

## YouTube et Snapchat se joignent à la VAM nationale de Numeris, faisant progresser sa vision de fournir des rapports complets sur les auditoires multiplateformes

Communiqué de presse

Toronto, le 8 avril 2026

Numeris a annoncé aujourd'hui que Snapchat et YouTube adhèrent officiellement à sa solution nationale de mesure de l'auditoire vidéo (VAM), dans la foulée de la participation inaugurale de Prime Video à la fin de 2025. Ces ajouts prestigieux confirment l'essor rapide de la VAM, qui s'impose depuis son lancement national au trimestre dernier comme l'ensemble de données de référence pour comprendre comment les Canadiens consomment la vidéo, peu importe la plateforme, l'appareil ou le lieu de visionnement.



«Nos annonceurs savent que Snap capte un auditoire unique et très engagé de plus de 13 millions d'utilisateurs actifs par mois au Canada. En nous intégrant à la VAM, nous offrons à nos clients une validation tierce rigoureuse. Grâce à ce partenariat, ils bénéficient d'une vision plus complète et comparable des performances, pour leur permettre de planifier plus intelligemment, d'optimiser en toute confiance et de mieux saisir la véritable portée de leurs investissements sur l'ensemble des plateformes.»

**Bob Cornwall**  
Directeur national pour le Canada, Snapchat

Forte de ses nouveaux partenariats prometteurs, Numeris accélère son projet d'intégration directe de données primaires afin de fournir des informations clés toujours plus précises au moyen de la VAM.



«Nous sommes vraiment ravis d'accueillir Snapchat et YouTube au sein de la VAM. Chez Numeris, nous avons pour objectif de mettre en place des indicateurs tiers universels, transparents et fiables, qui reflètent l'ensemble de la consommation vidéo sur le marché canadien. Pour y parvenir, nous avons besoin de la participation et du soutien de tous les groupes média. C'est pourquoi nous nous réjouissons que ces nouveaux partenariats viennent étayer notre vision et démontrer à l'industrie la valeur et la puissance des données de la VAM. Le marché canadien réclame des mesures uniformisées, et c'est exactement ce que nous mettons en place.»

**Sue Haas**  
Cheffe de la croissance, Numeris

La VAM fournit déjà de précieuses informations clés, notamment une analyse de la duplication entre la vidéo linéaire et la vidéo numérique, la répartition de l'auditoire par appareil et par plateforme (avec ventilation démographique), des profils d'auditoire détaillés par plateforme, ainsi qu'une distinction claire entre les consommateurs de vidéo occasionnels et assidus, tant pour la télévision que pour la vidéo diffusée en continu. Pour pousser les données encore plus loin, le Planificateur vidéo de NLogic, qui est alimenté par la VAM, offre des outils de planification avancés, qui permettent notamment de connaître la portée et la fréquence non dupliquées sur n'importe quelle plateforme vidéo, d'obtenir des prévisions de performance des campagnes par profil démographique et par plateforme et d'analyser des segments d'achat ou encore des segments spécifiques pour la vidéo financée par la publicité.



«La VAM nationale de Numeris est en train de devenir une solution indispensable pour comprendre les habitudes d'écoute au Canada. La multiplication des services qui choisissent de se joindre à la VAM renforce sa valeur ajoutée pour l'ensemble du secteur. Ce portrait uniforme et standardisé, qui englobe les médias linéaires et diffusés en continu, favorise une planification plus cohérente et renforce la confiance dans nos méthodes d'évaluation des auditoires.»

**Samantha Kelley**  
PDG, Touché! Canada

À mesure que sa solution s'impose dans le marché, Numeris continuera à développer les capacités de la VAM, en collaboration avec les acteurs du secteur, afin de garantir que le Canada s'oriente vers une norme de mesure véritablement unifiée et multiplateforme, qui reflète les habitudes de visionnage des auditoires d'aujourd'hui et de demain.

### 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 multiplateformes 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 (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. Pour en savoir plus : [www.numeris.ca/fr](http://www.numeris.ca/fr)

### Contact :

Anja Bundze

Directrice, Marketing et communication

T : 416-702-2095 | C : [anja.bundze@numeris.ca](mailto:anja.bundze@numeris.ca)

Pour les éléments du logo et autres supports multimédias, veuillez cliquer [ici](#).