

A person is sitting on a dark blue couch, holding a black smartphone in their right hand and a black remote control in their left hand. The person is wearing a light-colored, short-sleeved shirt. The background is blurred, showing a patterned surface. The text is overlaid on the image.

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

think^{tv}



**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

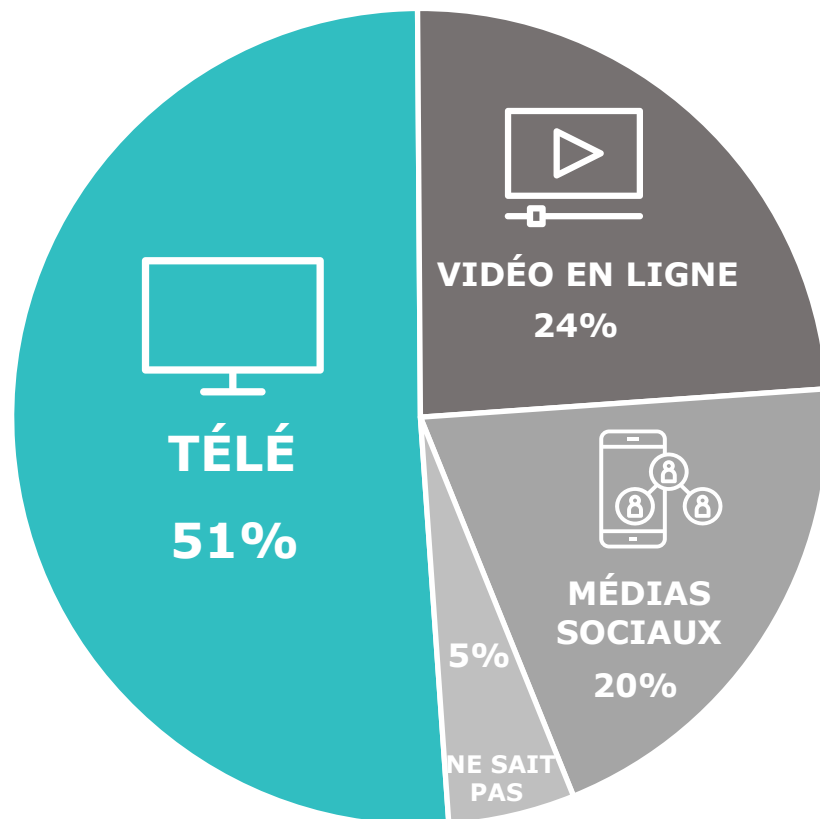


Pour qu'une publicité atteigne sa cible, elle doit être remarquée. Mais comme vous le diront les spécialistes du marketing, de toutes les ressources, c'est l'attention humaine qui est la plus rare. Pire, elle ne cesse de se raréfier.

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

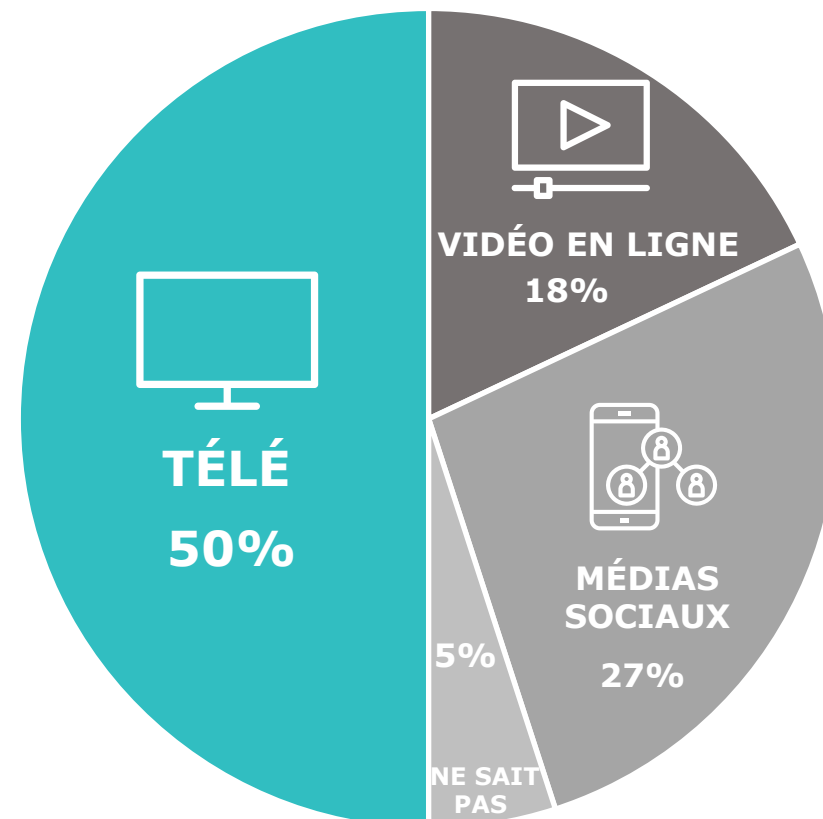
- Les publicités télé sont **le plus l'attention**
- les publicités télé ont **le plus d'influence**
- Les publicités télé sont **les plus dignes de confiance**; les publicités sur Internet sont les moins dignes de confiance

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



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

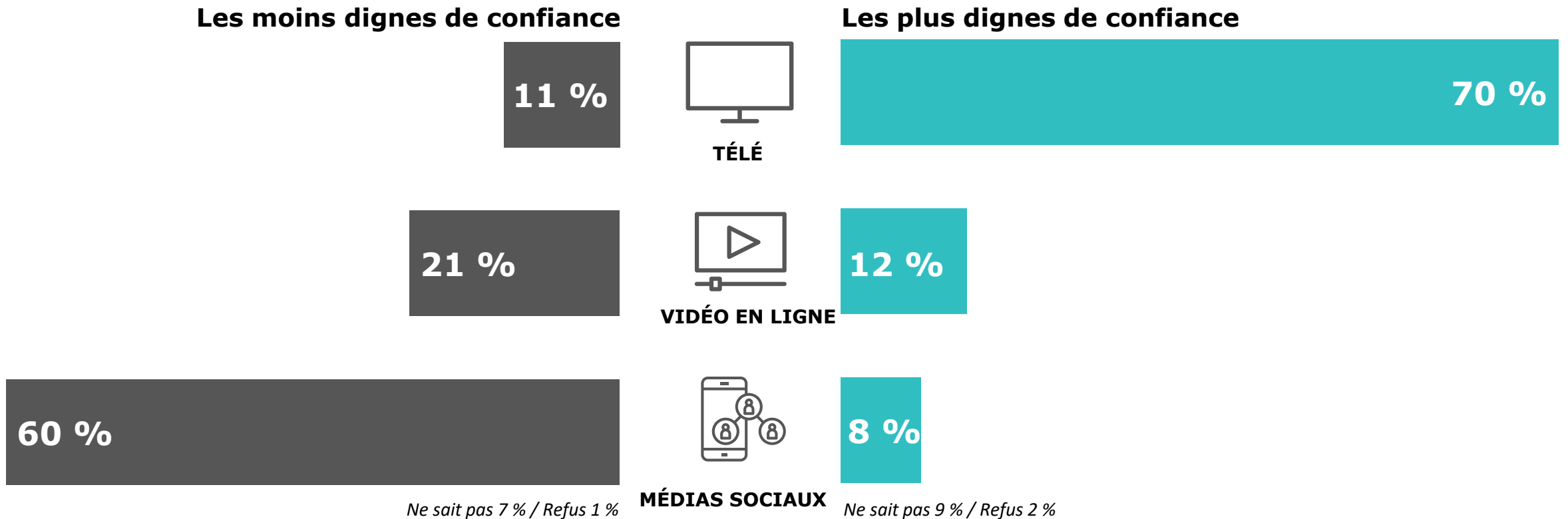
les publicités **télé** ont le **plus d'influence**



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

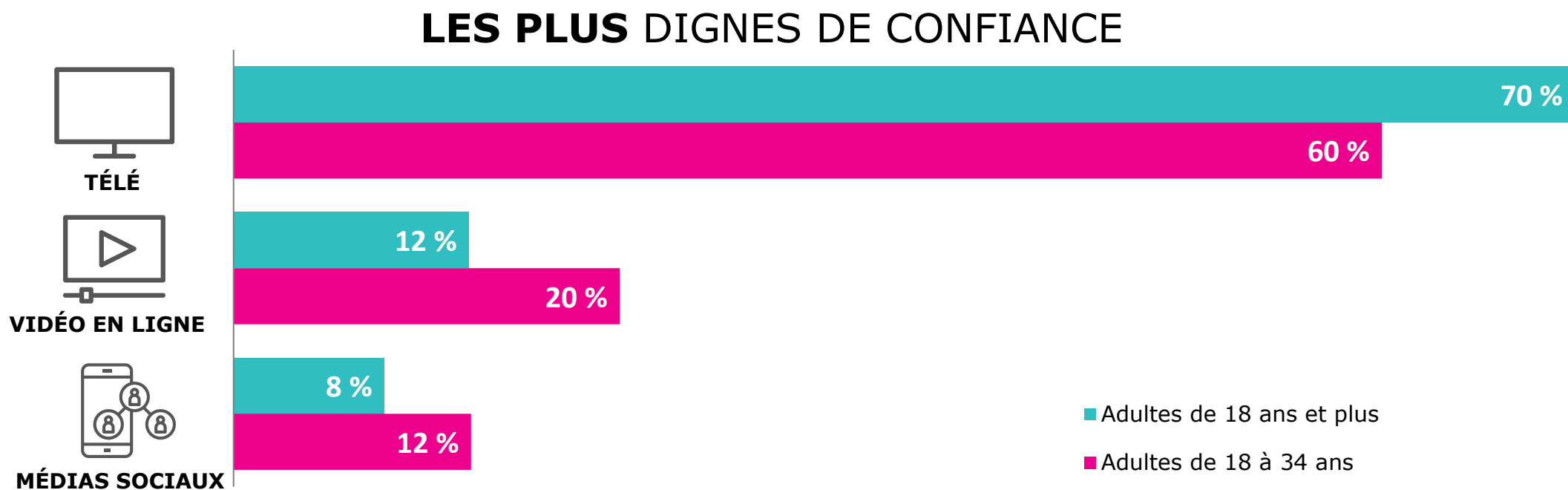
la **télé** est le média qui inspire le plus confiance

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

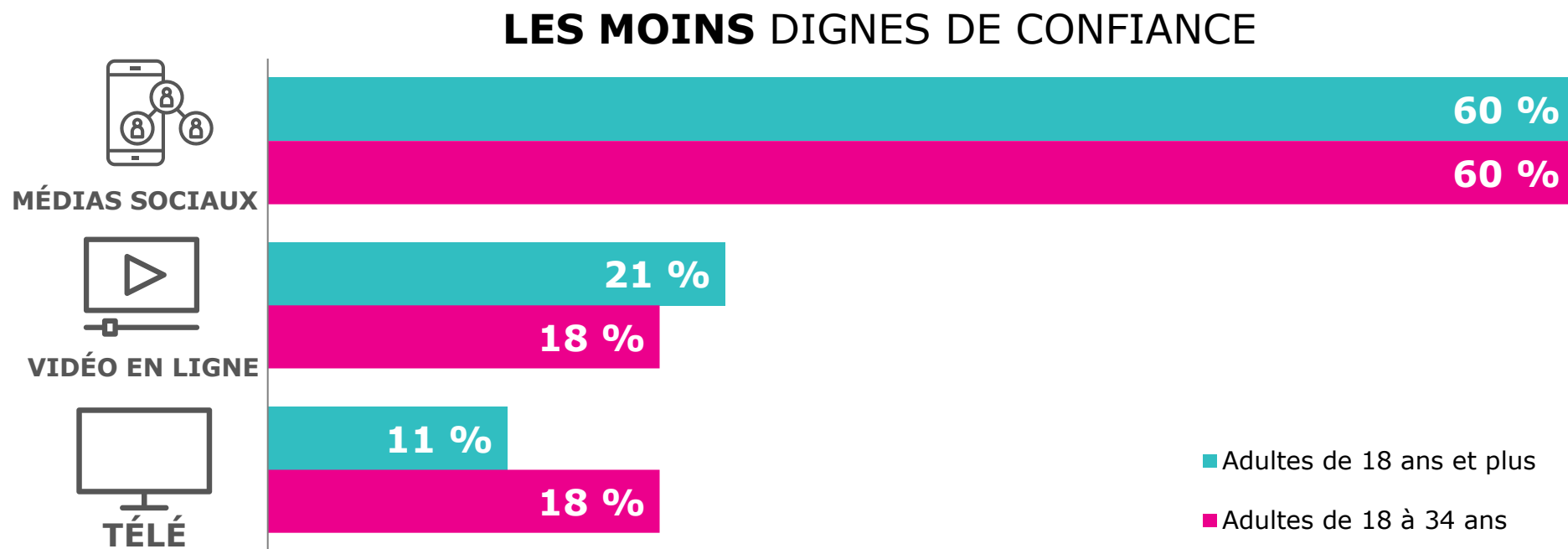
Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance?



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

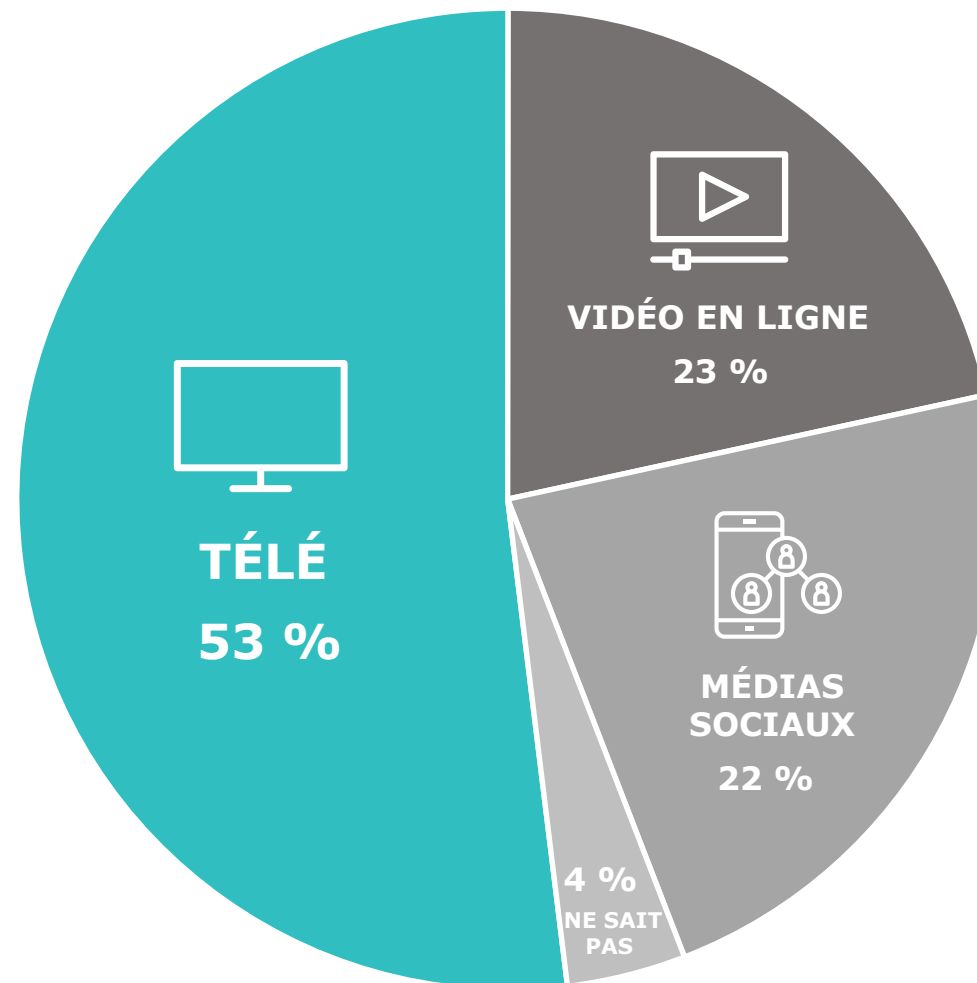


francophones sont **plus attentifs** aux publicités à la **télé**



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

FRANCOPHONES (18 ans et plus)

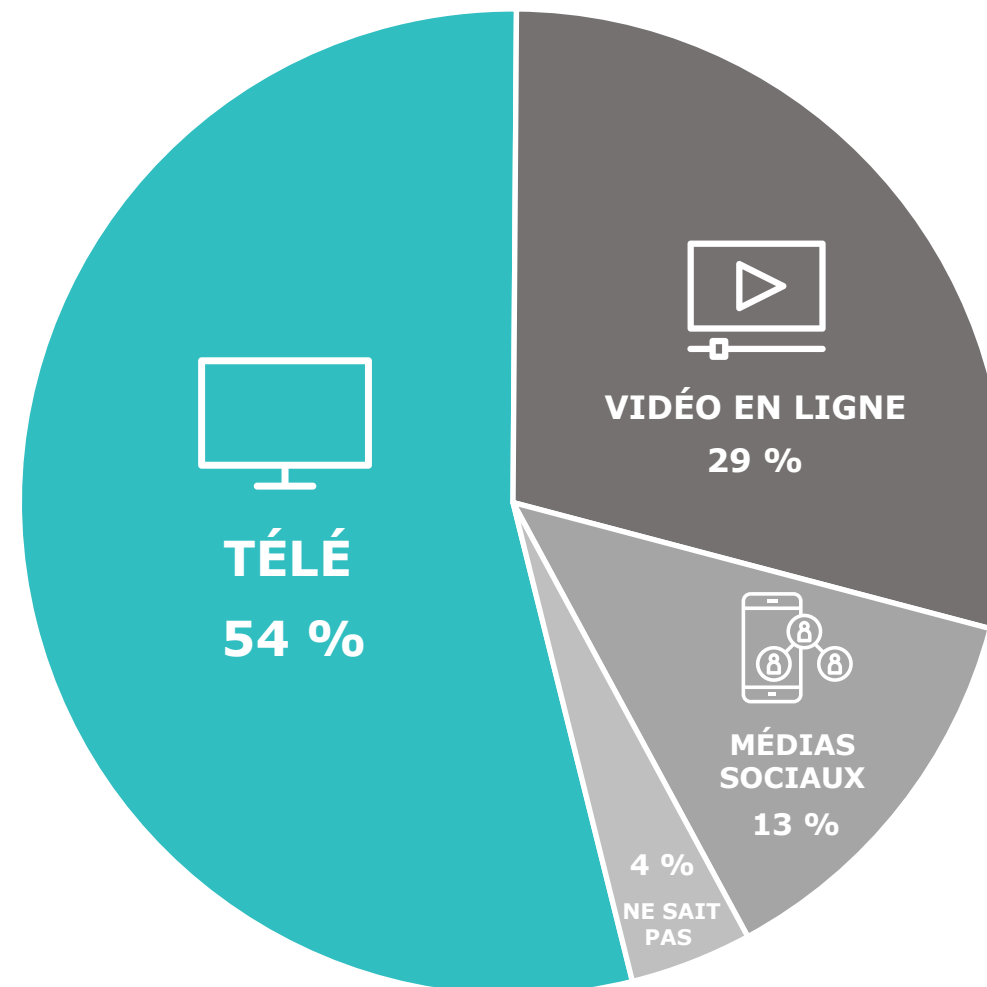


les publicités **télé** ont le plus d'influence



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?

FRANCOPHONES (18 ans et plus)

Les moins dignes de confiance

11 %



TÉLÉ

Les plus dignes de confiance

75 %

26 %



VIDÉO EN LIGNE

12 %

58 %



MÉDIAS SOCIAUX

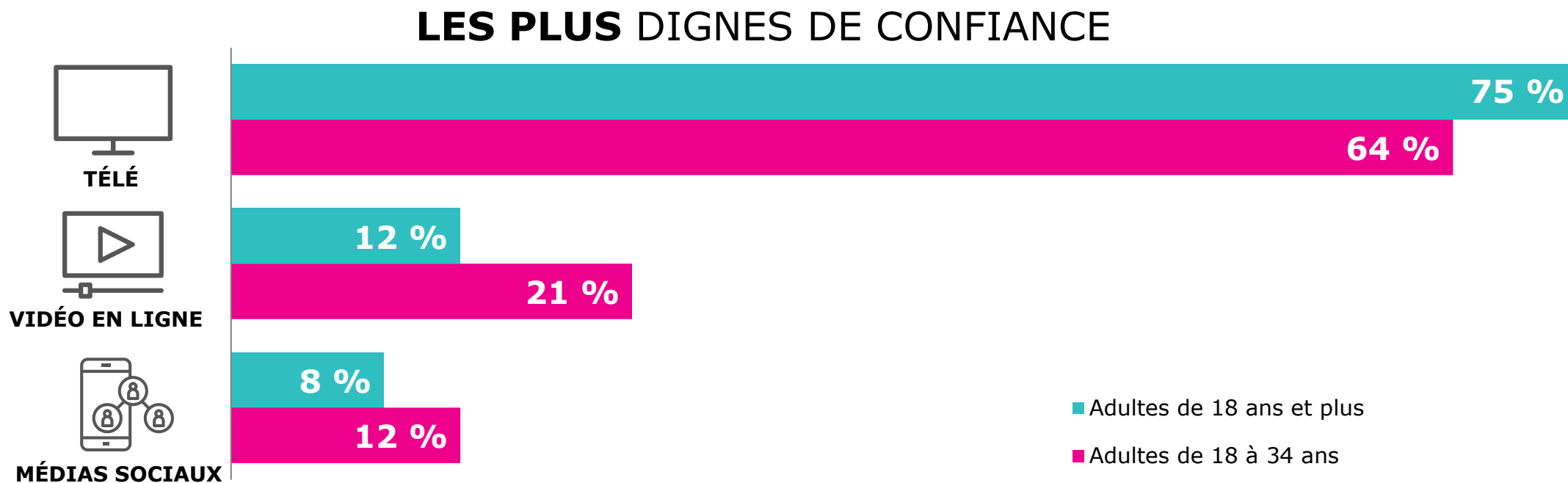
8 %

Ne sait pas 7 % / Refus 1 %

Ne sait pas 5 % / Refus 1 %

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?

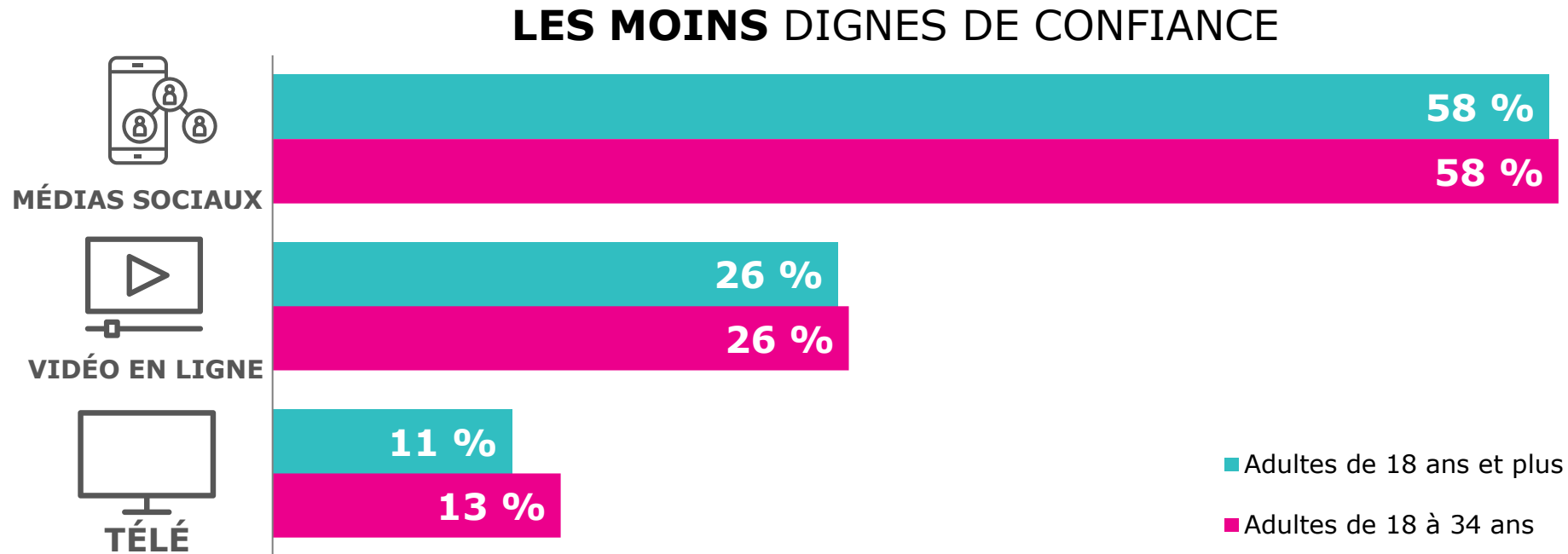


Ne sait pas / Refus – 18 ans et plus 6 % / 18 à 34 ans 3 %

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