



## Lancement de thinktv aujourd'hui

- Auparavant appelée Bureau de la télévision du Canada, thinktv dévoile une toute nouvelle identité de marque qui témoigne de sa transformation continue –
  - Corus Entertainment se joint à thinktv comme nouveau membre; Stuart Garvie et Gerry Mackrell se joignent au conseil d'administration –
  - Pour en savoir plus, visitez [thinktv.ca](http://thinktv.ca) –
- 

### Pour diffusion immédiate

**TORONTO (9 décembre 2015)** – Misant sur l'héritage du Bureau de la télévision du Canada (TVB), la nouvelle marque [thinktv](http://thinktv.ca) lancée aujourd'hui confirme son évolution continue et sa vision d'avenir. Le nouveau nom et le nouveau logo illustrent l'énergie et la passion avec lesquelles l'organisme s'acquitte de sa mission, soit aider les annonceurs et les agences à tirer le maximum du formidable média que constitue la télévision.

« Nous sommes très heureux d'annoncer cette nouvelle marque qui reflète le repositionnement de l'organisme dans le contexte d'un paysage médiatique à la fois compliqué et complexe. Faire valoir la puissance de la télévision sur toutes ses plateformes a toujours été au cœur de notre action, et notre nouvelle marque et notre nouveau logo en sont l'expression directe et concise », a déclaré Catherine MacLeod, présidente, thinktv.

thinktv a pour mandat de promouvoir les avantages de la publicité télévisuelle auprès du monde du marketing et de l'aider à utiliser la puissance de la télévision pour atteindre ses objectifs d'affaires. Comme ressource pour les annonceurs et les agences, thinktv offrira au monde du marketing une vaste gamme de services, notamment dans les secteurs de l'éducation, de la recherche de pointe qui stimule la réflexion et de l'information tangible qui s'appuie sur des données soigneusement sélectionnées.

« Les annonceurs savent que la télévision fonctionne bien, car ils observent ses effets à court et à long terme sur leurs ventes et leurs profits, a souligné M<sup>me</sup> MacLeod. thinktv s'emploiera à en fournir la preuve et à montrer que la télévision est l'un des investissements les plus efficaces que puisse faire une marque, surtout comme moteur d'une stratégie multiplateforme. »

La télévision est d'une efficacité inégalée. Elle est la façon la plus efficace et efficiente de stimuler les résultats et d'atteindre les consommateurs :

- La semaine dernière, plus de 34 millions de Canadiens ont regardé la télévision
- La télévision commerciale rejoint 98 % de la population canadienne chaque semaine, et 96 % de la génération du millénaire
- En moyenne, les adultes regardent 28 heures de télévision par semaine \*, comparativement à une moyenne de 1,5 heure sur YouTube et à seulement 36 minutes sur Netflix par semaine\*\*
- La télévision l'emporte sur les médias sociaux : Les adultes canadiens passent une fraction de leur temps sur les médias sociaux, soit 4 heures par semaine sur Facebook, Twitter et Instagram combinés\*\*, comparativement à 28 heures pour la télévision.

La nouvelle identité de marque de thinktv confère à l'organisme un tout nouveau visage par rapport aux anciens nom et logo qui le représentaient depuis sa création en 1961. Le lancement de la nouvelle identité de marque et du nouveau logo a été préparé en collaboration avec Frontier, une entreprise d'exploration créative reconnue pour ses idées inspirées par le design et son design inspiré par les idées.

« Nous sommes ravis que thinktv ait choisi Frontier comme partenaire de la marque pour le lancement de sa nouvelle identité, a affirmé Paddy Harrington, fondateur de l'entreprise. À ce titre, nous avons travaillé au développement de l'histoire de la marque et à la définition de son expression, ainsi qu'à la création du nom et du logo afin de rendre compte de l'engagement inébranlable de l'organisme envers la promotion de la puissance de la télévision commerciale. »

### **Nominations et nouveaux membres au sein de thinktv**

thinktv est heureuse d'accueillir comme nouveau membre Corus Entertainment, l'une des entreprises intégrées de médias et de divertissement les plus prospères au Canada. Par ailleurs, se joignent au conseil d'administration de thinktv Stuart Garvie, président, Ventes médias, Bell Média, et Gerry Mackrell, vice-président exécutif, chef des ventes, Corus Entertainment. Pour voir la liste complète des membres du Conseil de thinktv, visitez [thinktv.ca](http://thinktv.ca).

Pour suivre thinktv sur les médias sociaux :

Twitter: [@thinktvca](https://twitter.com/thinktvca)

\*Source: Numeris, Total Canada, M-Su 2a – 2a, 1 minute Reach; sept. 2014 – août 2015.

\*\*Source: comScore Media Metrix, Multi-Platform; sept. 2014 – août 2015

### **À propos de thinktv**

thinktv est une association de marketing et de recherche vouée à l'avancement de la télévision commerciale. Elle collabore avec le secteur du marketing afin d'aider les annonceurs à tirer le maximum de la télévision sous toutes ses formes. Elle est soutenue

par ses entreprises membres qui, ensemble, représentent plus de 95 % des revenus de publicité de la télévision commerciale au Canada.

– 30 –

**Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec:**

Amy Doary, ADPR, [amy@adpr.ca](mailto:amy@adpr.ca), 416.710.6079