

ATTENTION DURABLE. IMPACT RÉEL.

NOUVELLE ÉTUDE SUR L'ATTENTION ET LES EFFETS SUR LES MARQUES

Une nouvelle étude d'Amplified montre que le cinéma capte davantage l'attention et la retient plus longtemps. Pour les annonceurs, cela signifie que les consommateurs sont plus susceptibles de choisir leur marque à court terme et de s'en souvenir à long terme.



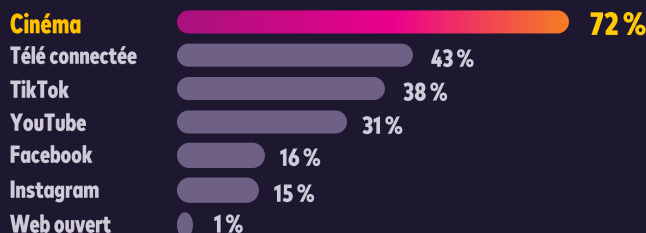
01 — CAPTEZ DAVANTAGE L'ATTENTION

LE CINÉMA, CHAMPION DE L'ATTENTION.

Au cinéma, le public est beaucoup plus attentif que dans tous les autres environnements médias étudiés.

72 % ATTENTION ACTIVE AU CINÉMA

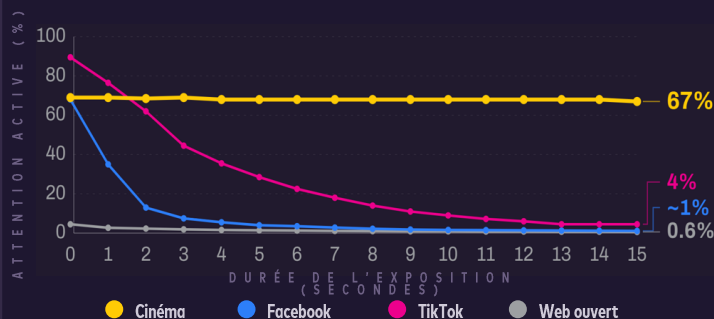
ATTENTION ACTIVE MOYENNE (%) PAR EXPOSITION



02 — RETENEZ L'ATTENTION PLUS LONGTEMPS

AU CINÉMA, LE PUBLIC RESTE ATTENTIF. EN LIGNE, L'ATTENTION S'ESTOMPE RAPIDEMENT.

Au cinéma, le public reste attentif plus longtemps. Sur Facebook, TikTok et le Web ouvert, il décroche après quelques secondes seulement.



03 — SUSCITEZ UNE RÉACTION ET MARQUEZ LES ESPRITS

LE CINÉMA EST PERFORMANT À COURT ET À LONG TERME.

À comparaison égale, c'est le cinéma qui affiche de meilleurs résultats, tant pour le choix immédiat de la marque que pour sa mémorisation à long terme.

+43 % CHOIX IMMÉDIAT DE LA MARQUE
par rapport au groupe de référence non exposé

+14 % MÉMORISATION DE LA MARQUE À LONG TERME
par rapport au groupe de référence non exposé



04 — IMPACT ÉLARGI

LE CINÉMA + LE RECIBLAGE EN LIGNE : UN DUO QUI FAIT LA DIFFÉRENCE.

Le fait de combiner une exposition au cinéma et une exposition en ligne après le cinéma augmente la probabilité que les consommateurs choisissent la marque à court terme et s'en souviennent à long terme, comparativement à une exposition en ligne seulement.

LE CINÉMA POSE LES BASES

LE RECIBLAGE AMPLIFIE L'IMPACT



EXPOSITION DANS UN ENVIRONNEMENT QUI CAPTE L'ATTENTION



RECIBLAGE EN LIGNE

EXPOSITION SUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES APRÈS LE CINÉMA



+6 % CHOIX IMMÉDIAT DE LA MARQUE

+5 % MÉMORISATION DE LA MARQUE À LONG TERME

DE MEILLEURS RÉSULTATS

Reciblage après une exposition au cinéma par rapport à une exposition sur le Web seulement

Reciblez les publics exposés à vos publicités au cinéma sur les canaux numériques grâce aux données de première partie de Cineplex.



NE VOUS CONTENTEZ PAS D'ÊTRE VU. MARQUEZ LES ESPRITS.