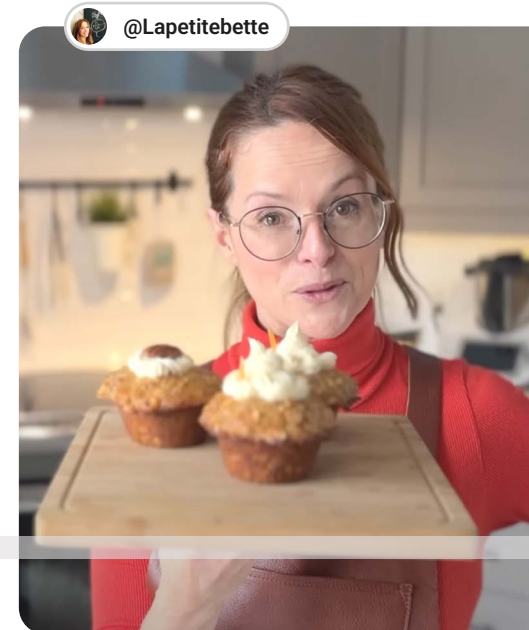
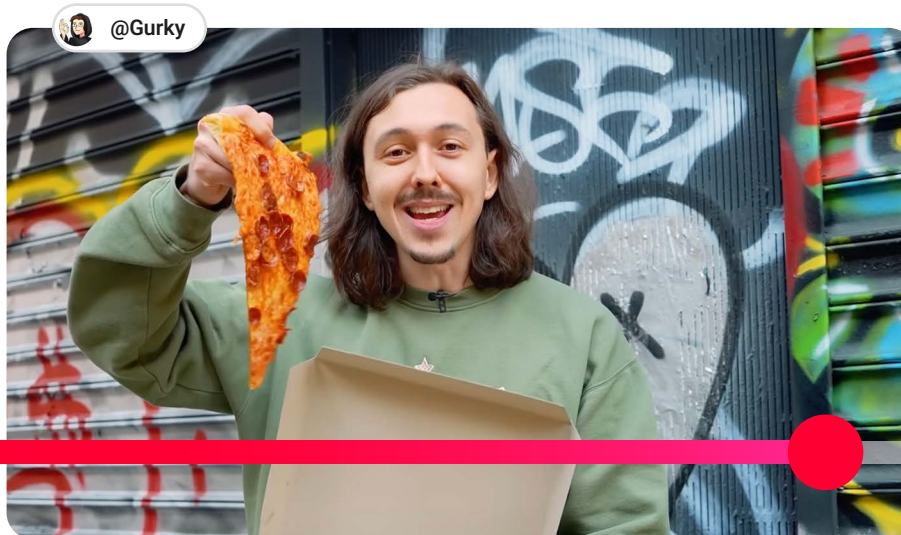
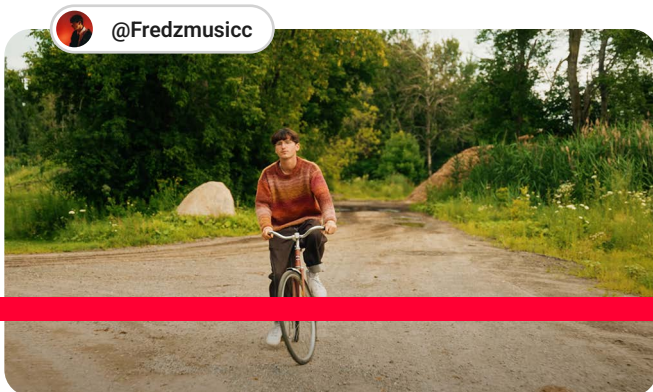


Une plateforme où la créativité stimule la croissance



Découvrir l'impact de YouTube
au Canada en 2024



03 Le mot du PDG de YouTube

04 L'impact de YouTube au Canada

06 Revenus partagés

11 Occasions d'affaires partagées

20 Apprentissage partagé

27 Culture partagée



Nous sommes fiers de nous associer à Oxford Economics pour la majorité des recherches présentées dans ce rapport. Pour en savoir plus sur la méthodologie, veuillez scanner le code QR.

En seulement deux décennies, YouTube a fondamentalement modifié notre rapport au divertissement, surtout la façon dont nous regardons et créons du contenu. Les gens y trouvent tout ce qu'ils aiment, des émissions aux balados, en passant par la musique et les événements sportifs en direct. Et c'est grâce à nos créateurs.

Neal Mohan



Nous avons lancé le Programme de partenaire YouTube en 2007, qui a contribué à l'économie des créateurs telle que nous la connaissons aujourd'hui. À ce moment-là, le terme « créateur » n'existait même pas. Aujourd'hui, il incarne une carrière de rêve pour des millions de personnes.

Grâce au nombre croissant d'utilisateurs et d'annonceurs sur YouTube, les créateurs n'ont jamais eu autant d'occasions à saisir. Depuis plus de dix ans, le montant total que YouTube a versé aux créateurs ne cesse d'augmenter d'une année à l'autre. Et cette croissance s'est accélérée au cours des trois dernières années.

Ce rapport montre que YouTube a contribué à hauteur de 1,8 milliard de dollars canadiens au PIB du Canada en 2024, soutenant plus de 35 000 emplois.

Les créateurs et les entreprises ont plus de moyens que jamais de gagner de l'argent sur YouTube, et ils réinvestissent ces gains dans leur contenu, leurs équipes et leurs opérations.

Compte tenu de cette lancée et des perspectives d'avenir pour les 20 prochaines années, ce n'est que le début de l'économie des créateurs. Merci à toutes les personnes qui ont fait partie de l'incroyable histoire de YouTube jusqu'à présent. Nous avons hâte de voir ce que les deux prochaines décennies nous réservent.



Neal Mohan
PDG, YouTube

YouTube soutient les affaires et l'apprentissage au Canada

En 2007, YouTube a eu une idée révolutionnaire qui n'aurait pas dû l'être : et si les créateurs touchaient une véritable part de la valeur qu'ils génèrent?

En partageant plus de la moitié des revenus publicitaires directement avec les créateurs, YouTube a fait tomber les barrières traditionnelles à l'entrée. Ainsi, quiconque peut créer une entreprise, générer des revenus et embaucher des employés, ce qui donne naissance à l'économie des créateurs et favorise l'essor des entreprises de médias de nouvelle génération.

Aujourd'hui, YouTube offre aux entreprises et aux créateurs de contenu canadiens une plateforme dynamique qui leur permet d'entrer en contact avec des publics locaux et internationaux. Ces entrepreneurs créatifs réalisent des vidéos pour les milliards de personnes qui se tournent chaque mois vers YouTube afin d'obtenir du contenu culturel divertissant, éducatif et enrichissant.

1,8 G \$ PIB

L'écosystème créatif de YouTube a **contribué à hauteur de plus de 1,8 G \$ au PIB du Canada en 2024***.

35,000 ETP

L'écosystème créatif de YouTube a soutenu **plus de 35 000 emplois équivalents temps plein (ETP) au Canada***.



**En partager plus avec les
créateurs afin qu'ils puissent en
partager plus avec les autres**

Revenus partagés

Les créateurs trouvent des audiences,
lancent des carrières et font évoluer
les secteurs d'activité sur YouTube



En partager plus avec les créateurs

Notre modèle de partage des revenus, connu sous le nom de « Programme de partenaire YouTube », verse aux créateurs la majorité des revenus générés par la publicité et les abonnements YouTube Premium.

Les annonceurs utilisent YouTube pour atteindre un public engagé qui regarde le contenu des créateurs. La plateforme partage ensuite les revenus générés par la publicité avec les créateurs.

Cela leur permet de se constituer un public et de créer des emplois. Les créateurs ne se contentent pas de subvenir à leurs besoins, ils contribuent également à renforcer l'économie canadienne en recrutant des équipes et en lançant des entreprises qui dépassent le cadre de YouTube.

100 G \$ +

La plateforme a versé plus de 100 G \$ US aux créateurs, aux artistes et aux entreprises médiatiques au cours des 4 dernières années (janvier 2021 – décembre 2024).*



Monétisation par l'intermédiaire du Programme de partenaire YouTube

Au fil des ans, nous avons continué à investir dans de nouvelles options de monétisation pour les créateurs au-delà de la publicité. Il existe désormais plusieurs moyens pour les créateurs de gagner de l'argent grâce au partage des revenus et à l'engagement des utilisateurs.

Par exemple, la fonctionnalité Super clavardage favorise l'engagement des utilisateurs en leur permettant d'acheter un message dans le flux de discussion d'une vidéo qui se démarque des autres pour attirer davantage l'attention de leurs créateurs préférés.

De tels outils augmentent les revenus des créateurs et les aident à développer leur communauté.



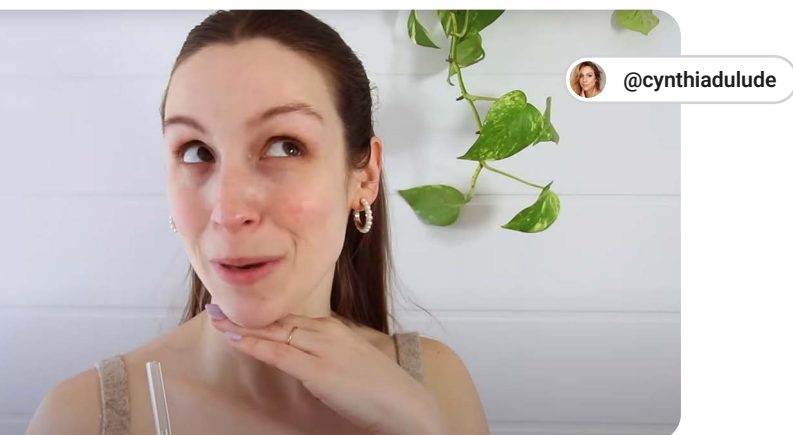
*Scannez le code pour en savoir plus sur le Programme de partenaire YouTube.



La personnalisation aide à découvrir des créateurs et du contenu

À l'échelle mondiale, plus de 20 milliards de vidéos circulent sur YouTube. Les créateurs téléversent 20 millions de vidéos supplémentaires chaque jour**.

C'est pourquoi les internautes ont besoin d'outils pour trier et organiser toutes ces vidéos de manière utile et pertinente. La personnalisation aide les créateurs à faire connaître leur contenu et à le rendre visible, ce qui leur permet de développer un public fidèle.



69 %

69 % des créateurs reconnaissent l'importance des recommandations personnalisées sur YouTube pour accroître leur audience*.

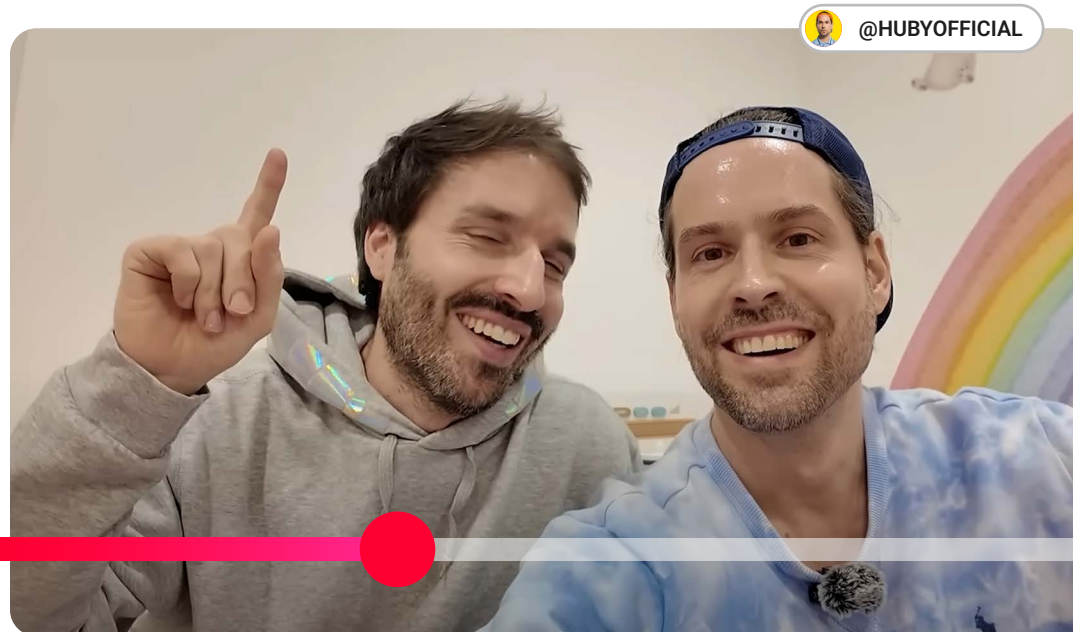
*Selon une étude d'Oxford Economics.

**Données internes de YouTube, avril 2025.



Occasions d'affaires partagées

Les entreprises atteignent de nouveaux publics et développent leur marque sur YouTube



Renforcer l'économie des créateurs au Canada

En favorisant la créativité, on stimule l'innovation et on ouvre la voie à de nouvelles perspectives économiques. C'est pourquoi YouTube s'engage à aider les créateurs canadiens à gagner de l'argent et à investir dans leur propre croissance.

Les solides options de monétisation de YouTube permettent aux créateurs de se concentrer sur la création d'un contenu de qualité et d'atteindre de nouveaux publics. La plateforme simplifie et accélère également le processus de production de contenu avec des outils d'IA conçus pour aider les créateurs à libérer leur créativité.

Nos sources de revenus et nos outils de production offrent aux créateurs davantage de moyens pour soutenir leurs passions, entrer en contact avec des publics internationaux et gérer des entreprises durables, tout en stimulant la croissance créative et économique à travers le Canada.

 @shahinouest

65%

65 % des créateurs reconnaissent que YouTube est une **plateforme essentielle** pour **acquérir une présence mondiale***.

70%

70 % des créateurs qui gagnent de l'argent grâce à YouTube reconnaissent que la plateforme **leur offre la possibilité de créer du contenu et de générer des revenus**, ce que les médias traditionnels ne leur permettraient pas de faire*.

71%

71 % des créateurs qui gagnent de l'argent grâce à YouTube reconnaissent que la plateforme **les aide à exporter leur contenu vers des publics internationaux** auxquels ils n'auraient pas accès autrement*.

Aider les entreprises à accroître leur audience

Tout comme les créateurs individuels connaissent une réussite entrepreneuriale sur YouTube, les petites et moyennes entreprises (PME) utilisent elles aussi la plateforme pour créer du contenu et promouvoir leurs marques auprès de nouveaux clients. Leur contenu peut aller de tutoriels et de guides pratiques sur leurs produits à des aperçus des coulisses qui renforcent l'authenticité de la marque et la confiance qu'elle suscite.

YouTube offre une gamme d'outils puissants qui stimulent la croissance et l'expansion des entreprises. Au-delà des revenus publicitaires partagés du Programme de partenaire YouTube, les entreprises augmentent la notoriété de leurs marques (grâce à nos systèmes de recommandation personnalisés), réalisent des ventes directes grâce à YouTube Shopping, bénéficient de solides options de financement par les fans, et plus encore. Ces outils permettent d'offrir une expérience d'achat plus engageante, d'élargir l'audience et de créer un bassin de vente unique en son genre.

69%

69 % des PME ayant une chaîne YouTube reconnaissent que la plateforme a joué un rôle dans l'augmentation de leurs revenus*.

73%

73 % des PME ayant une chaîne YouTube reconnaissent que la plateforme YouTube a joué un rôle dans l'augmentation de leur clientèle en leur permettant d'atteindre de nouveaux publics*.

64%

64 % des PME qui utilisent YouTube reconnaissent que leur activité sur YouTube s'est traduite par une **augmentation de l'activité en dehors de la plateforme** (p. ex., expansion vers des magasins physiques locaux ou lancement de nouvelles boutiques en ligne)*.



Gurky allie créativité et cuisine pour en faire une entreprise prospère

Des défis culinaires alléchants aux découvertes qui font saliver, Gurky, la populaire chaîne YouTube, s'est taillée une niche de choix dans le monde du divertissement culinaire. Ce qui était en 2012 un projet passionnant de jeux vidéo est devenu en 2016 du contenu axé sur la nourriture, captivant l'audience avec des mets exotiques, des aventures culinaires et des escapades de voyage. La mission de Gurky? Donner aux internautes le goût d'expériences qu'ils ne feront probablement jamais par eux-mêmes. Si le contenu ne pique pas la curiosité du public, il n'est pas présenté sur la chaîne. Cette tactique convaincante, jumelée à des collaborations stratégiques avec des créateurs, a fait en sorte que la chaîne de Gurky a atteint le nombre impressionnant de 1,36 million d'abonnés.

YouTube se trouve au coeur de l'entreprise prospère de Gurky, contribuant à environ 60 % de ses revenus par le biais d'annonces et favorisant le trafic vers d'autres sources de revenus, notamment des intégrations de marque, du merchandising et une gamme populaire de sauces piquantes.

1,36 M

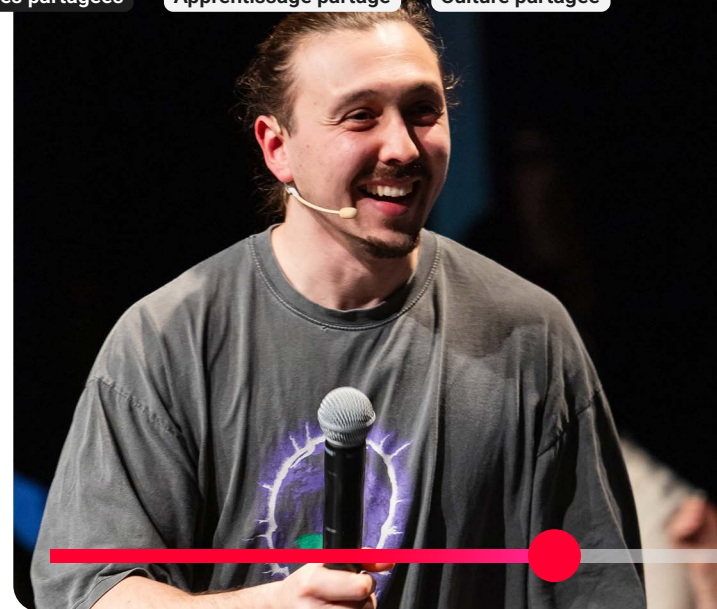
d'abonnés

Une équipe dévouée de trois employés à temps plein, en plus de pigistes, contribue à produire du contenu cohérent et de haute qualité dans la cuisine de Gurky et lors de certains tournages sur place. Ce rayonnement local a favorisé un lien solide avec les foodies québécois ainsi qu'avec les foodies francophones de partout dans le monde qui sont désireux de découvrir de nouveaux plats et même de visiter le Québec.

Gemini joue un rôle déterminant dans l'élaboration de la stratégie de Gurky. Qu'il s'agisse de rédiger des scénarios de commande, de structurer du contenu ou d'analyser des données, l'IA s'occupe des tâches quotidiennes pendant que l'équipe se concentre sur ce qu'elle aime le plus. Ce mélange stratégique de créativité humaine et d'efficacité de l'IA assure une croissance continue, avec des plans pour explorer de nouvelles collaborations internationales, des destinations de voyage et des innovations de produit, sur le parcours culinaire passionnant de Gurky.

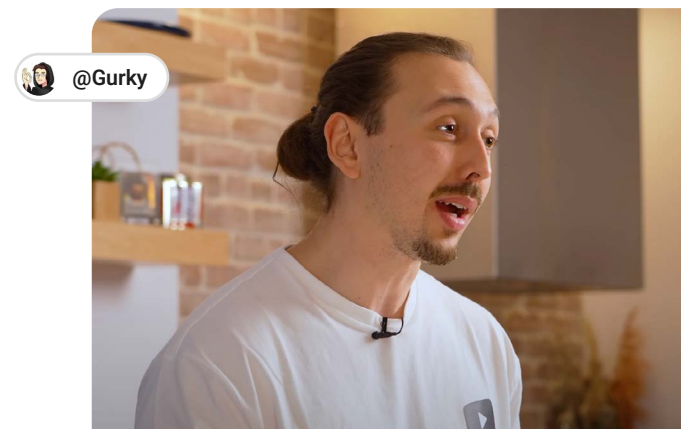
290 M

de visionnements



« On retrouve des limites sur de nombreuses plateformes. Sur YouTube, on dirait qu'il n'y a pas de véritables limites. C'est la plateforme qui me satisfait le plus. Je m'y épanouis vraiment. »

Gurky



Promouvoir les artistes de la musique canadienne sur la scène internationale

YouTube joue un rôle essentiel dans le succès de l'industrie musicale canadienne en collaborant avec des artistes et des maisons de disques pour offrir aux talents locaux une visibilité mondiale.

Nous facilitons le lancement et la promotion de nouveaux albums pour les musiciens, qu'il s'agisse de vidéos spectaculaires, de performances en direct, de créations de DJ ou de reprises. Et toutes les deux semaines, le programme Artist on the Rise combine des spectacles en direct exclusifs avec un accès universel à la diffusion en continu pour créer une expérience

70%

70 % des entreprises de musique ayant une chaîne YouTube reconnaissent que la plateforme **les aide à atteindre de nouveaux publics à travers le monde***.

unique, intimiste et pourtant mondiale pour les artistes et leurs fans. Dans l'ensemble, cela permet aux utilisateurs de trouver et de partager de nouveaux favoris, tout en offrant aux maisons de disques une meilleure façon de découvrir des talents.

Nos systèmes de gestion des droits, fiables et performants, permettent également aux maisons de disques de découvrir la prochaine génération d'artistes en toute confiance, d'augmenter leurs revenus grâce aux options de monétisation de YouTube et d'atteindre une audience mondiale.

72%

72 % des entreprises de musique ayant une chaîne YouTube reconnaissent que la plateforme **a augmenté l'offre de talents créatifs dans l'industrie***.



80%

80 % des entreprises de musique ayant une chaîne YouTube reconnaissent que la plateforme **est une source de revenus importante***.

Shahin fait vivre la langue et la culture québécoises à l'aide de jeux télévisés

Il y a trois ans, Shahin s'est consacré à rien de moins que de redéfinir le contenu numérique en français-canadien. Sa vision s'est concrétisée sous la forme de vidéos de style jeu télévisé avec une valeur de production exceptionnelle et une narration vivante. Grâce à un mélange d'humour et d'authenticité culturelle, Shahin a su rapidement conquérir une audience francophone locale et internationale.

Ses épisodes courants qui durent de 30 à 60 minutes, créés par une équipe de 7 à 13 personnes, alimentent désormais une chaîne prospère qui compte plus de 418 000 abonnés. Le fait de travailler dans un univers de contenu international très concurrentiel a poussé Shahin à affiner sa vision créative, à approfondir ses connaissances de l'analyse de l'engagement des audiences et à continuer à peaufiner la qualité de production de ses vidéos. Sa réussite illustre le rôle de YouTube dans la création d'une nouvelle lignée de producteurs numériques avertis au Québec.

418 K

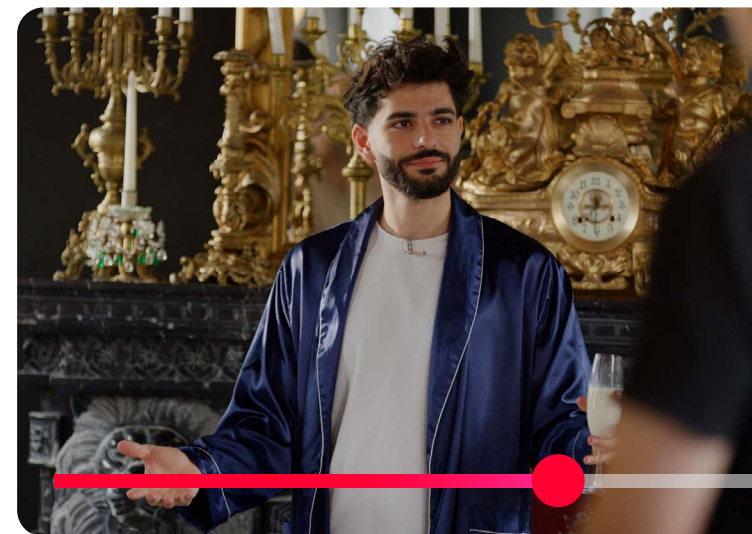
abonnés

En créant du contenu qui rivalise avec la télé sur le plan de la qualité de la production, Shahin attire une audience télévisuelle sur sa chaîne et comble l'écart entre les médias traditionnels et numériques. L'impact de Shahin n'est pas passé inaperçu. Des parties prenantes du gouvernement ont remarqué le succès de la chaîne et sont avides d'apprendre comment des créateurs comme lui dépassent des organisations médiatiques beaucoup plus importantes pour mettre de l'avant la langue et la culture québécoises.

L'innovation fera toujours partie de la stratégie créative de Shahin. Il explore actuellement différentes solutions qui peuvent aider à la conceptualisation et aux tâches administratives pour faire progresser son objectif principal : créer du divertissement d'un calibre plus élevé qui préserve et promeut la culture québécoise, tout en gagnant sa vie en le faisant. Shahin ne fait pas que jouer au jeu du créateur de contenu, il y change la donne.

57 M

de visionnements



« En tant que plateforme, YouTube est très différente. Il y a un engagement quand on clique sur une vidéo. Les gens passent ce temps avec nous, et cela permet de bâtir une confiance. »

Shahin



@shahinouest

Fredz a trouvé sa voix et une scène internationale sur YouTube

En 2019, Fredz a publié sa toute première vidéo de musique et de chant lyrique sur YouTube. Sa chaîne, Fredz, est rapidement devenue le centre de son parcours artistique, offrant à ses fans une vue sans filtre de l'évolution de sa production sonore.

À ses débuts, Fredz était concepteur rythmique et élaborait des pièces instrumentales peu écoutées. Donc, lorsqu'il a commencé à publier du contenu sur YouTube comme auteur-compositeur, cela a changé bien des choses. Son grand succès, Le Stade, a récolté le nombre impressionnant de 6,9 millions de visionnements. Aussi, depuis le lancement de sa chaîne, il compte plus de 136 000 loyaux abonnés. Fredz compose des chansons très personnelles qui parlent d'amour, de santé mentale et d'amitié.

136 K

abonnés

Bien qu'il ait l'intention de rester fidèle à son esthétique brute du monde réel, il a pu se servir d'outils d'IA pour améliorer la qualité visuelle de ses images de concert.

YouTube représente plus qu'une scène pour Fredz. La plateforme sert de lieu pour créer des liens, où il répond aux commentaires, présente la progression d'accords et tient ses fans au courant de ses activités.

Le partage sur YouTube, c'est la façon dont Fredz crée, communique et s'épanouit. Grâce à la liberté créative de la plateforme et au contact direct avec ses fans, il réussit à établir les liens qui rendent sa musique si personnelle et percutante.

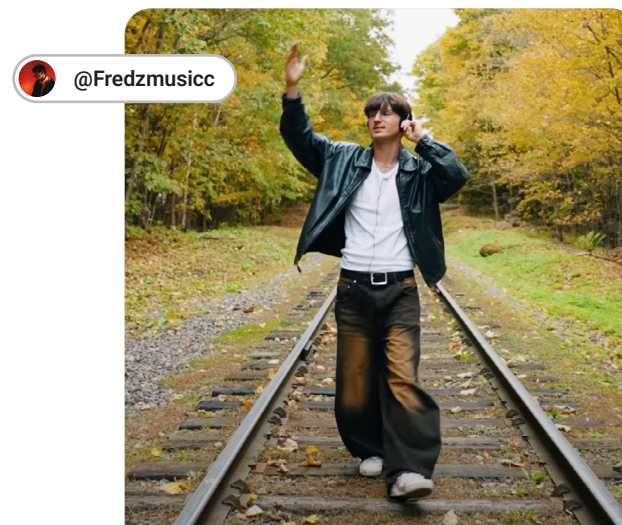
56,6 M

de visionnements



« Grâce à la liberté créative de la plateforme et au contact direct avec ses fans, il réussit à établir les liens qui rendent sa musique si personnelle et percutante. »

Fredz



« Nous sommes convaincus que YouTube deviendra notre principale plateforme pour générer des revenus réguliers, développer notre activité, attirer des clients potentiels et renforcer notre communauté. Merci. »

Propriétaire d'entreprise,
entre 65 et 74 ans

Apprentissage partagé

Les apprenants ont accès à une mine d'informations de qualité sur YouTube



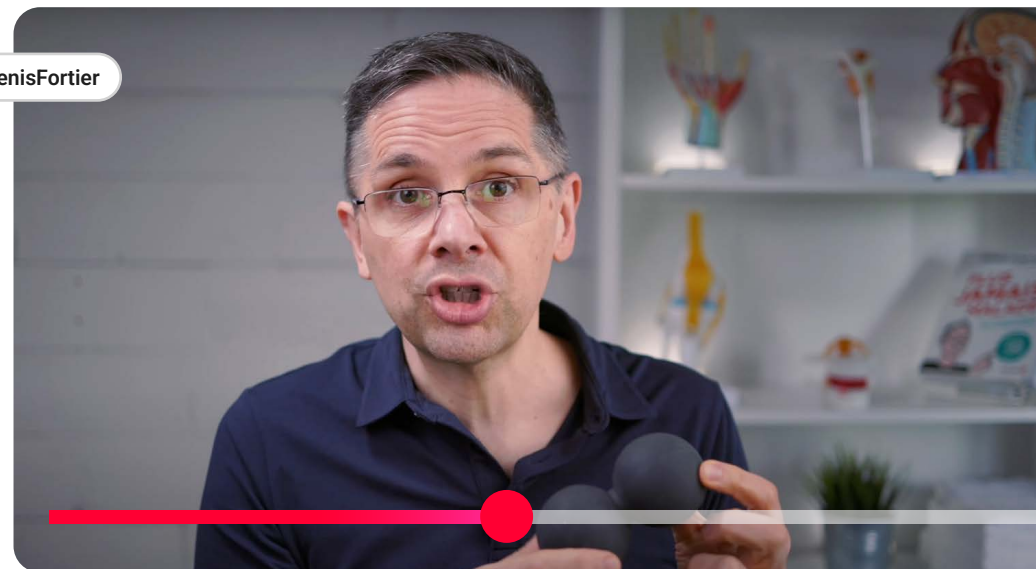
Les Canadiens vont sur YouTube pour améliorer leurs connaissances

YouTube offre à tous les Canadiens un espace gratuit et ouvert pour découvrir des informations de qualité et en faire bon usage.

Notre plateforme offre un accès flexible et personnalisé à tout un éventail de créateurs inspirants. Les utilisateurs peuvent ainsi améliorer leurs compétences techniques et professionnelles, et développer des passe-temps et des centres d'intérêt à leur guise.

YouTube s'associe également aux universités canadiennes afin d'offrir une plateforme d'hébergement permanente pour le contenu des cours et de donner aux étudiants un moyen moderne d'obtenir des crédits.

Nous permettons aux gens de continuer à apprendre, à se développer et à partager le meilleur d'eux-mêmes avec le monde qui les entoure.

 @DenisFortier


83%

83 % des utilisateurs reconnaissent que YouTube offre à chacun des chances égales d'améliorer ses connaissances*.

94%

94 % des utilisateurs déclarent utiliser YouTube pour recueillir des informations et des connaissances*.

La Petite Bette partage ses idées culinaires avec un soupçon de joie

Pour Manon et Lionel, le couple créateur derrière La Petite Bette, un projet secondaire est devenu leur vocation et une marque prospère. Le duo publie désormais des vidéos hebdomadaires de cuisine et de voyages culinaires qui ont conquis les coeurs, captivé les esprits et éveillé les papilles d'une audience mondiale de plus de 223 000 abonnés fidèles.

Comme plateforme vidéo, YouTube s'est avérée essentielle à leur parcours. En diffusant la découverte de contenu sur plusieurs chaînes, ils ont pu atteindre une audience plus engagée et plus avertie, ce qui a même augmenté le trafic vers leur blogue, une autre source importante de revenus.

Mais le nombre d'abonnés et les chiffres des revenus s'ajoutent à un aspect encore plus précieux pour Manon et Lionel : la liberté de faire ce qu'ils adorent faire. YouTube leur a donné l'espace pour imaginer de nouveaux concepts, essayer des recettes, informer les internautes et partager leur véritable passion pour les aliments.

Actuellement, ils utilisent aussi l'IA comme outil pour améliorer leur stratégie SEO et optimiser leurs opérations. Ainsi, ils peuvent continuer à se concentrer sur la bouffe tout en créant du contenu à la fois personnel et éducatif. Leur parcours témoigne de ce qui peut se produire lorsqu'on suit sa passion et que l'on utilise les bons ingrédients créatifs.

223 K

abonnés

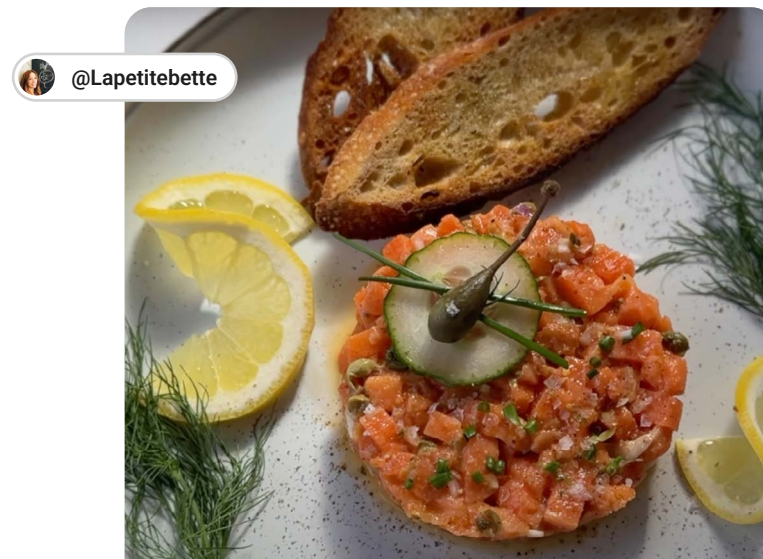
30,2 M

de visionnements



« Pour nous, la plateforme YouTube est devenue un outil permettant un meilleur classement sur Google. Elle nous aide à être en première page. »

La Petite Bette


 @Lapetitebette

Les enseignants se tournent vers YouTube pour améliorer l'apprentissage

Les internautes se rendent sur YouTube pour apprendre, ce qui en fait une plateforme d'éducation idéale.

Le contenu éducatif de YouTube constitue un ajout essentiel aux méthodes et aux ressources pédagogiques traditionnelles. Les apprenants bénéficient d'un accès à des connaissances et à des expériences de haute qualité de la part de créateurs de renommée mondiale, dont de nombreux enseignants.

Tout cela ne serait pas possible sans nos créateurs inventifs, qui permettent aux enseignants d'élargir le contexte d'apprentissage au-delà de la salle de classe et incitent les apprenants à tirer le meilleur parti de chaque leçon.

67%

67 % des enseignants qui utilisent YouTube reconnaissent que les vidéos de la plateforme **aident à expliquer des problèmes complexes de manière intelligibles pour les élèves***.

68%

68 % des enseignants qui utilisent YouTube reconnaissent que la plateforme **permet aux élèves d'accéder à des contenus éducatifs auxquels ils n'auraient pas accès autrement***.



92%

92 % des enseignants qui utilisent YouTube déclarent **avoir utilisé du contenu de la plateforme dans leurs leçons ou leurs devoirs***.

« YouTube a été une ressource précieuse pour apprendre, me divertir et entrer en contact avec des communautés, ce qui a eu un impact positif à la fois sur ma croissance personnelle et sur ma vie quotidienne. »

Utilisateur de YouTube,
entre 65 et 74 ans

Les familles considèrent YouTube comme une ressource d'apprentissage et de découverte

YouTube offre aux parents une plateforme fiable pour l'exploration et l'apprentissage en ligne de leurs enfants.

Cette confiance s'appuie sur notre engagement à offrir une expérience enrichissante aux jeunes apprenants ainsi que des contrôles faciles à mettre en œuvre pour les parents. Les familles canadiennes considèrent YouTube comme une ressource précieuse qui encourage l'apprentissage et la curiosité grâce à un écosystème diversifié de contenu adapté à l'âge provenant de sources fiables.

@scilabus



75%

75 % des parents d'adolescents (âgés de 13 à 18 ans) qui utilisent YouTube reconnaissent que la plateforme contribue de façon importante à ce que leurs enfants découvrent le monde*.

79%

79 % des parents qui utilisent YouTube ont confiance en leur capacité à guider leur enfant sur la façon d'utiliser la plateforme (ou YouTube Kids) de manière responsable*.

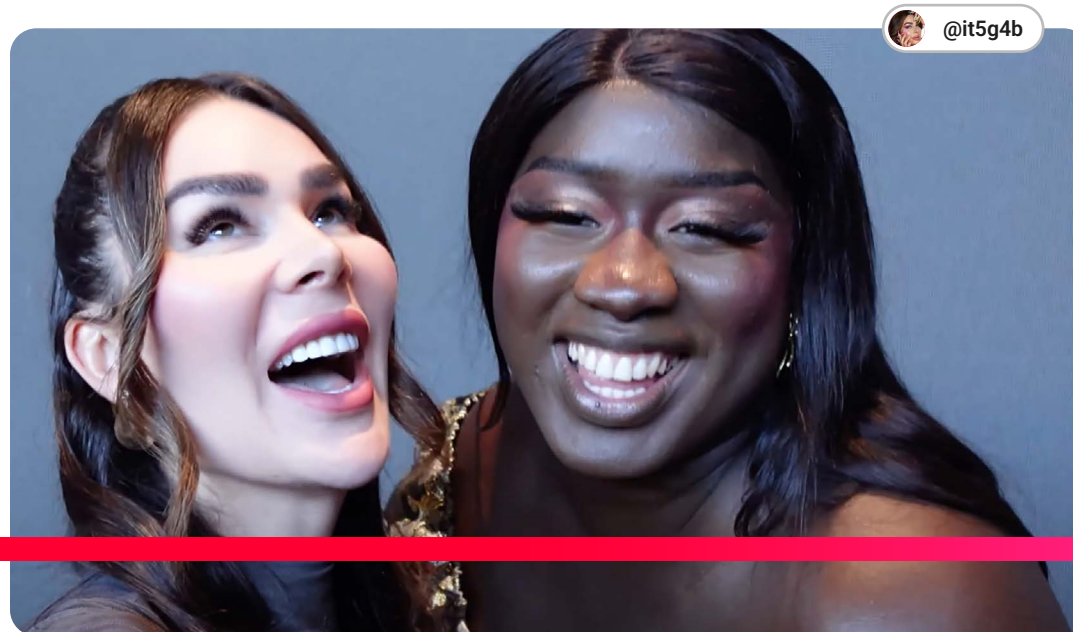
87%

87 % des parents qui utilisent YouTube reconnaissent que la plateforme (ou YouTube Kids) fournit du contenu de qualité pour l'apprentissage et/ou le divertissement de leurs enfants*.



Culture partagée

Les créateurs expriment leurs opinions et partagent leur vision du monde avec les utilisateurs grâce à YouTube



Créer un espace pour l'expression d'opinions et la promotion des cultures

YouTube permet aux créateurs de mettre en valeur les richesses régionales du Canada et de créer des liens importants.

Les créateurs canadiens peuvent partager leurs histoires uniques qui suscitent un sentiment de fierté à travers des contenus variés allant de la musique, de la danse et des coutumes locales à l'artisanat, la nourriture et bien plus encore. Les internautes ont donc l'occasion d'approfondir leur sensibilité culturelle et de développer un plus grand sentiment d'appartenance à leur communauté.

70%

70 % des utilisateurs reconnaissent **pouvoir trouver du contenu qui reflète leur culture et leur point de vue** sur YouTube.

*Selon une étude d'Oxford Economics.



75%

75 % des utilisateurs reconnaissent qu'ils **apprécient la diversité du contenu et des points de vue accessibles** sur YouTube.

Aly Brassard partage son univers comme dans une comédie de la vraie vie

Allez sur la chaîne éponyme YouTube d'Aly Brassard, cliquez sur « Lire » et vous vous retrouverez dans la vie d'Aly sans filtre et indéniablement québécoise. Vivant à Montréal, Aly a créé des liens solides avec ses abonnés grâce à son contenu authentique de vlogues conçu pour trouver le côté amusant de la vie en compagnie de ses amis.

Demandez aux quelque 187 000 abonnés d'Aly pourquoi ils reviennent sur sa chaîne, et ils vous diront probablement tous et toutes la même chose : c'est comme si on était amis avec elle. Il n'y a rien de scénarisé. Donc, cette ambiance d'une journée dans la vie de quelqu'un a des échos qui vont bien au-delà de l'écran. Bien que sa chaîne compte des abonnés principalement entre 18 et 24 ans, elle atteint plusieurs générations. Ses fans s'investissent entièrement en créant des montages qui lui rendent hommage, en se réunissant en grand nombre

lors de meetups dans les rues, en utilisant les mêmes expressions qu'elle et en faisant des blagues d'initiés. Les internautes ne font pas que regarder sa chaîne, ils en vivent le contenu avec elle.

Étant une créatrice ouvertement lesbienne, Aly fait preuve d'une authenticité qui contribue à normaliser l'identité LGBTQ+ dans le divertissement moderne et crée un espace qui se veut inclusif, accueillant et toujours humain.

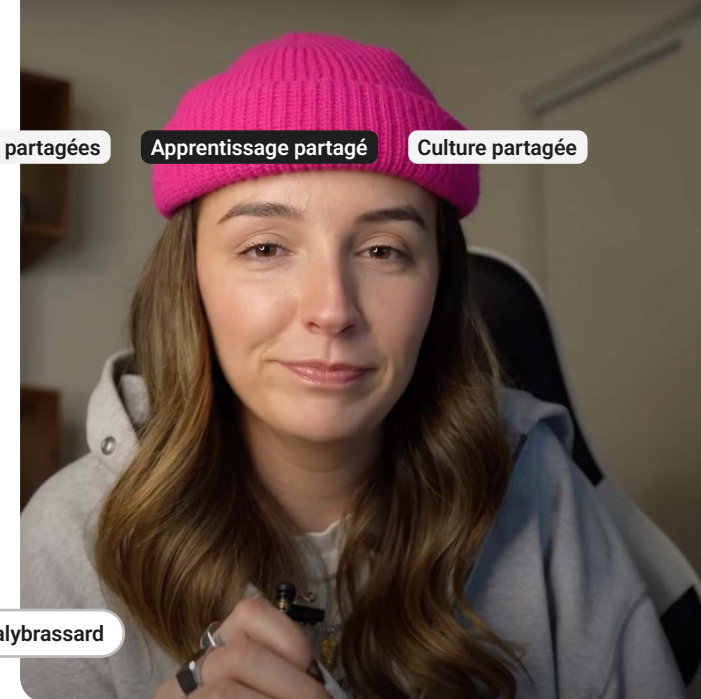
Grâce à YouTube, Aly bâtit sa carrière et sa communauté tout en partageant son contenu, ses opinions et la culture, tant au Québec que partout dans le monde.

187 K

abonnés

27,5 M

de visionnements



« YouTube est une plateforme qui paie bien ses créateurs. Le succès et la collaboration y sont mis de l'avant. Cela stimule beaucoup notre créativité. »

Aly Brassard



« J'apprécie vraiment tout ce que YouTube m'a permis de faire. La plateforme m'a aidé à créer des liens avec la culture et les habitants des Philippines tout en étant ici au Canada. Je n'ai que de la gratitude pour l'existence de YouTube. »

Utilisateur de YouTube,
entre 18 à 24 ans



