

**pourquoi
la télé ?**

think^{tv}

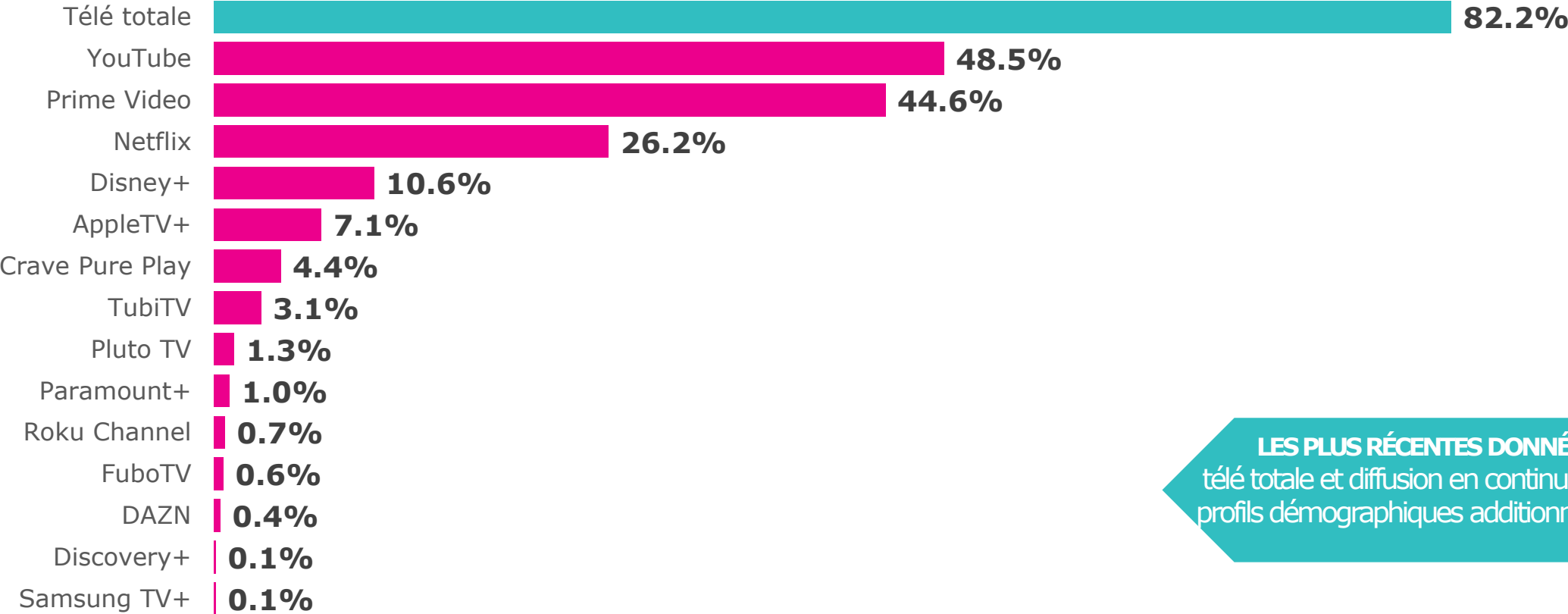


les cinq principales raisons de faire de la publicité à la télévision:

- 1. Les consommateurs regardent la télé :** La télévision totale offre la plus grande portée et domine le temps consacré à la vidéo, **dépassant YouTube** et l'audience combinée de toutes les plateformes de diffusion en continu.
- 2. La publicité télé stimule les profits :** La télévision offre l'un des **meilleurs rendements sur investissement** et demeure le principal **contributeur aux profits**.
- 3. Les publicités à la télé sont plus mémorables :** Les publicités à la télévision **attirent davantage l'attention**, générant bien plus de secondes d'attention que YouTube et les réseaux sociaux.
- 4. La télé offre un environnement de confiance :** La télévision est le média **le plus crédible** pour la publicité vidéo, atteignant, dans un contexte prestigieux, des auditoires, composés d'humains, mesurés par des tiers.
- 5. La télévision agit à chaque étape de l'entonnoir,** elle génère des **ventes et de l'achalandage** à court terme, tout en bâtissant les marques et la croissance à long terme.

la télévision totale génère une portée **inégalée**

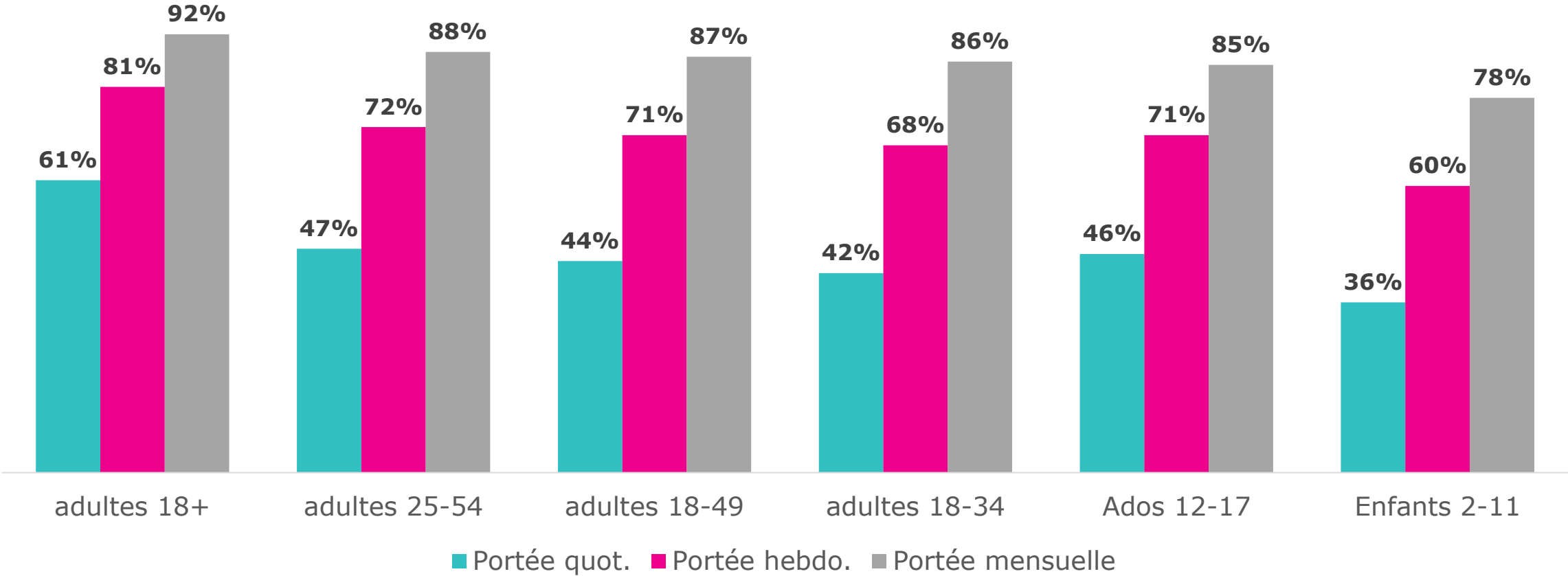
PORTÉE MOYENNE HEBDOMADAIRE %
ADULTES 18+



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM
télé totale et diffusion en continu induant des
profils démographiques additionnels offerts [ici](#)

Source: Numeris VAM 9/15/2025 à 5/31/2026, Canada total
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).

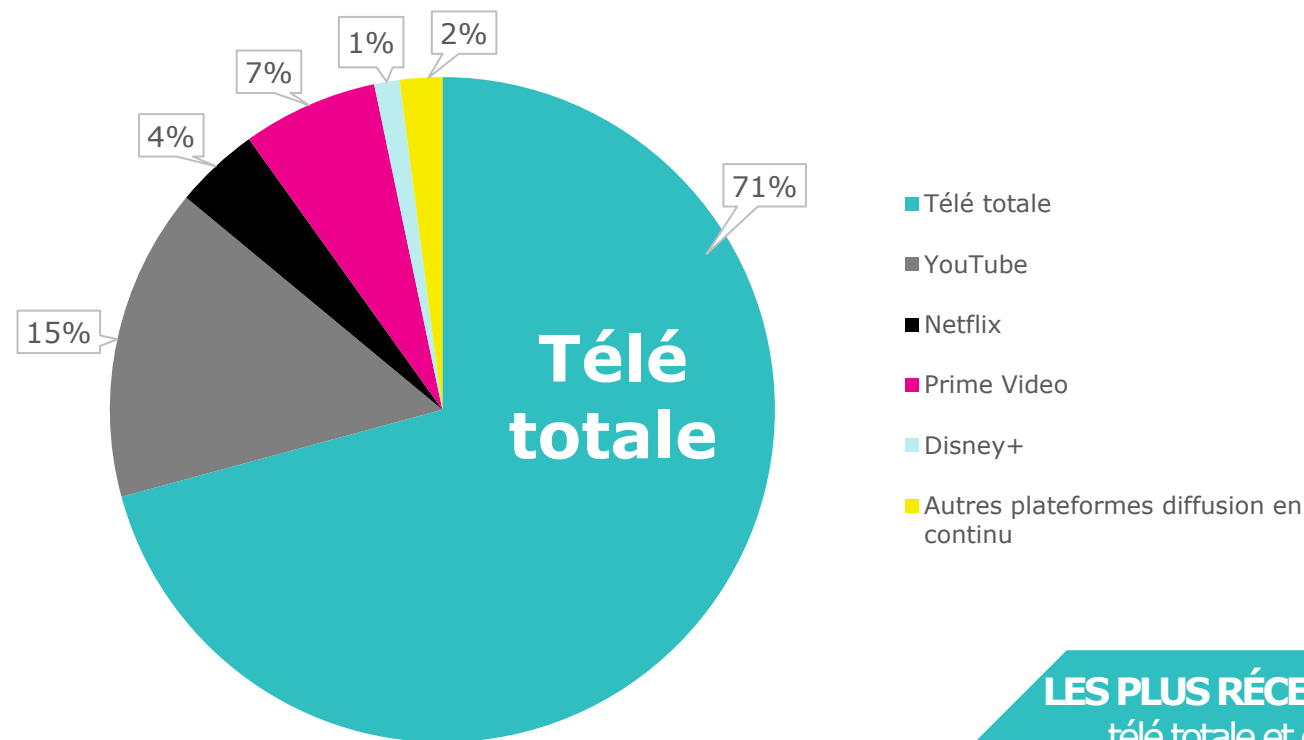
chaque mois, la télé linéaire atteint **92%** des Canadiens



Source: Numeris PPM, Total Canada, 9/15/2025 à 5/31/2026
Télé linéaire = visionnement de tout contenu d'un télédiffuseur (diffusé sur n'importe quelle plateforme et télévision linéaire) ainsi que de tout contenu d'un télédiffuseur enregistré sur EVP (incluant les messages publicitaires) qui est visionné dans les 7 jours suivant la diffusion initiale. N'inclut pas la diffusion en continu sur demande.

Télévision totale génère **la plus grande part** de visionnement vidéo

PART DE VIDÉO ADULTES 18+



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM
télé totale et diff. en continu offerts

[ici](#)

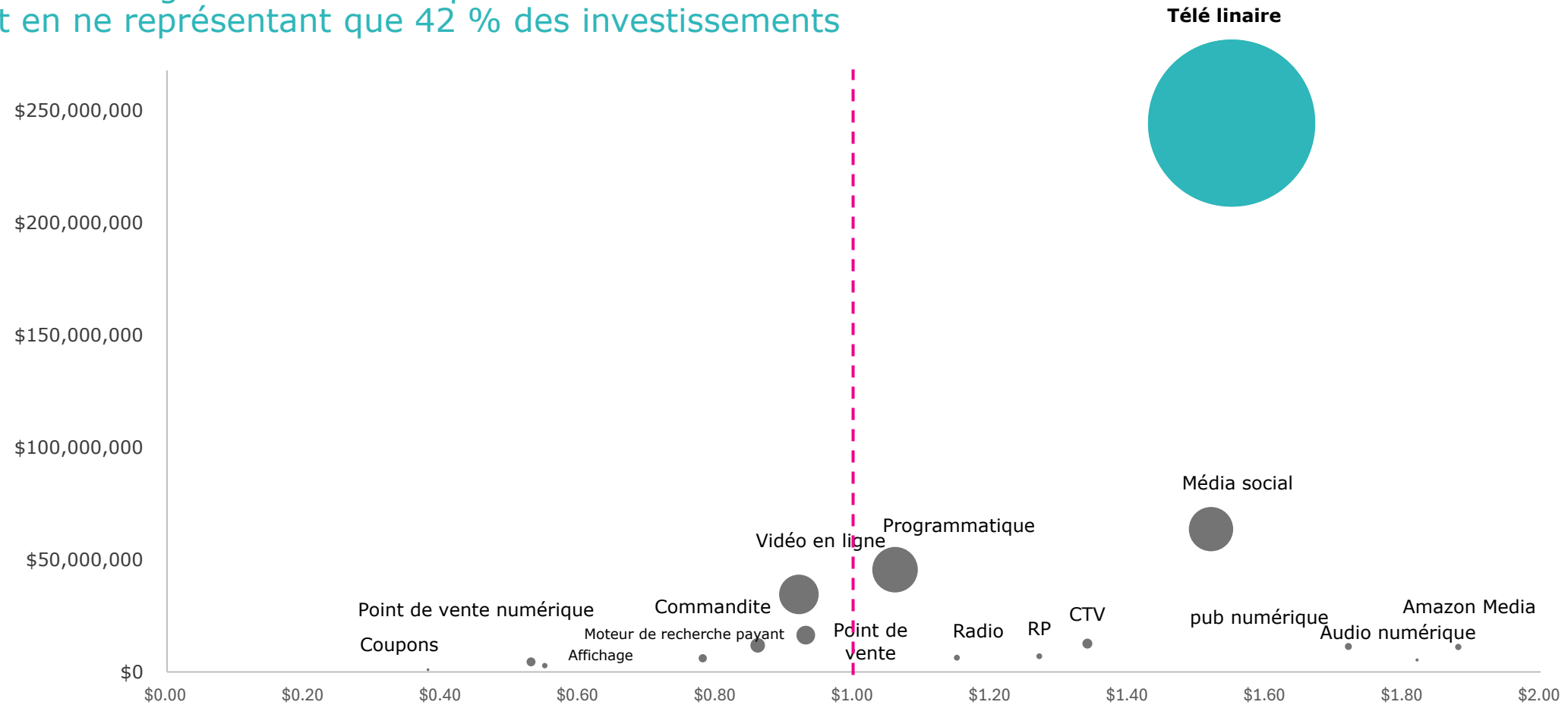
Source: Numeris VAM 9/15/2025 à 5/31/2026, Canada total, temps d'écoute total par personne

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

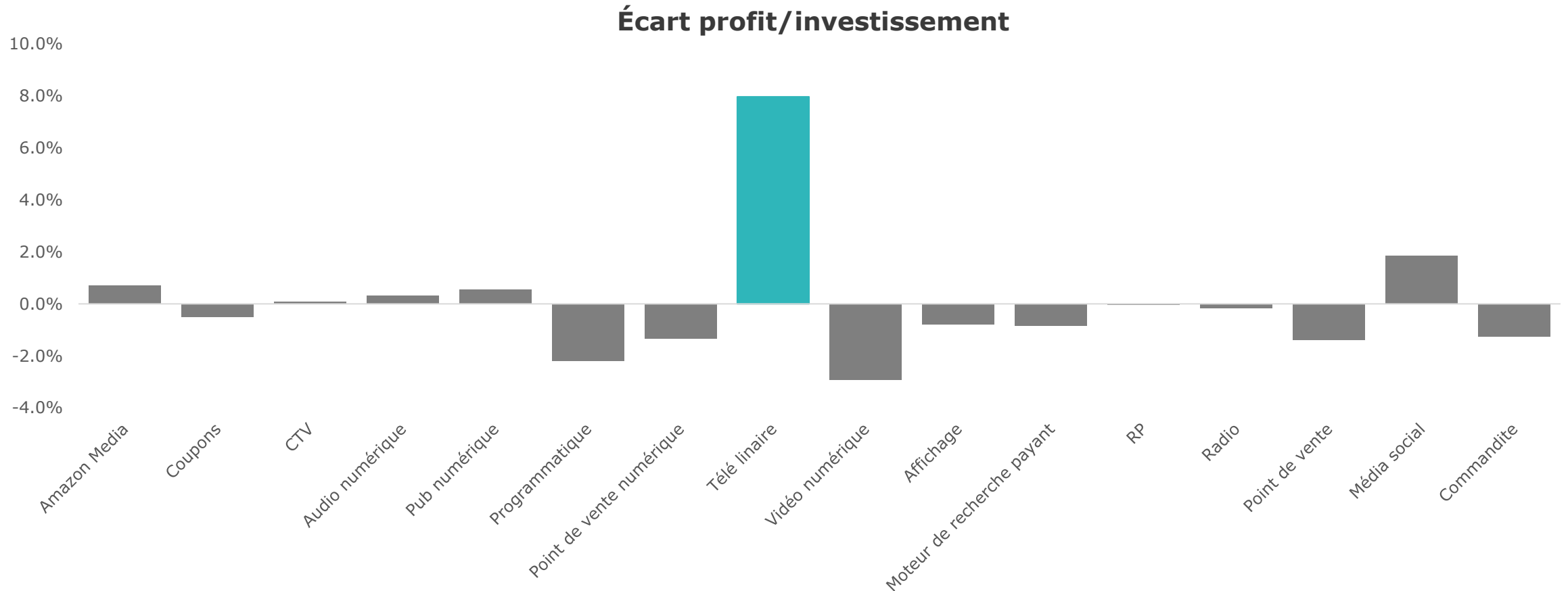
la télévision est le principal générateur de profits au Canada

La télévision génère 50 % des profits mesurés à court terme tout en ne représentant que 42 % des investissements



la télévision est le principal générateur de profits

la télé génère un rendement en profit nettement supérieur à l'investissement qu'on y consacre



la publicité télé stimule les ventes

des résultats de campagnes prouvent son efficacité à court terme

De nouvelles analyses, fondées sur des données d'exposition et d'achat déterministes, mesurent l'impact immédiat de la télévision sur les ventes, les acheteurs et la conversion.

90%

des campagnes de biens de consommation ont généré une hausse mesurable des ventes

19%

d'augmentation moyenne des ventes

7%

d'augmentation de nouveaux acheteurs

Les résultats au niveau de la marque étaient encore plus frappants :

Marque de mouchoirs en papier

+47%

d'augmentation des ventes durant la campagne

Marque d'antiallergiques

+35%

d'augmentation des ventes durant la campagne

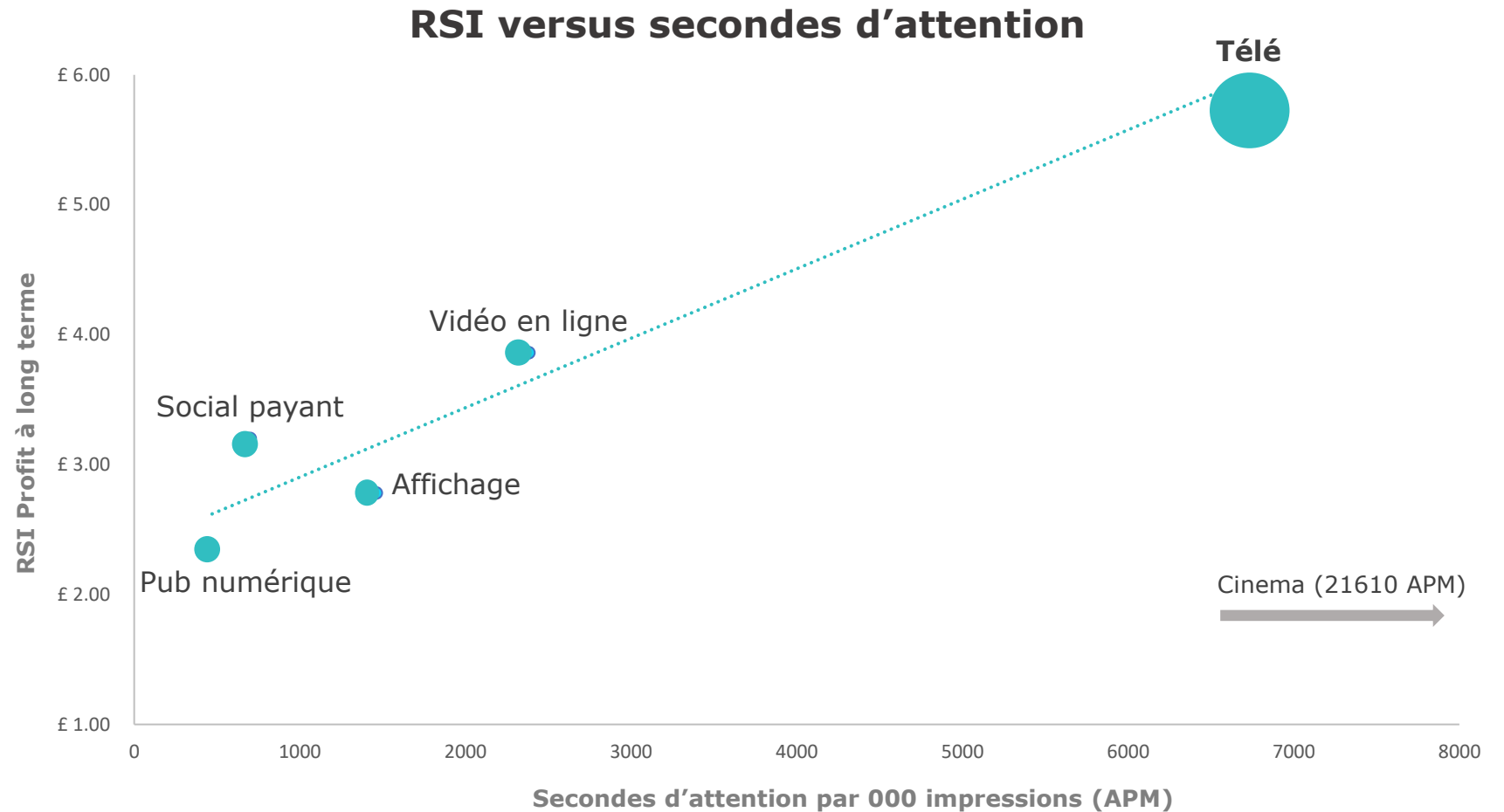
Marque d'analgésiques

+27%

d'augmentation des ventes durant la campagne

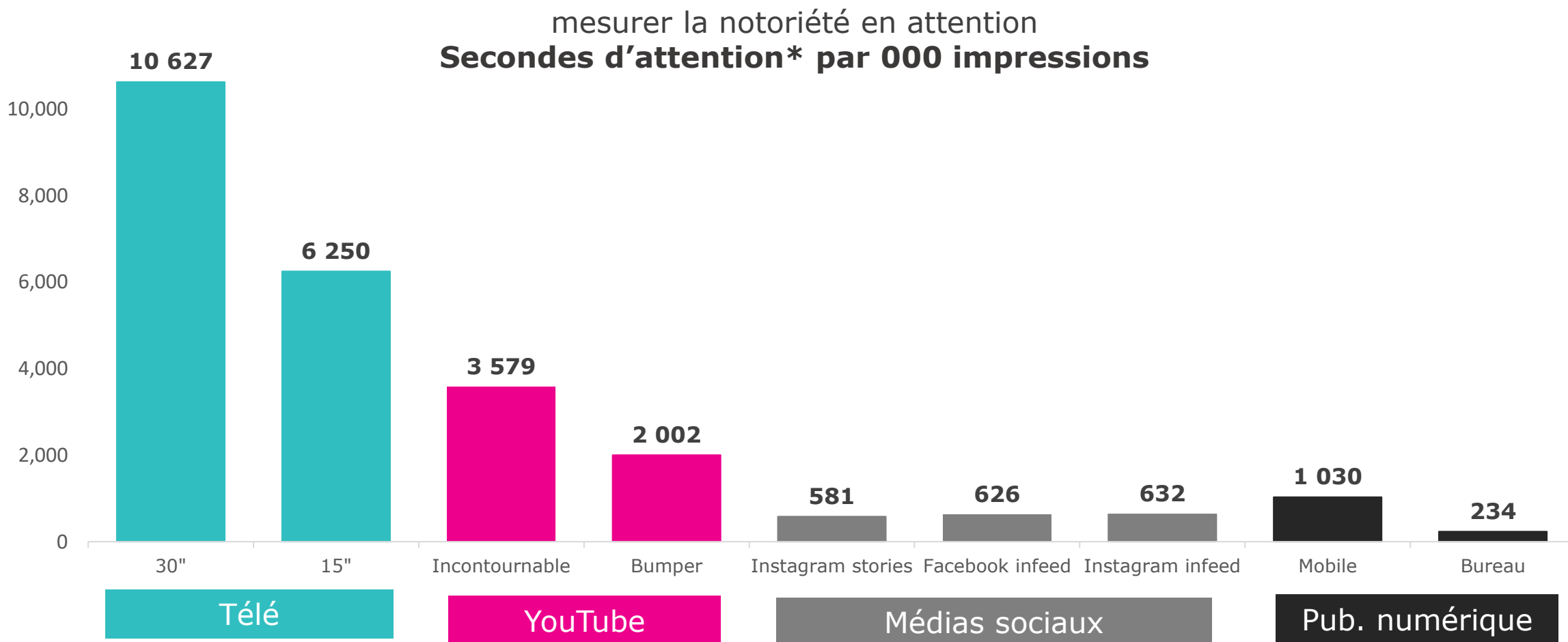
la télé génère davantage d'attention

Il existe une forte corrélation entre les secondes d'attention et une hausse de profit selon les canaux médias, la télévision offrant un volume de secondes d'attention par impression largement supérieur à la vidéo en ligne ou la publicité sur les plateformes sociales



les publicités à la télé sont plus mémorables

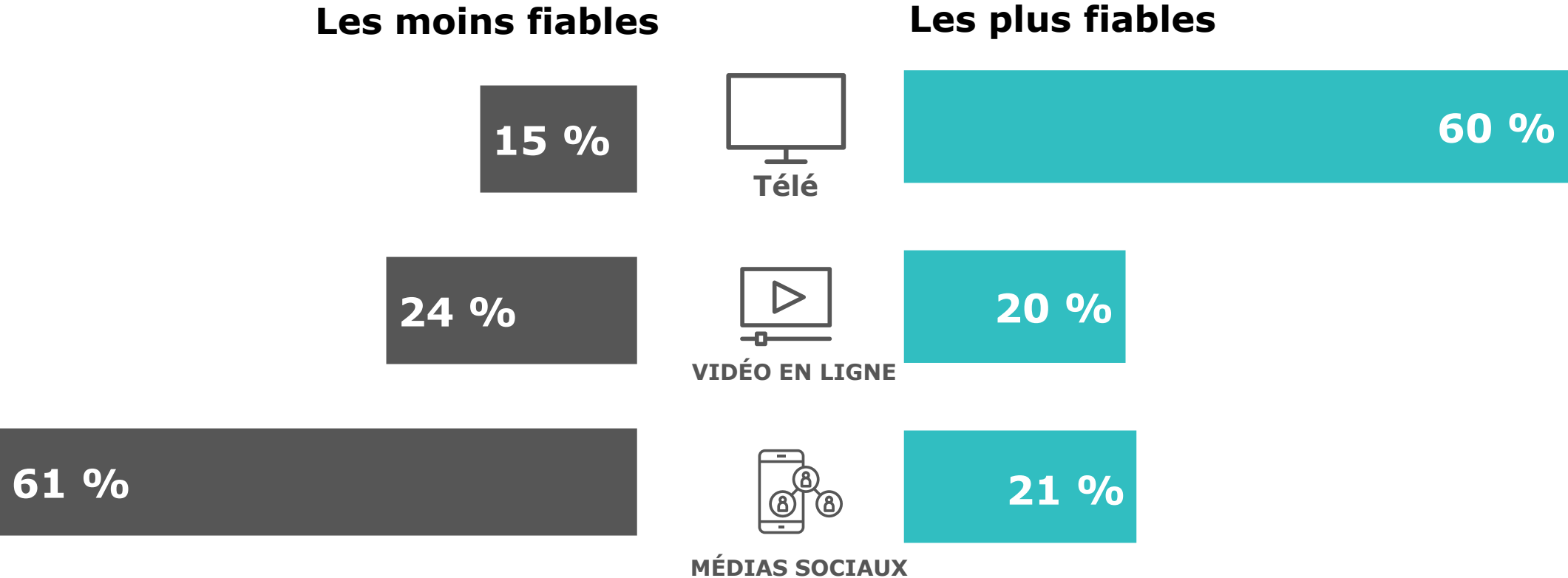
la publicité télé génère le plus de « secondes d'attention »



Source: Ebiquity, with Lumen, TVision and Dan White – The Challenge of Attention, 2024

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

pour les Canadiens, la télé est le média **le plus fiable** alors que les médias sociaux le sont moins



Parmi les médias suivants, lequel représente les publicités vidéo qui vous semblent les plus fiables? les moins fiables?

la télé agit à chaque étape de l'entonnoir

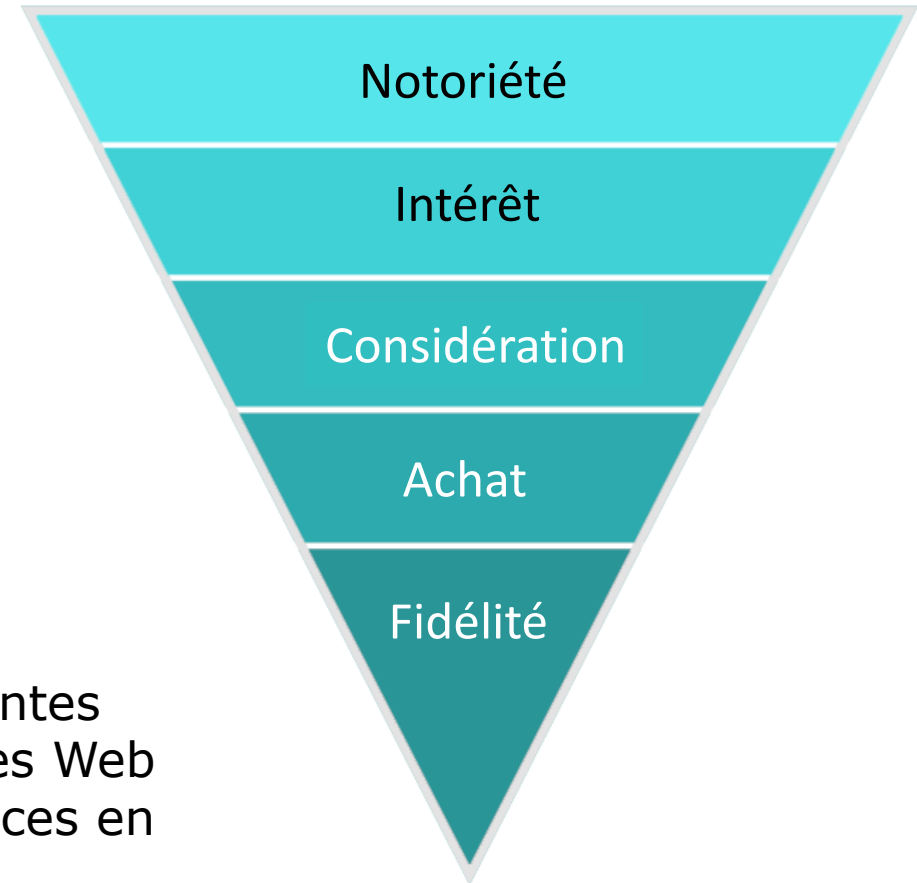
Stimule l'action à chaque étape du cheminement consommateur

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 d'aujourd'hui continue de se réinventer



100% des chaînes de télé sont diffusées 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

pour en savoir plus » [le pouvoir de la télévision](#)



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

