



Il y a les publicités qu'on voit, et celles qu'on regarde.

Chaque jour, les Français voient des milliers de publicités. Ils n'en regardent qu'une poignée. Voir, c'est ce qui se passe quand un contenu apparaît dans votre champ de vision pendant que vous faites autre chose. Regarder, c'est ce qui se passe quand vous avez choisi d'être là. Sur un fil d'actualité, vous voyez. Pendant un programme, vous regardez. Sur une story, vous voyez. Pendant une série, vous regardez. En scrollant, vous voyez. Assis dans votre canapé devant un match, vous regardez. Cette différence n'est pas une anecdote, c'est un témoin d'efficacité.

L'attention publicitaire en TV/Streaming Premium est 8 fois supérieure à celle des réseaux sociaux⁽¹⁾. C'est la frontière entre une marque qui passe et une marque qui reste.

Parce qu'une marque forte ne se construit pas là où les gens scrollent. Elle se construit là où les gens regardent.*



admtv.org



france.tv

CANAL+



AMAURY MEDIA

beIN SPORTS



prime



NETFLIX

*Faire défiler. (1)Xpln.ai pour ADMTV (juillet 26). Retouché avec l'IA.