

L'affichage



# MAXIMISEZ VOS ACHATS MÉDIA



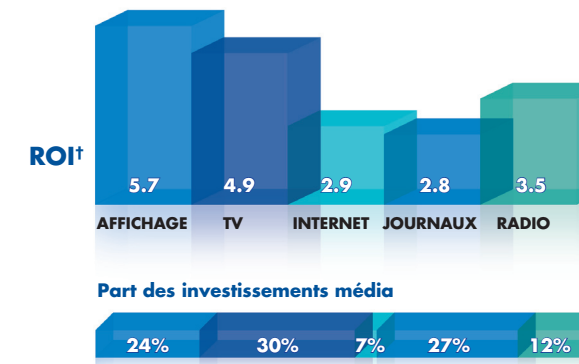
# Maximisez la performance de vos campagnes

BrandScience, firme de consultants marketing et efficacité affaires, a analysé plus de 400 études économétriques afin de vérifier l'impact des médias sur les ventes, tant individuellement qu'en mix média (retour sur l'investissement/Return On Investment-ROI). Plusieurs catégories ont été analysées, ils ont pu ainsi tirer quelques conclusions des plus intéressantes.

## Les constats généraux

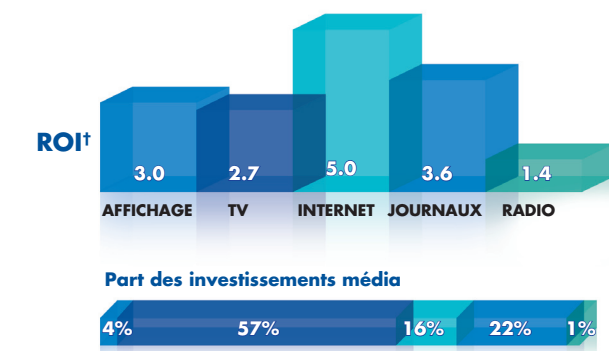
- L'affichage génère un ROI élevé, au-dessus de la moyenne des médias analysés.
  - Pour l'ensemble des catégories analysées, l'affichage se classe toujours parmi les trois premiers médias.
- Malgré des budgets moindres, l'affichage performe mieux que les autres médias analysés.
- Lorsque combiné à d'autres médias, l'affichage fait augmenter de façon substantielle la performance des autres médias.
- Contrairement aux autres médias, le taux de l'affichage augmente avec le temps.

### Voyages



L'affichage est le média qui rapporte le plus par rapport aux investissements.

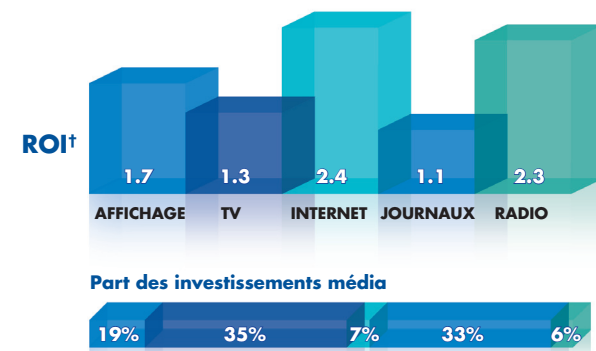
### Services financiers



Avec seulement 7 % du budget TV, l'affichage livre de meilleurs résultats.

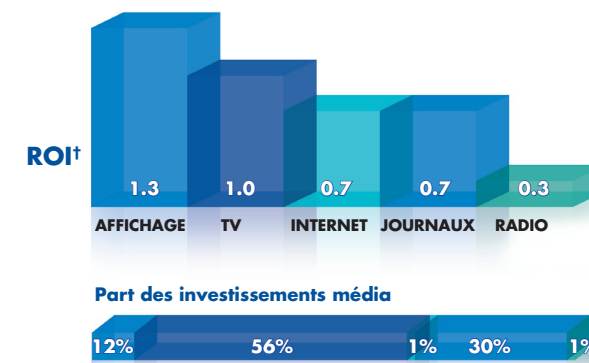
## RÉSULTATS PAR CATÉGORIE

### Tous produits (sauf services)



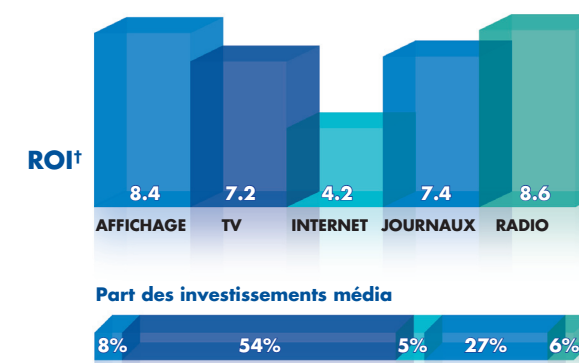
L'affichage génère un ROI 31 % plus élevée que la télévision pour la moitié du budget.

### Santé et beauté



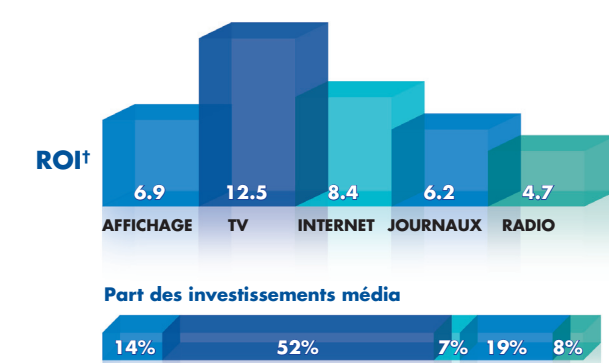
L'affichage est le média le plus performant.

### Télécommunications



Avec seulement 15 % du budget TV, l'affichage est bon deuxième avec une performance 17 % plus élevée que la télévision.

### Loisirs\*

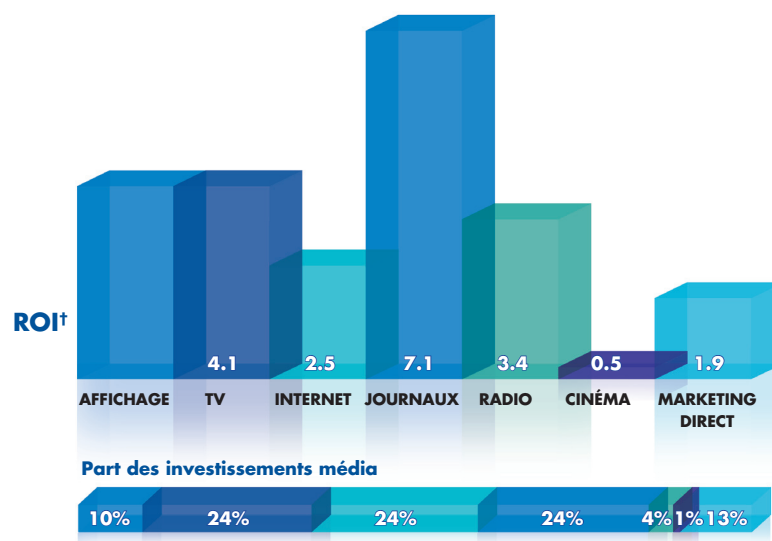


L'affichage donne la moitié du ROI télévision avec seulement le quart du budget média de la TV.

\*Inclus : publicités DVD/vidéo/CD/jeux de hasard/ restaurants et parcs thématiques

† Revenus de ventes progressifs générés pour chaque dollar de coût média.

## Commerces de détail



Avec 40 % du budget de la télévision, l'affichage performe à un niveau similaire.

## SOMMAIRE

1. La recherche confirme l'efficacité d'utiliser plusieurs médias (mix média) afin de créer des points de contact qui rejoignent les consommateurs aux bons moments de la journée et sur le chemin des achats.
2. Le retour sur l'investissement de l'affichage augmente avec le temps contrairement aux autres médias qui demeurent stables.
  - Ceci est dû à l'érosion de l'auditoire, ainsi qu'à la fragmentation de certains médias comme la télévision et internet. La technologie a aussi eu un impact positif pour l'affichage avec le développement des réseaux numériques et des possibilités interactives qui peuvent engager les consommateurs actifs qui passent plus de la moitié de leur temps à l'extérieur du foyer.
3. Malgré des budgets de publicité inférieurs, l'affichage démontre qu'il performe mieux que les autres médias et lorsque combiné aux autres médias, la performance globale augmente.

† Revenus de ventes progressifs générés pour chaque dollar de coût média.

Pour de plus amples informations sur la recherche BrandScience, contactez AMCA :

Rosanne Caron  
Présidente  
rcaron@omaccanada.ca  
416.968.3435 x108

Luc Granger  
Directeur marketing et communications  
lgranger@amccanada.ca  
514.219.1127

[www.amccanada.ca](http://www.amccanada.ca)

