

# la formule gagnante

de la **télé**



think<sup>tv</sup>

# la formule gagnante de la

télé



**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

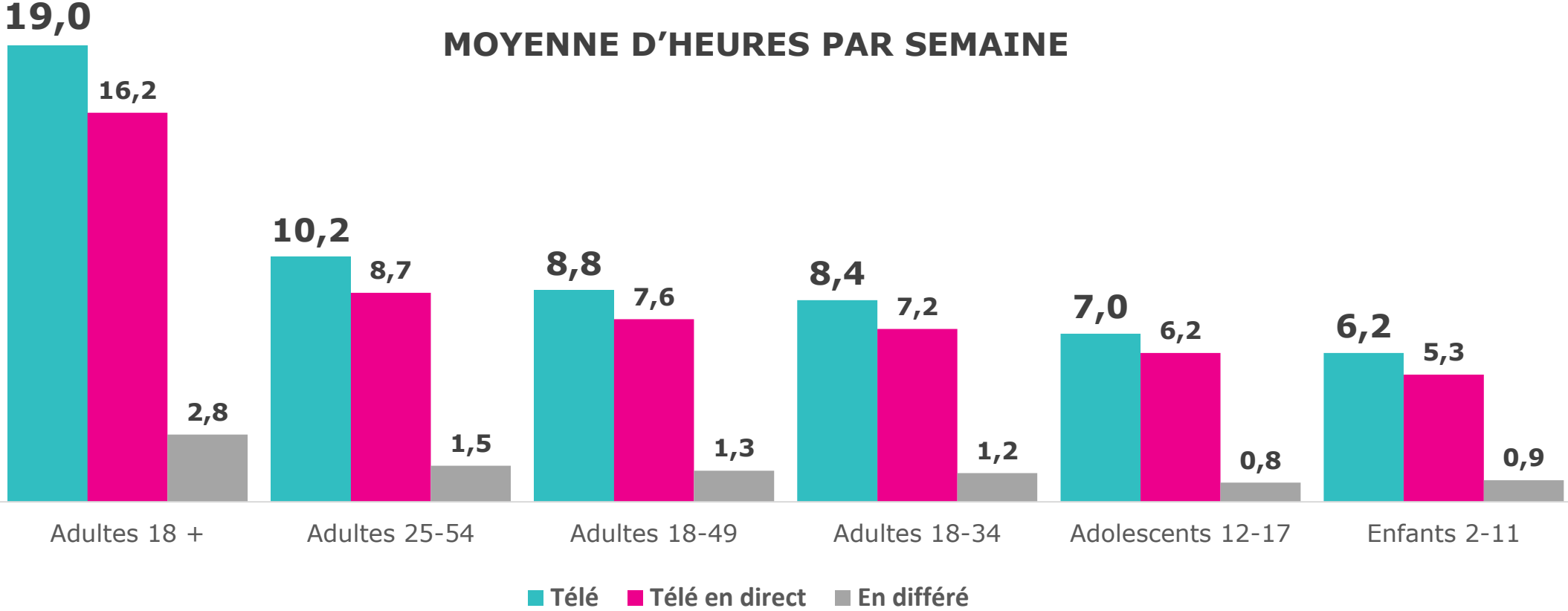


**La télé** travaille des deux côtés de l'entonnoir



**La télé** offre le rendement sur investissement le plus élevé parmi tous les médias

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

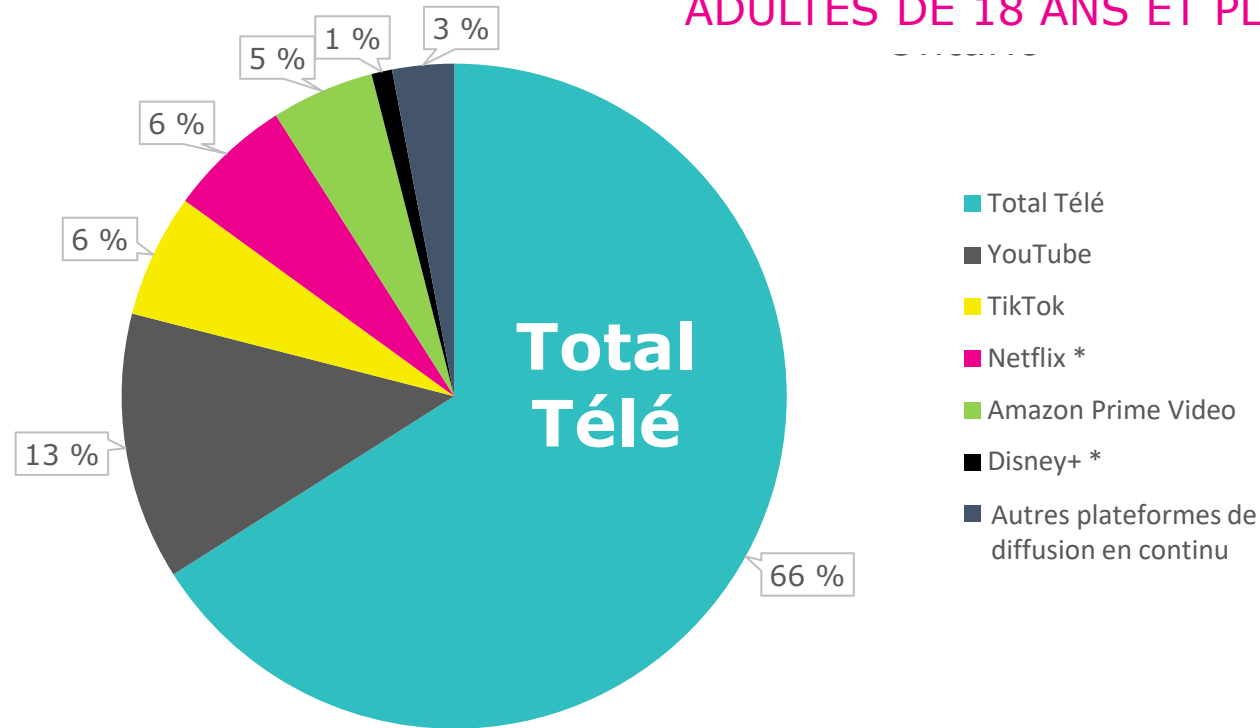


Source: Numeris, Canada total, 18 sept. 2023 – 26 mai 2024, Moyenne hebdomadaire par personne  
Télé linéaire = Visionnement de tout contenu par un diffuseur en direct (linéaire et en ligne sur n'importe quelle plateforme) plus le contenu de n'importe quel diffuseur enregistré sur un enregistreur vidéo (incluant des messages publicitaires intacts) qui a été visionné dans les 7 jours suivant la diffusion initiale. N'inclut pas les plateformes de diffusion en continu sur demande.

# La télévision domine le temps passé avec la vidéo

## Part d'écoute de la vidéo Ontario

ADULTES DE 18 ANS ET PLUS



**les données VAM**  
rapport complet  
disponible [ici](#)




Source: Numeris VAM, 18 sept. 2023 – 26 mai 2024

L'ensemble de la télévision définie comme linéaire et les plateformes de diffusion en ligne | Les plateformes de diffusion en ligne sont principalement gratuites et incluent uniquement le visionnement à domicile.

Autres plateformes de diffusion en continu incluant AppleTV+, CBS News, Club Illico, Crave (OTT seul.), Crunchyroll, Daily Motion, DAZN, Discovery Plus, ET Online US, FuboTV, Paramount+, Pluto TV, Roku Channel, Samsung TV Plus, TED, TubiTV, Twitch TV.

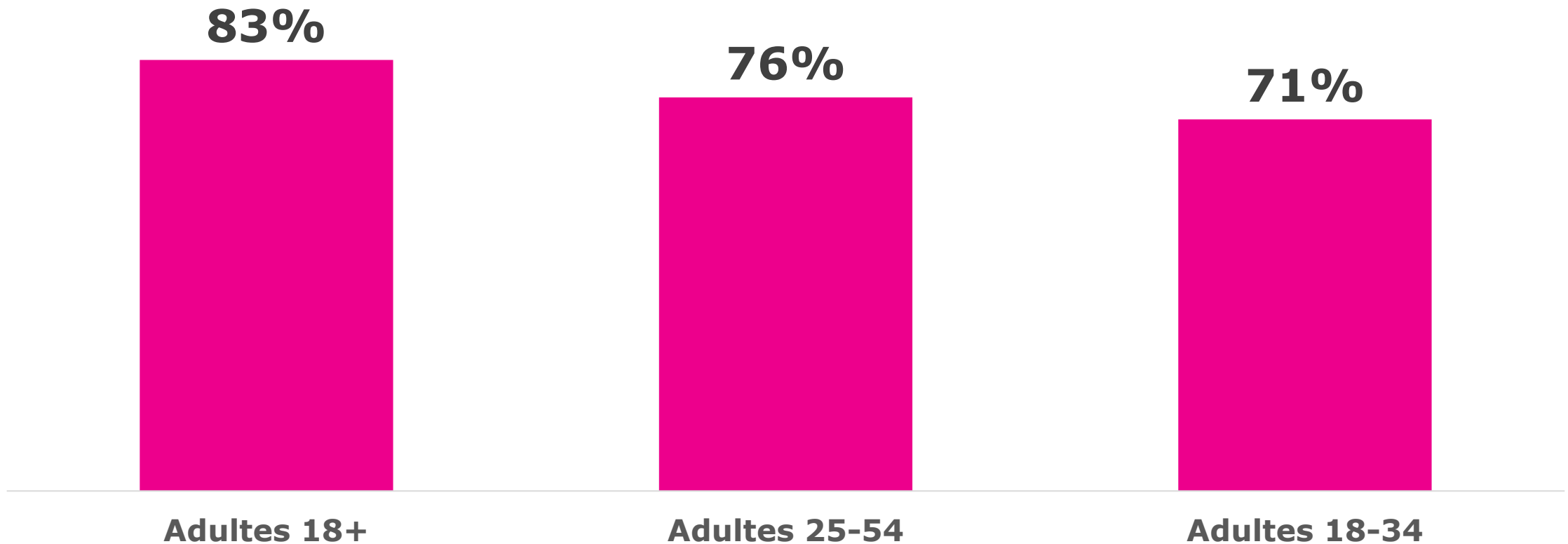
# la publicité **télé** attire plus l'attention

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 %

# La **télé** en direct atteint **83%** des Canadiens chaque semaine

## Portée hebdomadaire



# la **télé** travaille dans toutes les phases de l'entonnoir de conversion

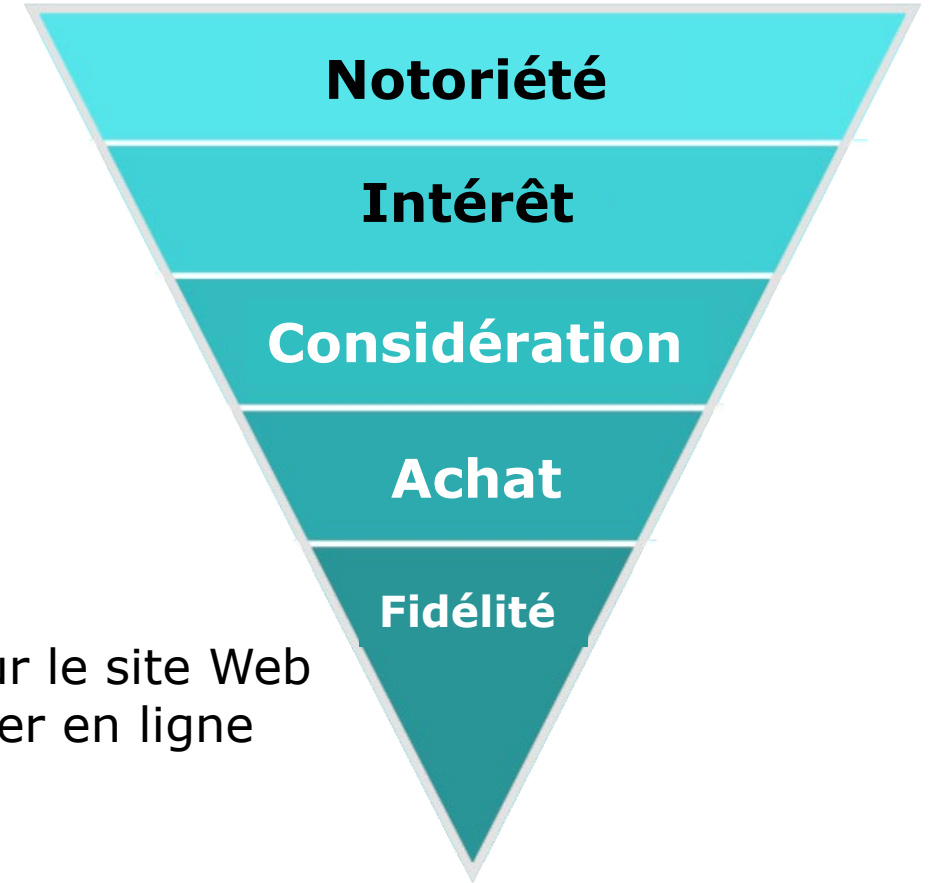
## La télé demeure votre meilleure vitrine

### Haut de l'entonnoir

- Notoriété
- Bâtir la marque
- Intérêt/intention d'achat

### Bas de l'entonnoir

- Activation par des messages de promotion des ventes
- Les publicités diffusées à la télé génèrent des visites sur le site Web
- Grâce aux plateformes numériques, vous pouvez acheter en ligne *pendant* que vous regardez la publicité à la télé

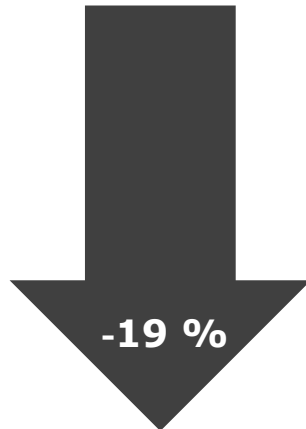


# la **télé** améliore le rendement en ligne

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



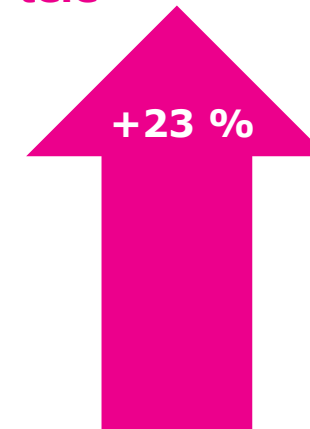
**RCI numérique seul**



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



**RCI ajusté à la télé**



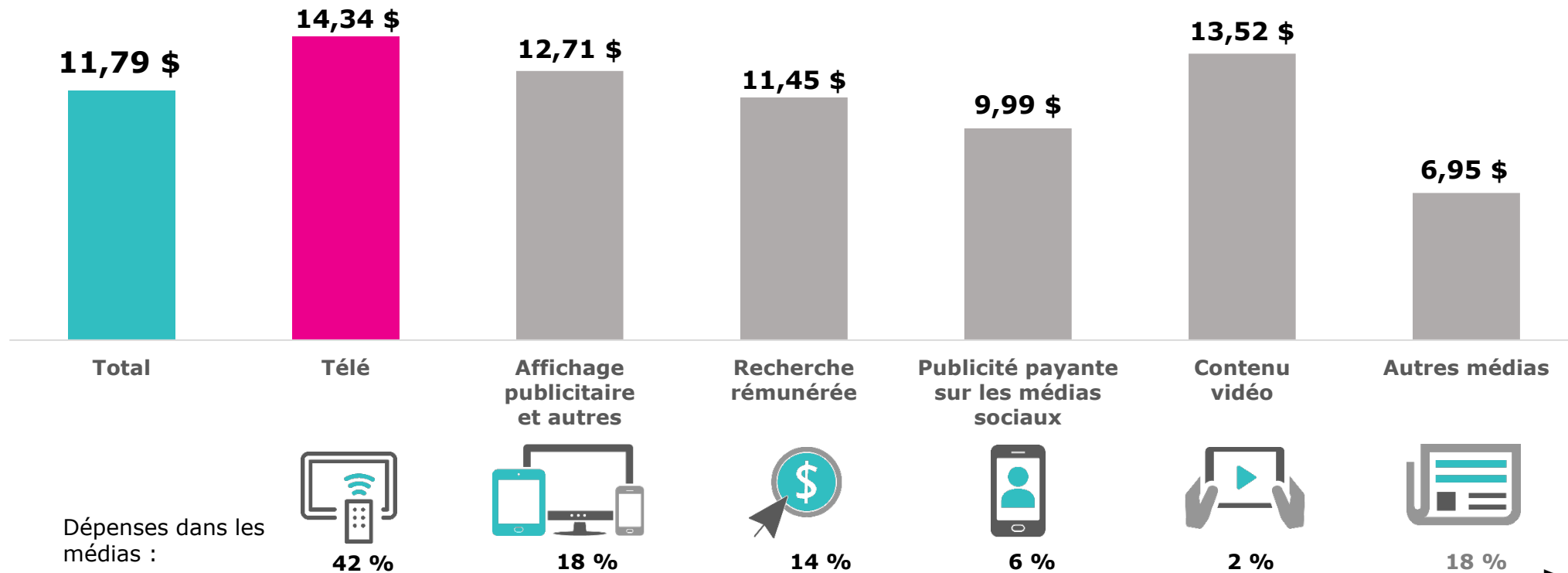


# la **télé** fonctionne génère

le meilleur ROI

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

## ROI DES VENTES ATTRIBUÉ PAR PLATEFORME MÉDIA



Dépenses dans les médias :



42 %



18 %



14 %



6 %



2 %



18 %

accenture

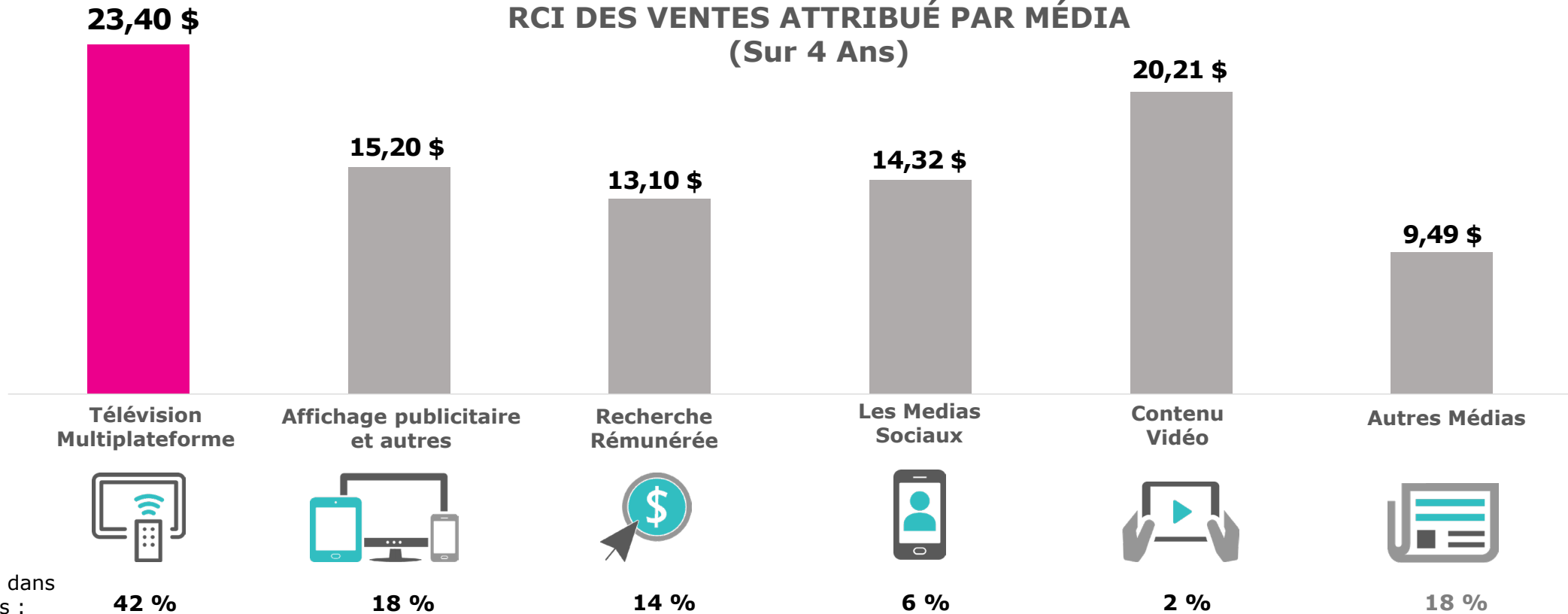
think<sup>tv</sup>

# la **télé** fonctionne génère

le meilleur ROI

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

ROI DES VENTES ATTRIBUÉ PAR MÉDIA  
(Sur 4 Ans)



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

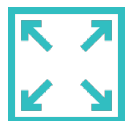
# les qualités principales de la **télé**



**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](mailto:info@thinktv.ca)**

---



**[thinktv-canada](https://www.linkedin.com/company/thinktv-canada)**

---

**Abonnez-vous à notre  
bulletin électronique**



**[thinktv.ca](https://www.thinktv.ca)**