



Mesure hybride : Réimaginer les informations clés sur l'auditoire télévisuel et vidéo





L'offre télévisuelle et vidéo est plus dynamique que jamais. Avec la prolifération des téléviseurs connectés et autres appareils numériques, l'écosystème actuel englobe désormais la télévision linéaire, les plateformes de diffusion en continu et la vidéo à la demande, impactant continuellement la façon dont les Canadiens consomment les contenus vidéo. Aujourd'hui, il est très facile de passer d'un écran, d'un appareil ou d'un environnement à l'autre, et ce, à n'importe quel moment.

Avec cette évolution des habitudes d'écoute, les méthodes utilisées pour les analyser doivent aussi évoluer. Il ne suffit plus de compter sur l'ampleur des données ou les panels uniquement pour obtenir des données précises, fiables et représentatives de l'auditoire télévisuel et vidéo. C'est pourquoi l'adoption d'une approche de mesure hybride adaptée aux habitudes de consommation d'aujourd'hui s'impose. Le présent article vient étoffer notre précédente [introduction de la mesure hybride](#) et fait suite à notre deuxième publication portant sur l'application d'une telle approche à la [mesure de l'auditoire radio](#).

Mesurer les habitudes télévisuelles et vidéo modernes : un défi évolutif

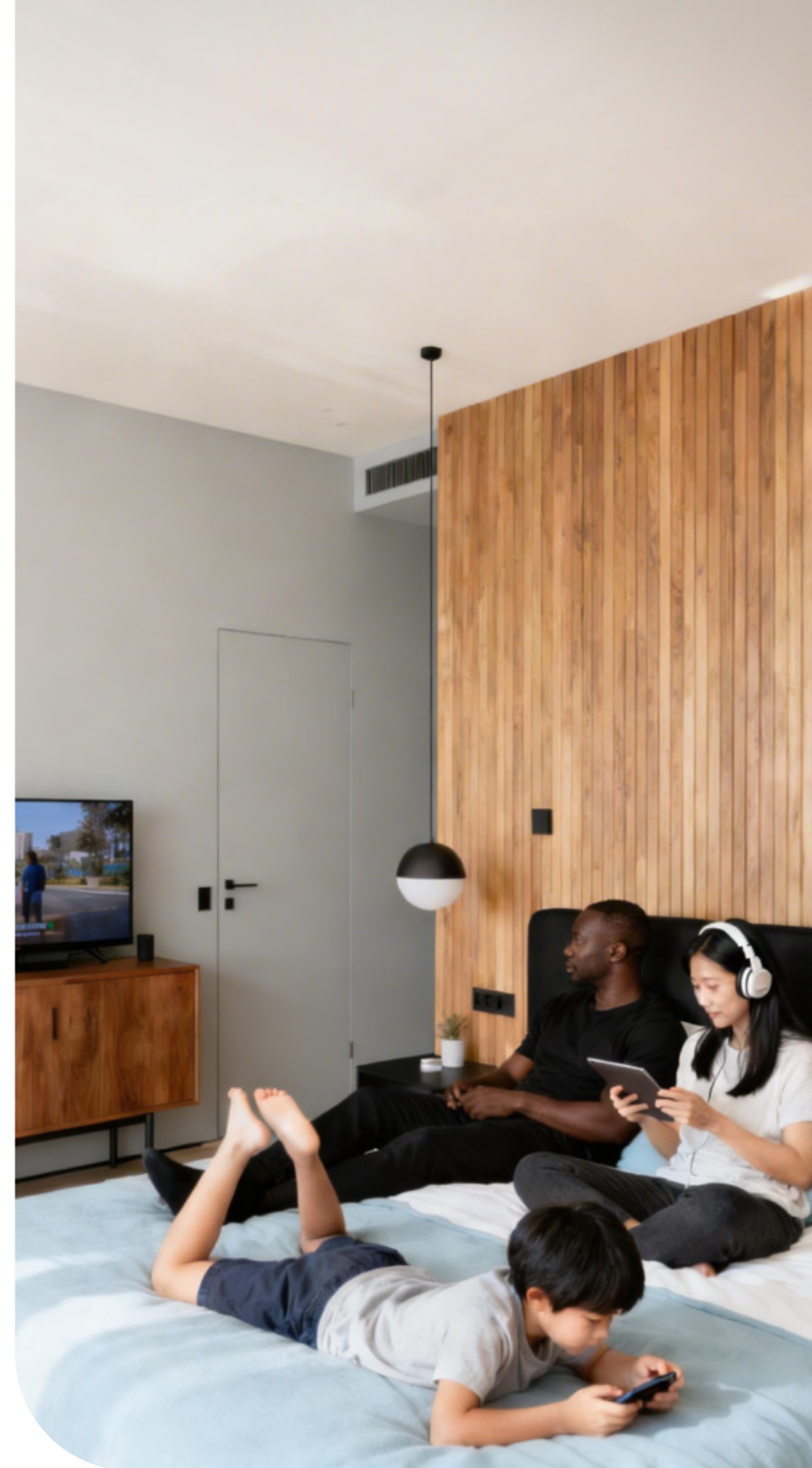
Traditionnellement, l'industrie des médias s'est appuyée sur des panels d'individus pour déterminer qui regarde la télévision et à quel moment. Ces panels constituent toujours la pierre angulaire de la mesure télévisuelle et vidéo, car ils sont transparents, fiables et fournissent des informations détaillées sur l'auditoire.

Cependant, le paysage télévisuel d'aujourd'hui se caractérise de plus en plus par :

- sa fragmentation en raison de la multiplication des canaux, des plateformes et des services ;
- l'utilisation d'écrans de toutes sortes, et ce bien au-delà de nos salons grâce aux appareils mobiles et aux écrans secondaires ;
- le visionnement à la demande, qui vient réduire la dépendance aux horaires fixes et aux rendez-vous télévisuels.

Vu la multiplication des plateformes et des types d'appareils utilisés, il est plus difficile d'obtenir une mesure détaillée et cohérente de la consommation télévisuelle et vidéo. On peut bien sûr tout simplement augmenter le nombre de participants aux panels. Il s'agit cependant d'une solution excessivement coûteuse qui ne permet pas toujours de capter pleinement tous les comportements d'écoute de contenus nichés ou de l'effet de longue traîne. En outre, elle ne renseigne pas non plus de façon détaillée sur les habitudes d'écoute de petits groupes cibles.

Les mégadonnées, telles que les données par voie de retour provenant des boîtiers numériques et des téléviseurs connectés, sont précieuses pour ce qui est du volume et de la cohérence. Cependant, prises isolément, elles ne rendent compte que du nombre d'appareils sans égard au contexte démographique et comportemental permettant de comprendre qui est à l'écoute ou des comportements d'écoute dans les foyers. Elles ne permettent pas non plus de savoir si une personne est réellement devant son téléviseur ou si le décodeur a simplement été laissé en marche alors que le téléviseur est éteint. Leur capacité à fournir une représentation effective de l'auditoire est donc limitée.





L'importance de la mesure hybride pour la télévision et la vidéo

La mesure hybride permet d'exploiter de façon complémentaire et intégrée les données tirées de panels et les mégadonnées pour obtenir une vision plus complète et fiable de la consommation télévisuelle. On ajoute ainsi le facteur humain à la mesure fondée sur l'ampleur des données.

Les avantages de cette approche sont les suivants :

- Procurer des données sur de petits auditoires ou des auditoires nichés que les panels seuls permettent difficilement d'observer.
- Améliorer la stabilité des données et réduire la volatilité due à la fragmentation de l'écoute.
- Garantir l'exactitude des données démographiques en faisant correspondre les grands ensembles de données à des échantillons représentatifs obtenus auprès de personnes consentantes.
- Déterminer à quel moment l'écoute a réellement eu lieu en distinguant l'activité réelle des signaux reçus d'appareils inactifs.
- Fournir une meilleure vue d'ensemble de l'écoute par groupe cible, sur tous les écrans et toutes les plateformes.

La mesure hybride ne remplace pas les méthodes existantes. Elle vient plutôt les consolider pour veiller à ce que la mesure de l'auditoire télévisuel et vidéo demeure réellement représentative des habitudes d'écoute, et ce, de façon fiable et cohérente.

L'approche hybride de Numeris relative à la mesure télévisuelle et vidéo

Chez Numeris, la mesure hybride est au cœur de l'évolution soutenue des modes de collecte d'informations clés sur l'auditoire télévisuel et vidéo au Canada.

La **TAM (Mesure de l'auditoire télévision)** améliorée ajoute de la profondeur et de l'ampleur à la mesure de référence des auditoires télévisuels actuelle. Elle assure un calibrage des données solides issues des panels de Numeris et des mégadonnées (telles que les données par voie de retour). Cette approche hybride améliore la précision, la stabilité et l'exhaustivité des mesures d'auditoire de la télévision linéaire au Canada. Elle procure un ensemble de données enrichi délesté de la volatilité aléatoire tout en tenant toujours compte des variations réelles de l'auditoire, en réduisant l'occurrence des auditoires nuls et en accroissant la fiabilité des estimations d'auditoire. Et ce, plus particulièrement pour les stations nichées ou à faible auditoire, là où l'utilité des panels traditionnels seuls peut être limitée.

L'approche hybride de Numeris pour la télévision, qui intègre les données issues de panels et les mégadonnées, procure les avantages suivants :

↘
Des informations clés approfondies et plus détaillées qui rendent compte avec plus de précision de la manière dont les Canadiens consomment des contenus sur différentes plateformes et différents appareils.

↘
Une monnaie d'échange plus fiable, qui favorise des transactions équitables et sûres entre acheteurs et vendeurs.

↘
Des données plus précises et stables, ce qui renforce la confiance dans la planification, l'analyse et la prise de décision.

↘
Une meilleure compréhension de l'engagement de l'auditoire, ce qui permet d'adopter des stratégies de contenu pertinentes et d'optimiser plus efficacement les campagnes.

↘
Une couverture élargie du paysage télévisuel, y compris des stations dont la TAM seule ne tient pas compte, telles que les stations non encodées par Numeris et les stations de débordement américaines.

↘
Une solution de mesure tournée vers l'avenir qui mise sur des méthodologies de pointe et qui est conçue pour évoluer en phase avec l'écosystème médiatique canadien.

↘
Une base solide à une mesure publicitaire stable et précise, permettant la diffusion cohérente des publicités, la comparaison des données et la production de rapports fiables sur l'insertion publicitaire dynamique.

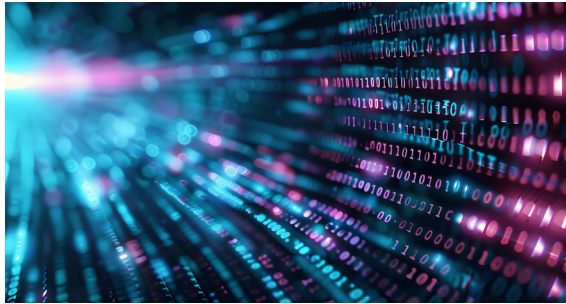
Surtout, cette approche vient consolider le rôle des panels d'individus en tant que source fiable de données. Elle permet de veiller à ce que les mégadonnées soient calibrées, validées et interprétées en fonction du comportement humain réel.

Destinée à devenir la base de données officielle de la télévision au Canada en 2027, la TAM améliorée fournira des informations d'écoute fondées sur une précision démographique. Ce cadre de mesure consolidé permet une planification plus précise, des transactions plus fiables et une meilleure compréhension de la consommation des contenus dans un environnement complexe et multiplateforme.

Une autre composante, secondaire, mais non moins essentielle, vient compléter la mesure hybride de la télévision. La Mesure nationale des auditoires vidéo (VAM), lancée par Numeris à l'automne 2025, constitue l'ensemble de données vidéo unifié du Canada. Elle procure une vue d'ensemble complète du visionnage vidéo sur la télévision linéaire, les plateformes de diffusion en continu et la vidéo numérique. L'information est ventilée par appareil et par groupe démographique. La fusion des données de la TAM avec des sources de données numériques produit une image holistique et non dupliquée de la façon dont les Canadiens consomment les contenus vidéo sur tous les écrans.

Non seulement la VAM nationale fournit des renseignements sur le contenu qui est consommé, mais elle identifie également qui est à l'écoute, à quel endroit et à quelle fréquence. Cette mesure hybride comble le fossé entre la télévision linéaire et le contenu numérique en constante évolution. Ainsi, chaque expérience de visionnage, que ce soit sur un téléviseur dans un salon ou sur un téléphone intelligent lors de déplacements, est prise en compte dans l'analyse de l'auditoire.

Les avantages de l'approche hybride que procure la VAM nationale sont ambitieux :



↳ **Une mesure plus précise du succès des campagnes**, notamment de l'efficacité des publicités et du rendement des campagnes sur les canaux linéaires et numériques, afin d'aider les spécialistes du marketing à optimiser leurs stratégies et à maximiser le retour sur investissement.

↳ **Des informations complètes sur l'auditoire**, pour obtenir une vue véritablement unifiée de la consommation vidéo sur toutes les plateformes et tous les appareils et permettre aux diffuseurs, aux annonceurs et aux agences de comprendre globalement les données

↳ **Une flexibilité à l'épreuve du temps**, grâce à un cadre évolutif qui garantit l'intégration fluide de nouvelles plateformes, de nouveaux services et de nouveaux appareils, tout en préservant la pertinence et la fiabilité des mesures.

↳ **Des données démographiques et comportementales détaillées** qui procurent une ventilation précise quant à l'âge, au sexe, au lieu et à l'appareil et offrent aux parties prenantes un portrait nuancé des habitudes et des tendances en matière de visionnage.

↳ **Une confiance accrue dans la prise de décision**, permettant aux acheteurs et aux vendeurs de médias de planifier, de négocier et d'évaluer les contenus avec davantage de certitude, ce qui favorise des transactions équitables et des stratégies de contenu judicieuses.

La TAM améliorée constituera la composante linéaire de la VAM nationale. Elles formeront ensemble un puissant écosystème de mesure de la télévision et de la vidéo entièrement hybride, tant pour le contenu numérique que la télévision linéaire, adapté aux besoins des diffuseurs, des annonceurs et des agences dans un marché de plus en plus complexe.

Perspectives d'avenir

La mesure hybride ne marque pas une rupture avec les solutions qui ont fait leurs preuves. Il s'agit plutôt d'une évolution réfléchie, qui s'appuie sur des méthodologies éprouvées tout en tirant parti des nouvelles possibilités que procurent les mégadonnées. Cette évolution repose sur le principe de l'amélioration continue afin de renforcer sans cesse la précision, la fiabilité et l'exhaustivité des informations d'auditoire. En affinant sans cesse les techniques de mesure et en intégrant les nouvelles sources de données, la mesure hybride garantit que l'industrie des média reste en phase avec l'évolution des comportements d'écoute et les avancées technologiques. Il s'agit d'un processus continu, visant à préserver les bases fiables que procurent les panels traditionnels tout en tirant parti d'approches innovantes pour offrir encore plus de clarté et de confiance.

Chez Numeris, nous restons déterminés à fournir des mesures d'auditoire fiables, transparentes et tournées vers l'avenir. En développant la mesure hybride pour la télévision et la vidéo, nous veillons à ce que le secteur dispose des informations nécessaires pour s'adapter au changement, planifier en toute confiance et prendre des décisions avisées. Chaque partie prenante peut ainsi adapter ses stratégies et continuer à raconter des histoires captivantes sur tous les écrans. Ces réalisations sont obtenues sans sacrifier l'intégrité et la transparence qui sous-tendent le processus de mesure dans un paysage médiatique en constante évolution.

Restez à l'affût pour en savoir plus sur le lancement de la TAM améliorée comme base de données officielle de la télévision et pour suivre l'évolution de la VAM nationale à mesure que nous progressons ensemble!

