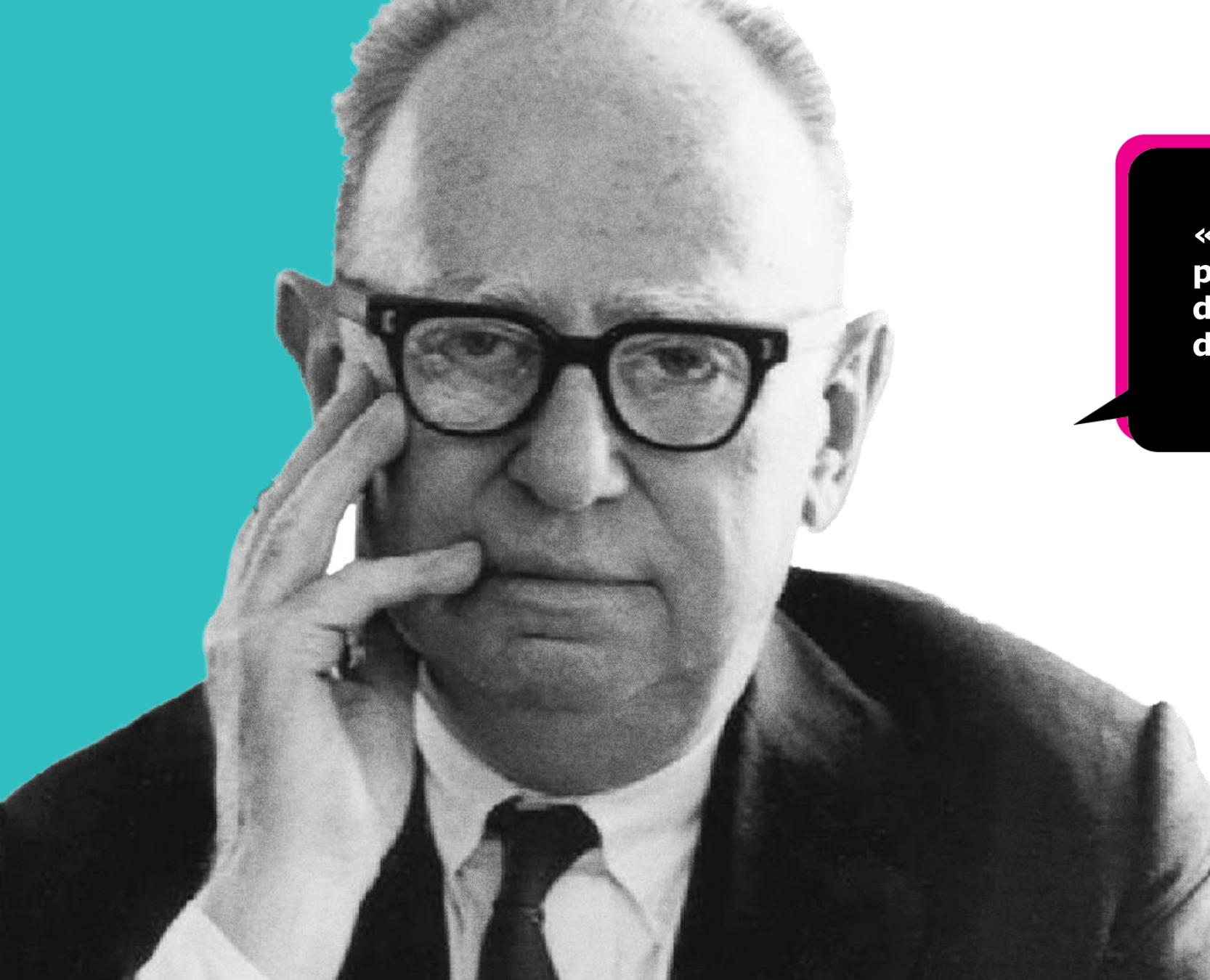


L'IMPACT de la publicité **télé**

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

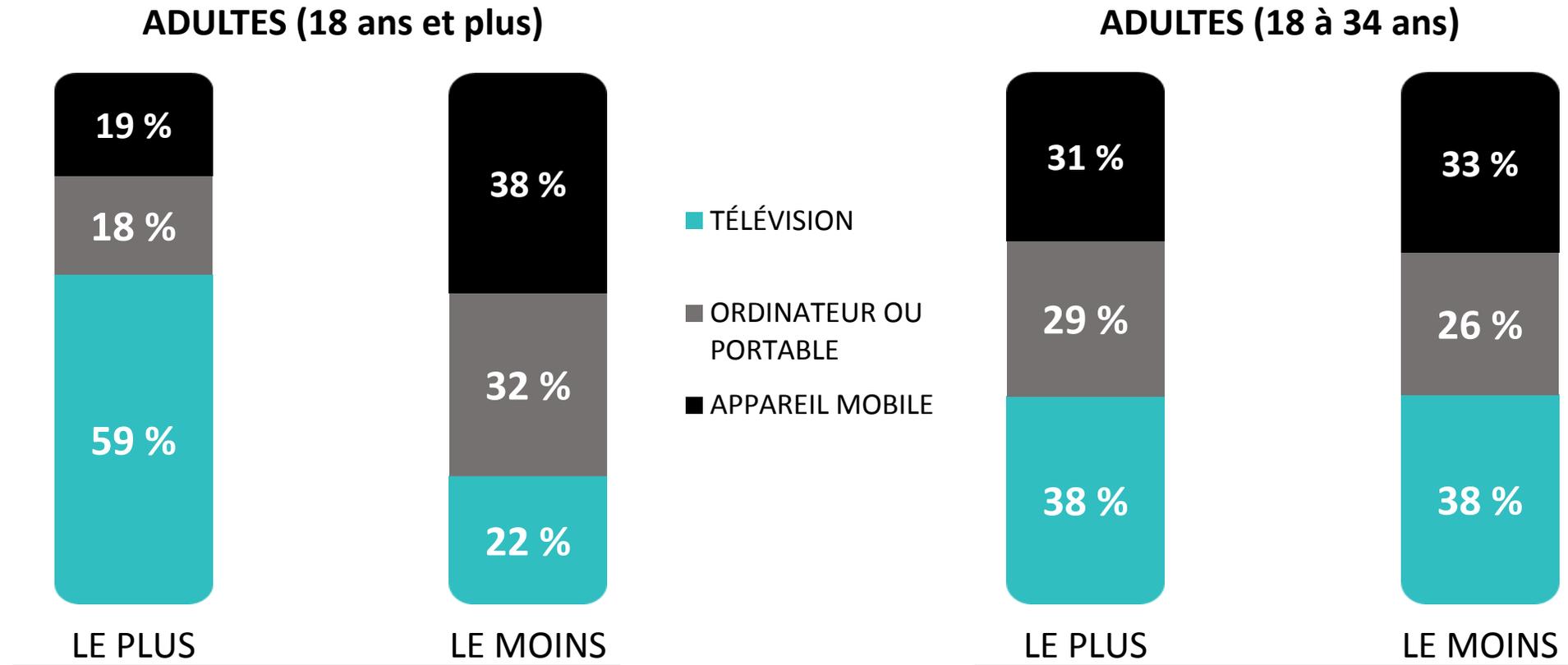
Leo Burnett



les consommateurs accordent une plus grande **attention à la télé**

et sont **moins susceptibles** de regarder les publicités sur les appareils mobiles

Q : Lequel de ces types de publicité vidéo êtes-vous le plus susceptible de regarder? Le moins susceptible de regarder?

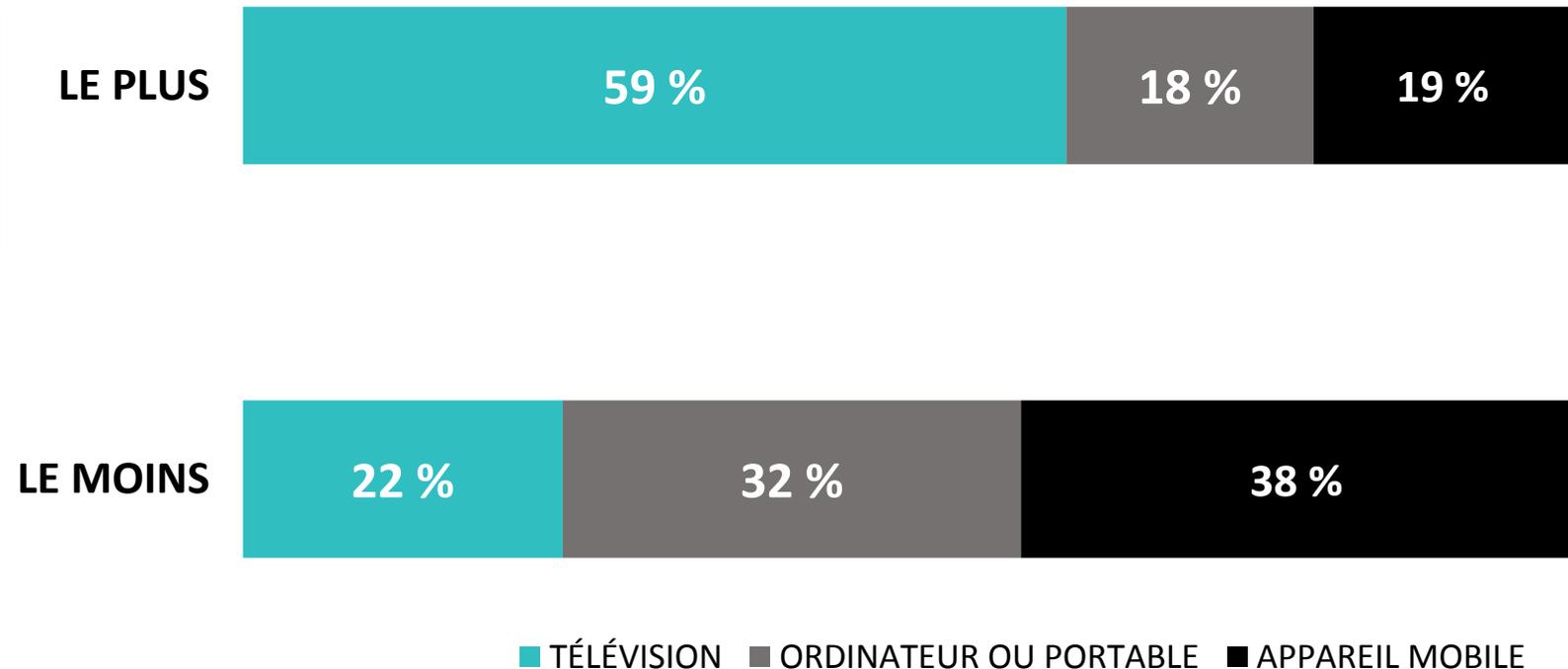


les consommateurs accordent une plus grande **attention** à la **télé**

et sont moins susceptibles de regarder les publicités sur les appareils mobiles

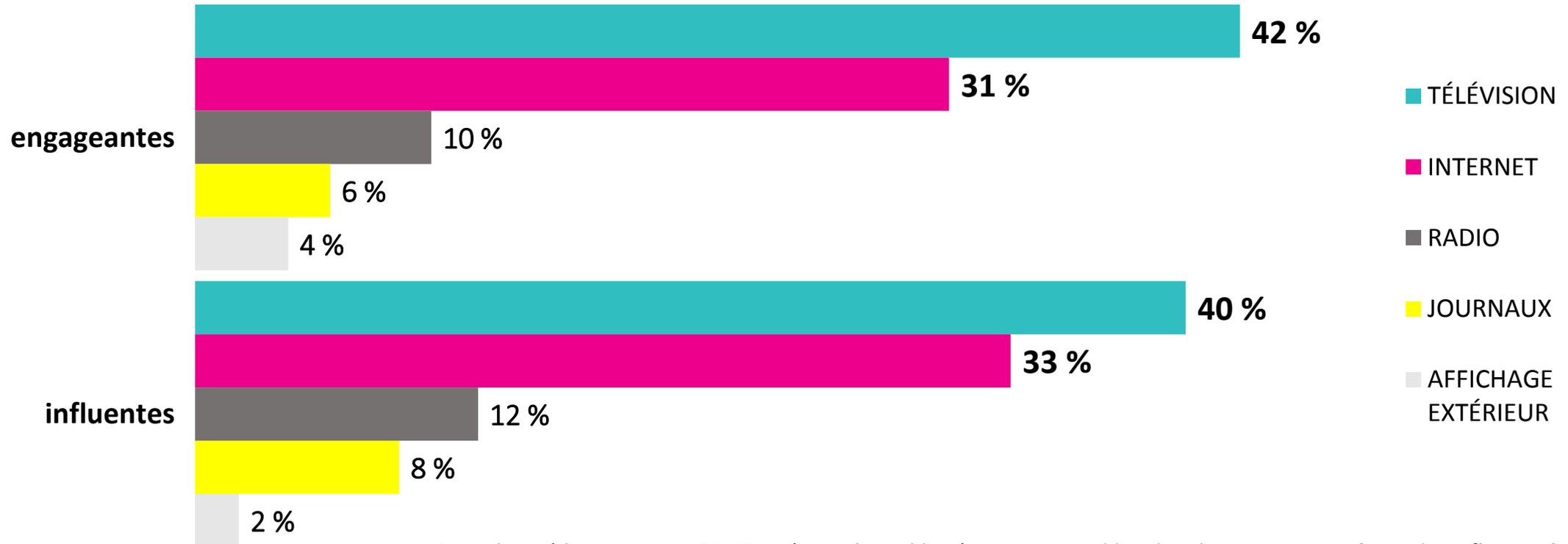
ADULTES (18 ans et plus)

Q : Lequel de ces types de publicité vidéo êtes-vous le plus susceptible de regarder?
...le moins susceptible de regarder?



les publicités télé sont les plus engageantes et influentes

ADULTES (18 ans et plus)



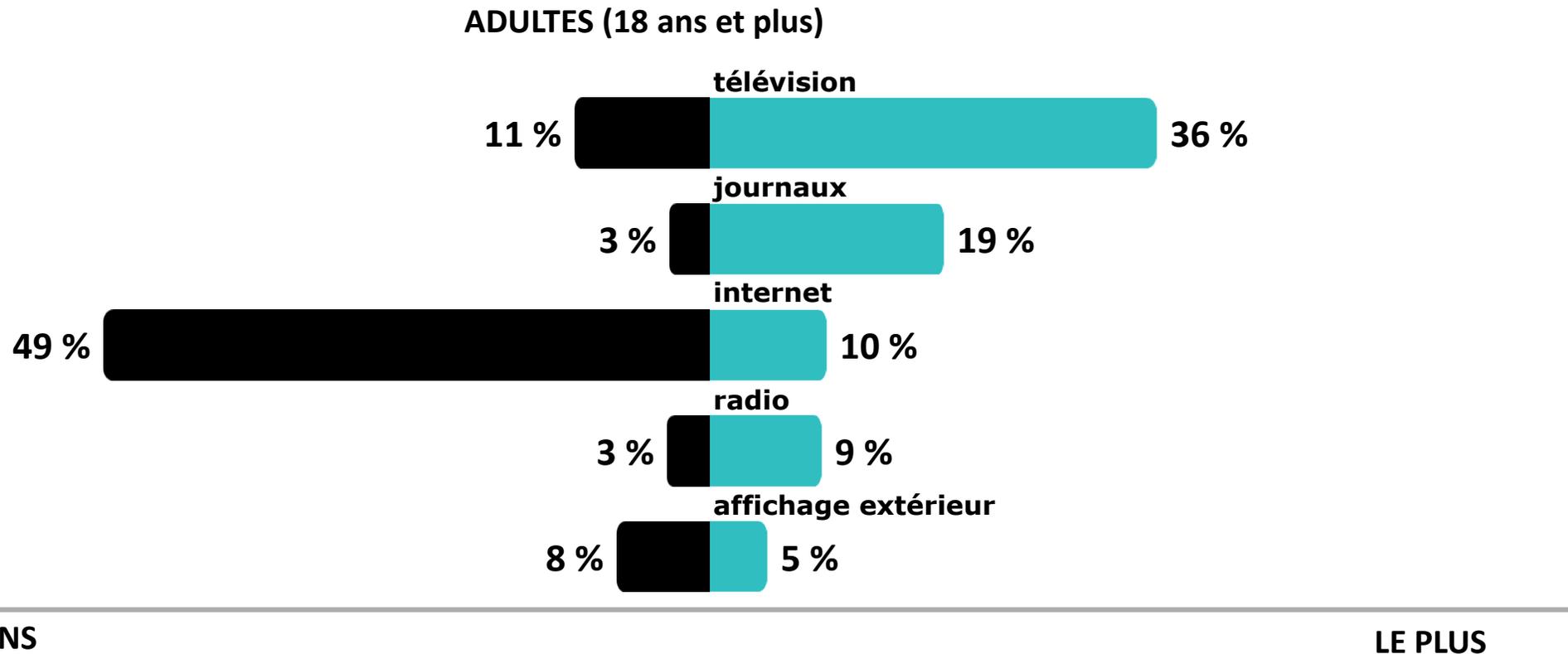
Q : Parmi les médias suivants, LEQUEL présente les publicités qui vous semblent les plus **engageantes**? Les plus **influentes**?

les publicités télé sont les plus dignes de confiance

et les publicités en ligne sont les moins dignes de confiance

Q : Parmi les médias suivants, LEQUEL présente les publicités qui vous semblent les **plus dignes de confiance**?

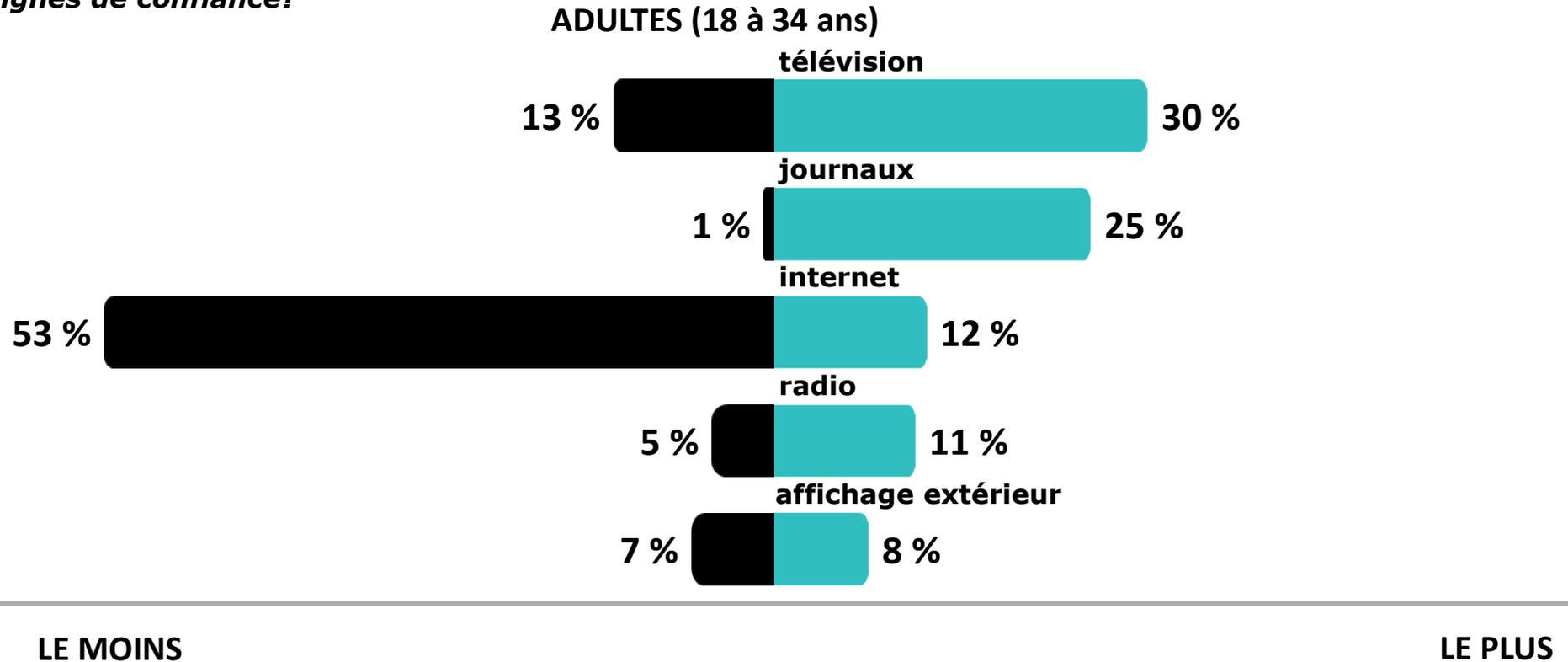
Les **moins dignes de confiance**?



la génération numérique est celle qui fait le moins confiance aux publicités sur internet

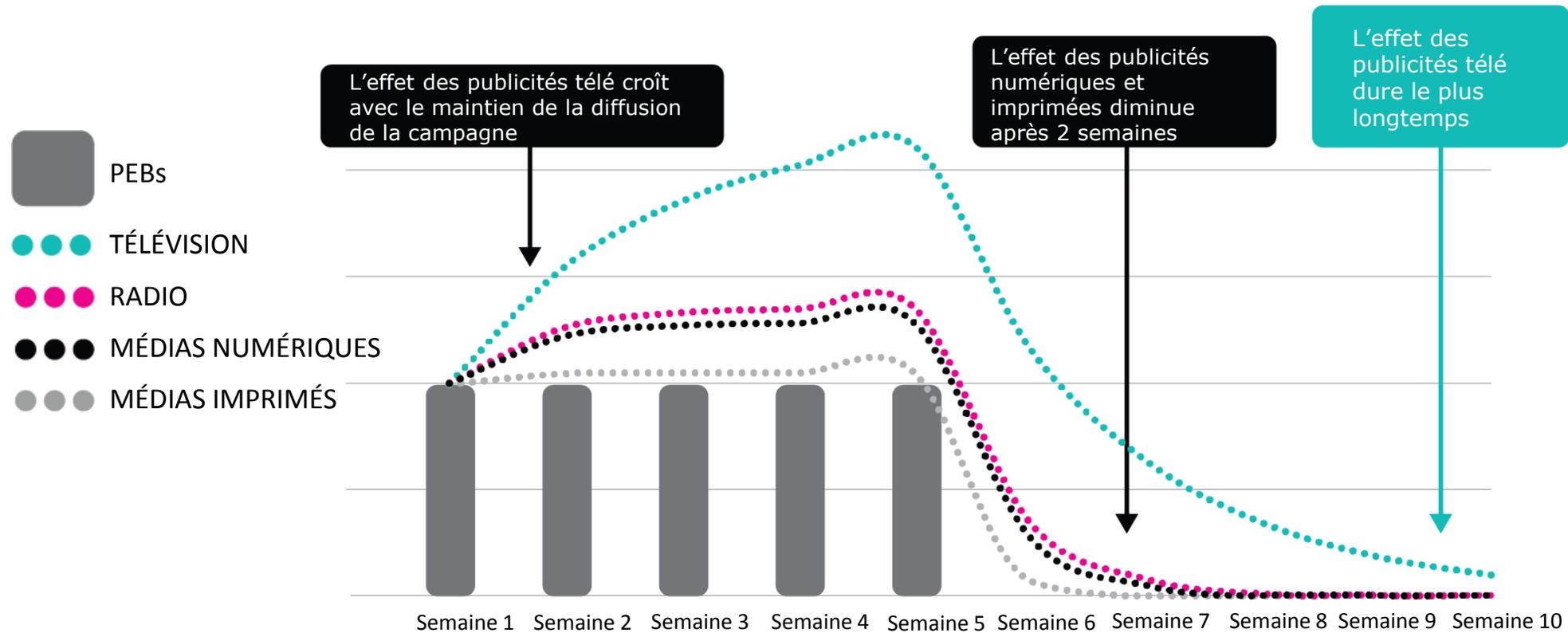
et le plus confiance aux publicités télé

Q : Parmi les médias suivants, LEQUEL présente les publicités qui vous semblent les **plus dignes de confiance**?
Les **moins dignes de confiance**?

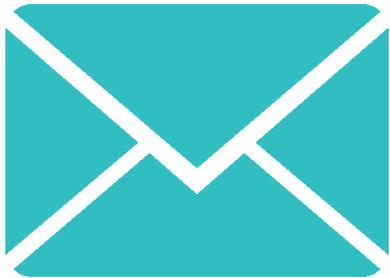


l'effet de rémanence d'une publicité télé est celui qui **croît le plus rapidement**

et qui dure le plus longtemps



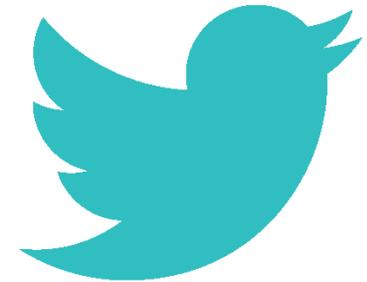
think^{tv}



inscrivez-vous
à notre [infolettre](#)



visitez thinktv.ca
pour plus d'informations



suivez-nous
[@thinktvca](https://twitter.com/thinktvca)