télé FAQs

think tv

télé Foire aux questions

Combien d'heures les Canadiens passent-ils devant la télévision?

Les Canadiens regardent 19 heures de télévision linéaire par semaine

Est-il vrai que les jeunes ne regardent pas la télévision?

Non, les jeunes adultes 18 à 34 ans regardent 8 heures de télévision par sem.

Quel est le taux de visionnement de la télé ?

85% du visionnement de la télé linéaire s'effectue en direct.

Quelle est la portée de la télévision ?

La télévision rejoint 83% des adultes canadiens par semaine.

Comment le temps consacré à la télé se distingue-t-il de celui consacré aux plateformes de diffusion en continu?

La télévision représente la plus grande part de l'univers vidéo, surpassant YouTube, TikTok et toutes les plateformes vidéo combinées (et c'est ainsi pour tous les groupes cibles).

Est-ce que les abonnements à la télé sont en baisse significative?

Le nombre de désabonnements est surestimé. Il y a 10,2 millions. d'abonnements à la télé payante (une diminution de 1 % seulement depuis 6 mois).

De nos jours, les gens fonctionnent tous en mode multitâche; portent-ils la moindre attention aux publicités diffusées à la télévision?

Oui, plus qu'à tout autre type de publicité

Est-ce que la combinaison télé et médias numérique est efficace?

Oui, la télé et les médias numériques forment une excellente équipe. En fait, la télé bonifie le rendement de votre média numérique, en moyenne de 19 %.

La télé génère-t-elle un bon RCI?

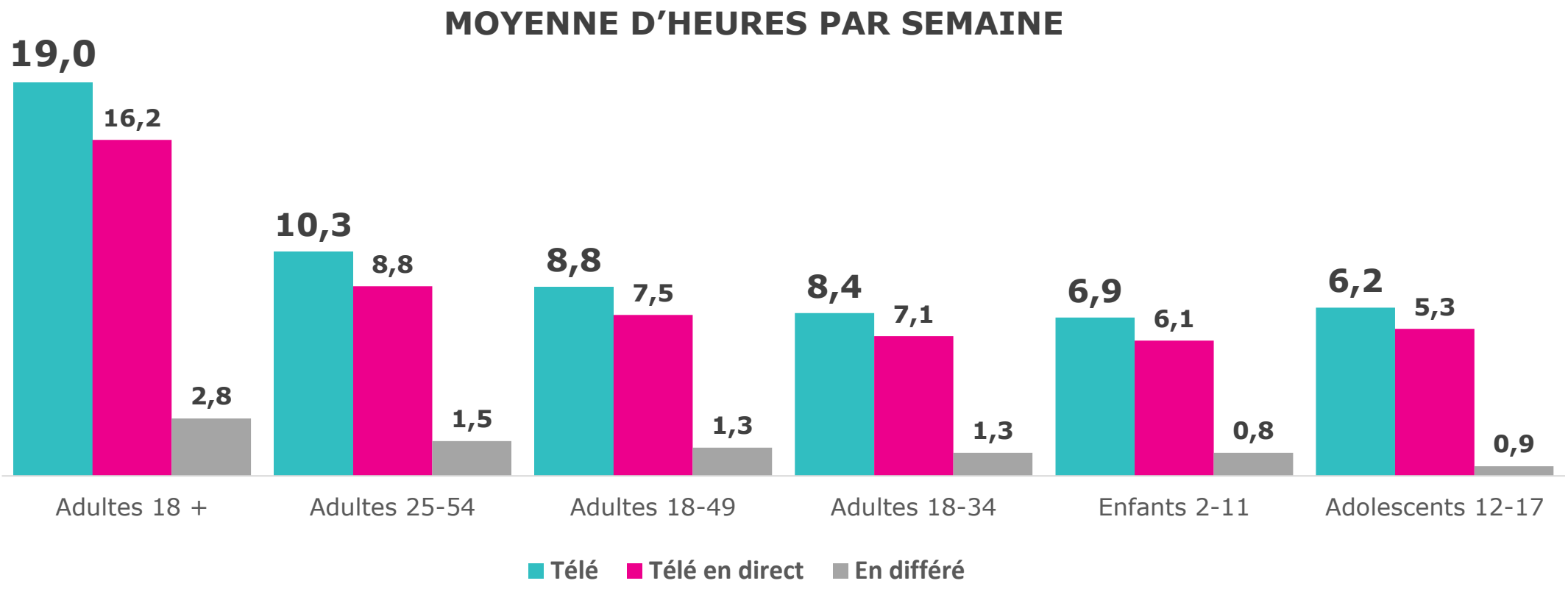
La télé offre le meilleur RCI des ventes par rapport à toutes les autres plateformes, soit un rendement de 14,34 $ par dollar investi. (et 23,40 $ si vous prolongez la période de 1 à 4 ans)

Je ne suis pas convaincu de ces chiffres; quelles sont vos sources?

Nos informations proviennent de sources tierces accréditées, notamment Numeris, Vividata, Mediastats, Numerator etc. Pas d'ambigüité, que des faits.

les Canadiens regardent beaucoup la télé

et la majorité des visionnements s'effectuent en direct



Télé = visionnement de la télé linéaire du télédiffuseur plus tout contenu du télédiffuseur qui est diffusé en continu sur d'autres plateformes avec le nombre de messages publicitaires linéaires intact.
Ne comprend pas la diffusion sur un service média de contournement.

Canada | Numeris PPM, heures totales (000) 18 sept au 17 déc 2023

think tv

85 % du visionnement de la télé

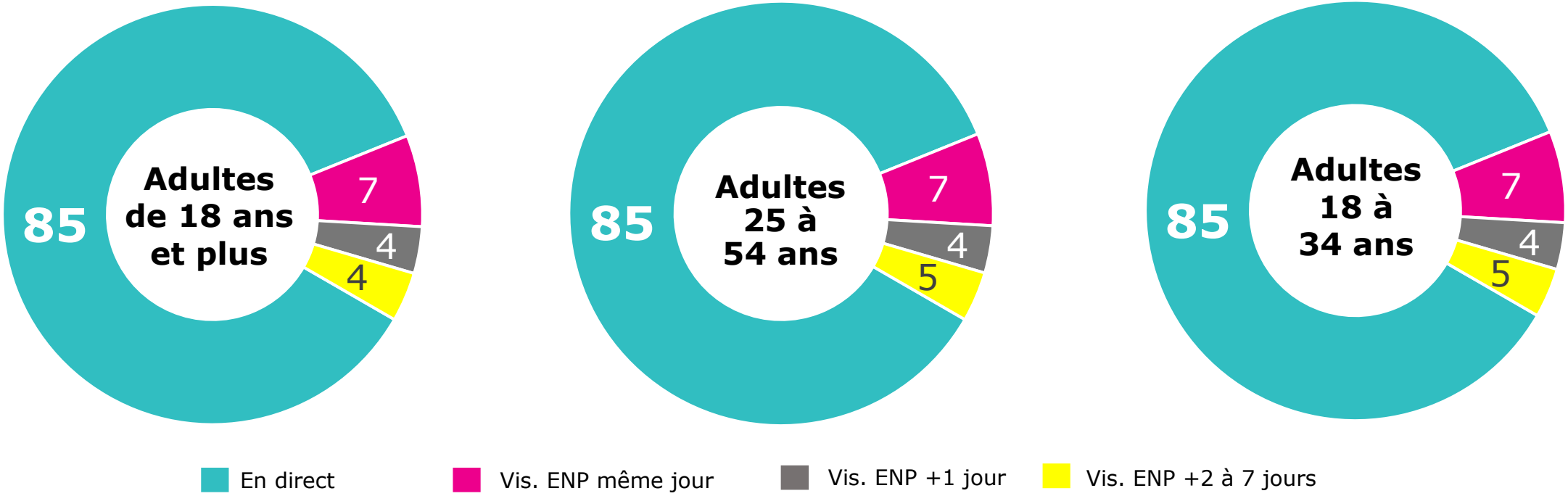
linéaire s’effectue en direct

À noter, chez les jeunes adultes, 85 % du visionnement de la télé s’effectue en direct et lorsqu’on ajoute le visionnement en différé le jour même, la portée atteint 92 %.

ÉCOUTE EN DIRECT VS ÉCOUTE EN DIFFÉRÉ PAR LE BIAIS D’UN ENP*

TOTAL POUR LE CANADA

(% de consommation télé)



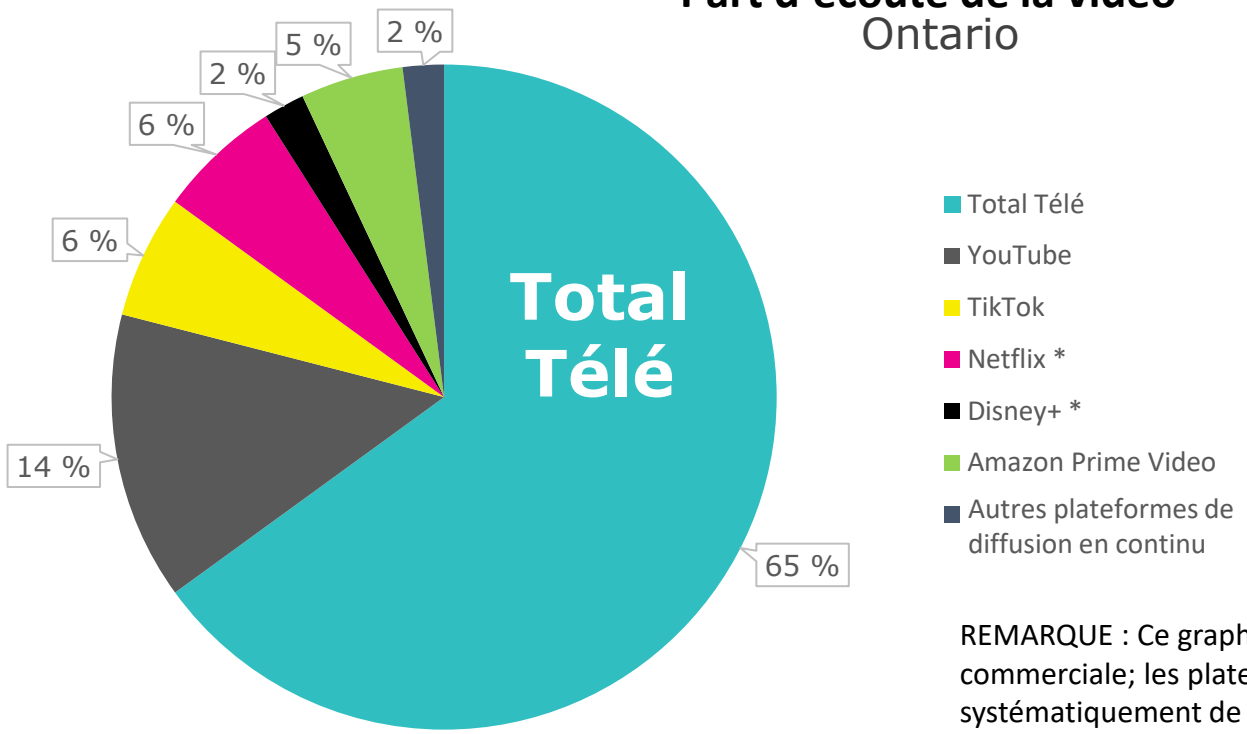
Télé = visionnement de la télé linéaire du télédiffuseur plus tout contenu du télédiffuseur qui est diffusé en continu sur d’autres plateformes avec le nombre de messages publicitaires linéaires intact. Ne comprend pas la diffusion sur un service média de contournement.

Canada | Numeris PPM, heures totales (000) 18 sept au 17 déc 2023 | *ENP = Enregistreur numérique personnel

la base de tout plan vidéo doit inclure la télé

ADULTES DE 18 ANS ET PLUS

Part d'écoute de la vidéo
Ontario



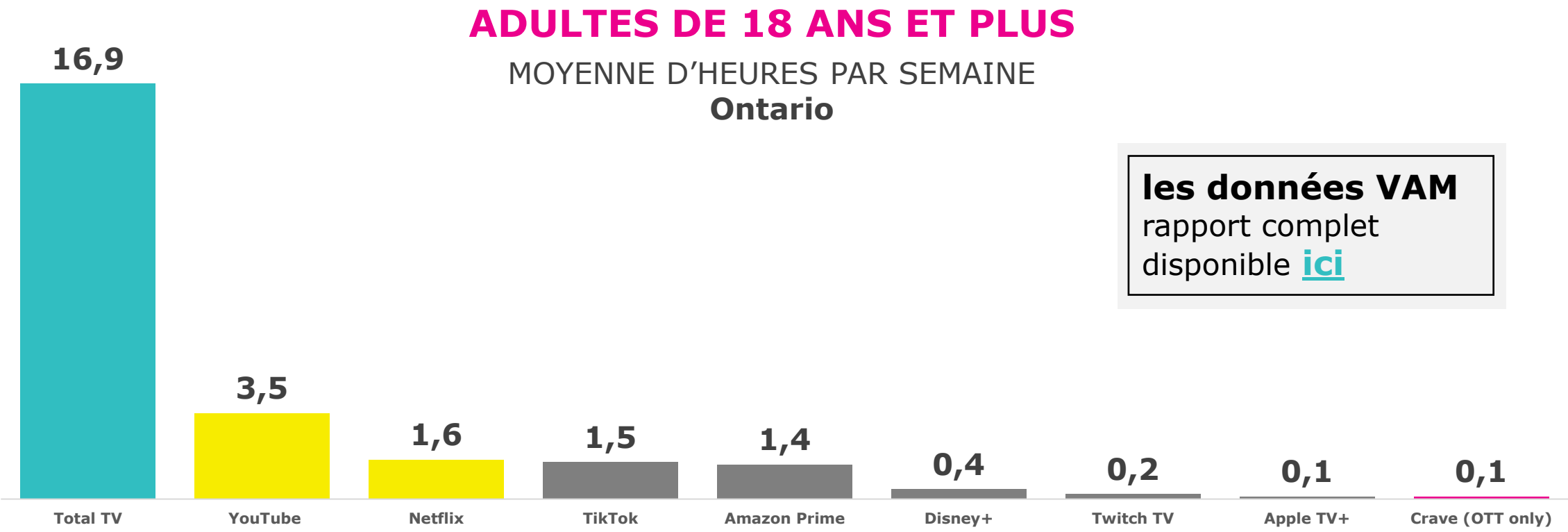
les données VAM
rapport complet disponible ici

REMARQUE : Ce graphique représente le total de la vidéo, et non le total de la vidéo commerciale; les plateformes de diffusion en continu ne diffusent pas systématiquement de la publicité

Temps total par habitant
Total TV comprend la télévision linéaire et les plateformes de diffusion en continu.
Les services de streaming sont principalement sans publicité et comprennent uniquement le visionnement à domicile
Autres plateformes de diffusion en continu : AppleTV+, CBS News, Club Illico, Crave(OTT Only), Crunchyroll, Daily Motion, DAZN, Discovery Plus, ET Online US, FuboTV, Paramount+, Pluto TV, Roku Channel, Samsung TV Plus, TED, TubiTV, Twitch TV.
Source: Numeris VAM du 28/08/23 au 26/11/2023

think tv

le temps passé à regarder la télé est largement supérieur à celui des autres plateformes vidéo



les données VAM
rapport complet disponible ici

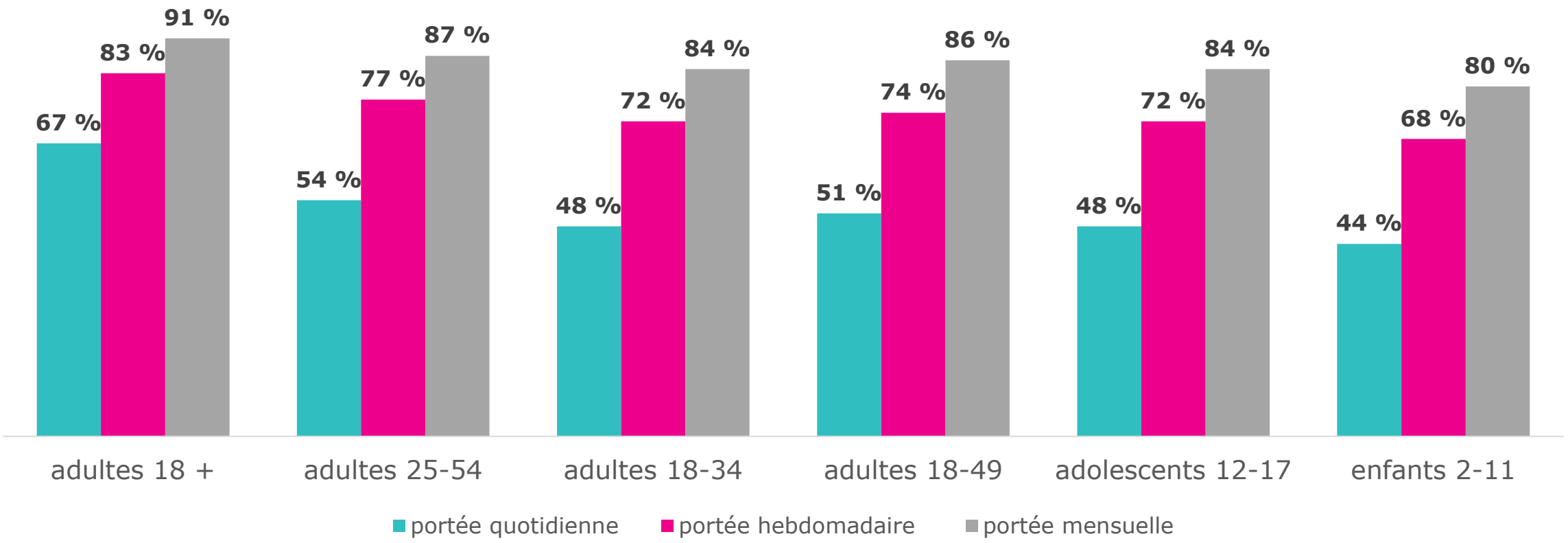
Temps total par habitant
Total TV comprend la télévision linéaire et les plateformes de diffusion en continu
Les services de streaming sont principalement sans publicité et comprennent uniquement le visionnement à domicile

Source: Numeris VAM du 28/08/23 au 26/11/2023

think tv

la télé rejoint 91 % des Canadiens (18+)

chaque mois

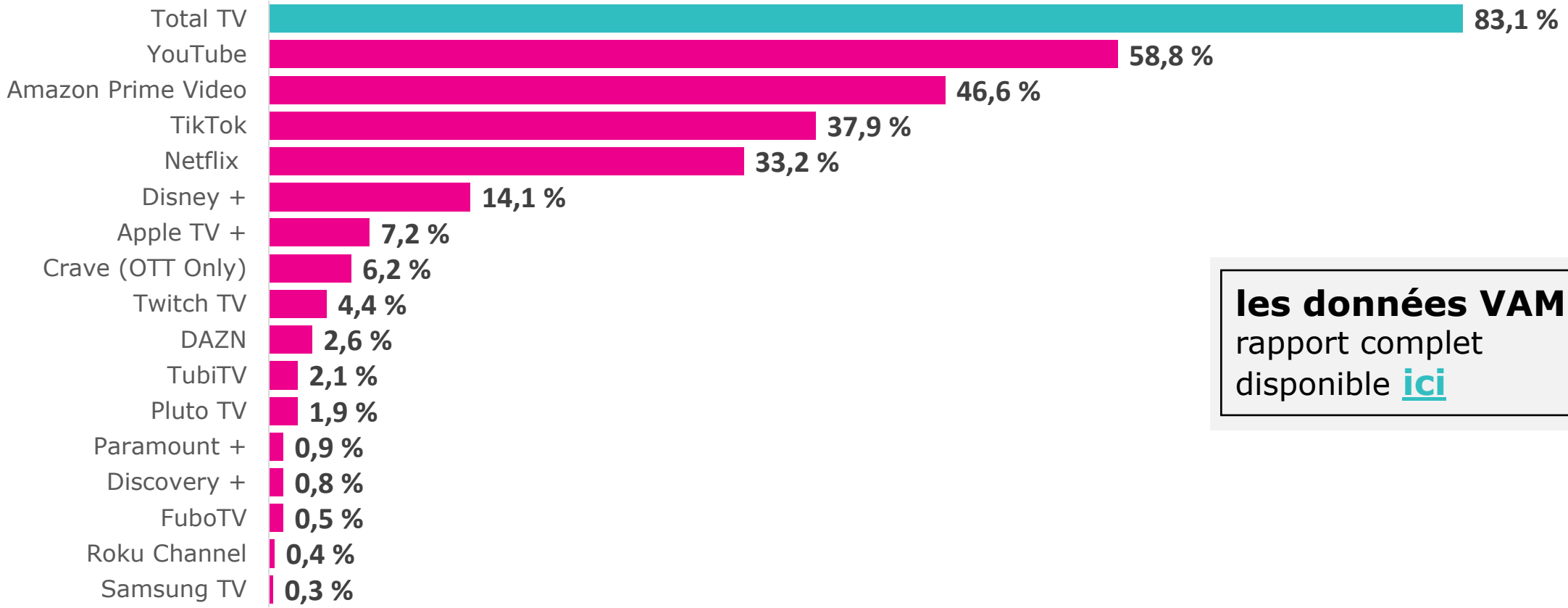


Numeris PPM, Total Canada, lun au dim 2a-2a, 18 septembre – 17 décembre 2023

la portée générée par la télé est supérieure à la portée des plateformes de diffusion en continu

ADULTES DE 18 ANS ET PLUS

PORTÉE HEBDOMADAIRE MOYENNE (%)
Ontario



les données VAM
rapport complet disponible ici

Total TV comprend la télévision linéaire et les plateformes de diffusion en continu.
Les plateformes de diffusion en continu comprennent uniquement le visionnement à domicile.
Source : Numeris VAM, 28 août à 16 novembre 2023

think tv

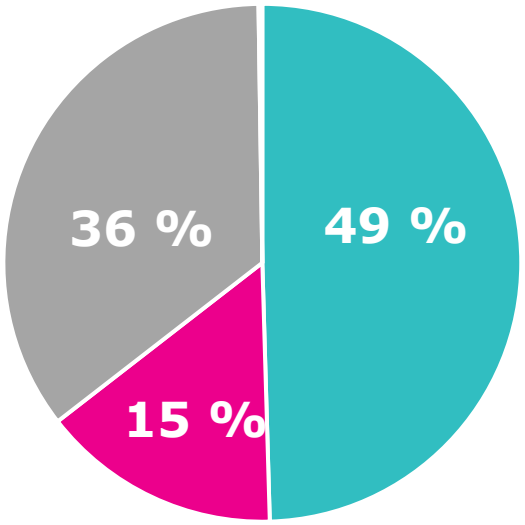
10 millions d’abonnements payants à la télé

Le nombre de désabonnements est surestimé puisque le nombre total d’abonnements n’a diminué que de 1 %

Le mode de distribution de la télévision évolue. Le taux de pénétration des abonnements à la télévision payante demeure élevé, de plus toute personne qui détient une connexion à l’internet a accès à la télévision linéaire.

	janvier 2022	Janvier 2023	Indice
Total Paid Subs	9 976 228	9 921 891	**99**
Câble numerique de base	4 942 166	4 889 042	99
Satellite	1 493 191	1 452 503	97
Telco/IPTV	3 517 281	3 556 771	101
Autre	23 590	23 575	100

2023

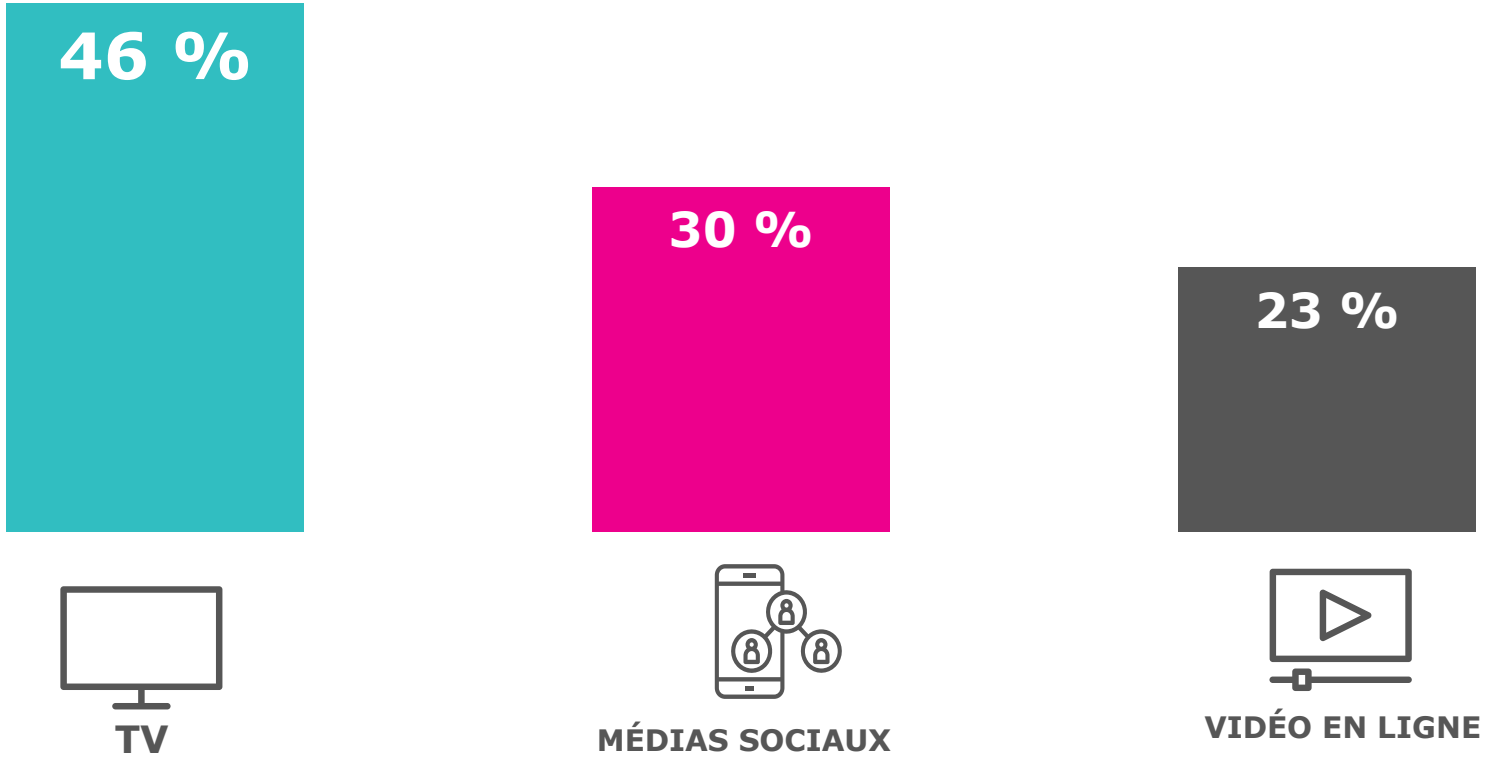


Abonnement télé

- Câble numérique/base
- Satellite
- Cie de téléphone/IPTV

Mediastats, BDU Profile Report, Total Canada, janvier 2023 et juin 2023

les publicités télé attirent le plus l'attention



*Question : LEQUEL des médias suivants présente les publicités vidéo qui **captent le mieux votre attention**?*

Suivi de YouGov BrandIndex, total pour le Canada, adultes de 18 ans et plus, juillet 2022

la publicité télé attire plus l'attention

La télévision attire 2 fois plus l'attention que YouTube et 14 fois plus que Facebook, d'où l'impact créé par la télévision sur les ventes

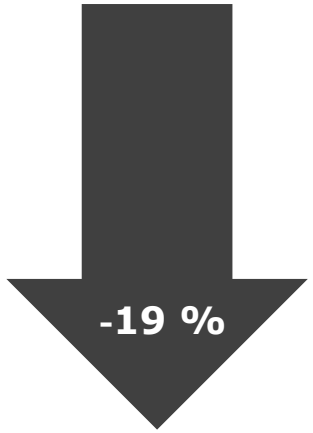
	TÉLÉ		
ÉVITEMENT PUBLICITAIRE	2 %	2 %	32 %
ÉCOUTE PASSIVE	40 %	94 %	37 %
ÉCOUTE ACTIVE	58 %	4 %	31 %

Karen Nelson-Field, More Proof of the Value of Attention, 2020

la télé améliore le rendement en ligne

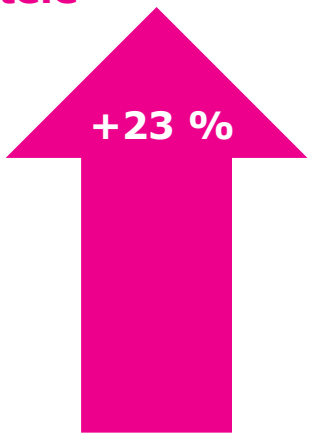
L'effet de halo de la télé augmente le RCI des ventes de la publicité numérique de 19 %.

RCI numérique seul



Sans l'effet de halo de la télé, le RCI moyen des publicités en ligne déclinerait de 19 %.

RCI ajusté à la télé



Source : « Le Moment Moneyball Pour le Marketing au Canada »

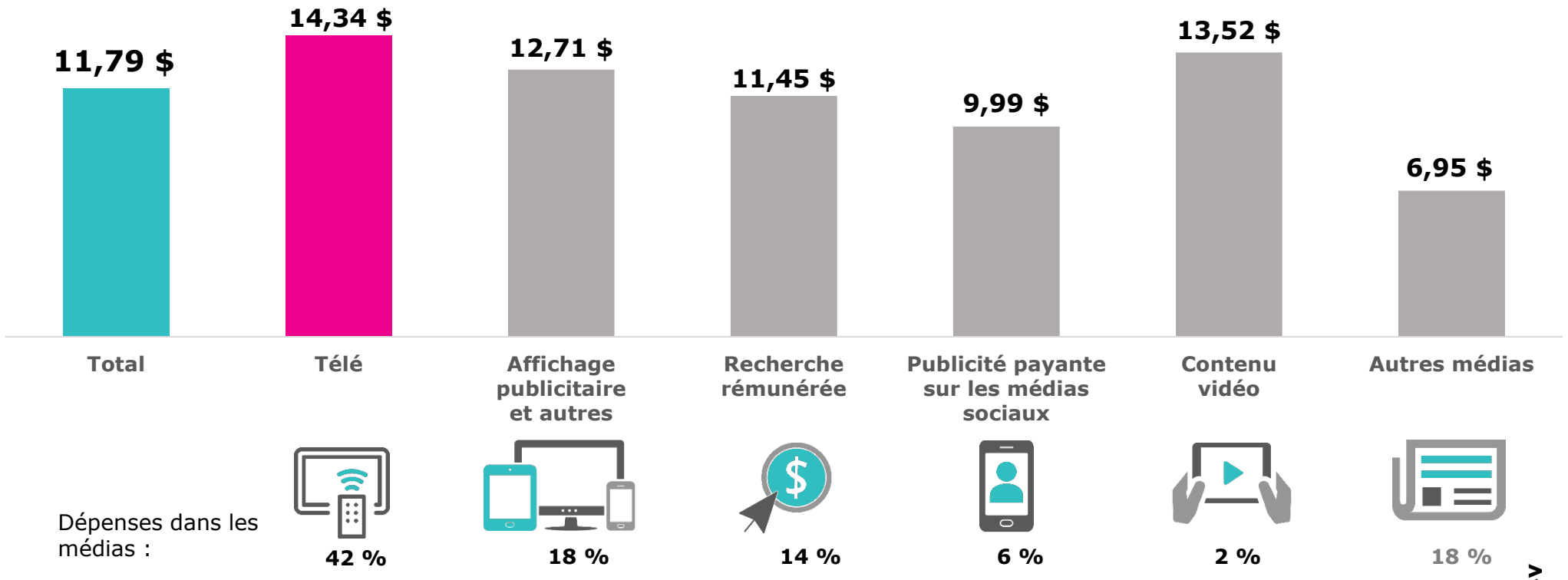
accenture think tv

la télé fonctionne génère

le meilleur RCI

Générant ainsi 14,34 $ en retour sur chaque dollar investi

RCI DES VENTES ATTRIBUÉ PAR PLATEFORME MÉDIA

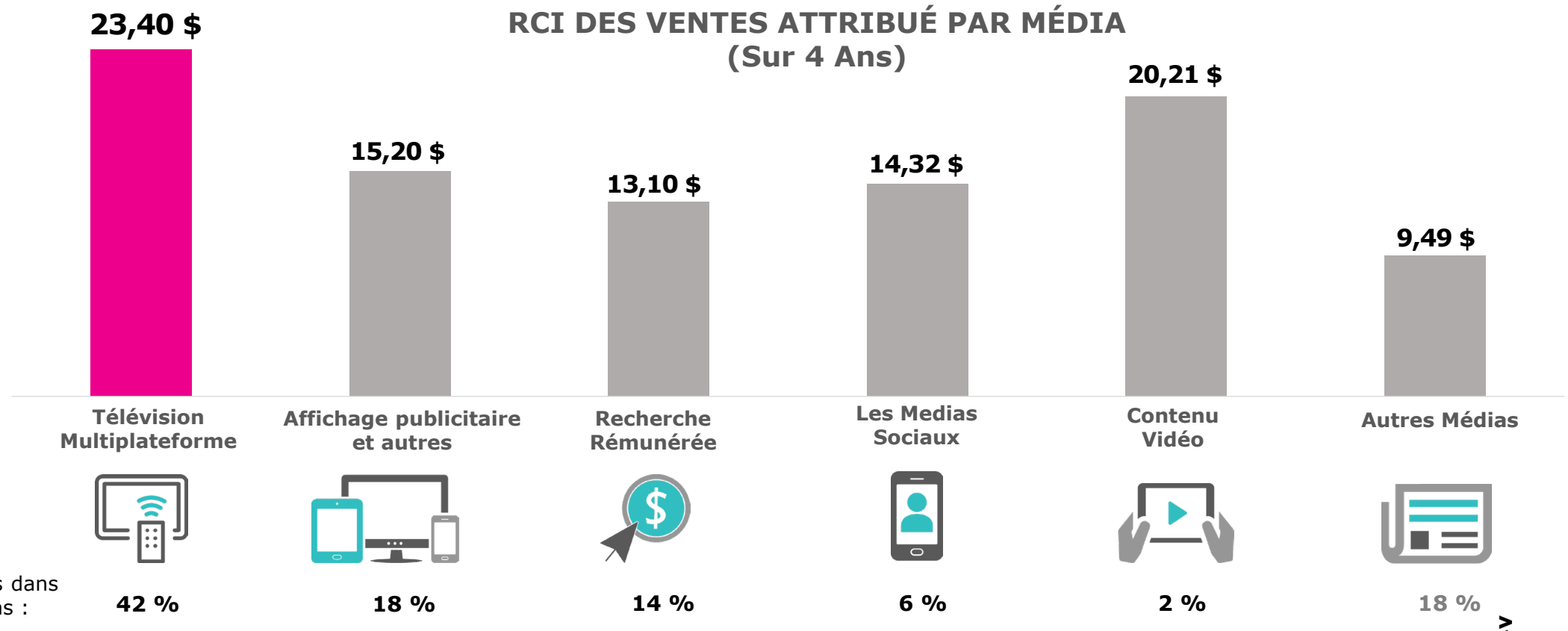


Source : « Le Moment Moneyball Pour le Marketing au Canada »

la télé fonctionne génère

le meilleur RCI

À long terme, le RCI de la télé passe à 23,40 $

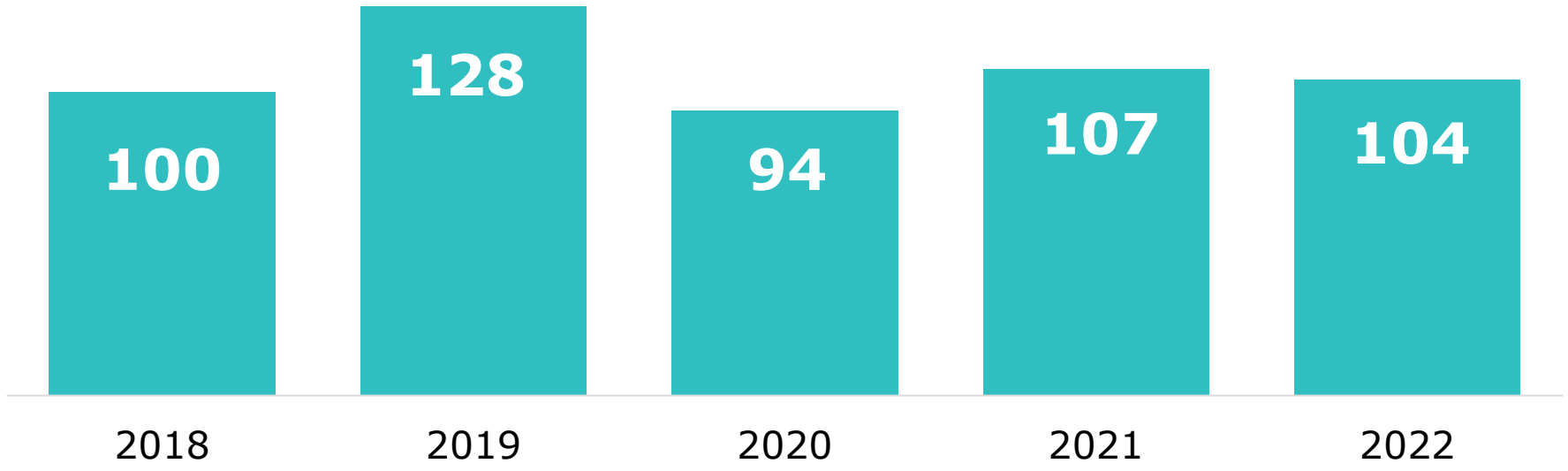


Source: Performance de pointe: Vers l'efficacité publicitaire durable

Les entreprises numériques continuent d'investir en télé

Amazon, Apple et Alphabet, qui disposent de certaines des meilleures données et analyses numériques, continuent d'investir des millions de dollars en télévision

INVESTISSEMENTS TÉLÉ
Indice en comparaison à 2018



Total Canada/Annuel/Numerator

au cas où vous les auriez manquées

voici d’autres recherches disponibles

Les francophones du Québec entretiennent un lien privilégié avec la télé. En savoir plus.

pour en savoir plus >>

La télévision offre la portée la plus élevée de tous les médias et entretient un lien privilégié et inégalé avec son vaste public.

pour en savoir plus >>

«Rendement maximal» évalue l’impact à long terme de l’investissement dans les médias et fournit des informations sur l’équilibre entre l’activation à court terme et les activités de développement de la marque à long terme.

pour en savoir plus >>

think tv

contactez nous @

info@thinktv.ca

thinktv-canada

thinktv.ca

Abonnez-vous à notre bulletin électronique