

# Mégadonnées + données Panel : La mesure hybride de la TV linéaire est enfin arrivée au Canada !

Numeris met à la disposition de ses clients Vidéo une solution **révolutionnaire** de mesure hybride de la TV linéaire.

Comprendre les comportements des auditoires n'a jamais été aussi important ni aussi difficile. L'intégration de mégadonnées tirées de millions de boîtiers numériques offre l'image la plus complète et la plus granulaire des comportements de consommation médiatique des Canadiens à ce jour. Grâce à cette innovation, nos données constituent le fondement d'une vision holistique et évolutive qui permet de combler le fossé entre les médias, les plateformes et les appareils. En tant que pionniers de la mesure, nous restons fidèles à notre engagement d'apporter les meilleures solutions au Canada et nous sommes enthousiastes à l'idée de cette nouvelle phase de la mesure de la télévision.

**Neil McEaney**

Président et Directeur général, Numeris

Soutenue par les plus grands câblodistributeurs au Canada et développée en partenariat avec Kantar Media, la TAM améliorée est le fruit de la fusion des données par voie de retour (mégadonnées) des boîtiers numériques (STB) aux données des auditoires de la TAM (données des panels audimétriques). Cette approche répond au paysage télévisuel alambiqué et fragmenté actuel tout en renforçant les comportements des auditoires qui sont déjà rapportés dans le cadre de la TAM. Elle permet d'obtenir une plus grande granularité et une meilleure précision des données, révolutionnant ainsi notre service de mesure de la télévision linéaire. Elle permet également :

- De fournir des mesures d'auditoires plus stables et précises;
- D'obtenir des estimations d'auditoires pour des stations niches ou de débordement pour lesquelles ces données ne sont actuellement pas disponibles;
- D'obtenir une vue complète de la télédiffusion en rapportant les stations de débordement américaines et les stations actuellement non encodées pour lesquelles ces données ne sont actuellement pas disponibles.

Les habitudes d'écoute de la télévision sont de plus en plus fragmentées alors que les téléspectateurs s'adaptent à un paysage vidéo en constante évolution. Par conséquent, les solutions de mesure actuelles doivent être adaptées de façon innovante afin de mesurer avec exactitude les comportements réels, car une précision accrue est la clé qui permettra d'obtenir la vision complète et globale de la consommation TV dont l'industrie a besoin aujourd'hui.

**Greg McLelland**

Président, Conseil d'administration de Numeris  
Vice-président directeur et Directeur des revenus, Corus Entertainment

L'arrivée de la mesure hybride de la télévision linéaire au Canada est un jalon important dans l'évolution de la mesure TV. La fusion des mégadonnées provenant des boîtiers numériques aux données du Panel de classe mondial de Numeris est une avancée réussie vers une compréhension plus complète des auditoires télévisuels qui permet aux acheteurs de prendre des décisions plus stratégiques et éclairées.

**Kevin Johnson**

Vice-président, Conseil d'administration de Numeris  
Président-directeur général, GroupM Canada

Disponible dans un premier temps sous la forme d'une base de données distincte, et offertes à nos clients exclusivement par le biais d'un outil analytique, les données de la TAM améliorées se **renforceront** au fur et à mesure que l'échantillon national augmentera.

**Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec :**

**Karen McDonald**

Gestionnaire, Marketing et communications  
karen.mcdonald@numeris.ca  
(416) 725-3945

## À propos de Numeris

Numeris, chef de file dans le domaine des données d'auditoires, recueille des données et des informations clés afin de décoder les comportements des consommateurs dans un contexte multiplateforme et multimédias. Conforme aux lois canadiennes sur la protection des données et de la vie privée, Numeris a recours à des technologies sophistiquées de suivi et de mesure de données afin de déterminer de manière globale la consommation linéaire et numérique. En tant que Joint Industry Committee (JIC : comité mixte de l'industrie) sans but lucratif, et créée par et pour l'industrie canadienne des médias, Numeris mène le développement et la livraison de solutions de données d'auditoires transparentes et standardisées, adaptées aux besoins de l'industrie canadienne des médias et en conformité avec les normes mondiales.

## À propos de Kantar Media

Alors que les consommateurs se promènent de plus en plus entre les différents canaux et plateformes, les services de mesure de données et d'auditoires, de ciblage, d'analyse et d'intelligence publicitaire de Kantar Media permettent d'obtenir des informations cruciales à la prise de décisions.

Travaillant avec des panels et des données de première partie dans plus de 80 pays, nous disposons des capacités de mesure d'auditoire multimédias à la croissance la plus rapide au monde, étayées par notre polyvalence, notre portée, notre expertise et la technologie, afin de favoriser la croissance commerciale à long terme de nos clients et partenaires.