

**pourquoi  
la télé ?**

**think**<sup>tv</sup>



# les cinq principales raisons pour diffuser de la publicité à la télévision:

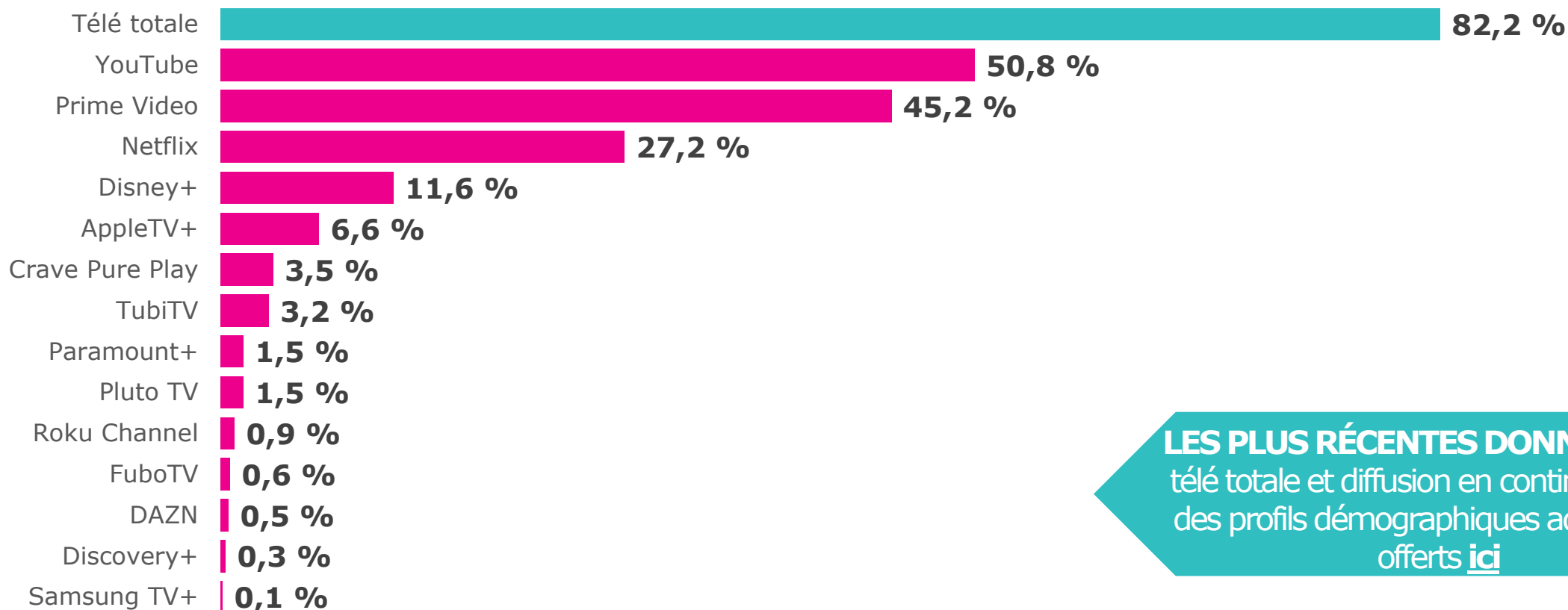
- 1. Votre consommateur regarde la télé :** La télévision totale génère la plus grande portée et domine le temps passé à regarder la vidéo, **dépassant YouTube** et l'audience combinée de toutes les plateformes de diffusion en continu.
- 2. La publicité télé stimule les profits :** La télévision offre l'un des **meilleurs rendements sur investissement** et demeure le principal **générateur de 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, offrant des auditoires, composés d'humains, mesurés par des tiers dans un environnement de prestige.
- 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.

# votre consommateur regarde la télé

la télévision totale génère une portée inégalée

## PORTÉE MOYENNE HEBDOMADAIRE %

ADULTES 18+

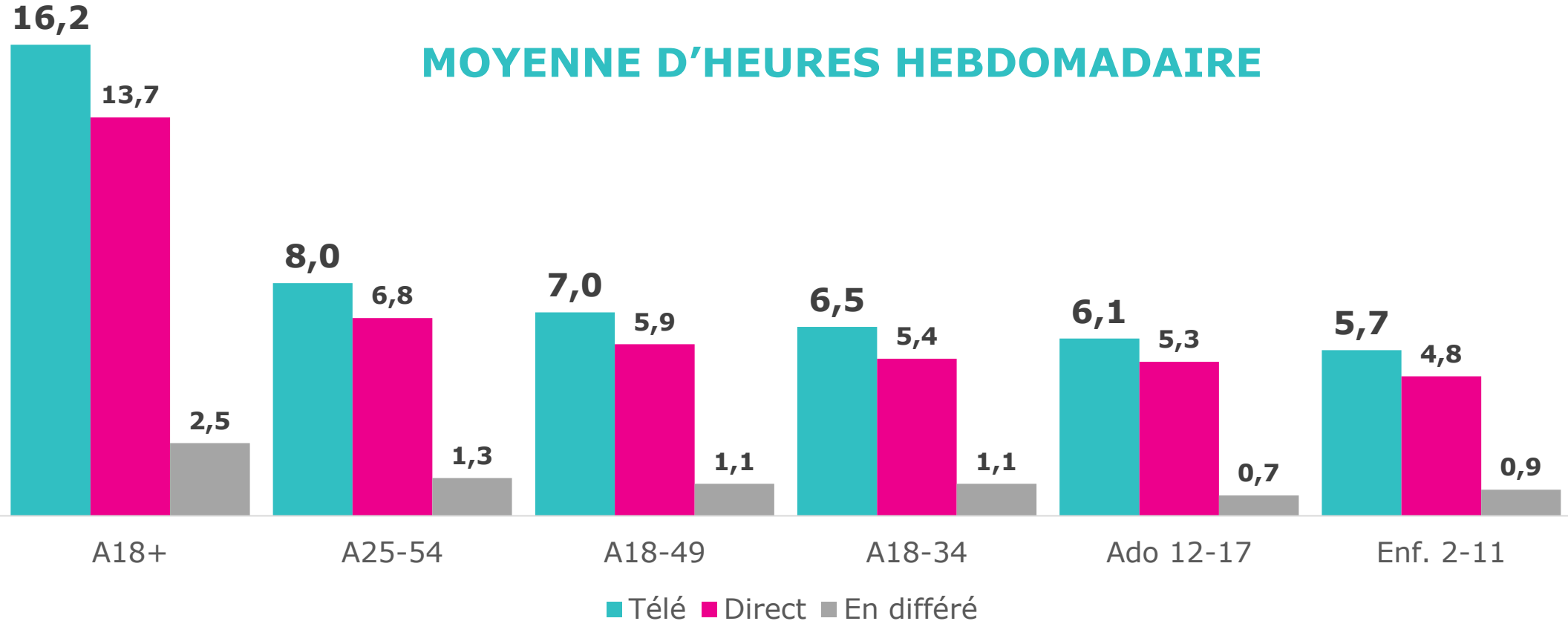


**LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM**  
télé totale et diffusion en continu incluant  
des profils démographiques additionnels  
offerts [ici](#)

Source: Numeris VAM 09/15/25 à 12/21/2025, 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).

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

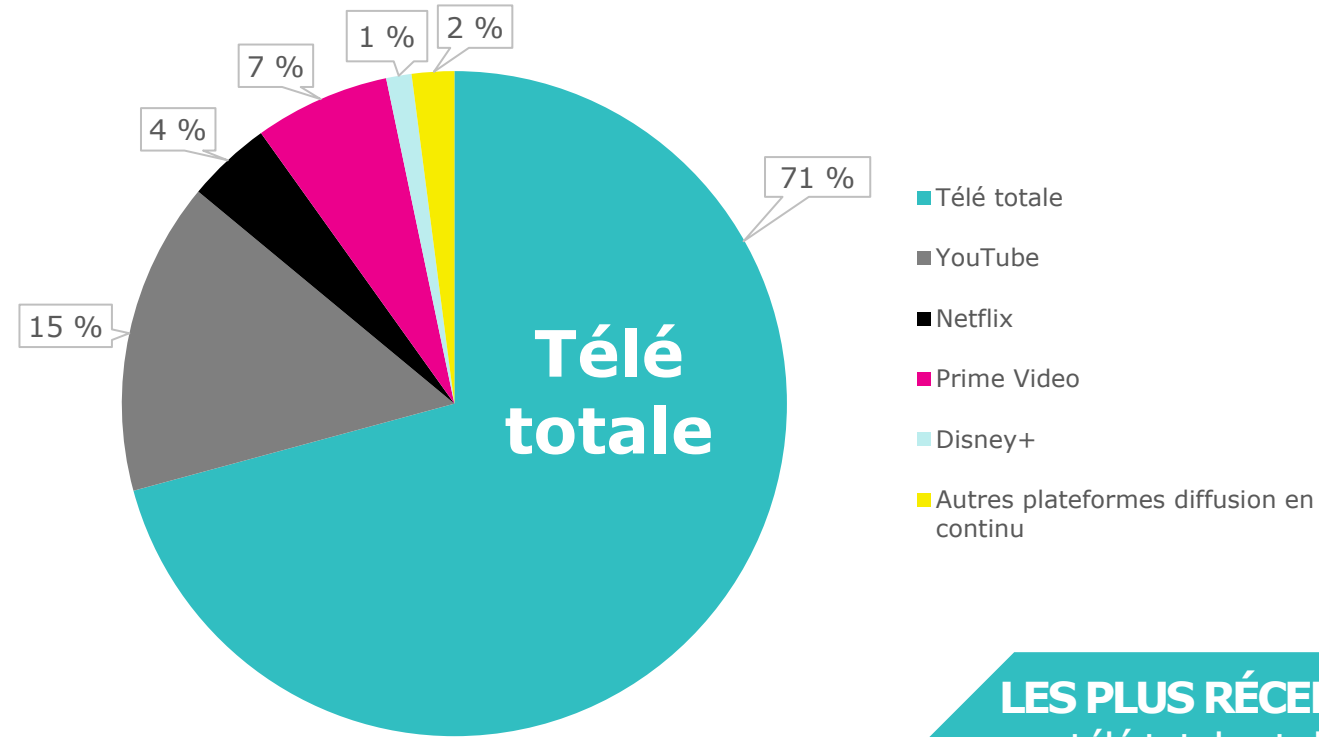


Source: Numeris PPM, Canada total, 2025-09-15 à 2025-12-21

# voire consommateur regarde la télé

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](#)

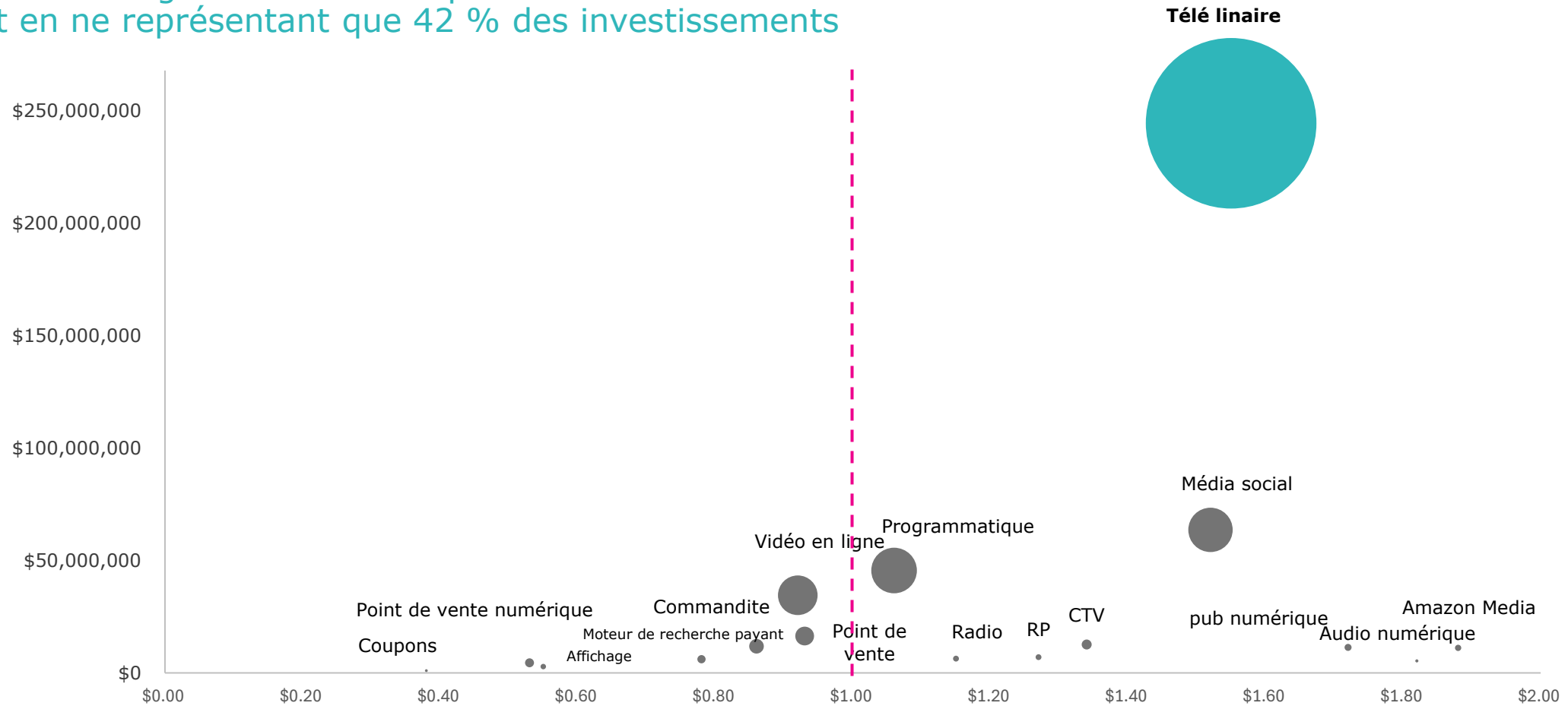
Source: Numeris VAM 09/15/25 à 12/21/2025, Canada total, temps d'écoute total par personne

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 TV Plus, TED, TubiTV

# la télévision est le principal générateur de profits au Canada

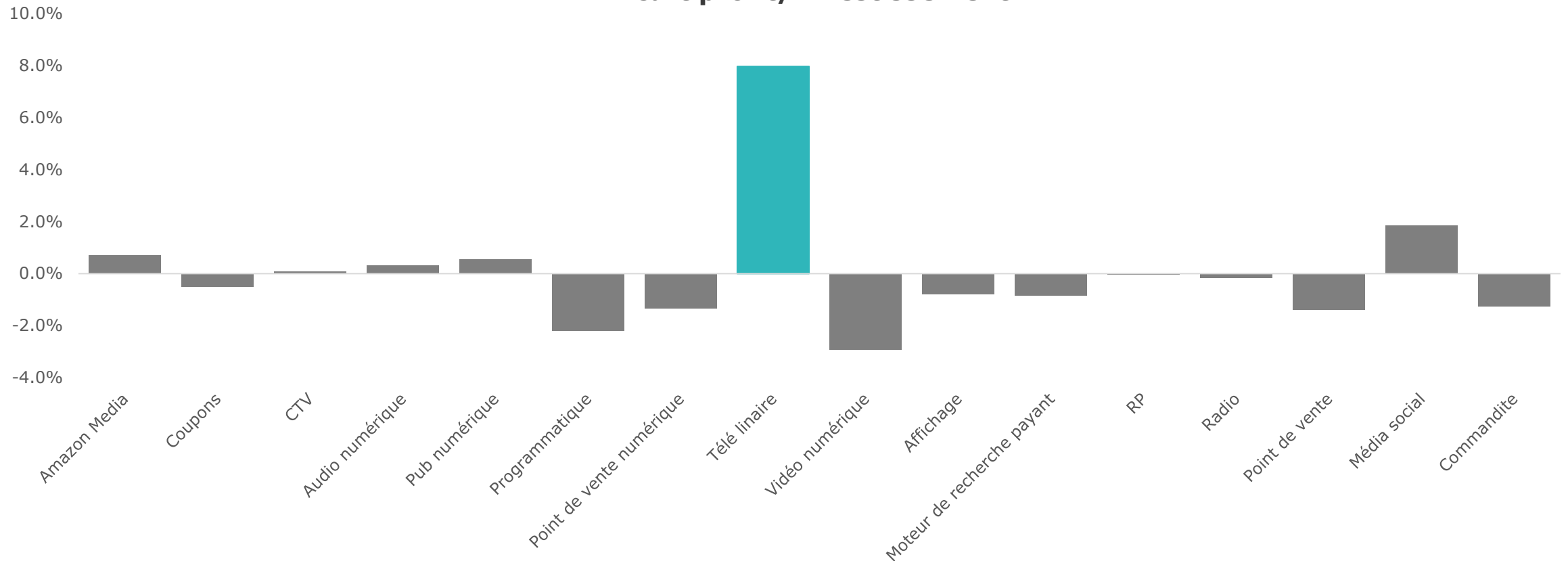
La télévision génère 50 % des profits mesurés à court terme tout en ne représentant que 42 % des investissements



# la télévision est le principal générateur de profits

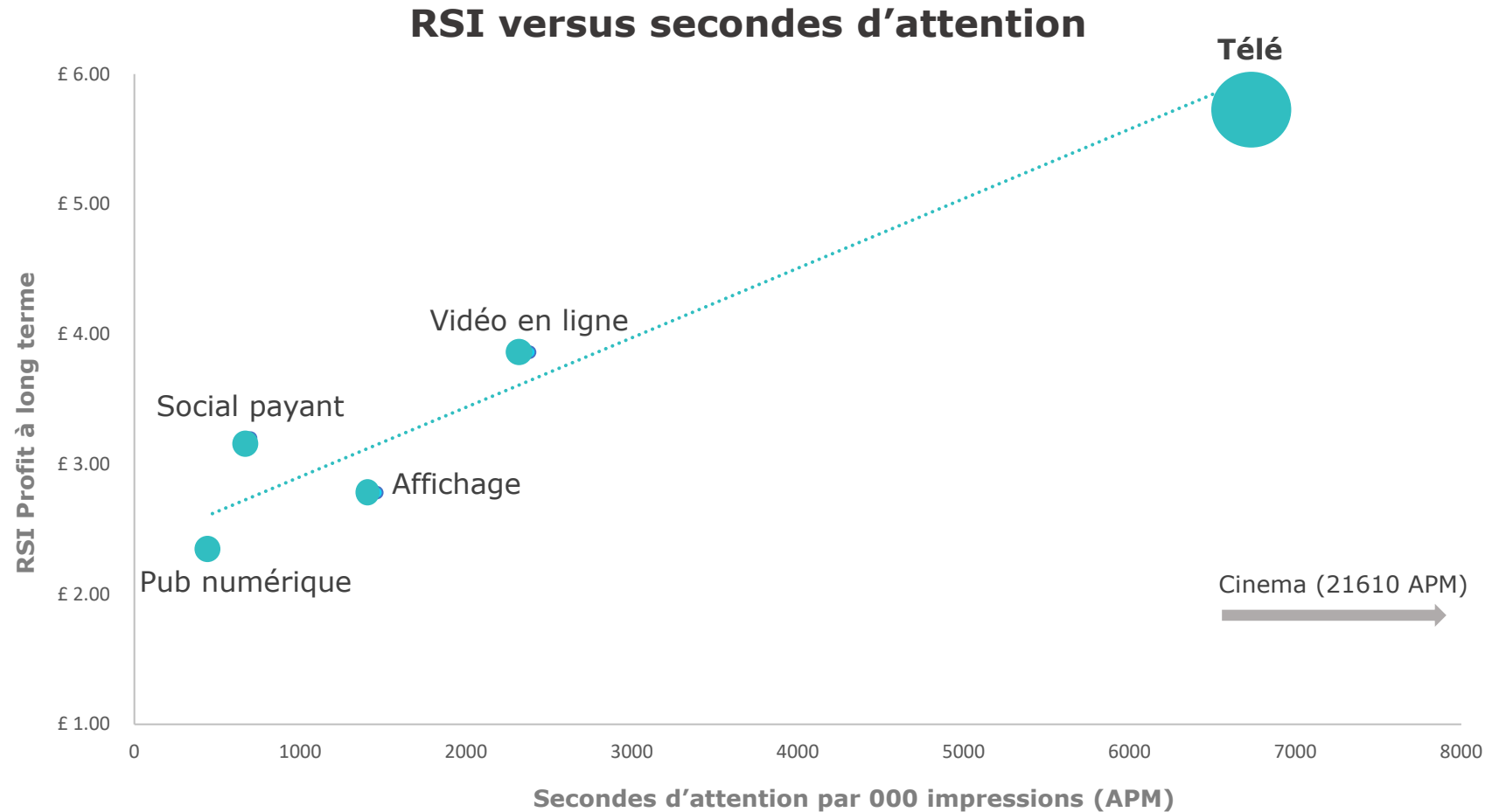
la télé génère un rendement en profit nettement supérieur à l'investissement qu'on y consacre

Écart profit/investissement



# la télé génère avantage d'attention

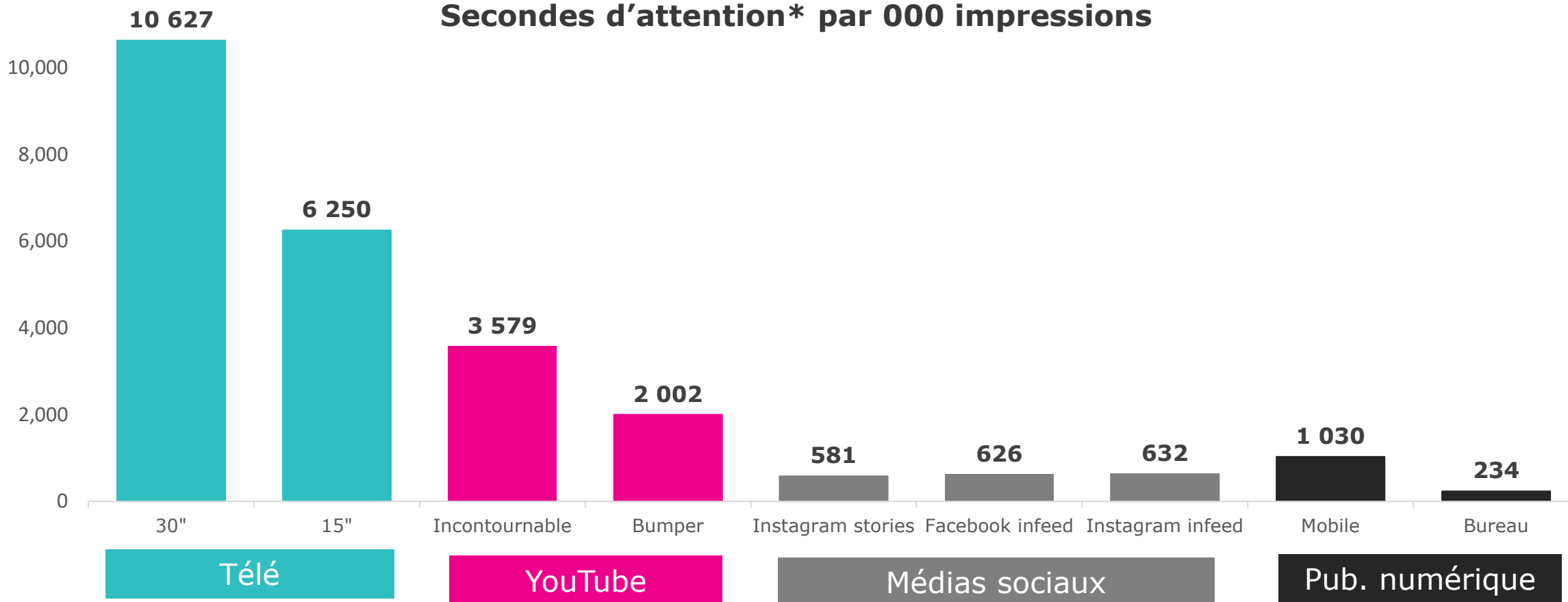
Il existe une forte corrélation entre les secondes d'attention et une hausse de profit selon les canaux médias, la télévision offrant un volume de secondes d'attention par impression largement supérieur à la vidéo en ligne ou la publicité sur les plateformes sociales



# les publicités à la télé sont plus mémorables

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

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



Source: Ebiquty, 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.

# la télé offre un environnement de confiance

la télévision est le média **le plus crédible** pour la publicité vidéo, offrant des auditoires, composés d'humains, mesurés par des tiers dans un environnement de prestige.

## Les moins fiables

15 %



Télé

## Les plus fiables

60 %

24 %



VIDÉO EN LIGNE

20 %

61 %



MÉDIAS SOCIAUX

21 %

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

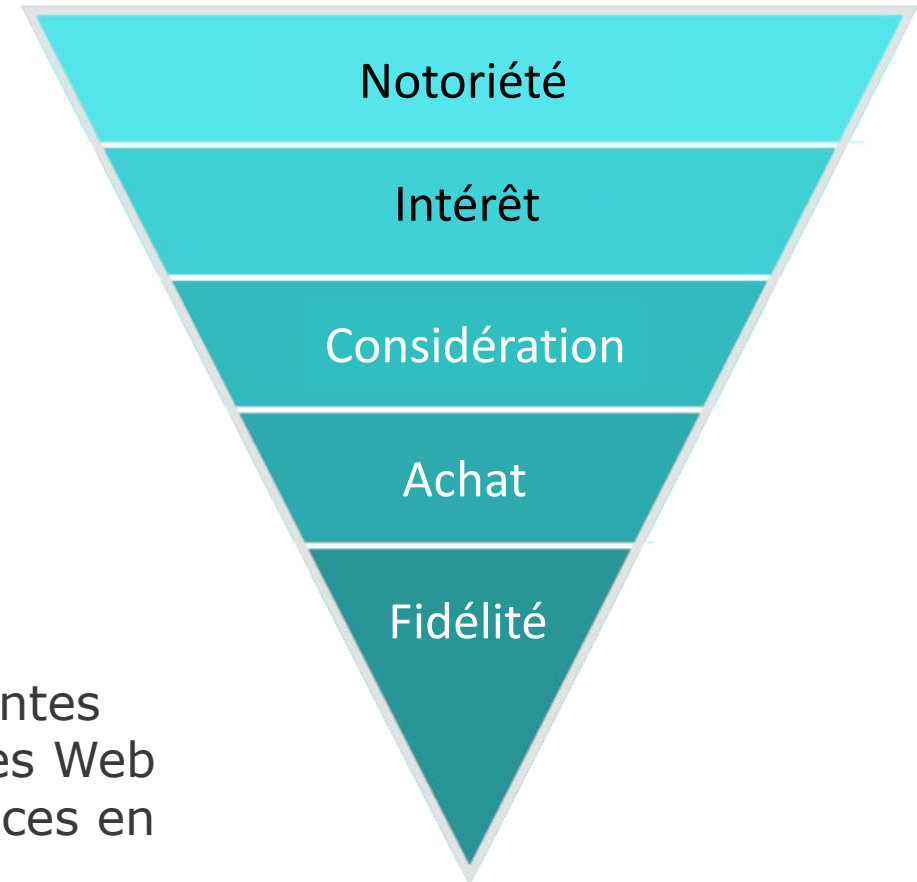
la télévision demeure votre meilleure vitrine

## 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 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**

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



pourquoi la télé?

# think<sup>tv</sup>

**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

