

A close-up photograph of a person's hands. The right hand is holding a silver smartphone, and the left hand is holding a black remote control. The person is wearing a light-colored t-shirt and blue jeans. The background is blurred, suggesting an indoor setting. The overall tone is dark and moody.

capter l'attention en publicité :
faire ressortir votre marque du lot



**Avant d'avoir une part
de marché, vous devez
avoir une part de
l'attention.**

Leo Burnett

capter l'**attention** dans un océan de publicités



Pour qu'une publicité atteigne sa cible, elle doit être remarquée. Mais comme vous le diront les spécialistes du marketing, de toutes les ressources, c'est l'attention humaine qui est la plus rare. Pire, elle ne cesse de se raréfier.

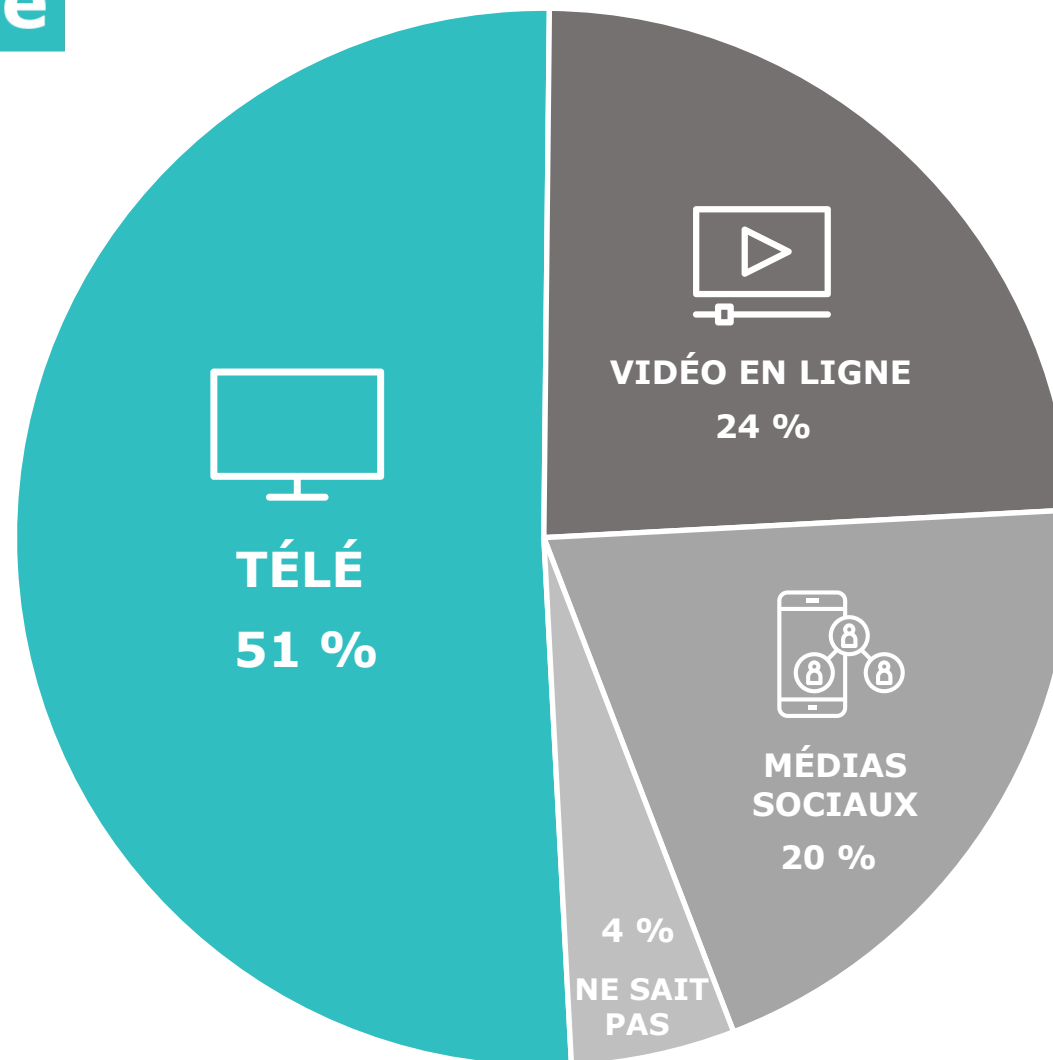
Dans le cadre d'un sondage mené auprès d'adultes canadiens, nous avons découvert ce qui suit :

- Les publicités télé sont **le plus l'attention**
- les publicités télé ont **le plus d'influence**
- Les publicités télé sont **les plus dignes de confiance**; les publicités sur Internet sont les moins dignes de confiance

les Canadiens sont plus attentifs aux publicités à la **télé**



Lequel des médias suivants présente des publicités vidéo qui captent le mieux votre attention?

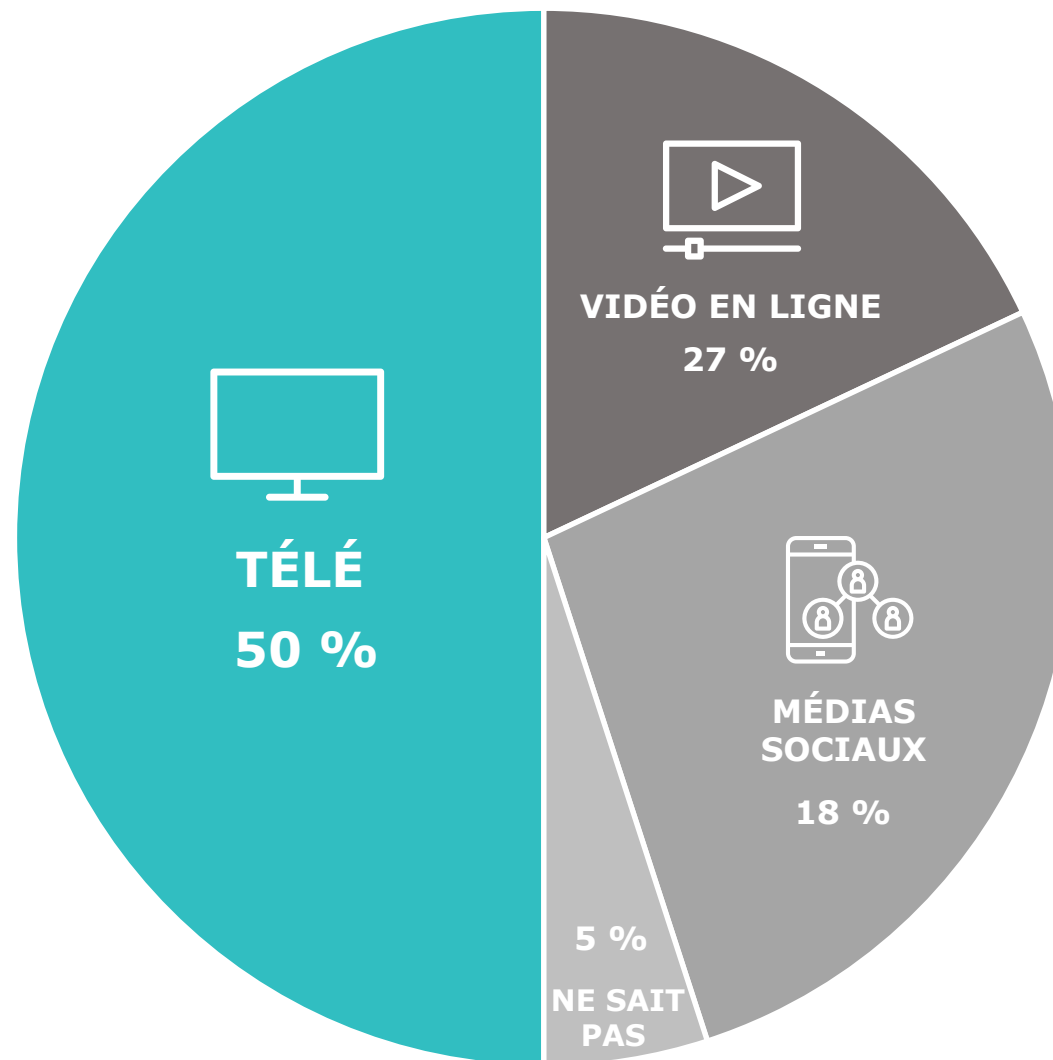


les publicités **télé** ont

le plus d'influence

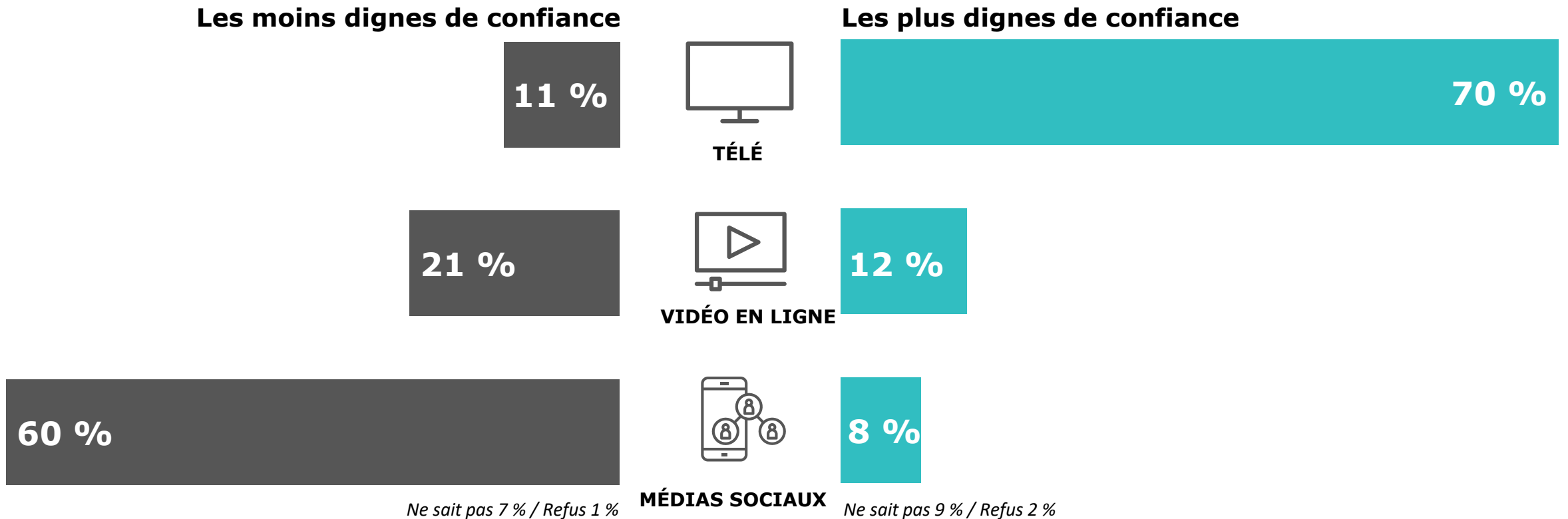


Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus influentes?



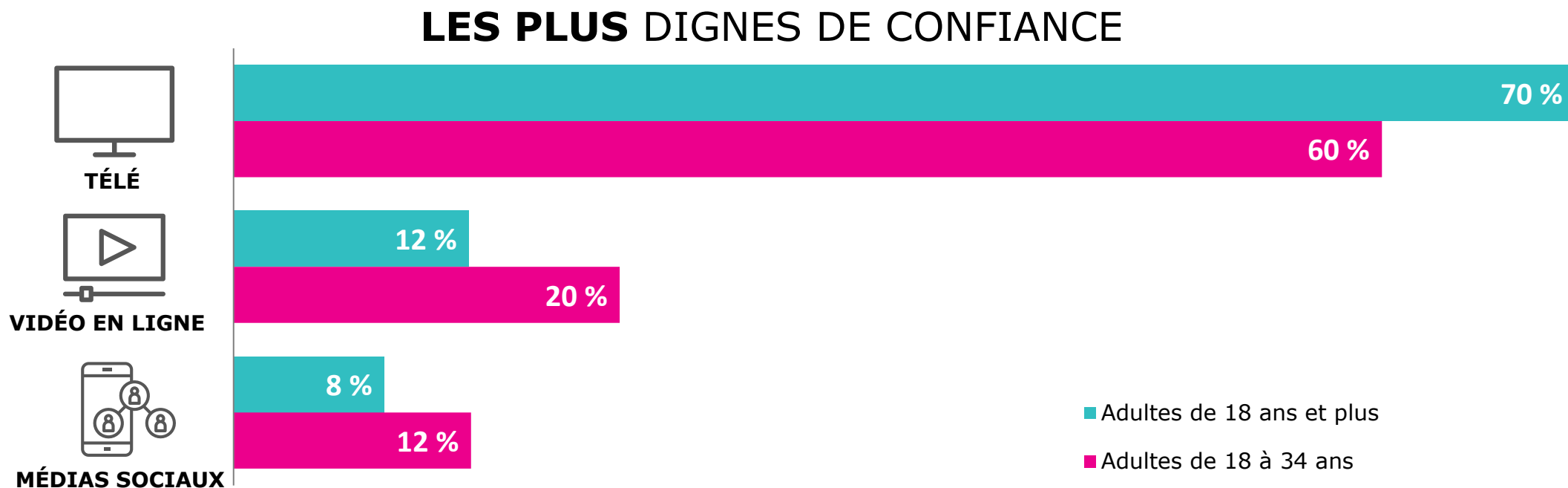
la **télé** est le média qui inspire le plus confiance

Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance? Les moins dignes de confiance?



la **télé** est le média le plus digne de confiance parmi toutes les tranches d'âge

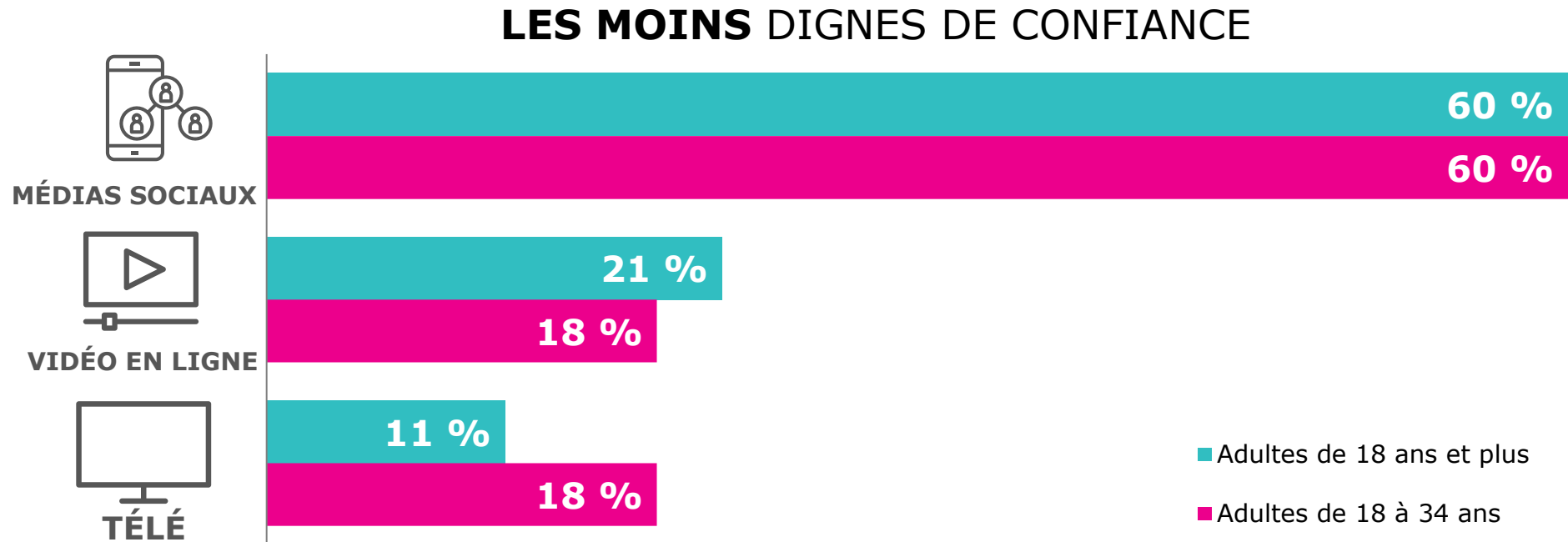
Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance?



Ne sait pas / Refus – 18 ans et plus 11 % / 18 à 34 ans 9 %

pour les Canadiens, les médias sociaux sont les moins dignes de confiance

Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les moins dignes de confiance?



Ne sait pas / Refus - 18 ans et plus 8% / 18 à 34 ans 4%

Canada francophone

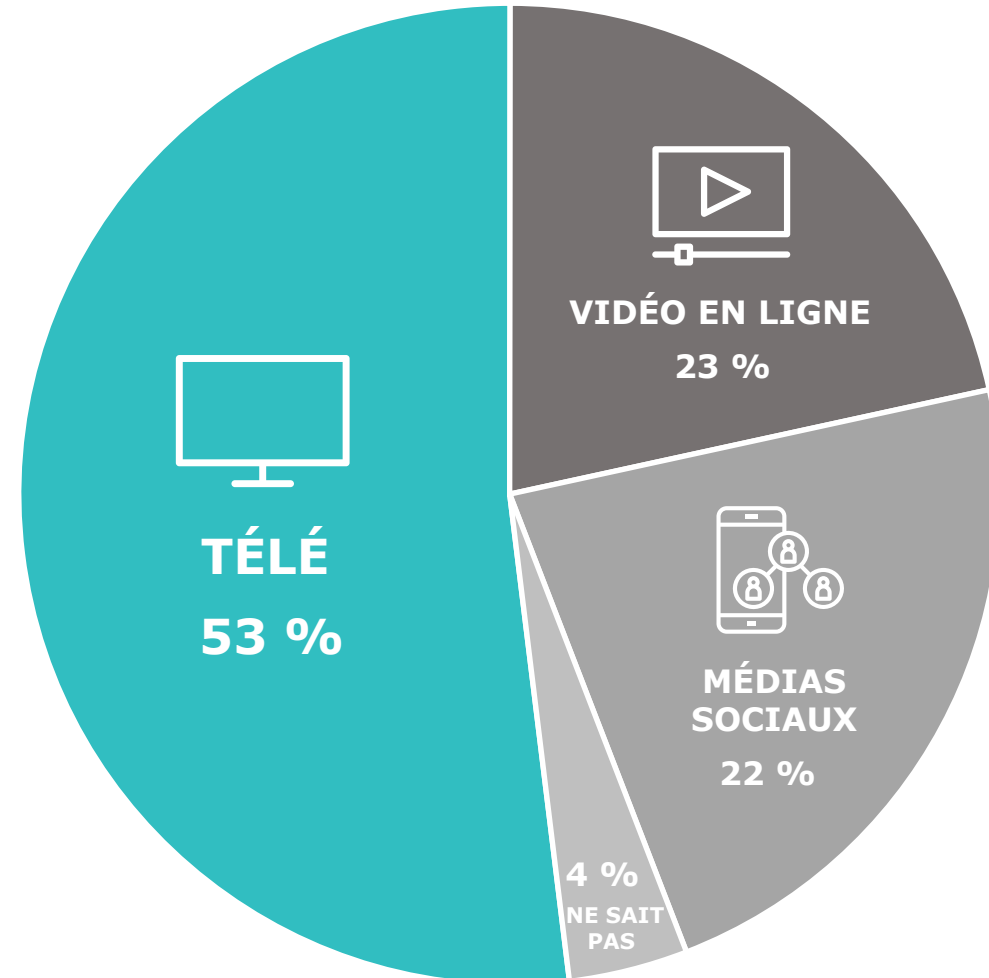
A scenic view of a city, likely Quebec City, Canada, during a winter sunset or sunrise. The foreground shows snow-covered roofs of residential buildings, including a prominent blue and white house. In the middle ground, there are several historic buildings with green copper roofs and spires. The background features a large, ornate building with a dark, pointed roof, possibly the Fairmont Le Manoir Richelieu. The sky is a mix of blue and orange, and the overall atmosphere is serene and picturesque.

francophones sont plus attentifs aux publicités à la **télé**



Lequel des médias suivants présente des publicités vidéo qui captent le mieux votre attention?

FRANCOPHONES (18 ans et plus)



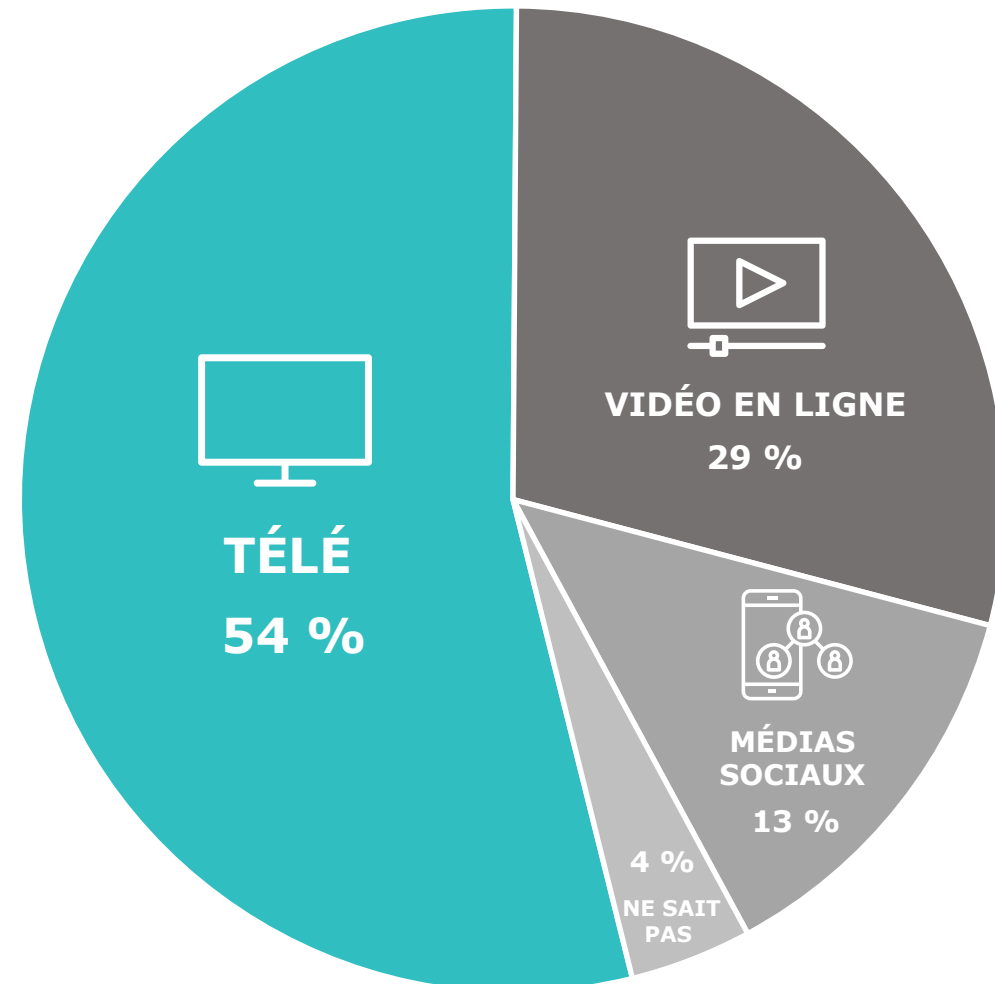
les publicités **télé** ont

le plus d'influence



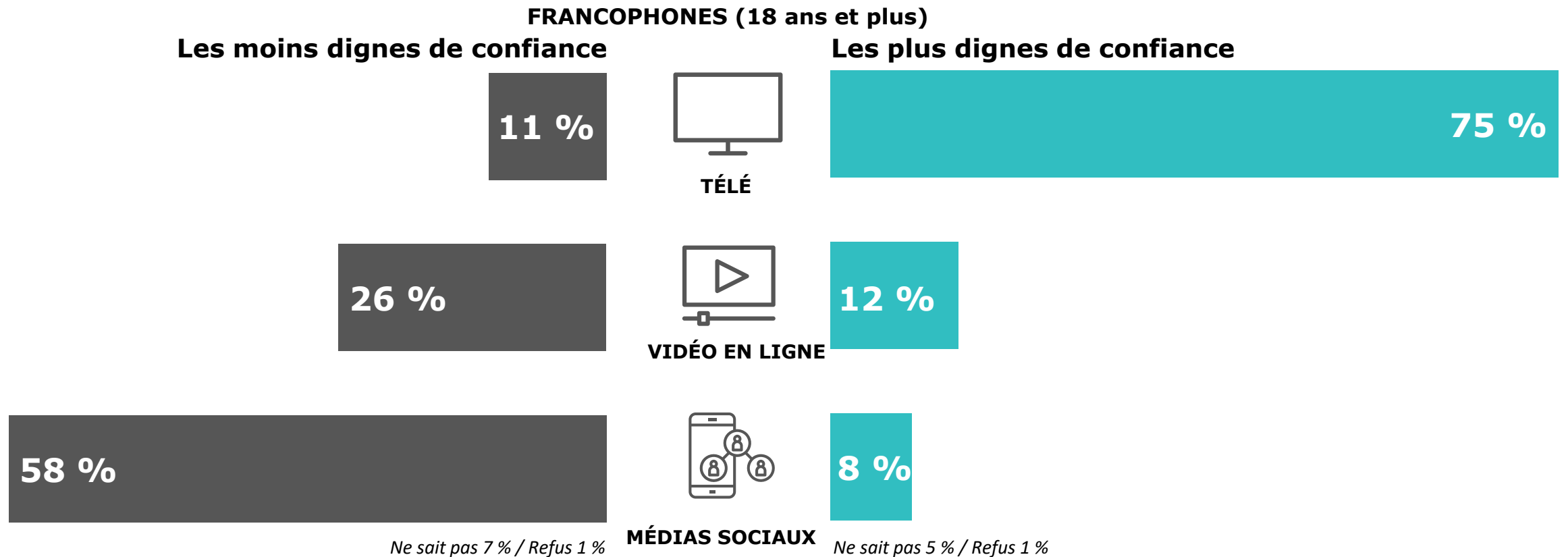
Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus influentes?

FRANCOPHONES (18 ans et plus)



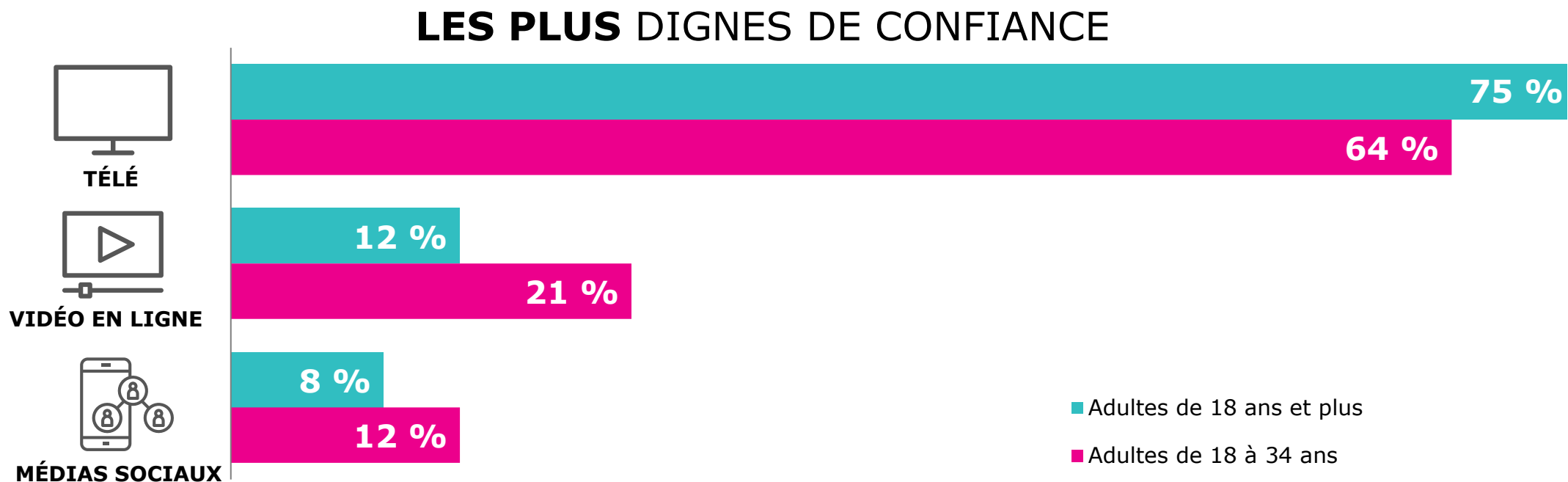
la **télé** est le média qui inspire le plus confiance

Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance? Les moins dignes de confiance?



la **télé** est le média le plus digne de confiance parmi toutes les tranches d'âge

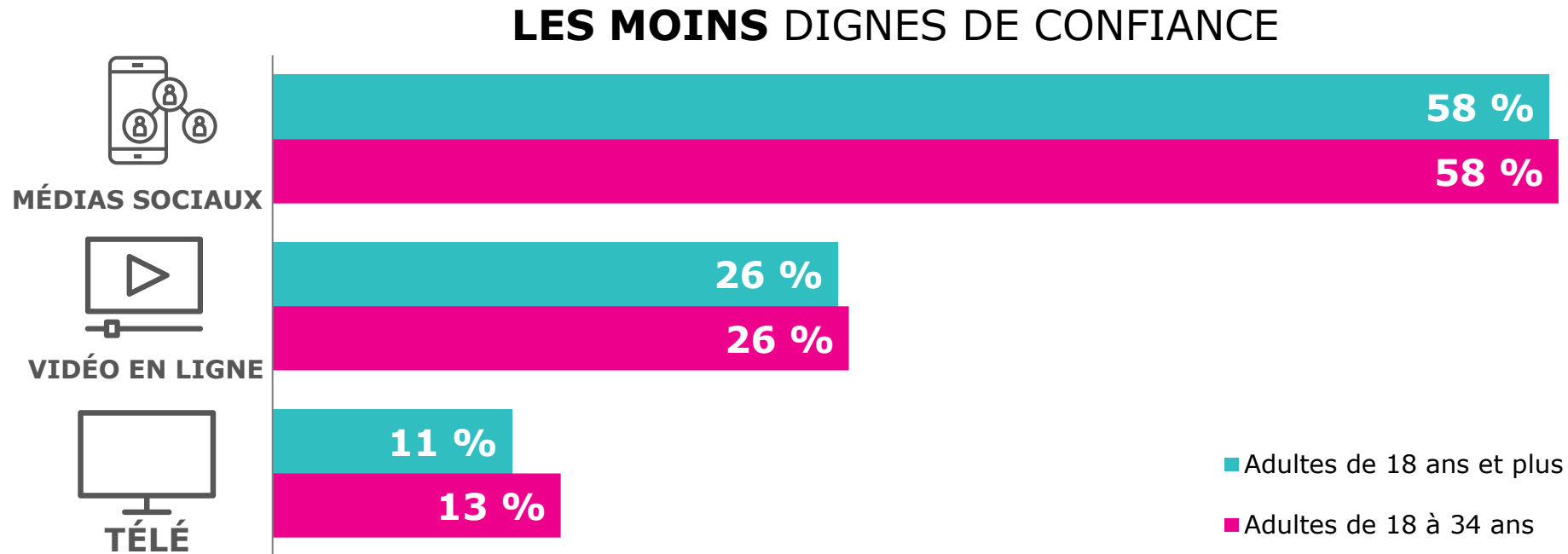
Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance?



Ne sait pas / Refus – 18 ans et plus 6 % / 18 à 34 ans 3 %

pour les Francophones, les médias Sociaux sont les moins dignes de confiance

Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les moins dignes de confiance?



Ne sait pas / Refus - 18 ans et plus 8% / 18 à 34 ans 4%

contactez nous



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca