

la formule gagnante

de la **télé**



think^{tv}

la formule gagnante de la **télé**



La télé domine le temps consacré aux médias



La télé diffuse des publicités dont l'effet est le plus percutant



La télé bonifie la performance des placements numériques

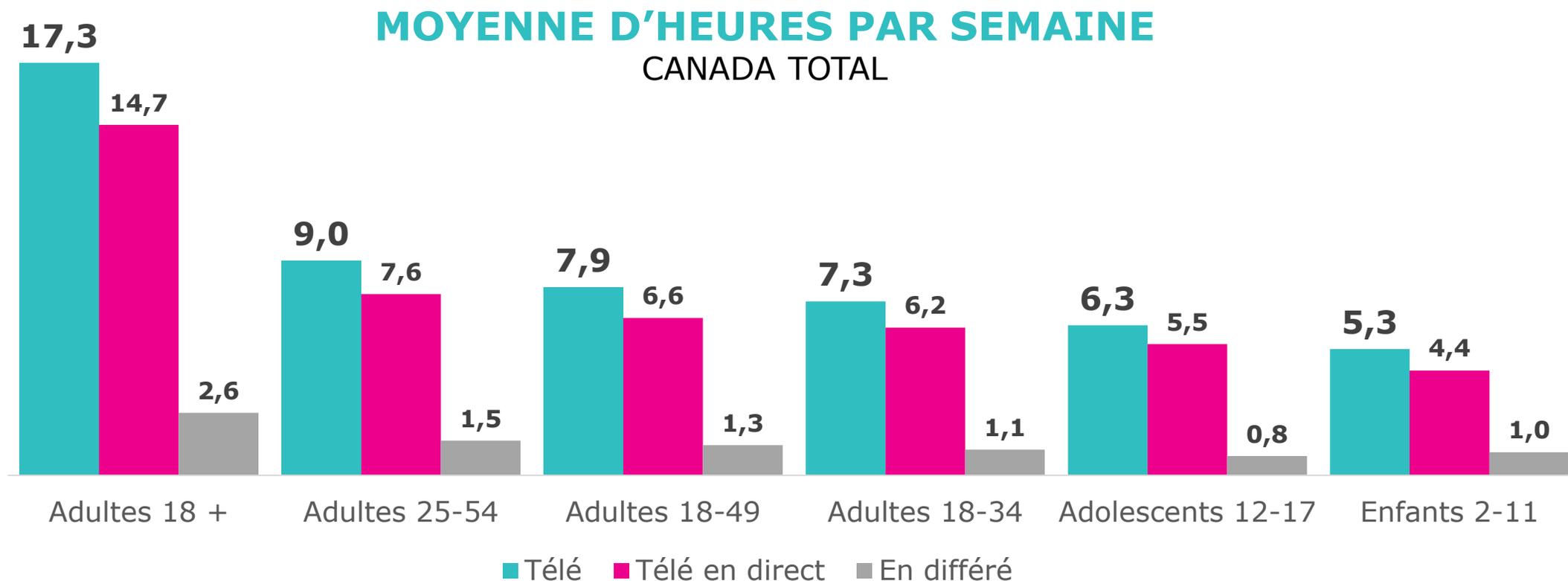


La télé agit à la fois en haut et en bas de l'entonnoir



La télé offre l'un des meilleurs rendements sur investissement et demeure le principal contributeur aux profits générés par la publicité

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

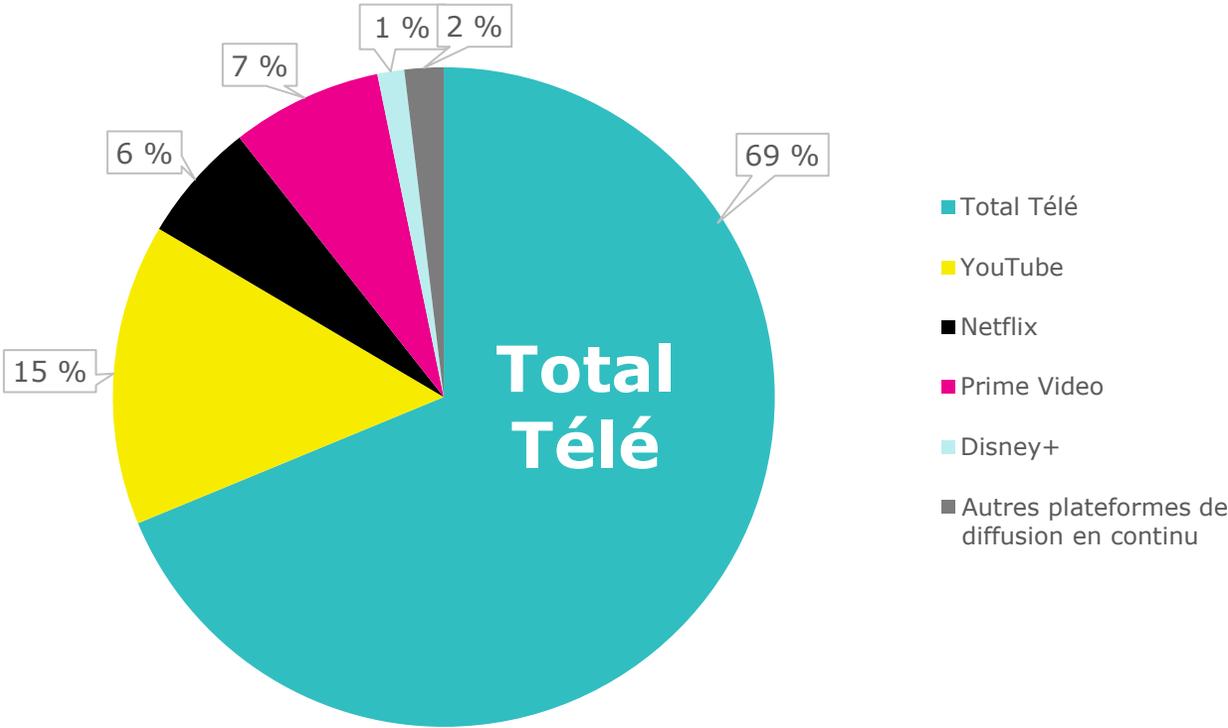


Source: Numeris, Canada total, 16 septembre 2024– 15 décembre 2024, Moyenne hebdomadaire par personne

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.

le visionnement total de la télévision = la plus grande part d'écoute vidéo

PART D'ÉCOUTE DE LA VIDÉO ADULTES DE 18 ANS ET PLUS | ONTARIO



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

Source: Numeris VAM, 16 septembre 2024– 15 décembre 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** travaille dans toutes les phases de l'entonnoir de conversion

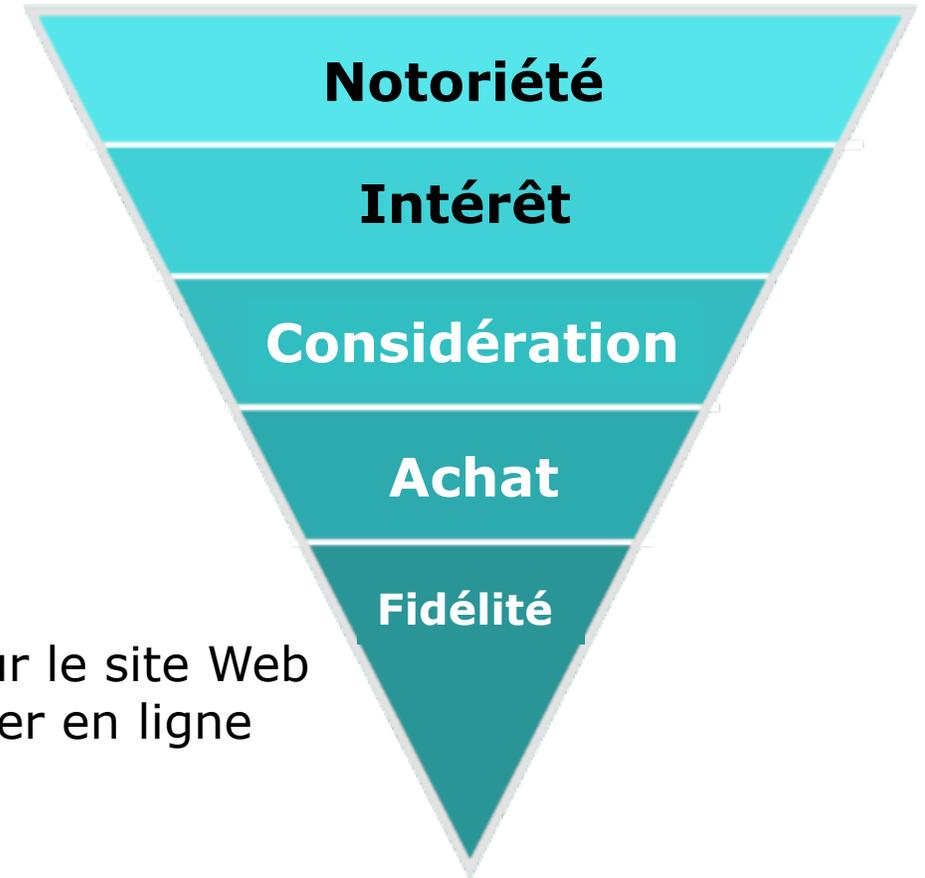
la télé demeure votre meilleure vitrine

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

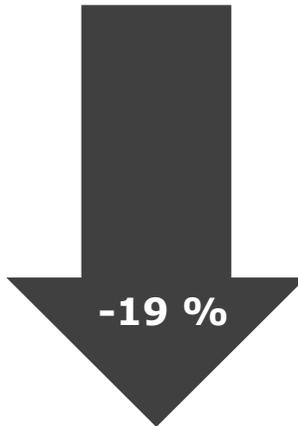


la **télé** bonifie la performance numérique

la télévision possède un important effet de halo sur les médias numériques, augmentant leur rendement sur investissement des ventes de 19 %



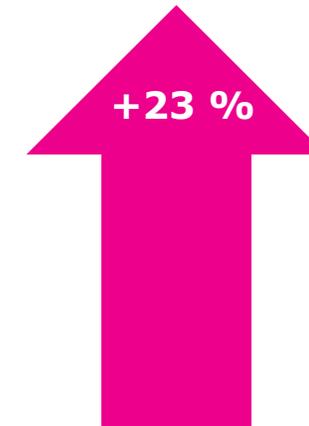
RSI Numérique seulement



sans l'effet de halo créé par la télévision, le rendement de la publicité numérique déclinerait de 19 %

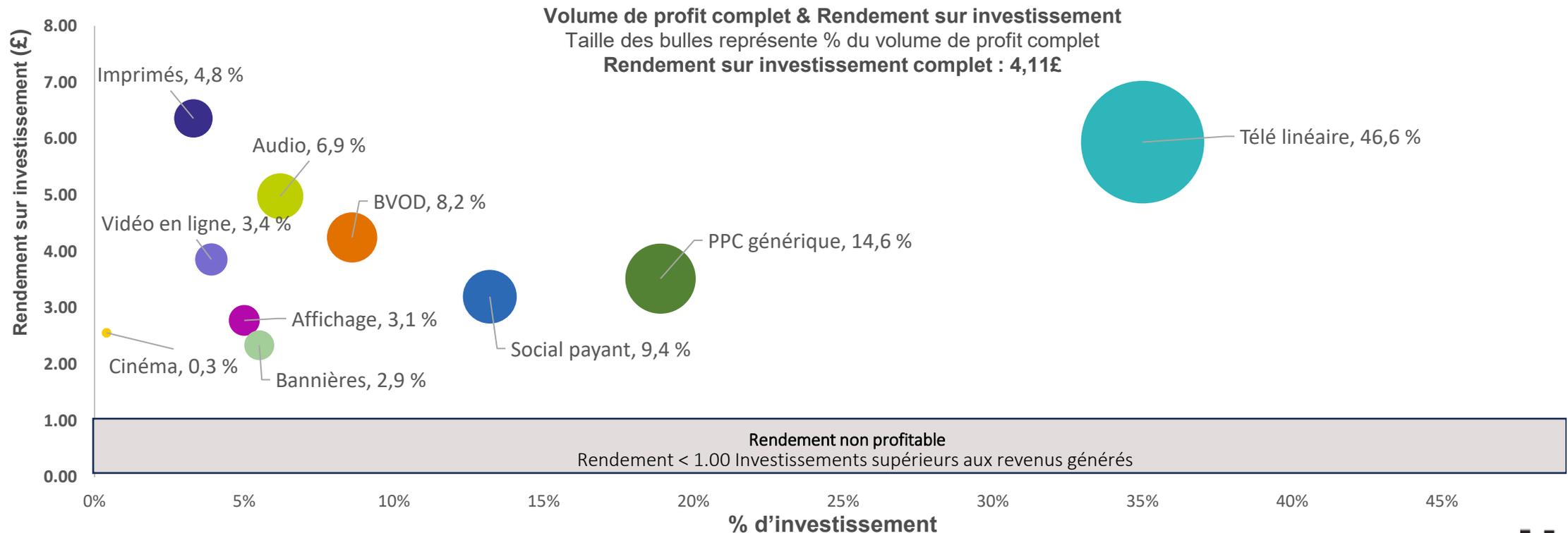


RSI ajusté de la télé



la publicité **télé** génère le plus important volume de profit

le rendement sur investissement global de la publicité passe de 1,87£ à 4,11£ à long terme
La télévision linéaire offre un rendement sur investissement exceptionnel de 5,94£ et un volume de profits inégalé, contribuant à 47 % des bénéfices totaux générés par la publicité sur seulement 35 % des investissements publicitaires totaux



Source: [Profit Ability 2](#), avril 2024 – Short term benchmarks: Ebiquty, EssenceMediacom, Gain Theory, Mindshare, Wavemaker UK.

Long Term Multipliers: EssenceMediacom, Gain Theory, Mindshare, Wavemaker UK

Volume profit est la contribution incrémentale de la publicité au profit de l'entreprise, basée sur les ventes unitaires, la contribution aux revenus, la marge bénéficiaire et/ou la valeur.

Rendement sur investissement est le ratio entre le volume de profit et les investissements publicitaires (RSI = Volume de profit/dépenses médias où 1 = seuil de rentabilité)

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

**Abonnez-vous à notre
bulletin électronique**



thinktv.ca