



– Les télédiffuseurs commerciaux s’unissent pour appuyer la publicité de pointe –

Pour diffusion immédiate

TORONTO (18 juin 2020) – thinktv, au nom de ses sociétés membres Bell Média, Corus Entertainment, Rogers Sports & Média et Québecor Média, est heureuse d’annoncer la conclusion d’une entente de principe dans le but d’adopter un ensemble de segments d’audience communs pour la publicité. Une liste contenant la description des segments d’audience peut être téléchargée [ici](#).

Les sociétés membres de thinktv unissent leurs forces pour adopter un ensemble commun de segments d’audience pour la publicité de pointe à la télévision linéaire.

Grâce à thinktv, les télédiffuseurs canadiens ont été à l’écoute des annonceurs et des agences. L’adoption de segments d’audience standardisés est un autre grand pas pour l’industrie, qui cherche à améliorer la planification et l’achat de l’espace télévisuel multiplateforme.

Déterminés grâce aux données de segmentation exhaustives respectueuses de la confidentialité d’Environics Analytics et à d’autres données comportementales, les segments d’audience communs visent les grandes catégories de publicité au Canada. Une campagne de télévision linéaire optimisée présentée par les quatre télédiffuseurs aura une portée combinée de plus de 90 % du public de la télévision linéaire, en offrant un ciblage à l’échelle, et ce, avec une constance, une efficacité et une rentabilité accrues.

Rogers Sports & Média, Corus Entertainment et Bell Média commenceront à offrir les segments d’audience communs à compter du 24 juin 2020, et Québecor Média suivra plus tard cette année.

Catherine MacLeod, présidente de thinktv, a déclaré : « Nous pensons que cette annonce témoigne de l’objectif que partagent toutes nos sociétés membres, soit d’offrir aux annonceurs des solutions ciblées qui permettent de fournir des renseignements utiles sur leurs clients, tout en améliorant l’efficacité opérationnelle. Nous sommes convaincus que l’adoption de segments d’audience communs permet de répondre à un besoin criant pour les annonceurs, et les différentes sociétés membres s’engagent à concrétiser cet objectif au cours des semaines et des mois à venir. »

Alan Dark, membre du conseil de thinktv et premier vice-président des ventes, Rogers Sports & Média, a déclaré : « En collaboration avec thinktv, nous avons été en mesure de collaborer concrètement pour répondre aux besoins et aux attentes des annonceurs et des agences.

L'adoption de segments de téléspectateurs communs n'est qu'un exemple récent de ce que nous faisons pour rendre les choses plus simples et efficaces pour nos partenaires. Nous sommes heureux de présenter cette initiative, à laquelle se joindront d'autres télédiffuseurs. »

Personnes-ressources pour les médias/À propos



ENVIRONICS
ANALYTICS

Environics Analytics est le chef de file canadien des services de marketing et d'analyse de données. Elle aide ses clients à transformer les données et les analyses en perspectives, en stratégies et en résultats. L'entreprise offre une gamme complète de services d'analyse de données, allant de la fourniture de données aux conseils stratégiques, et produit des rapports non réglementés, des logiciels-services sur mesure et un grand éventail d'approches de modélisation. Son équipe de spécialistes du marketing quantitatif, de modélisateurs et de géographes excelle à aider les entreprises à cerner les obstacles, à mettre au point des solutions fondées sur les données et à franchir chaque étape du parcours analytique. Pour vous renseigner plus sur Environics Analytics, rendez-vous sur environicsanalytics.com.



thinktv

thinktv est une association de recherche et de marketing vouée à l'avancement de la télévision commerciale. thinktv travaille avec le milieu du marketing pour aider les publicitaires à tirer le maximum de la télévision sous toutes ses formes. thinktv est appuyée par ses sociétés membres qui, ensemble, représentent plus de 95 % des revenus de la publicité télévisuelle commerciale au Canada. Pour vous renseigner plus sur thinktv, rendez-vous sur thinktv.ca.