanche, Instagram Reels suit un schéma différent. Effectivement, la fréquentation diminue lentement tout au long de la matinée et en début d'après-midi pour ensuite reprendre tranquillement et atteindre son apogée vers minuit.

Écoute de la vidéo sur les médias sociaux par heure

Échantillon complet, Âge 2+



Source : VAM Numeris, Échantillon complet (Ontario et Québec Fr), 2+, Lun. à Dim., 2 h à 2 h par quart d'heure, 31/07/2023 au 27/08/2023, AMM (000), Écoute à domicile

De quelle façon la vidéo sur les médias sociaux est-elle consommée ?

Il n'est guère étonnant que le téléphone intelligent soit l'appareil privilégié par les Ontariens et les Québécois pour regarder Facebook Video, Instagram Reels ainsi que TikTok. Pour ce qui est de YouTube, ce sont plutôt les télévisions intelligentes/connectées qui ont la cote dans les deux régions. Les ordinateurs PC/MAC représentent le deuxième mode de consommation préféré pour Facebook Video. Finalement, des différences régionales apparaissent dans le choix de l'appareil secondaire pour regarder les vidéos YouTube et les Reels d'Instagram.

Proportion de l'écoute de la vidéo sur les médias sociaux par appareil

Ontario et Québec Franco, Âge 2+

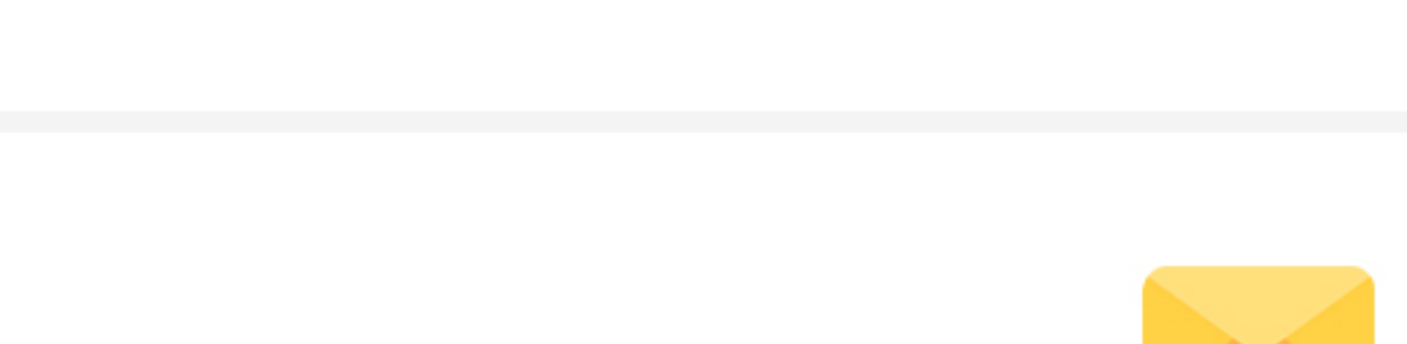


Source : VAM Numeris, Ontario, Québec Franco, 2+, Lun. à Dim. 2 h à 2 h, 31/07/2023 au 27/08/2023, Part (%) du total – heures (000) par appareil, Écoute à domicile

VAM évolue, tout comme nos données clés !

Restez à l'affût des prochaines analyses sur le consommateur vidéo canadien.

Comment tirer parti des données VAM ?



- Logiciel
- Outil d'analyse vidéo multiplateforme

BIENTÔT DISPONIBLE

- Planificateur multiplateforme

Contactez NLogic pour plus de détails.



Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec votre représentant du service clientèle.

J'ai une question !