

la formule gagnante

de la **télé**



think^{tv}

la formule gagnante de la



La télé domine le temps consacré aux médias




La télé présente des publicités dont l'effet est le plus persistant



La télé améliore le rendement des publicités en ligne



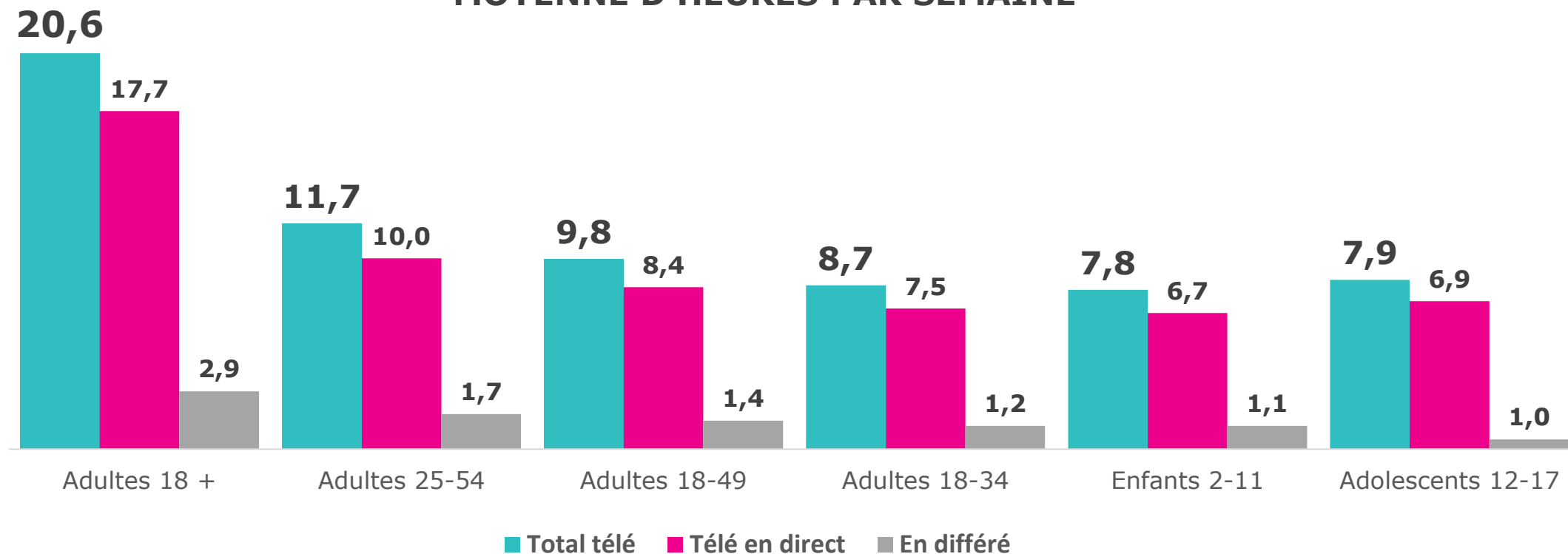
La télé travaille des deux côtés de l'entonnoir



La télé offre le rendement du capital investi (RCI) le plus élevé parmi tous les médias

les Canadiens regardent beaucoup la **télé** et la majorité des visionnements s'effectuent en direct

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE



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.

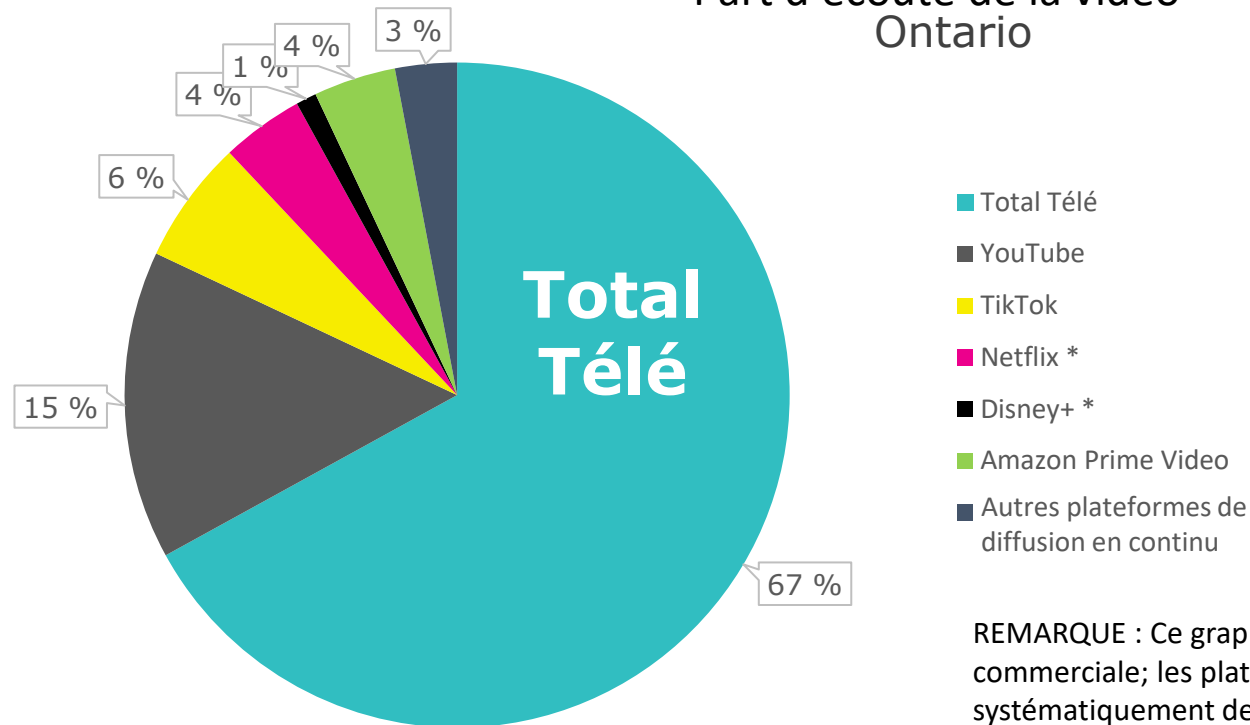
Ne comprend pas la diffusion sur un service média de contournement.

Canada | Numeris PPM, heures totales (000) 12 sept au 28 mai 2023

la base de tout plan vidéo doit inclure la

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.

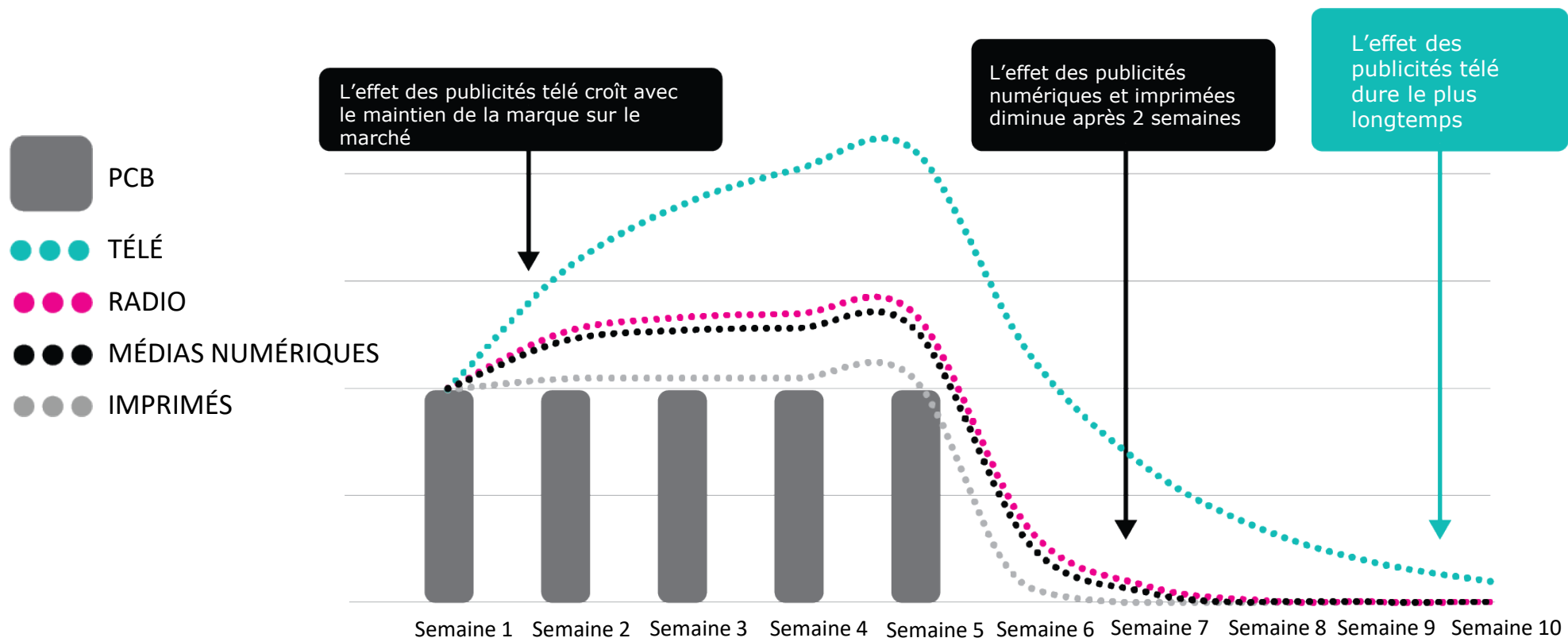
Les plateformes de diffusion en continu (Netflix, Amazon Prime, Disney+, TwitchTV, Apple TV+), YouTube et TikTok comprennent uniquement le visionnement à domicile.

Autres plateformes de diffusion en continu : Crave (Ott. seul.), FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, et ET

Source: Numeris VAM, mars à mai pour télé total, Plateformes de diffusion en continu, YouTube et TikTok

L'effet de rémanence d'une publicité

télé est celui qui croît le plus rapidement et qui dure le plus longtemps



la **télé** travaille dans tout l'entonnoir

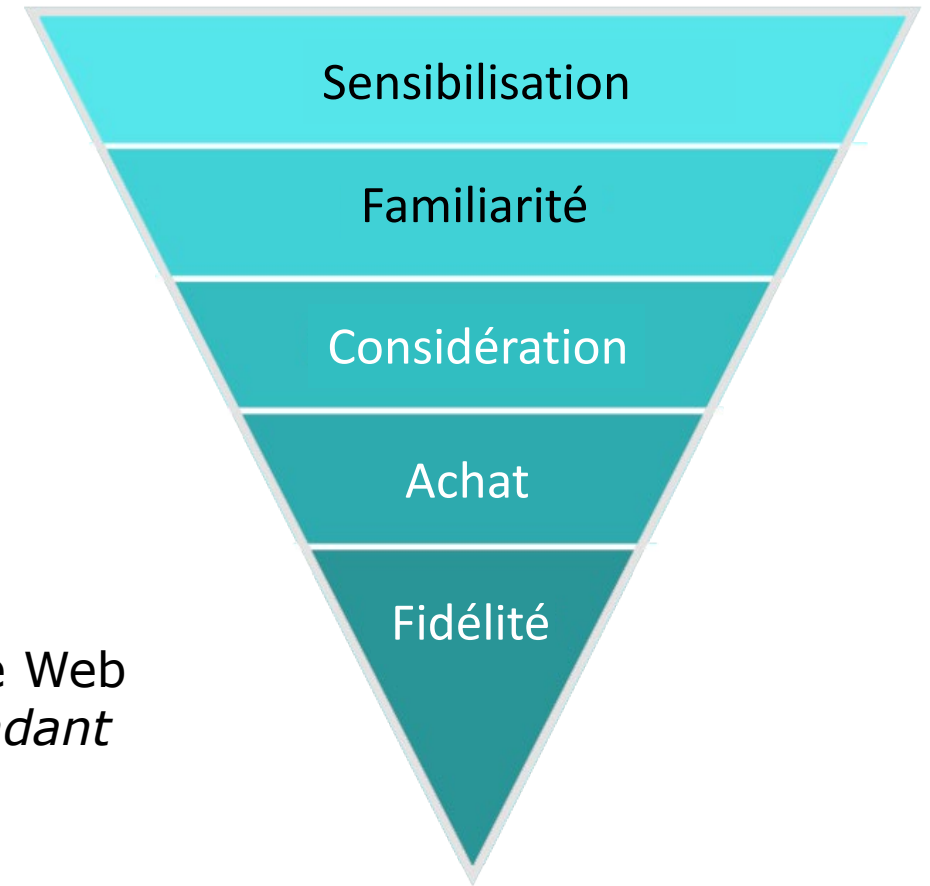
La télé est votre meilleure vitrine

Haut de l'entonnoir

- Sensibilisation
- Promotion de la marque
- Intérêt/intention d'achat

Bas de l'entonnoir

- Activation par des messages de promotion des ventes
- Les publicités télévisuelles attirent les visites sur le site Web
- Grâce au numérique, vous pouvez acheter en ligne *pendant* que vous écoutez la publicité à la télé



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 %.

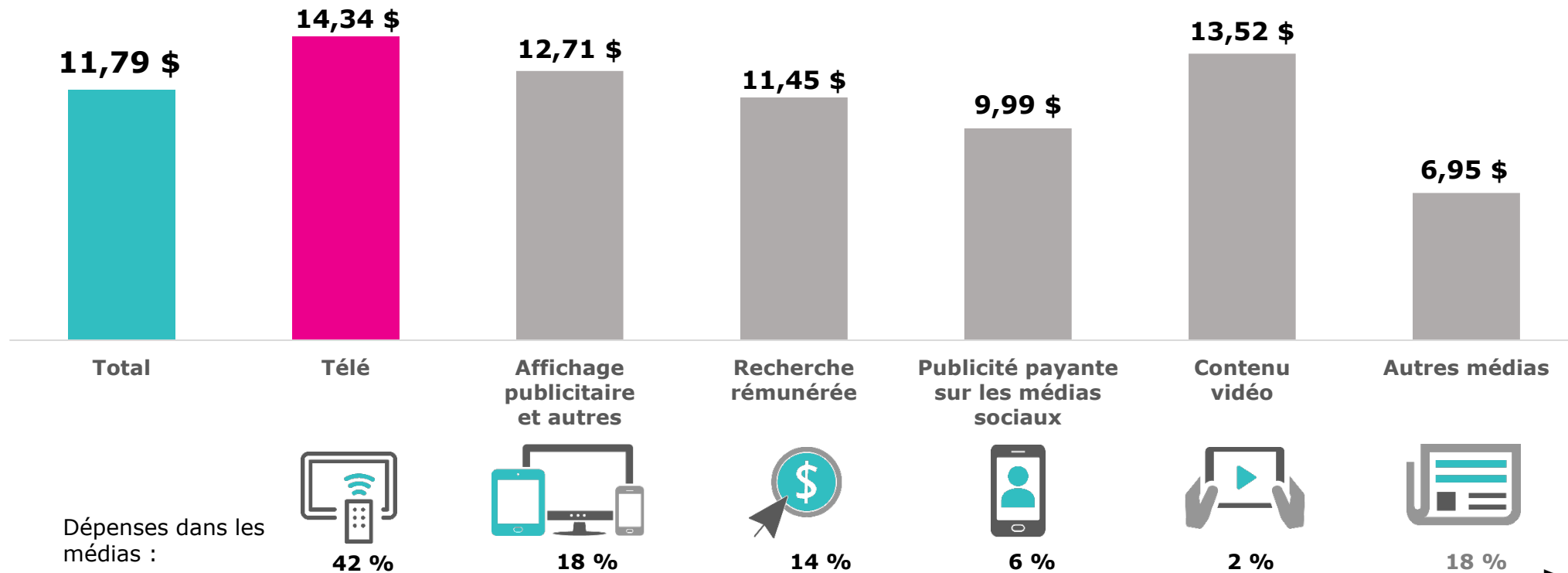


la **télé** fonctionne génère

le meilleur RCI

Généralant ainsi 14,34 \$ en retour sur chaque dollar investi

RCI DES VENTES ATTRIBUÉ PAR PLATEFORME MÉDIA



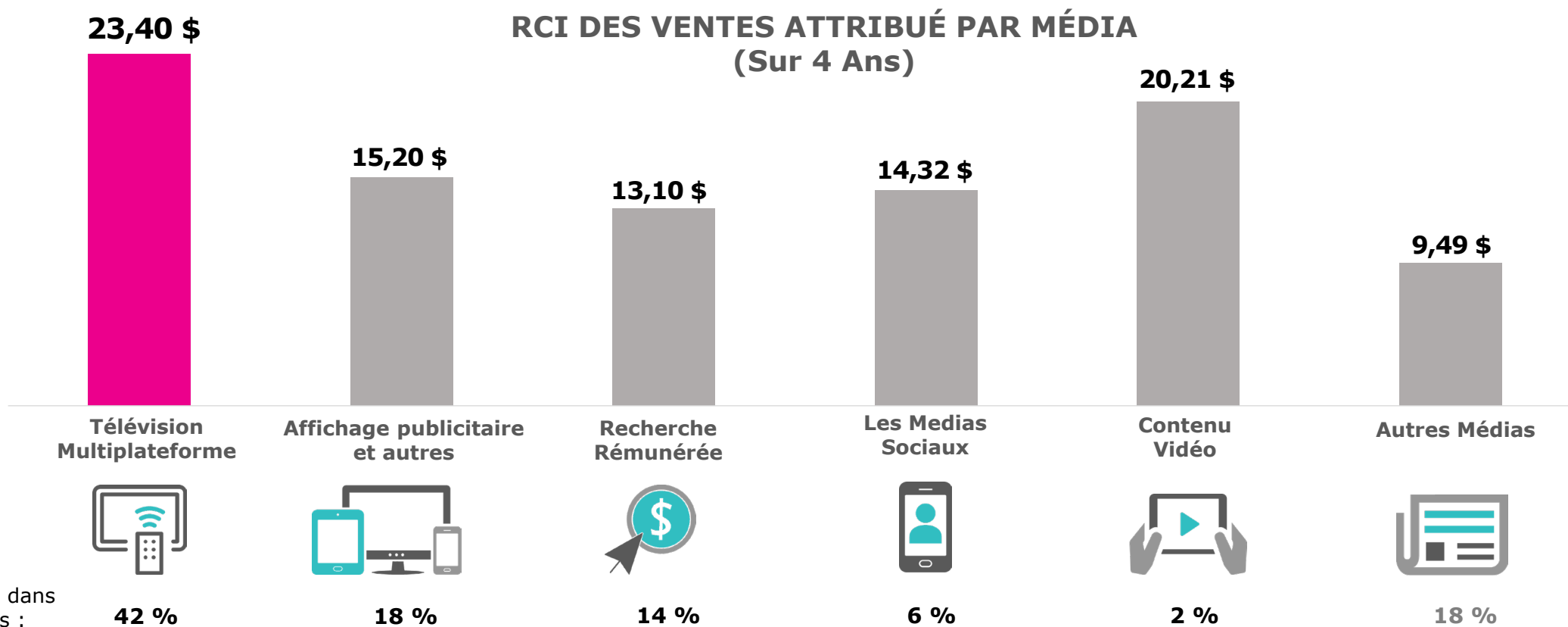
accenture

think^{tv}

la **télé** fonctionne génère

le meilleur RCI

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



Dépenses dans les médias :

18 %
accenture

think^{tv}

la **télé** d'aujourd'hui



100% des chaînes de télé
sont livrées numériquement



une explosion d'options
de visionnement



progrès de la publicité
ciblée et de la mesure de
l'audience

les qualités principales de la **télé**



Taux d'achèvement élevés



Mesures robustes



Plein écran



**Sécurité de la
marque**



Avec son



Écoute partagée



Regardée par des humains



Programmation de qualité

contactez nous



info@thinktv.ca



[thinktv-canada](#)



thinktv.ca