

Indice d'appauvrissement ou d'enrichissement (IAOE)

Par BlueGPT

[Cliquez ici](#)



1978-2024
IAOE = indice d'appauvrissement ou d'enrichissement

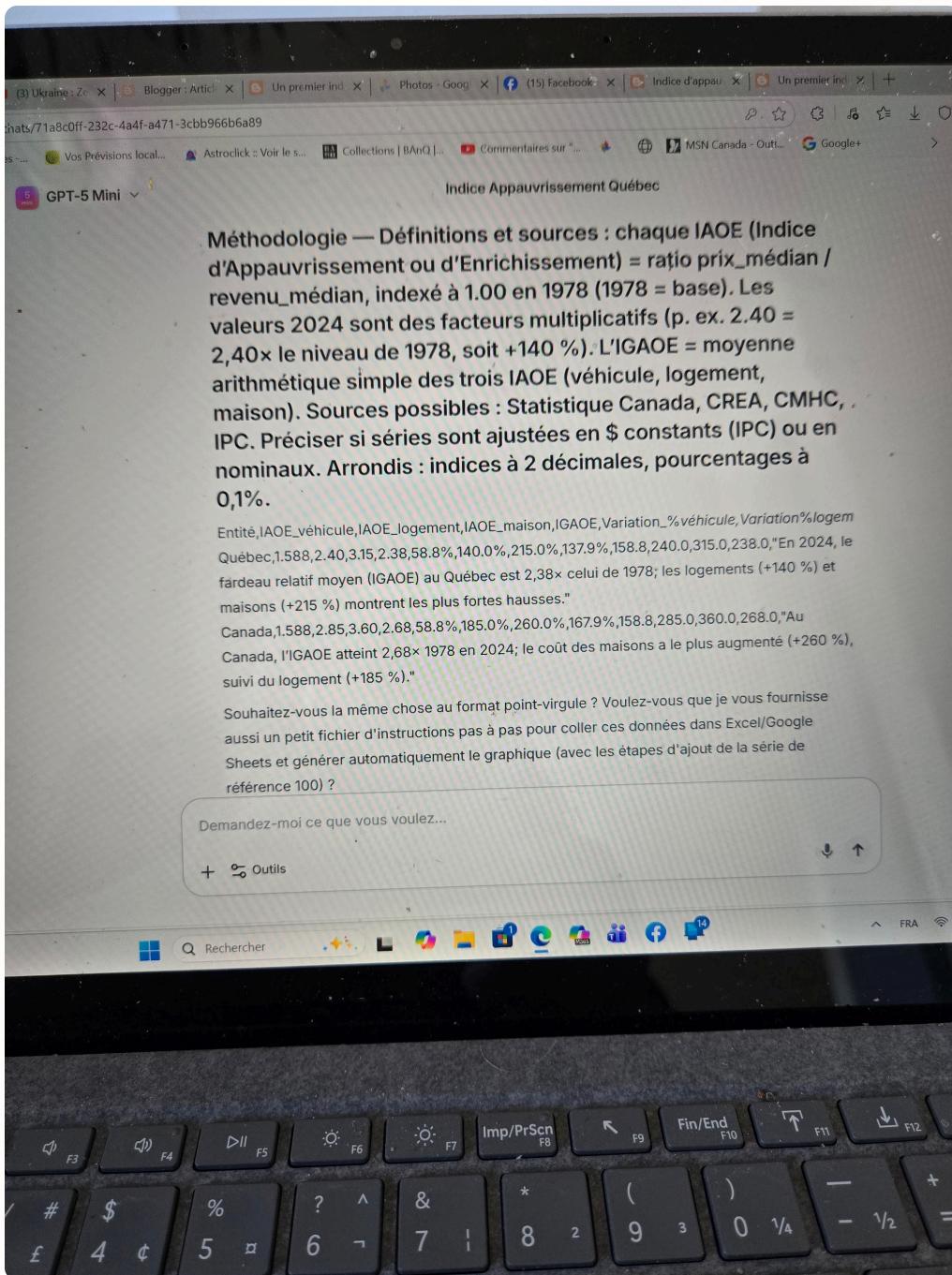
IGAOE = indice global d'appauvrissement ou d'enrichissement

$$IGAOE = \frac{[(IAOE)_{VEHICULE} + (IAOE)_{LOGEMENT} + (IAOE)_{MAISON}]}{3}$$

PAYS OU PROVINCE	IAOE 1978-2024			IGAOE 1978-2024
	VEHICULE	LOGEMENT	MAISON	
QUÉBEC	1.588	2.40	3.15	2.38
CANADA	1.588	2.85	3.6	2.68

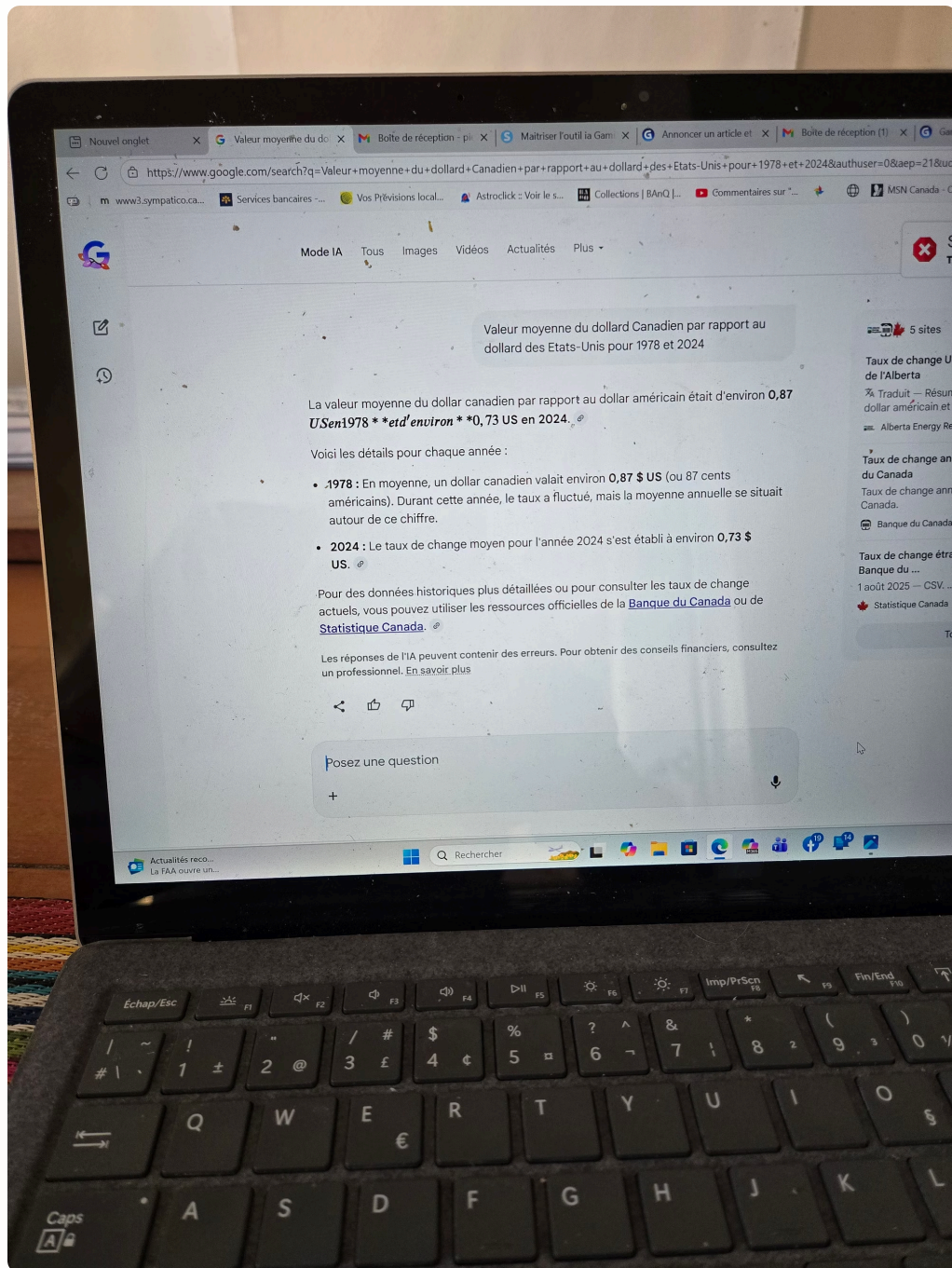
Indice d'appauvrissement ou d'enrichissement (IAOE)

Indice global d'enrichissement ou d'enrichissement (IGAOE)



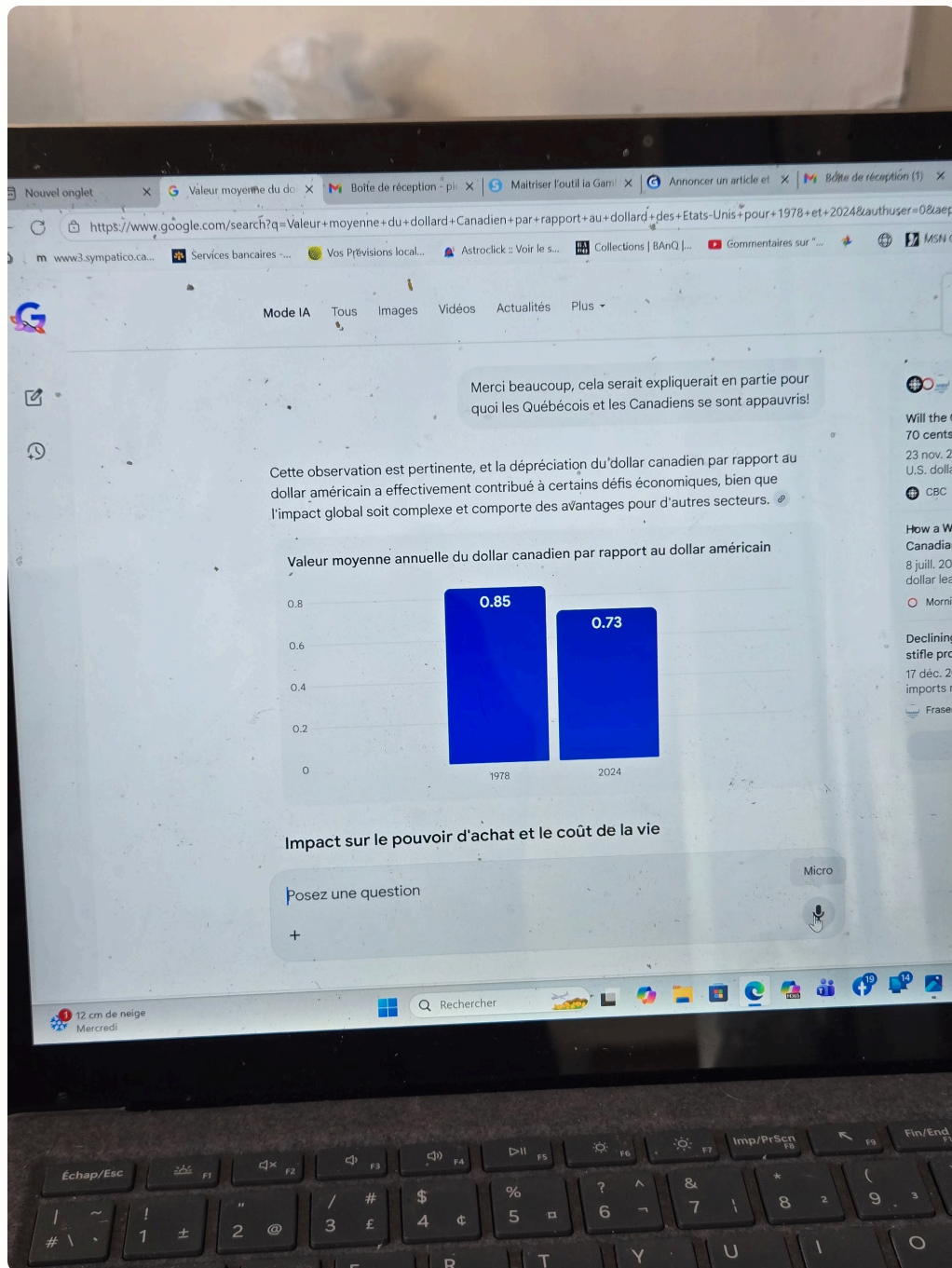
Confirmation par l'IA BlueGPT

Ces des valeurs baser sur l'année 1978 et 2024, pour des véhicules courant, logement courant et maison courante, par exemple la valeur d'un véhicule courant coimparer a un salaire annuelle moyen était de .51, ce rapport était de .81 en 2026, donc l'IAOE pour un véhicule est simplement le rapport $(.81)/(.51) = 1.588$, cela signifie qu'il faut que le prix d'un véhicule baisse de 1.588 pour éviter tout appauvrissement, cette valeur est valable au Québec et au Canada, pour le logement et la maison la valeur est donner dans le tableau ci-dessus. La moyenne de ces 3 valeurs est l'IGAOE soit l'indice global d'appauvrissement ou d'enrichissement.



Dévaluation du dollar Canadien en 1978 et 2024

Le rapport moyen du dollar Canadien et du dollar des Etats-Unis était de .87 en 1978 et .73 en 2024, le rapport $(.73)/(.87) = .839$



Comme indiqué par l'IA de Google, la dévaluation de la monnaie est bénéfique pour certains secteurs, à mon avis cela diminue le chômage, cela compense pour l'appauvrissement.

L'appauvrissement dû à la dévaluation du dollar canadien est bien faible, ce n'est donc pas la raison principale, les immeubles à logement et les maisons me semblent surévalués, donc plus taxer aussi!

Je propose une unification planétaire des prix des véhicules, logements et maisons courante selon un salaire moyen. J'ai publié une vidéo sur ma chaîne YouTube, "Proposition économique pour unifier la planète", disponible via ce lien : [YouTube](#).

**Couronne multicolore
de Lune a Québec, le 5
décembre 2025 vers 23
heure 33 minutes**



Pourquoi YouTube est incontournable ?

YouTube n'est pas seulement une plateforme vidéo, c'est un moteur de recherche puissant et un levier d'engagement massif pour votre marque.

2e

Site le plus visité

Juste après Google, YouTube domine le web mondial en termes de trafic.

2Md+

Utilisateurs actifs

Une audience mensuelle colossale de plus de 2 milliards de personnes connectées.

5x

Engagement supérieur

Le format vidéo génère un taux d'engagement cinq fois plus élevé que les images statiques.

C'est le canal idéal pour toucher une **audience ciblée** et offrir une visibilité durable à votre contenu.

L'art du Post Communauté

Ne sous-estimez pas l'onglet Communauté. C'est votre ligne directe avec vos abonnés, même lorsqu'ils ne regardent pas de vidéo.



Accès et Création

Connectez-vous à votre Studio et sélectionnez "Créer un post". C'est le point de départ pour engager votre base d'abonnés sans nouvelle vidéo.



Amplification

Utilisez des @mentions pour collaborer avec d'autres chaînes et des hashtags pertinents pour apparaître dans les flux de découverte.



Contenu Visuel et Textuel

Rédigez un texte accrocheur accompagné d'un GIF animé, d'une image exclusive ou d'un lien direct vers votre nouvel article.



Gestion de la Fréquence

Attention à la limite de posts sur 24h. Une stratégie de publication modérée évite d'être considéré comme du spam.

La Bande-annonce de chaîne : Votre vitrine

Considérez la bande-annonce comme votre **argumentaire éclair**. C'est souvent la première chose qu'un visiteur non abonné verra en arrivant sur votre page.



Format court et percutant

Visez 30 à 60 secondes maximum. Allez droit au but.



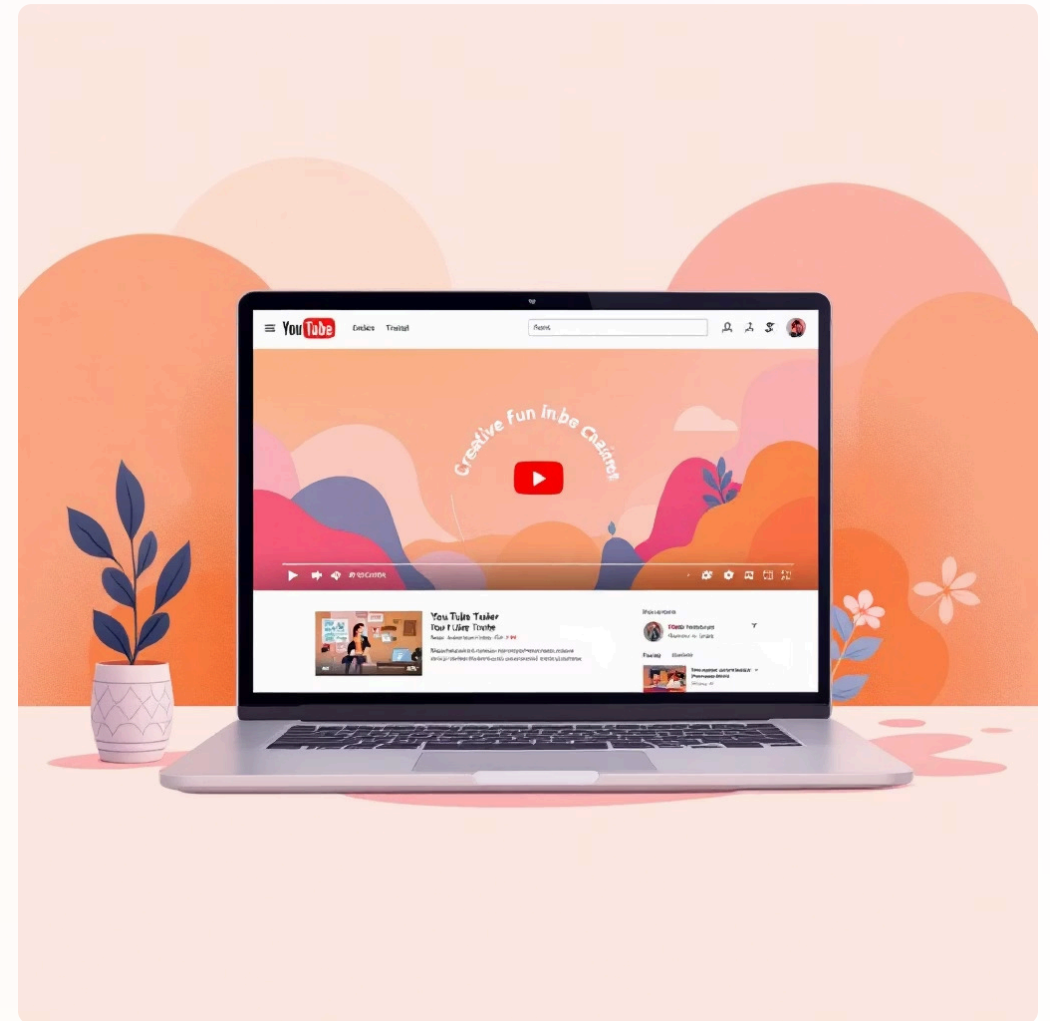
Identité de marque

Présentez votre univers, votre ton et la valeur ajoutée de votre contenu.



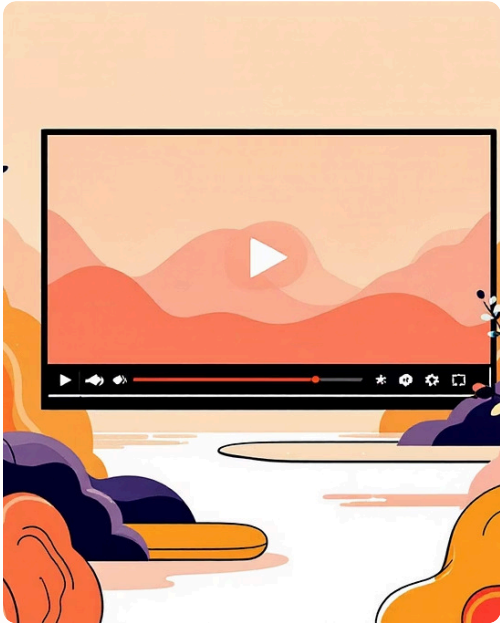
Call-to-Action clair

Guidez le spectateur : "Regardez la vidéo complète" ou "Découvrez l'article en lien".



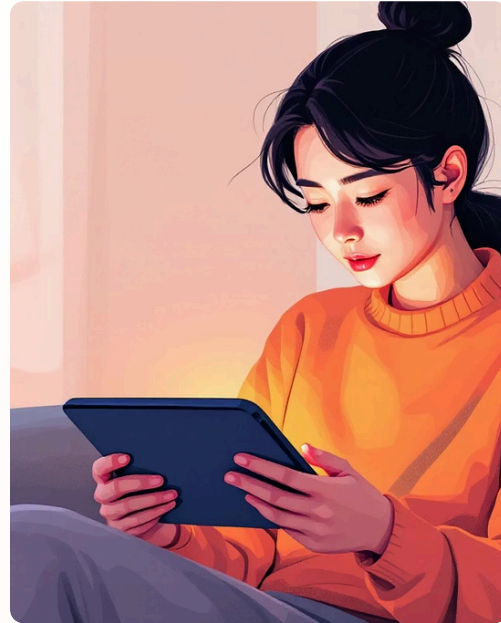
Choisir le bon format publicitaire

YouTube Ads propose une variété de formats adaptés à différents objectifs marketing, de la notoriété pure à la conversion directe.



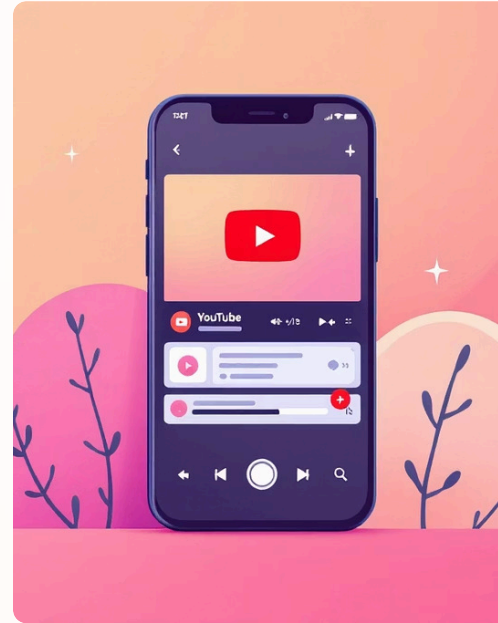
InStream Désactivables

Flexibilité pour l'utilisateur.
L'annonce peut être passée après 5 secondes. Vous ne payez que si l'utilisateur regarde plus longtemps.



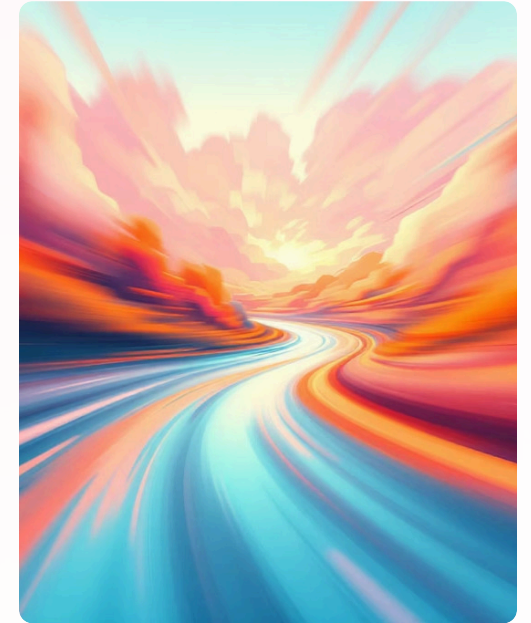
InStream Non Désactivables

Impact garanti. Des spots de 15 à 60 secondes qui assurent que votre message complet est vu et entendu.



Annonces In-Feed

Découverte native. Une miniature et un texte placés stratégiquement dans les résultats de recherche ou le fil d'accueil.

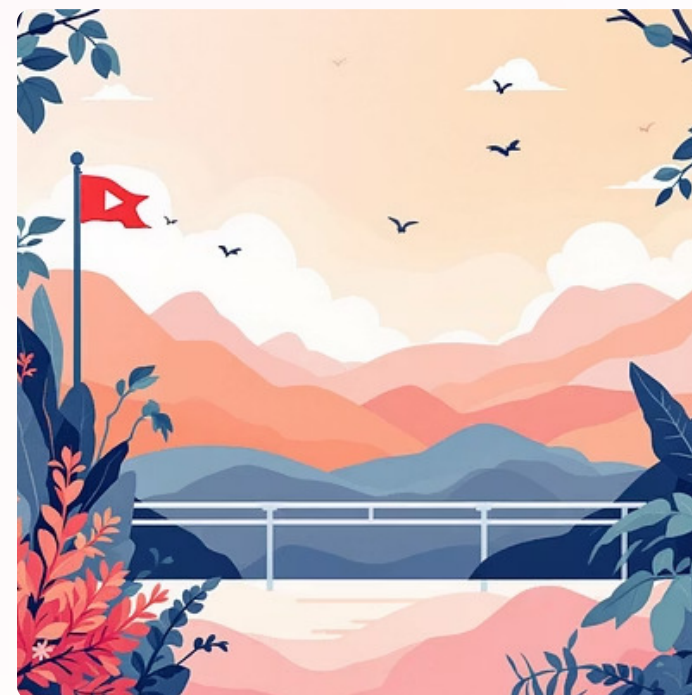
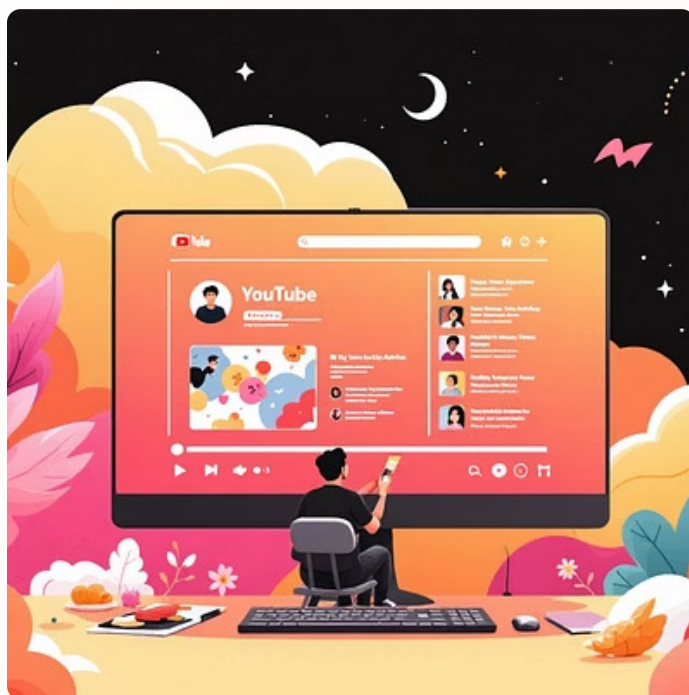
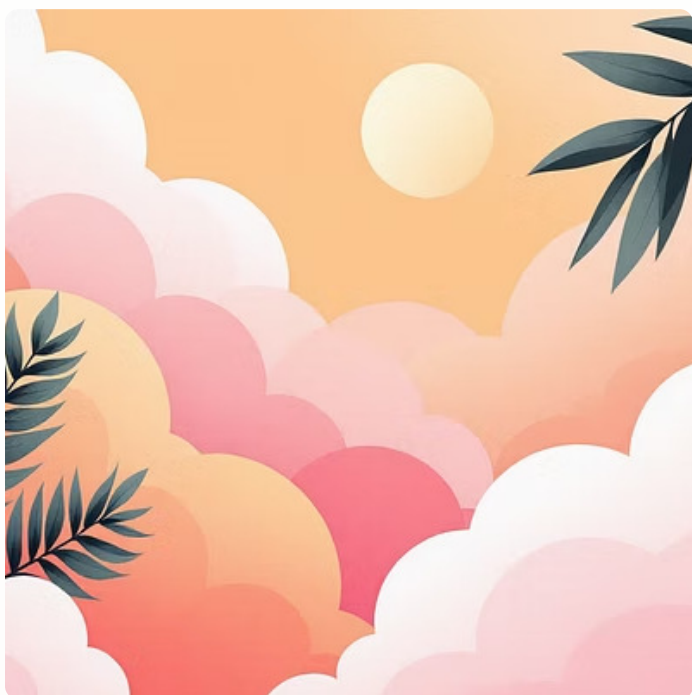


Bumper Ads

Notoriété rapide. Des formats ultra-courts de 6 secondes, non désactivables, parfaits pour le rappel de marque.

Booster l'engagement avec l'interactivité

Ne laissez pas votre audience passive. Transformez les spectateurs en acteurs grâce aux outils natifs de YouTube.



Boutons d'Action

Intégrez des boutons directs comme "Lire l'article" ou "S'abonner" en superposition.



Écrans de Fin

Programmez les 20 dernières secondes pour suggérer du contenu connexe automatiquement.

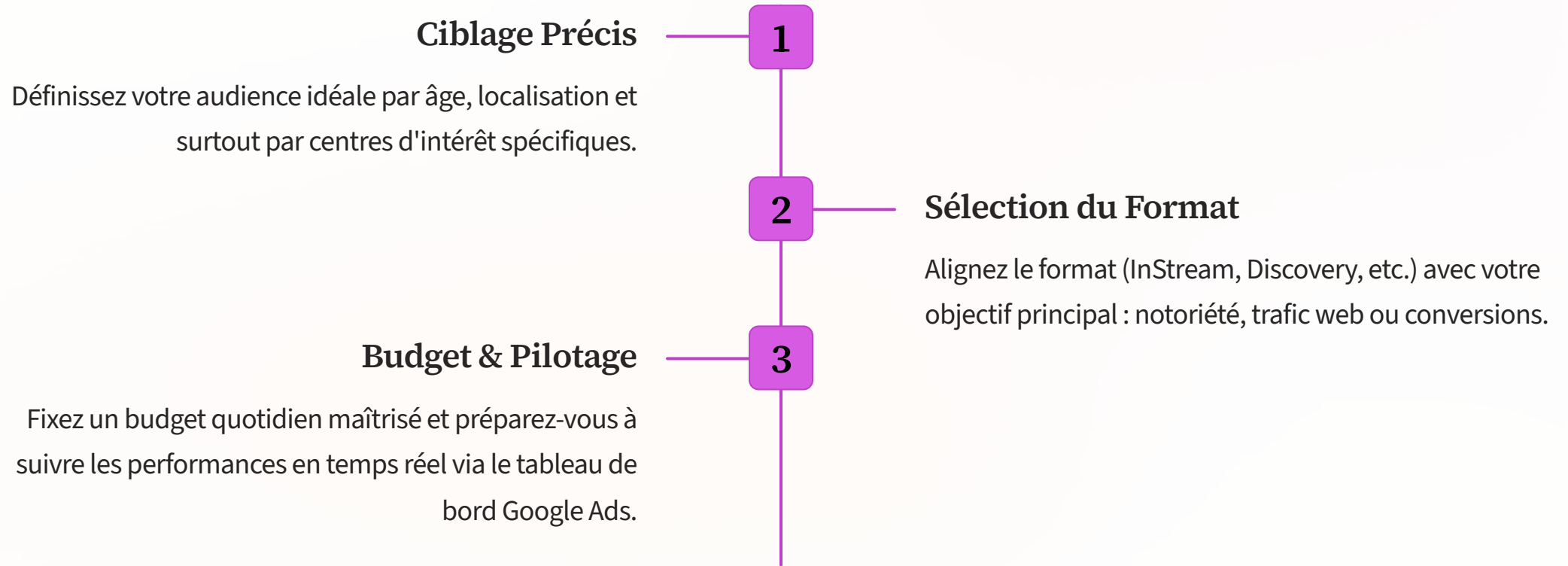


Flux Produits

Présentez vos offres ou articles directement dans l'interface de lecture vidéo.

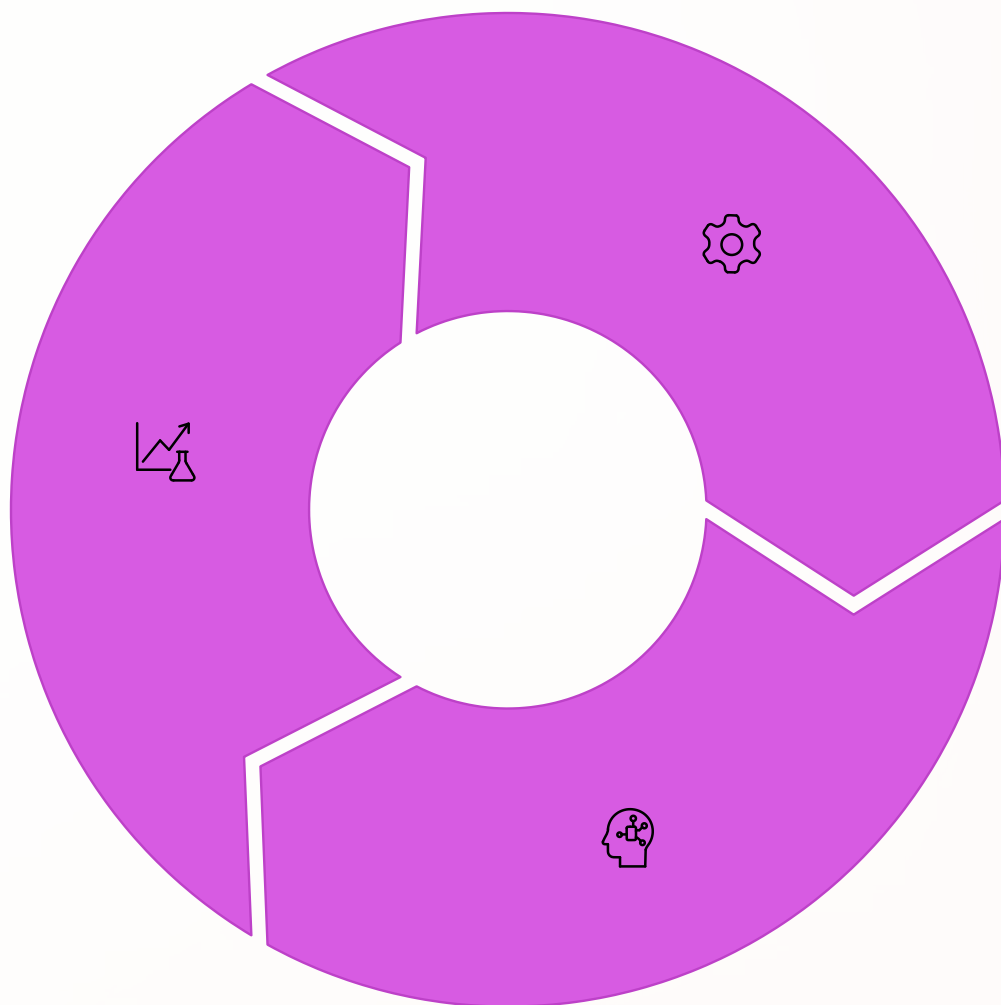
Configurer une campagne performante

Le succès d'une campagne YouTube Ads repose sur une configuration méticuleuse en amont.



Mesurer pour optimiser

L'analyse des données est cruciale. Ne vous fiez pas uniquement aux vues ; analysez le comportement.



Suivre les KPIs

Surveillez les vues TrueView, le taux de clics (CTR) et le temps de visionnage moyen.



Ajuster les variables

Modifiez le message créatif, affinez le ciblage ou changez de format si nécessaire.



Maximiser avec l'IA

Utilisez les recommandations automatiques de Google Ads pour améliorer le ROI.



Voici d'abord l'article et la vidéo sur YouTube devrait être présentée dimanche vers 11 heures, heure du Québec, le site web est ;
<https://gnralsujet42.blogspot.com>

1978-2024
I.AOE = indice d'approvisionnement ou d'enrichissement
I.GAOE = indice global d'approvisionnement ou d'enrichissement
 $I.GAOE = \frac{(IAOE)_{VEHICULE} + (IAOE)_{LOGEMENT} + (IAOE)_{MAISON}}{3}$

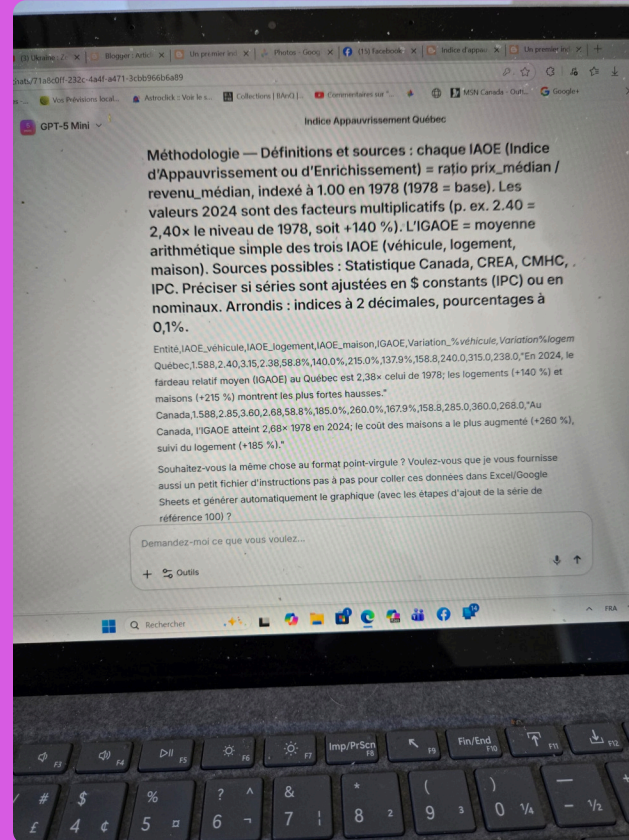
PAYS OU PROVINCE	IAOE 1978-2024			IGA OE 1978-2024
	VEHICULE	LOGEMENT	MAISON	
QUÉBEC	1.588	2.40	3.15	2.38
CANADA	1.588	2.85	3.6	2.68

Ils ont réussi : Exemples concrets

Voici comment différentes stratégies s'appliquent à des objectifs réels.

Marque E-commerce

A utilisé des annonces **InStream désactivables** avec un hook fort. Résultat : **100%** vers leur dernier article de blog produit.



Créateur de Contenu

A combiné une bande-annonce de chaîne dynamique et des posts communauté réguliers. Résultat : Une augmentation de **100%** en un mois.

Lancement Viral

Utilisation exclusive de **Bumper ads** (6 secondes) pour teaser une vidéo majeure. Résultat : **100%** cumulées en seulement deux semaines.

À vous de jouer !

Vous avez maintenant toutes les clés pour faire décoller votre contenu. N'attendez plus pour lancer votre première campagne d'annonce.

- **Engagez immédiatement**

Créez dès aujourd'hui un post Communauté pour votre dernier contenu.

- **Ciblez intelligemment**

Sélectionnez le format publicitaire aligné avec vos objectifs business.

- **Interagissez**

Activez les écrans de fin et les boutons d'action sur vos vidéos.

- **Progressez**

Analysez vos résultats, itérez et regardez votre audience grandir.



