

A graphic consisting of several concentric circles in a light gray color, centered on the left side of the slide. The circles are of varying diameters and are spaced out, creating a target-like or ripple effect.

**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



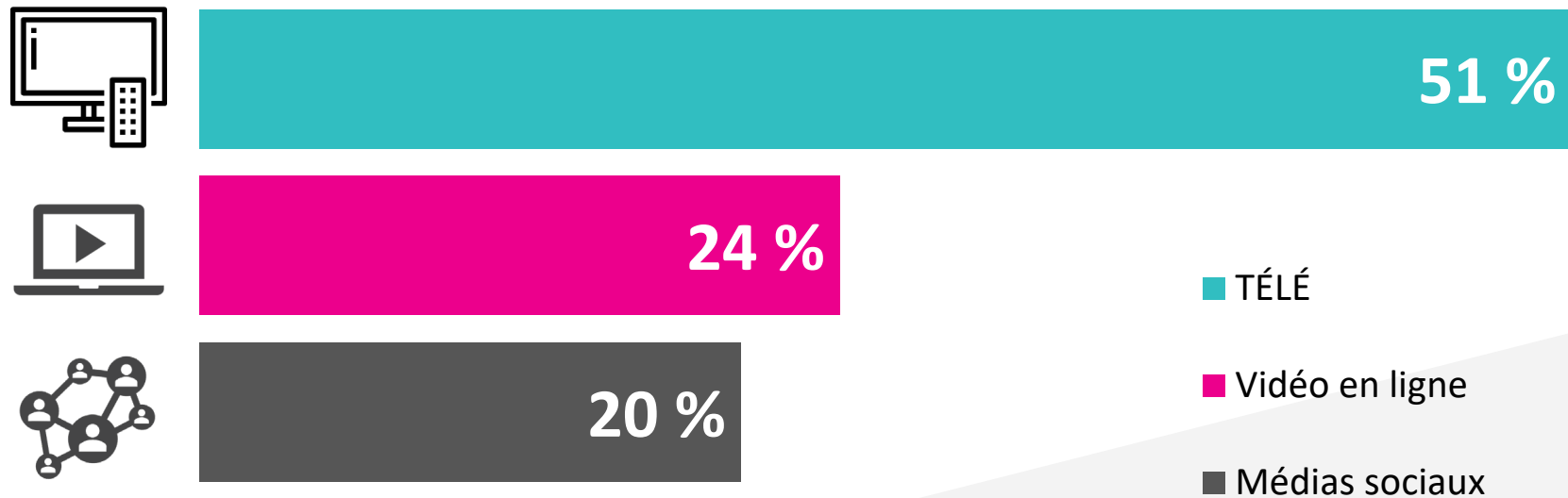
Pour qu'une publicité atteigne sa cible, elle doit être remarquée. Mais comme vous le diront les spécialistes du marketing, de toutes les ressources, c'est l'attention humaine qui est la plus rare. Pire, elle ne cesse de se raréfier.

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

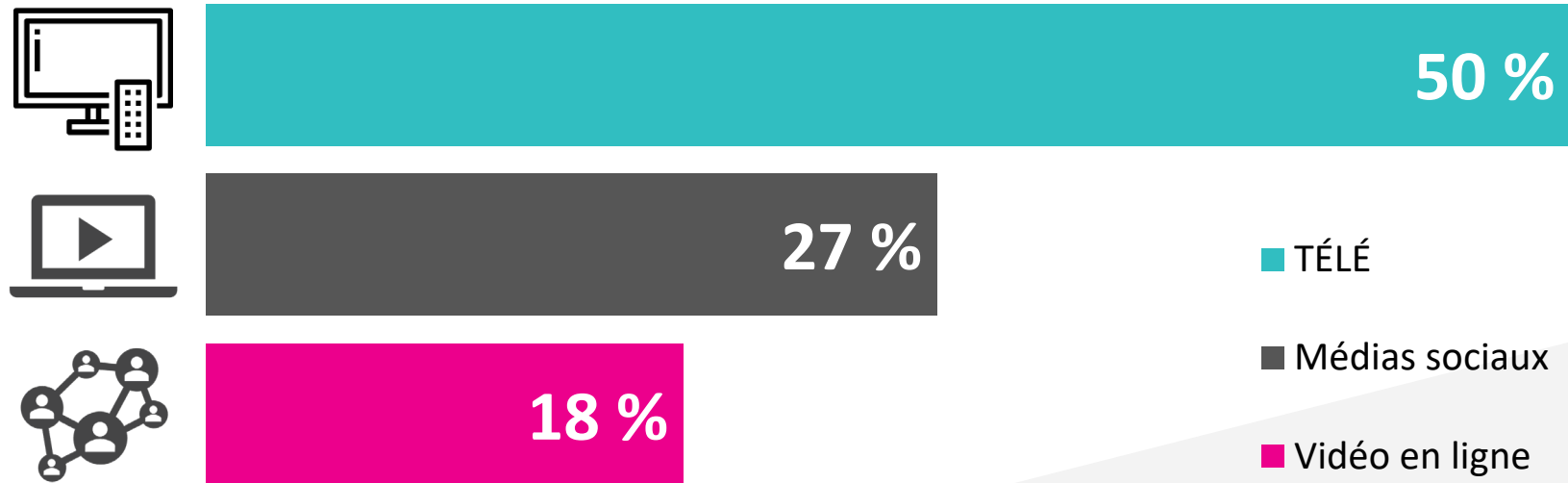
Q. : Lequel des médias suivants présente des publicités vidéo qui captent le mieux votre attention?



* Ne sait pas = 4 %

les publicités télé ont le plus d'influence

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

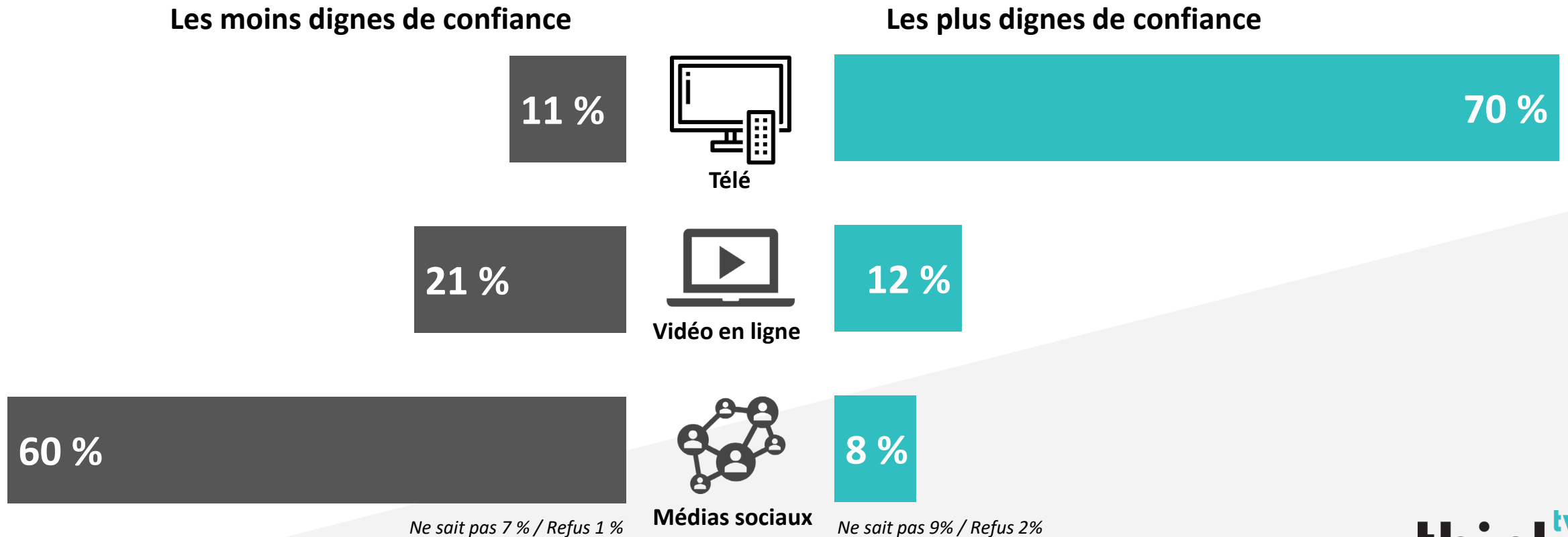


* Ne sait pas = 5%

la télé est le média qui inspire le plus confiance

Les médias sociaux sont le média qui inspire le moins confiance

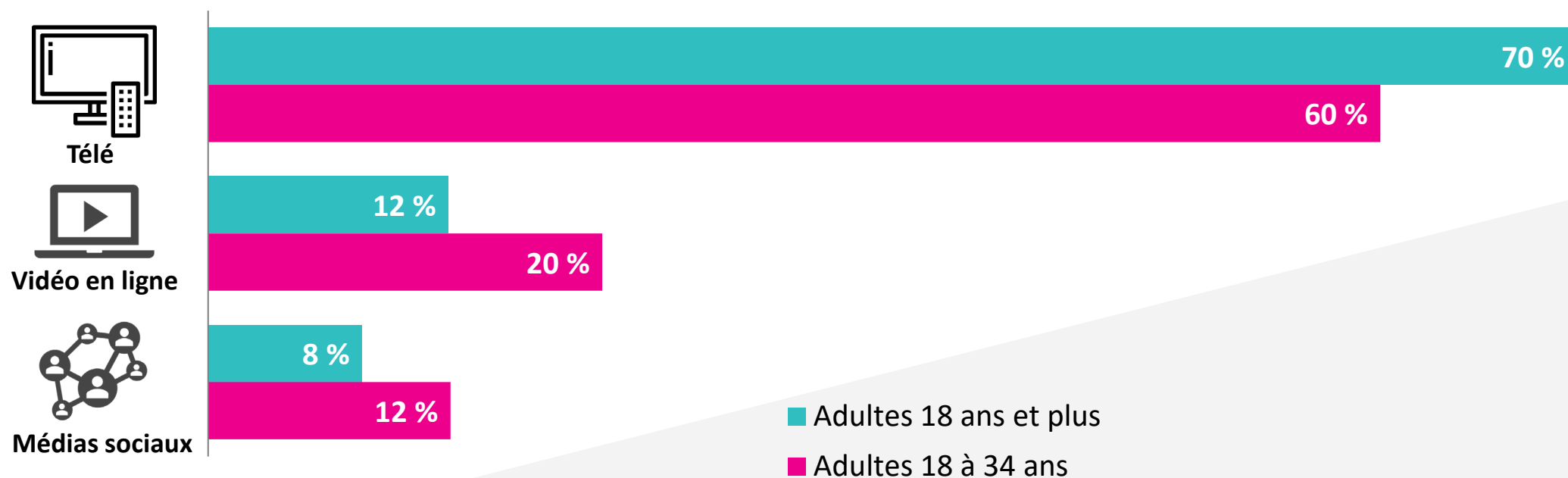
Q. : Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance? Les moins dignes de confiance?



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

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

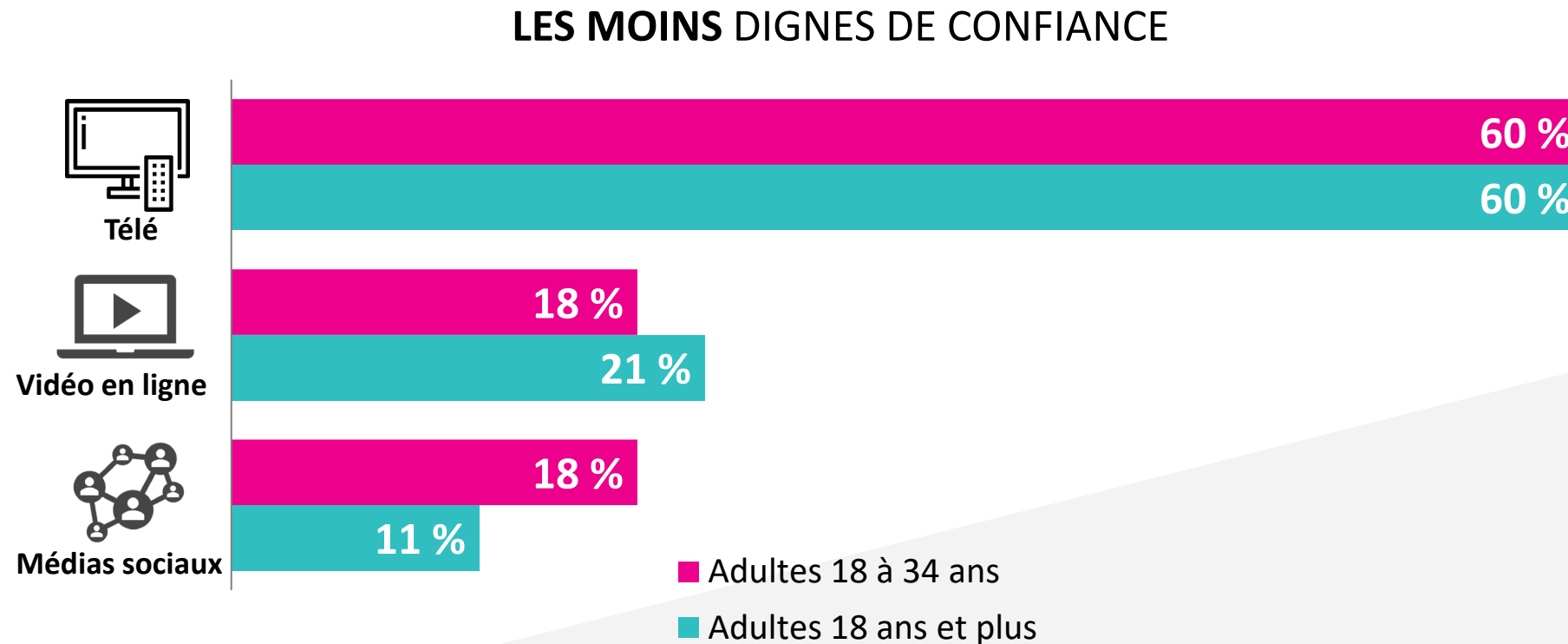
LES PLUS DIGNES DE CONFIANCE



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

Q. : 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%

A graphic consisting of several concentric circles of varying shades of gray, centered on the left side of the page. The circles are of uniform thickness and are arranged in a regular pattern, creating a ripple effect that fades out towards the right.

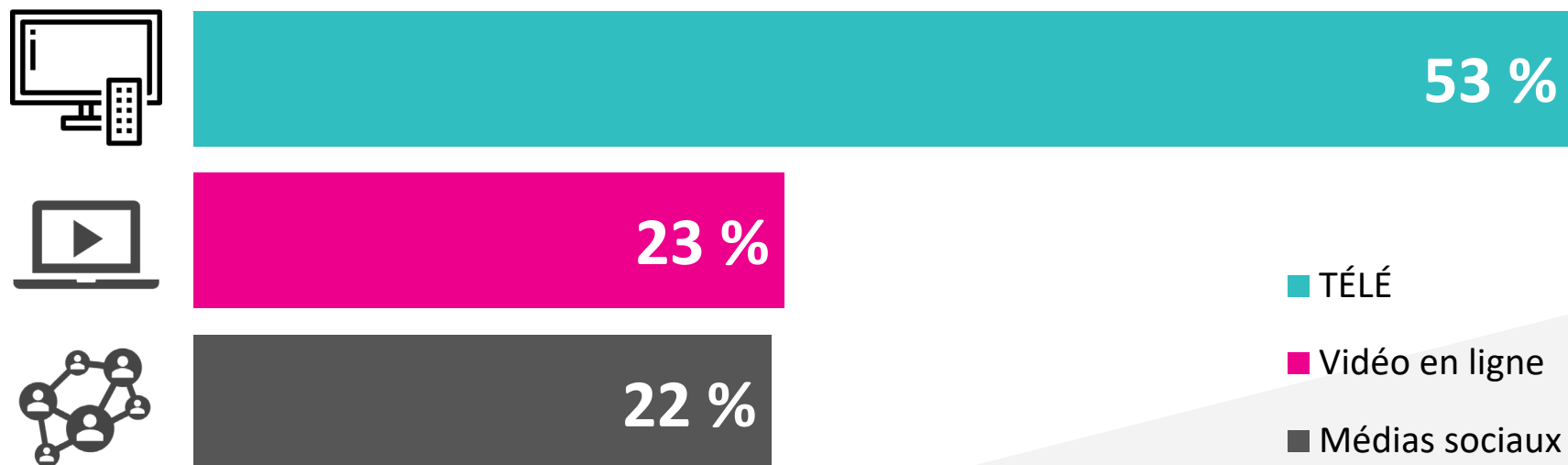
Canada francophone

think^{tv}

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

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

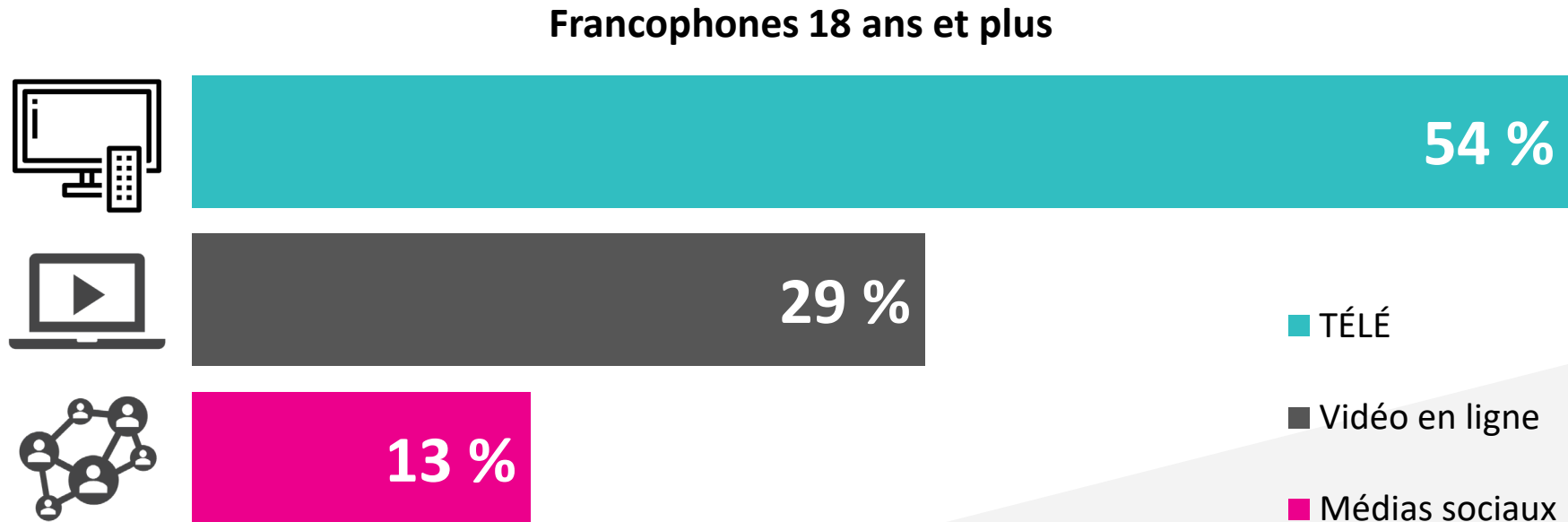
Francophones 18 ans et plus



* Ne sait pas = 4 %

les publicités télé ont le plus d'influence

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



* Ne sait pas = 4 %

la télé est le média qui inspire le plus confiance

Q. : 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 %

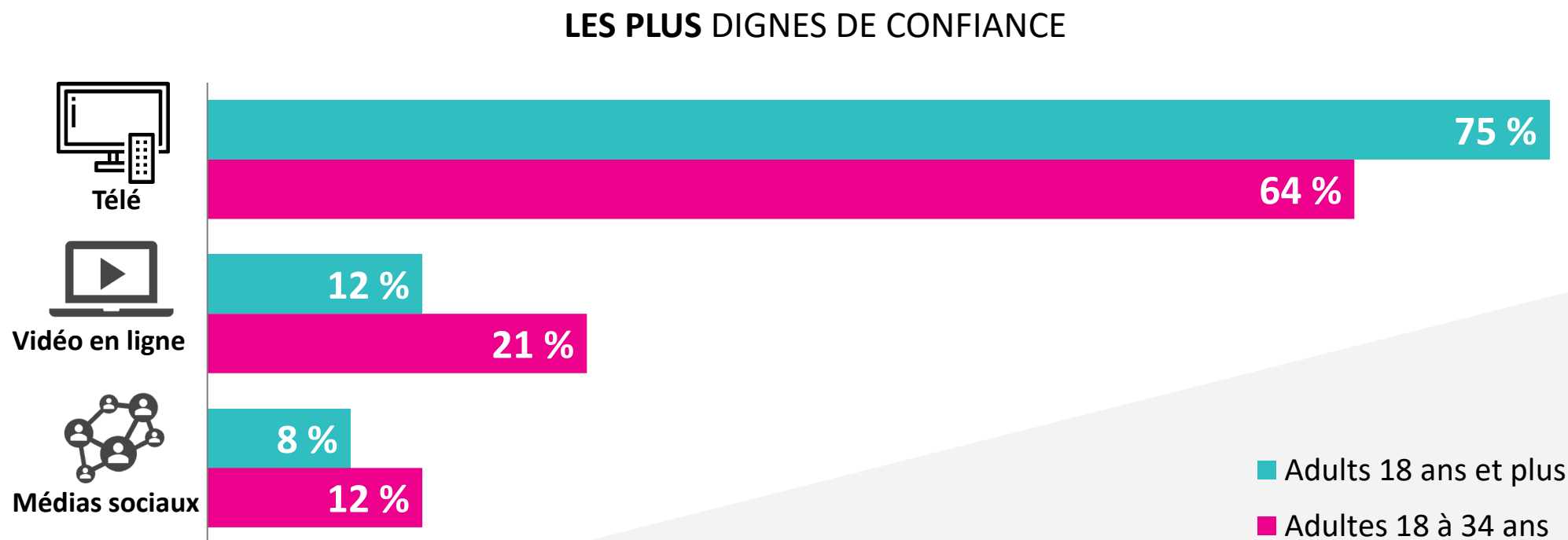
Ne sait pas 7 % / Refus 1 %

Ne sait pas 9% / Refus 2%

think^{tv}

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

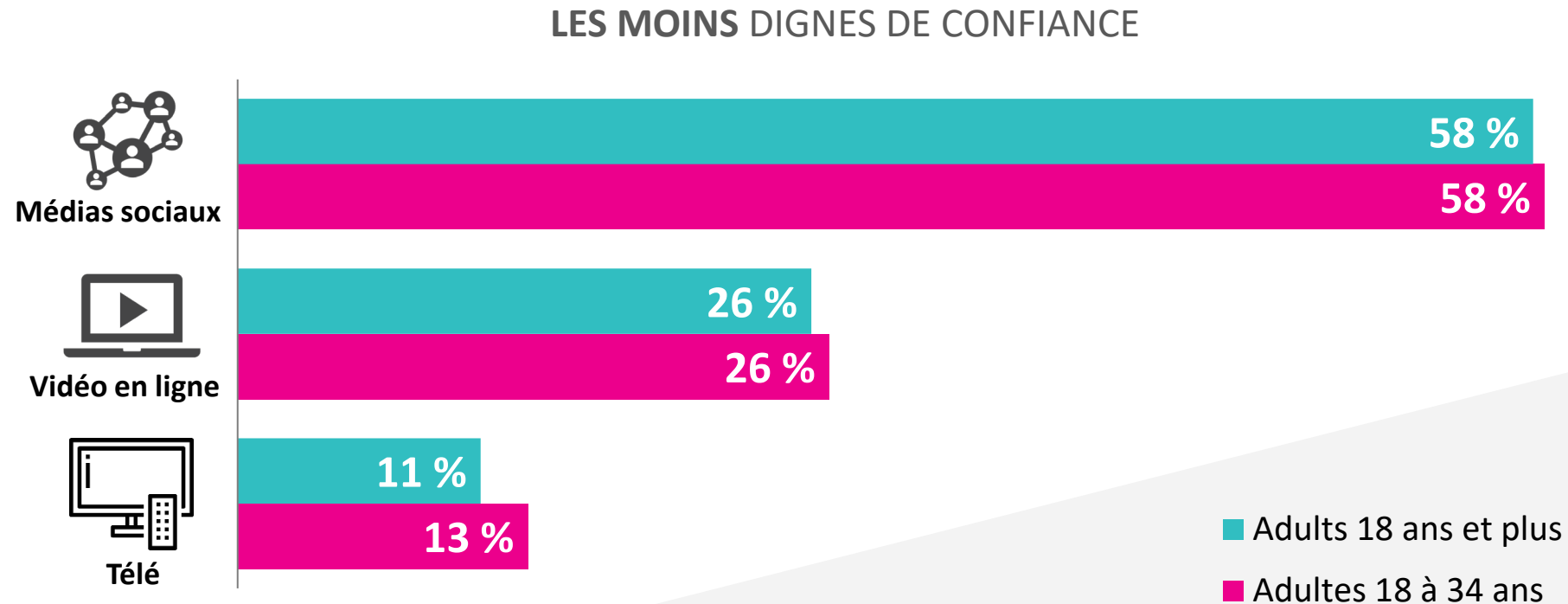
Q. : Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus dignes de confiance?



Ne sait pas / Refus 18+ 6% / 18-34 3%

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

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



Ne sait pas / Refus 18+ 8% / 18-34 4%

contactez-nous



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca