

# Comportement de consommation des médias sociaux vidéos au Canada



L'ensemble de données de la VAM de Numeris continue de nous révéler des informations clés novatrices sur les comportements de consommation vidéo multiplateforme des téléspectateurs de l'Ontario et du Québec.

Grâce au déploiement de notre panel à source unique à l'étendue du Canada, nous remarquons que des tendances et des préférences nationales directionnelles se dégagent de l'analyse initiale des données brutes non pondérées\*.

Dans notre premier aperçu des données, nous avons comparé les plateformes de diffusion en continu les plus populaires. Dans cette prochaine analyse, nous nous intéressons à TikTok, Facebook Video et Instagram Reels. Quelles conclusions pouvons-nous tirer du panel de l'**Ouest**, ou encore du panel de l'**Atlantique** avec le **marché central de Montréal Anglo** ? Comment se comparent-ils aux données de nos panels de la VAM actuels de l'**Ontario** et du **Québec Franco** ?

**L'analyse des minutes d'écoute brutes et non pondérées révèle que TikTok est le chef de file en matière d'engagement sur les médias sociaux vidéos dans tous les groupes, surpassant Facebook Video et Instagram Reels.**

Au niveau régional, TikTok excelle au Québec et dans la région de l'Atlantique/MC de Montréal Anglo. Dans l'ouest du Canada, nous observons que l'utilisation de Facebook Video est moins importante. De son côté, l'Ontario affiche une préférence pour Instagram Reels.

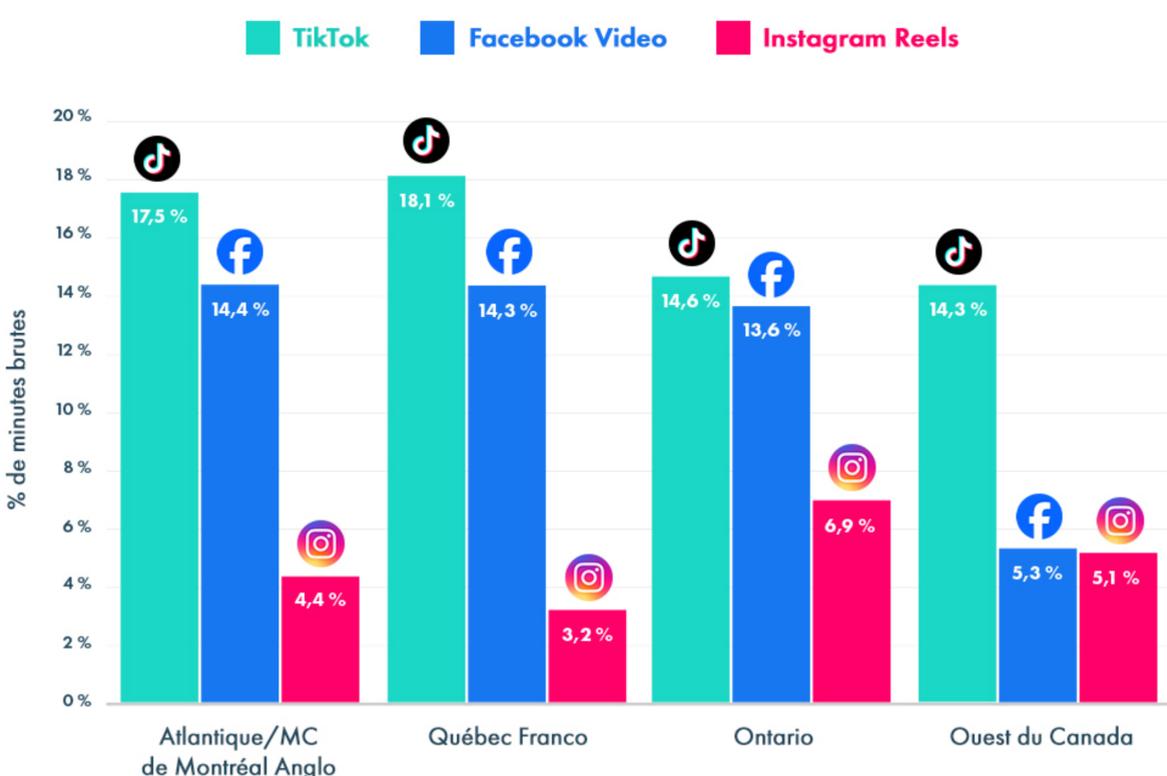
Il est intéressant de noter que YouTube demeure le principal service Pure Play sur tous les marchés, dépassant TikTok, Netflix et Amazon Prime Video en termes de popularité régionale. D'ailleurs, l'utilisation modérée de Facebook Video et d'Instagram Reels dans l'ouest du Canada est compensée par la prédominance prononcée de YouTube dans cette région.

\* Les données brutes non pondérées proviennent directement du panel et n'ont pas été ajustées ou projetées pour être entièrement représentatives de la population canadienne. Il pourrait y avoir des différences dans les données étalonnées finales en raison de biais dans les données non pondérées. Les données brutes non pondérées doivent être considérées comme directionnelles uniquement.



## Principaux médias sociaux vidéos

Proportion de minutes brutes de diffusion en continu par région - Été 2024



Source : Vidéo multiplateforme nationale de Numeris, du 23/07/2024 au 13/08/2024,

Part (%) des minutes d'écoute brutes et non pondérées de la diffusion en continu.

Panels VAM : Québec Franco et Ontario; Panels de source unique : Atlantique/MC de Montréal Anglo et Ouest du Canada.

**Notre solution nationale multiplateforme vidéo arrive à grands pas ! Restez à l'affut des nouvelles informations clés et tendances qui se révéleront au fil de son processus de développement.**

Si vous avez des questions, veuillez contacter groupe des solutions clients Numeris.

**J'ai une question !**

Accédez aux données VAM dans l'outil d'analyse vidéo multiplateforme à partir du site client de Numeris dès maintenant !



Consultez notre glossaire pour découvrir tous les termes et définitions du domaine du multimédia et du multiplateforme.

