



## La puissance de la publicité télé

- thinktv dévoile les résultats d'un sondage omniVu confirmant que la télévision est la plateforme publicitaire la plus influente –
  - Pour plus de détails, visitez [thinktv.ca](http://thinktv.ca) –
- 

### Pour diffusion immédiate

**TORONTO (16 décembre 2015)** – La télévision continue d'être un leader incontestable en ce qui a trait au pouvoir d'attraction et à l'influence de la publicité, selon le plus récent sondage omniVu de NLogic. Dans le cadre de ce sondage, 1 000 adultes canadiens ont répondu aux questions de thinktv sur leur perception de la publicité dans divers médias et sur diverses plateformes. Toutes catégories démographiques confondues, les répondants se sont entendus pour dire que la télévision est, de loin, le support publicitaire le plus remarqué, le plus influent et le plus attrayant.

« Malgré la multitude de médias, la télévision demeure le moyen le plus efficace de rejoindre et d'influencer un auditoire, même les plus technos de la génération du millénaire, a déclaré Kathy Gardner, vice-présidente, connaissance des médias, thinktv. La puissance du contenu télévisuel est inégalée, ce qui fait de la télé un support exceptionnel pour les messages publicitaires. »

Principales constatations :

### **Les publicités télé sont celles que l'on remarque le plus.**

- Elles sont **8 fois plus** susceptibles d'être remarquées que les publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un ordinateur de bureau ou portable
- Près de **10 fois plus** susceptibles d'être remarquées que les publicités diffusées sur les médias sociaux
- **28 fois plus** susceptibles d'être remarquées que les publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un appareil mobile

### **Les Canadiens sont plus attentifs à la publicité télé.**

- **10 fois plus** attentifs qu'à des publicités diffusées dans des moteurs de recherche
- **10 fois plus** attentifs qu'à des publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un ordinateur de bureau ou portable

- **51 fois plus** attentifs qu'à des publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un appareil mobile

### **La télé est le média le plus influent.**

#### **Les adultes canadiens sont :**

- **8 fois plus** susceptibles de considérer une publicité télé influente par rapport à des publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un ordinateur de bureau ou portatif
- **18 fois plus** susceptibles de considérer une publicité télé influente par rapport à des publicités diffusées dans des moteurs de recherche
- **55 fois plus** susceptibles de considérer une publicité télé influente par rapport à des publicités dans un contenu vidéo diffusées sur un appareil mobile

### **Les publicités vidéo ne sont pas toutes d'égale valeur.**

- **71 %** des répondants ont indiqué qu'ils sont **plus susceptibles de regarder une publicité télé** qu'une publicité vidéo diffusée sur un ordinateur, une tablette ou un téléphone mobile
- Les publicités vidéo sur les téléphones mobiles sont **les moins susceptibles d'être regardées**

### **Génération du millénaire : les publicités télé l'emportent sur les publicités sur appareils mobiles.**

La génération du millénaire regarde les vidéos sur différents appareils, mais elle est beaucoup plus susceptible de remarquer et de regarder les publicités télé et d'y prêter attention que les publicités diffusées sur un téléphone intelligent ou tout autre appareil mobile.

- La génération du millénaire est **6 fois plus** susceptible de **remarquer** une publicité télé
- La génération du millénaire est **6 fois plus** susceptible de **regarder** une publicité télé
- La génération du millénaire est d'avis que **les publicités télé sont les plus influentes - 21 fois plus** influentes qu'une publicité diffusée sur un appareil mobile

Pour plus de détails sur le sondage omniVu de NLogic, cliquez [ici](#).

Source : NLogic omniVu Quarterly Phone Omnibus Survey; thinktv Advertising Engagement Questionnaire, September 2015

Pour suivre thinktv sur les médias sociaux :

Twitter : [@thinktvca](#)

LinkedIn : [thinktv Canada](#)

**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.

**Pour plus d'information sur NLogic, visitez son site Web à [fr.nlogic.ca](http://fr.nlogic.ca).**

– 30 –

**Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec :**  
Amy Doary, ADPR, [amy@adpr.ca](mailto:amy@adpr.ca), 416 710-6079