

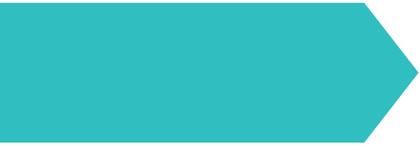
**pourquoi
la télé?**

think^{tv}



pourquoi la télé ?

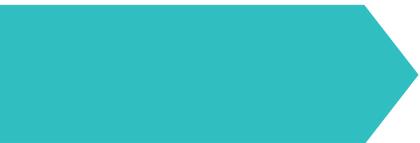
cinq principales raisons pour lesquelles vous devez inclure la télévision dans votre achat média



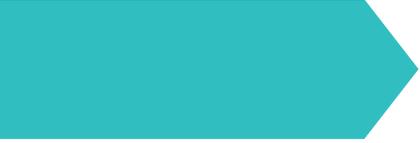
la télé génère la plus **grande portée** et **domine le temps passé** à regarder la vidéo



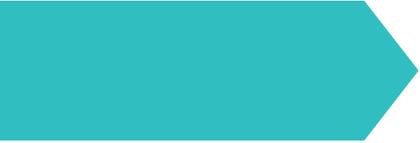
les publicités télé suscitent **plus l'attention**



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



la télé bonifie l'efficacité des placements numériques

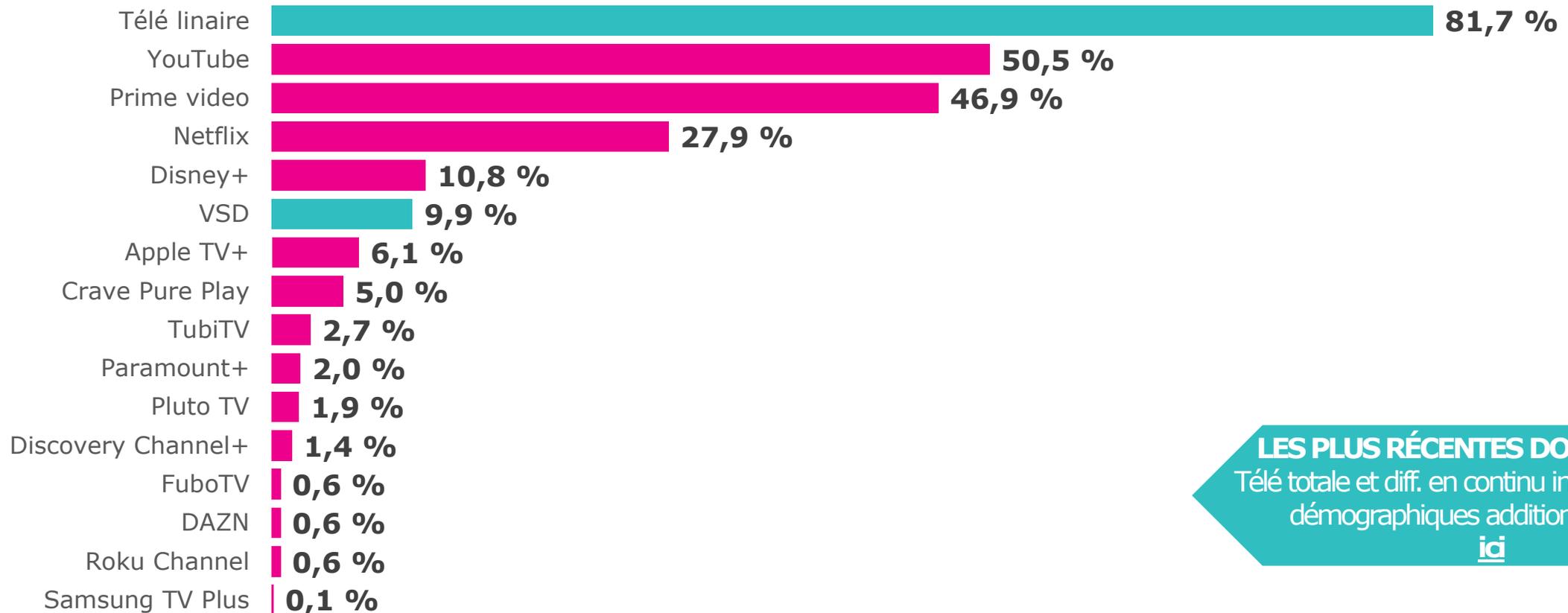


la télé offre l'un des **meilleurs rendements sur investissement** et demeure le principal contributeur aux profits générés par la publicité

le visionnement de la télé linéaire **surpasse** les plateformes de diffusion en continu

PORTÉE MOYENNE HEBDOMADAIRE %

ADULTES 18+ | ONTARIO



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM
Télé totale et diff. en continu incluant des profils
démographiques additionnels offerts

[ici](#)

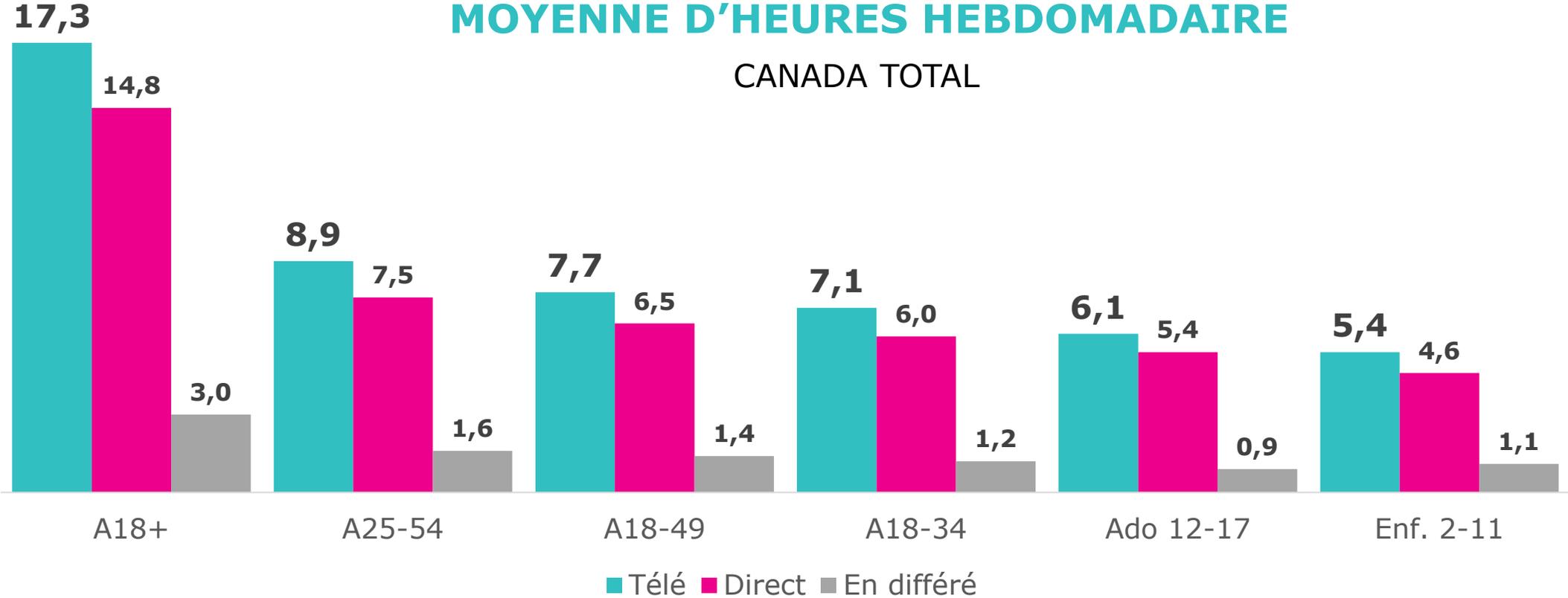
Source: Numeris VAM 2024-09-16 à 2025-05-25, Ontario

Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs | Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).

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

MOYENNE D'HEURES HEBDOMADAIRE

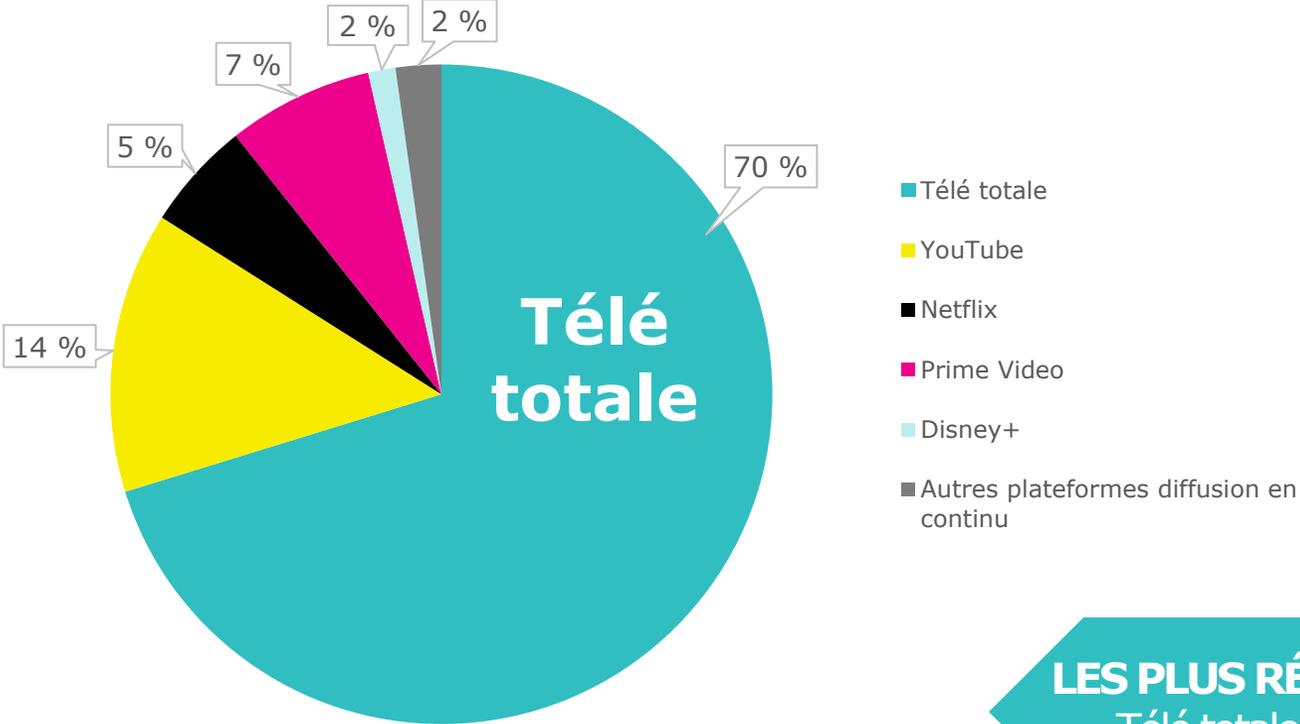
CANADA TOTAL



Source: Numeris, Canada total, 2024-09-16 à 2025-05-25, Moyenne d'heures par semaine par personne
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion des diffuseurs. Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).

Télévision totale: génère la plus grande part de visionnement vidéo

PART DE VIDÉO
ADULTES 18+ | ONTARIO



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM
Télé totale et diff. en continu offerts
[ici](#)

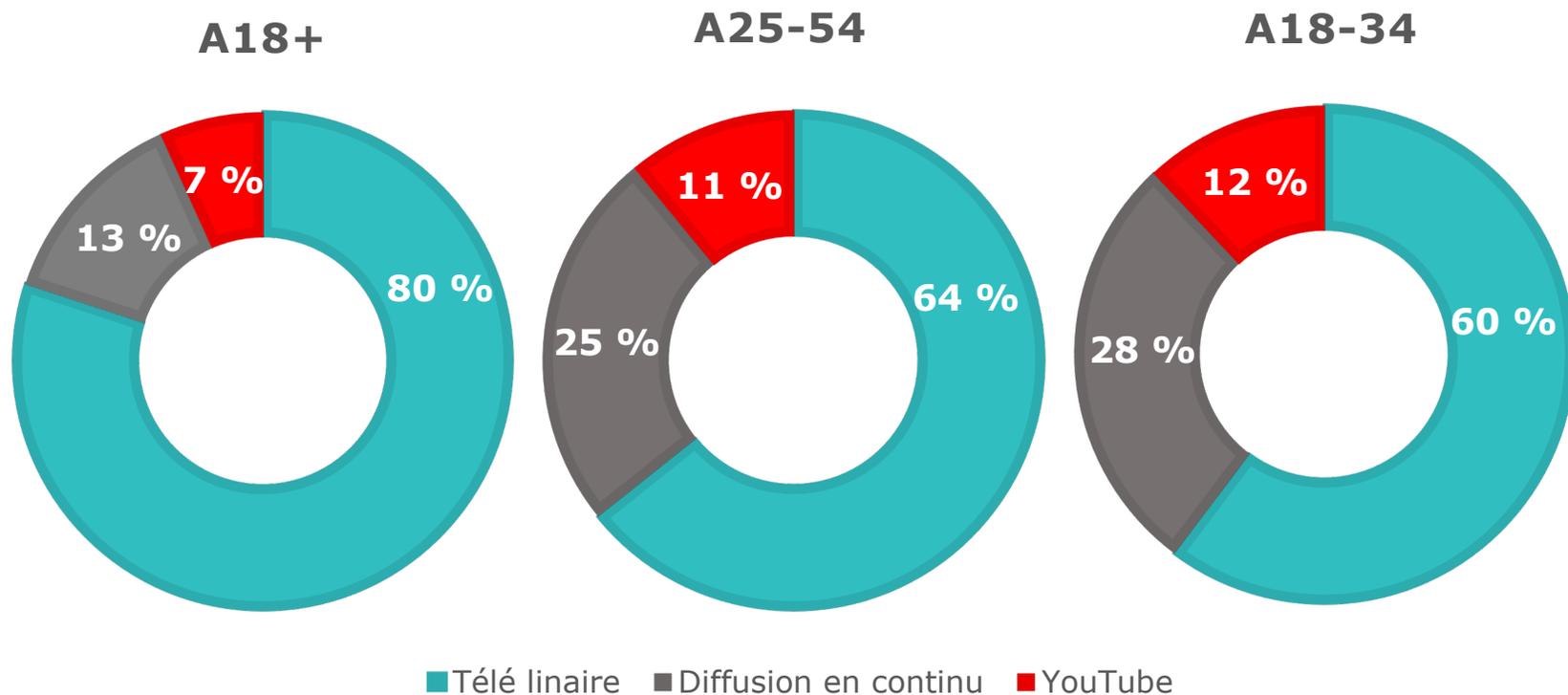
Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, Ontario, temps d'écoute total par personne
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion des diffuseurs | Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).
Autres plateformes de diffusion en ligne : 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

grand écran, grande **attention**

la télévision linéaire détient la plus grande part de contenu que nous regardons sur nos écrans de télévision

POURQUOI C'EST IMPORTANT

les publicités sur un écran télé créent un **impact supérieur**, avec des taux de rappel de **34 % plus élevés** que sur ordinateur et **60 % plus élevés** que sur un appareil mobile.

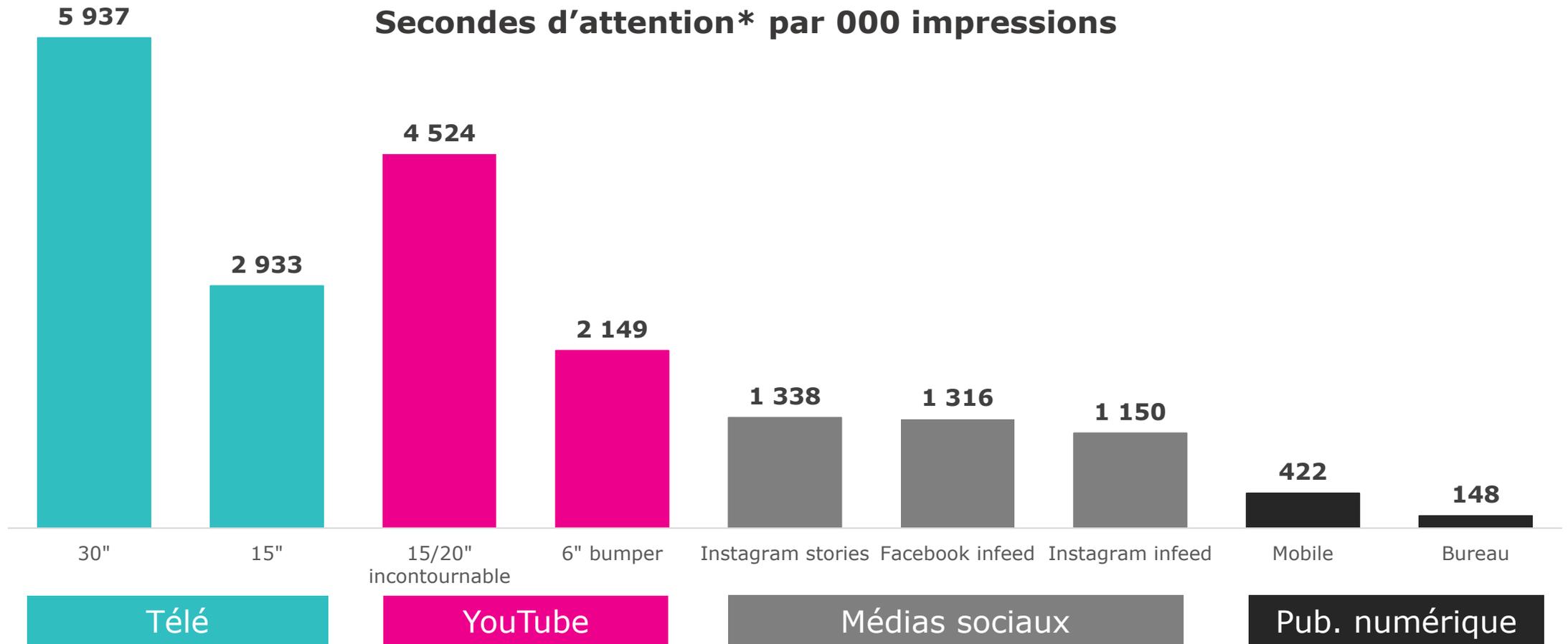


Note: Plateformes de diffusion en continu inclut avec et sans publicité

Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, Ontario | Temps total (heures) sur un téléviseur / appareil intelligent. Excluant Facebook Video, Instagram Reels, TikTok; plateformes de diffusion en continu inclut les plateformes des diffuseurs.

la publicité télé **génère** le plus de « secondes d'attention »

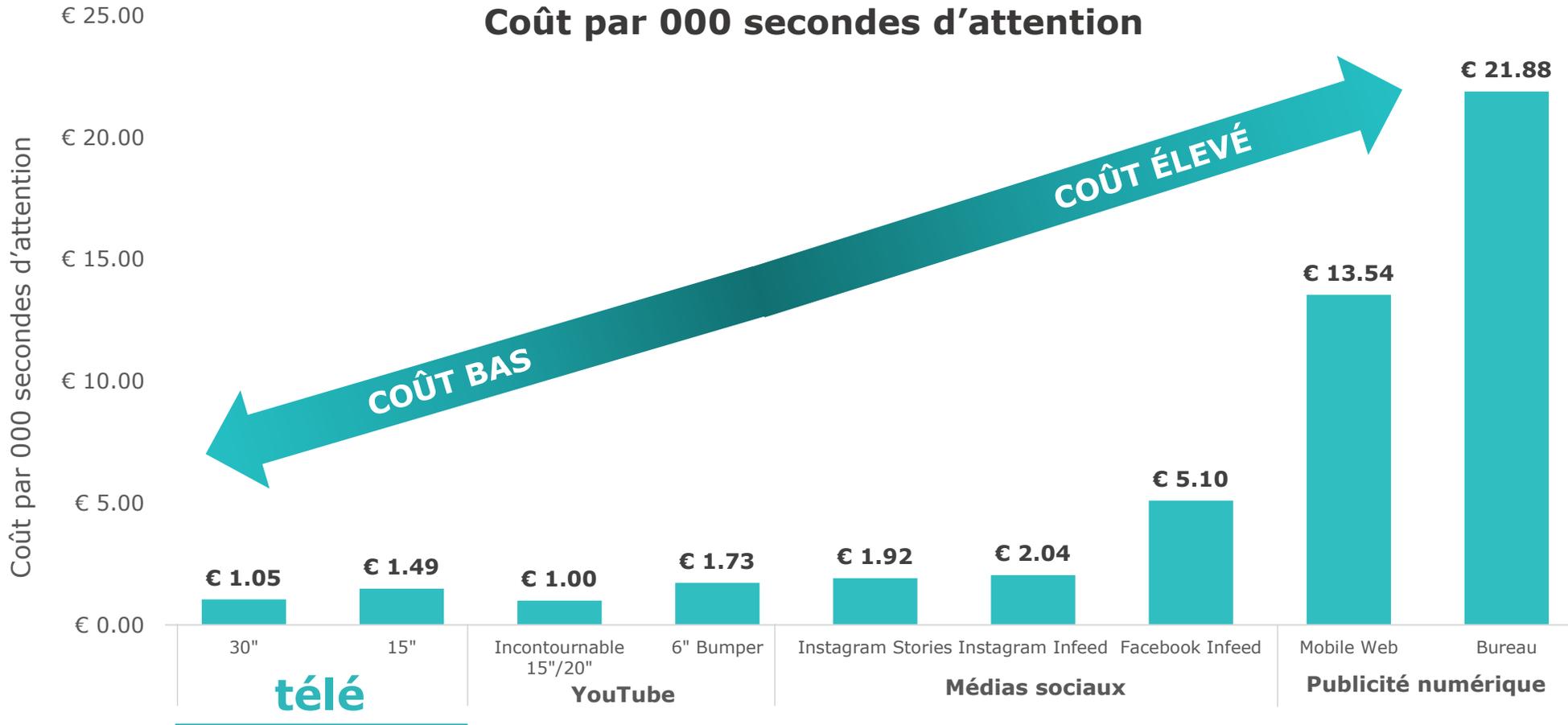
mesurer la notoriété en attention
Secondes d'attention* par 000 impressions



Source: Ebiquty, with Lumen, TVision and Dan White – The Challenge of Attention, juin 2021

* « Secondes d'attention » = le temps actuel où une publicité est vue par une personne.

la télé capte l'attention à un coût avantageux



la télé agit à chaque étape de l'entonnoir

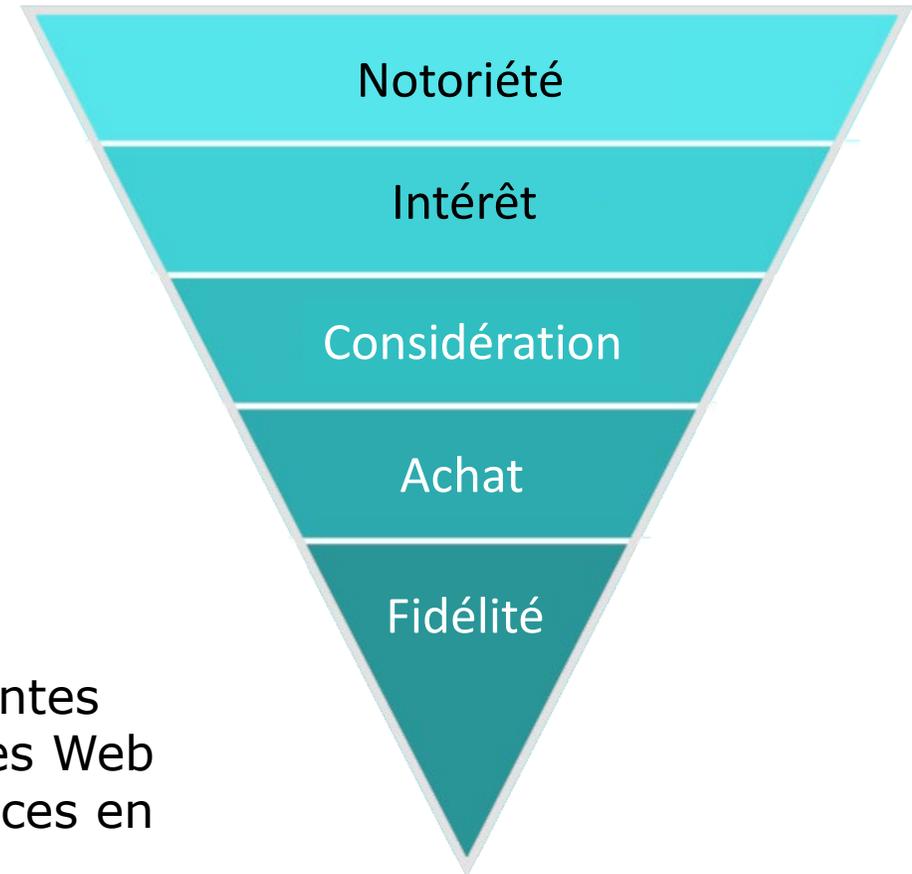
la télévision demeure votre meilleure vitrine

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 télé génèrent des visites sur les sites Web
- Les téléspectateurs achètent des produits et services en ligne alors qu'ils regardent la télévision

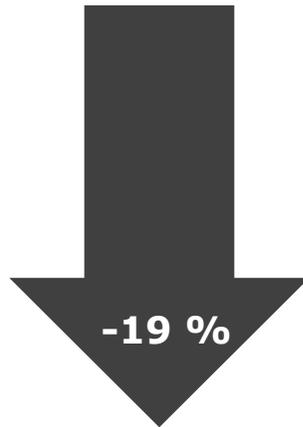


la télé bonifie l'efficacité du numérique

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



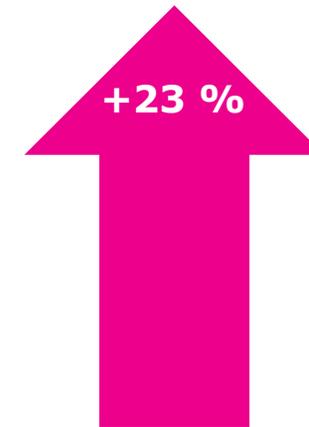
RSI sur numérique seul.



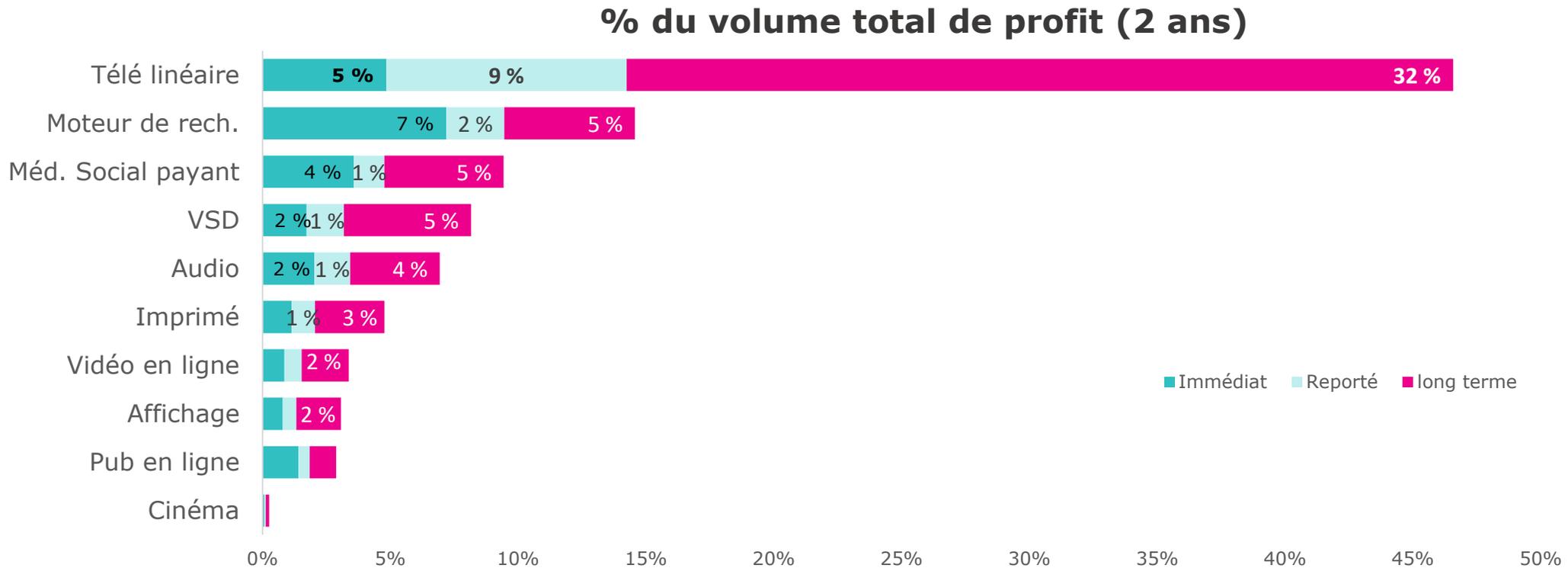
Sans l'effet halo
créé par la
télévision, le
rendement de la
publicité numérique
déclinerait de 19 %



RSI avec télévision



la télévision linéaire s'impose comme principal levier de profit à long terme

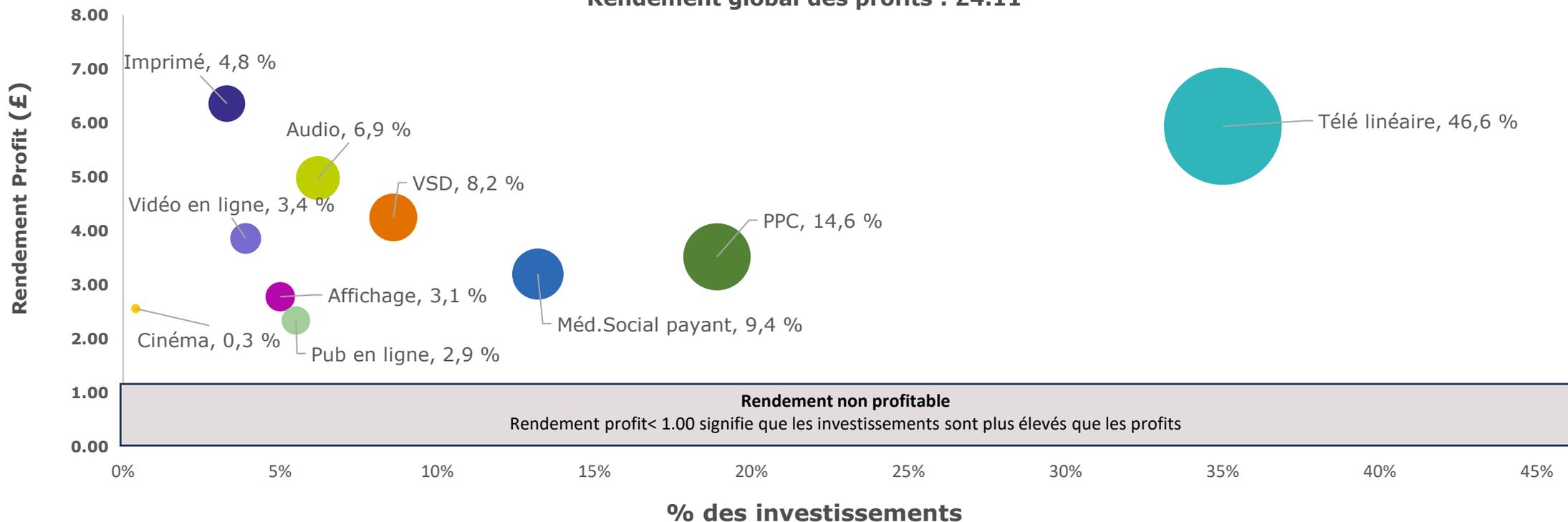


Source: [Profit Ability 2](#), avril 2024 – Données court terme: Ebiquty, EssenceMediacom, Gain Theory, Mindshare, Wavemaker UK. Données long terme: EssenceMediacom, Gain Theory, Mindshare, Wavemaker UK. Rendement immédiat = même semaine que la diffusion, Reporté = dans les 13 semaines, long terme = dans les 2 ans

la publicité télé génère la plus grande part des profits

la télé linéaire génère un rendement exceptionnel de **£5,94** pour chaque livre investie, contribuant à 47 % des profits publicitaires totaux, tout en ne représentant que 35 % des investissements publicitaires globaux.

Volume de profit & Rendement sur investissement
 Taille des bulles représente % du plein volume de profit
Rendement global des profits : £4.11



Source: [Profit Ability 2](#), avril 2024 – Données court terme: Ebiquty, EssenceMediacom, Gain Theory, Mindshare, Wavemaker UK.

Le **volume de profit** représente la contribution incrémentale de la publicité au profit de l'entreprise, calculée à partir des ventes unitaires, du chiffre d'affaires généré, de la marge bénéficiaire et/ou de la valeur à vie

Le **rendement sur le profit** correspond au ratio entre le volume de profit et les investissements publicitaires : (Rendement = volume profit/investissements médias où 1 représente le seuil de rentabilité)

la télé d'aujourd'hui continue de se réinventer



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 principaux **attributs** de la télé



Taux de visibilité : 100 %



Données d'écoute reconnues



Plein écran



Sans risque pour la marque



Avec son



Écoute partagée



Regardée par des humains



Programmation de qualité



pourquoi la télé?

think^{tv}

nous espérons que ce rapport vous a été utile.

nous avons encore beaucoup d'information à partager.
cliquez sur les liens ci-dessous pour poursuivre la conversation.

Abonnez-vous



Suivez-nous



Contactez-nous

