

A panoramic view of the city of Québec, Canada, featuring the Château Frontenac and the St. Lawrence River. The image is darkened to serve as a background for text.

pleins feux sur  
**le Québec**

# Le marché du Québec francophone

## Les Canadiens français entretiennent un lien privilégié avec la télévision

- ils regardent plus la télévision et passent moins de temps à utiliser les plateformes de visionnement en continu que le Canadien moyen
- ils sont passionnés par le contenu local : le top 10 des émissions les plus regardées au Québec attire en moyenne 1,4 million de téléspectateurs par émission et elles sont toutes produites au Québec

## et, tout comme ailleurs au Canada, ils

- sont préoccupés par les fausses nouvelles, mais allouent une grande confiance aux nouvelles diffusées à la télévision
- déclarent être plus attentifs aux messages publicitaires diffusés à la télévision, et ceux-ci contribuent à leur faire prendre des décisions d'achat



# le marché du Québec francophone

La population du Québec représente 22 % de la population du Canada

**Population du Canada**  
**40 528 396**

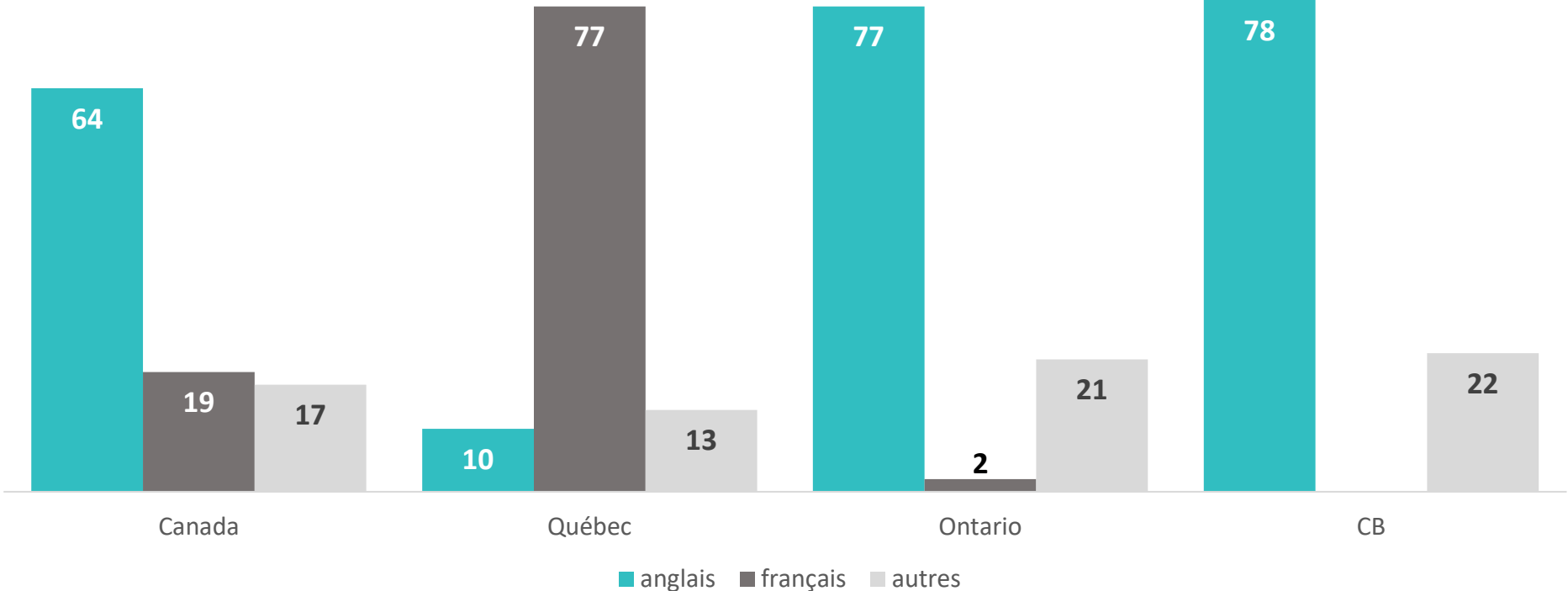
**Population du Québec**  
**8 948 540**



# le marché du Québec francophone

Les francophones représentent 77 % du marché du Québec

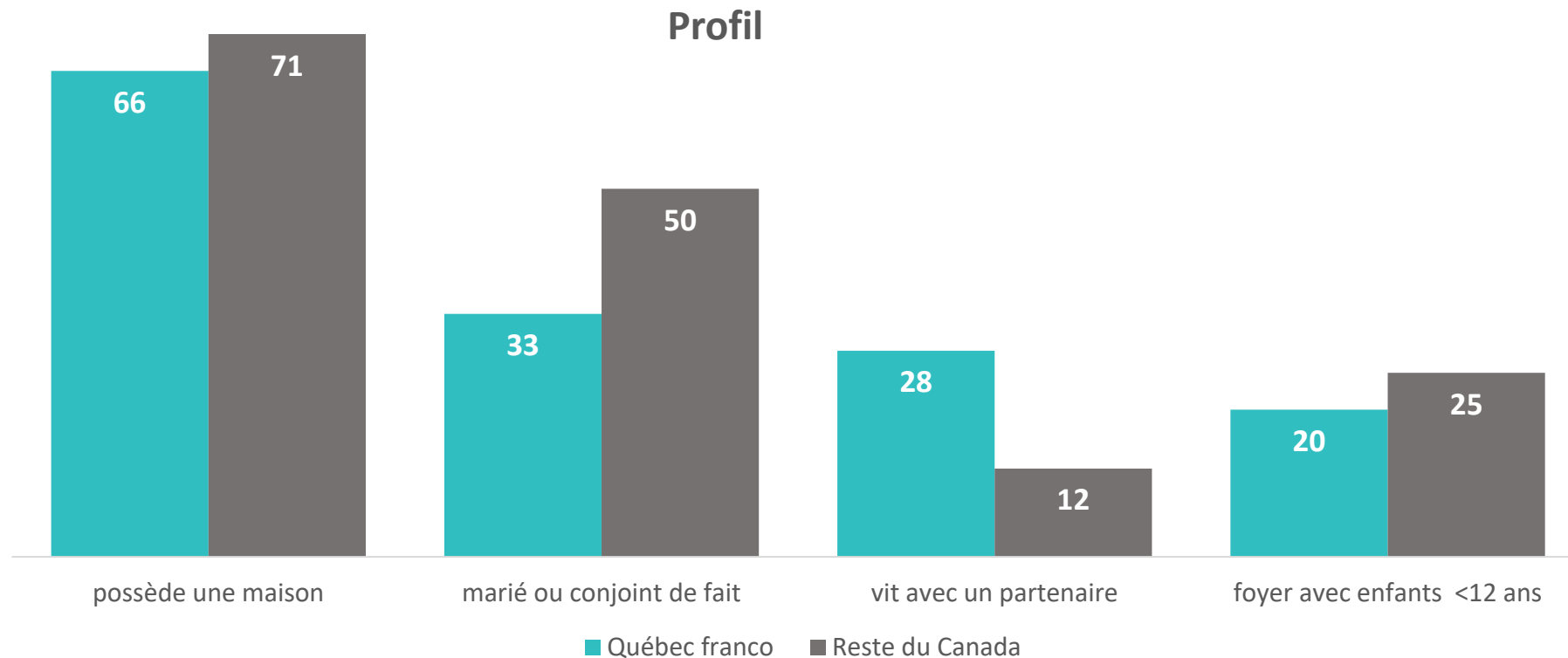
Langue parlée le plus souvent à la maison



Statistiques Canada le 17 août 2022. Table 98-10-0229-01 Langue la plus fréquemment parlée à la maison : Canada, provinces

# le marché du Québec francophone

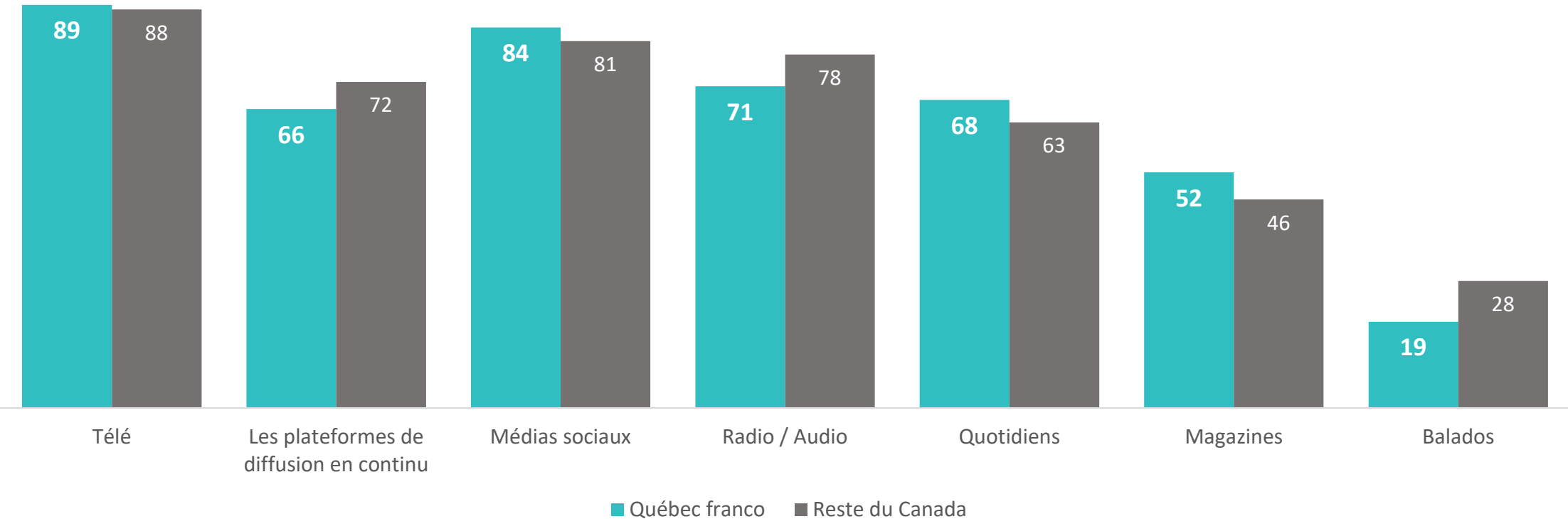
Les francophones du Québec sont légèrement moins susceptibles d'être propriétaires de leur maison et avoir de jeunes enfants, et ils sont plus susceptibles de vivre en cohabitation que les Canadiens anglais



# le marché du Québec francophone

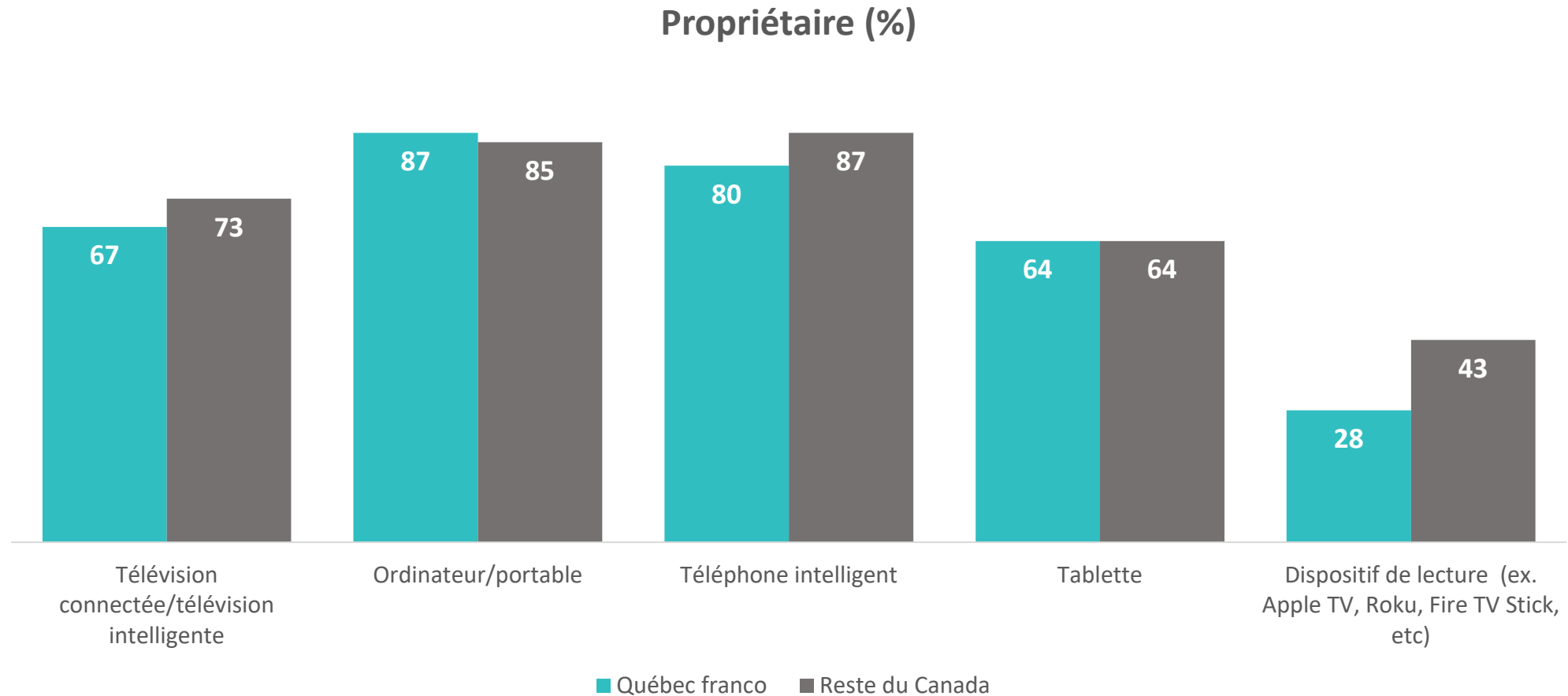
La télévision génère la plus grande portée — tout comme dans l'ensemble du Canada

Portée par média (%)



# le marché du Québec francophone

Les Québécois sont légèrement moins susceptibles d'avoir une télévision branchée sur Internet, dispositif de lecture ou un téléphone intelligent



# Les auditoires de la télé



# la **télé** rejoint **91 %** des francophones **18 +** du Québec

Moyenne de portée  
hebdomadaire

**91 %**

Adultes 18 +

**85 %**

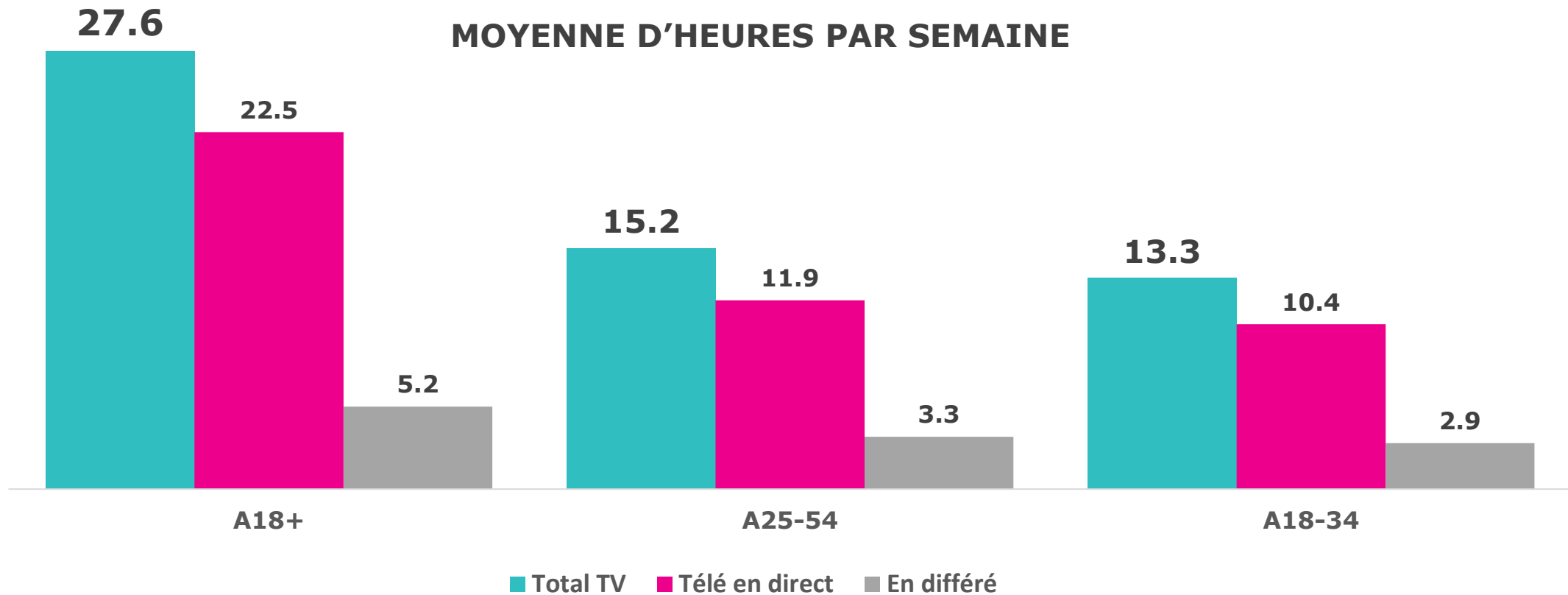
Adultes 25 à 54

**84 %**

Adultes 18 à 34



# les francophones regardent beaucoup la **télé** et la majorité des visionnements s'effectuent en direct

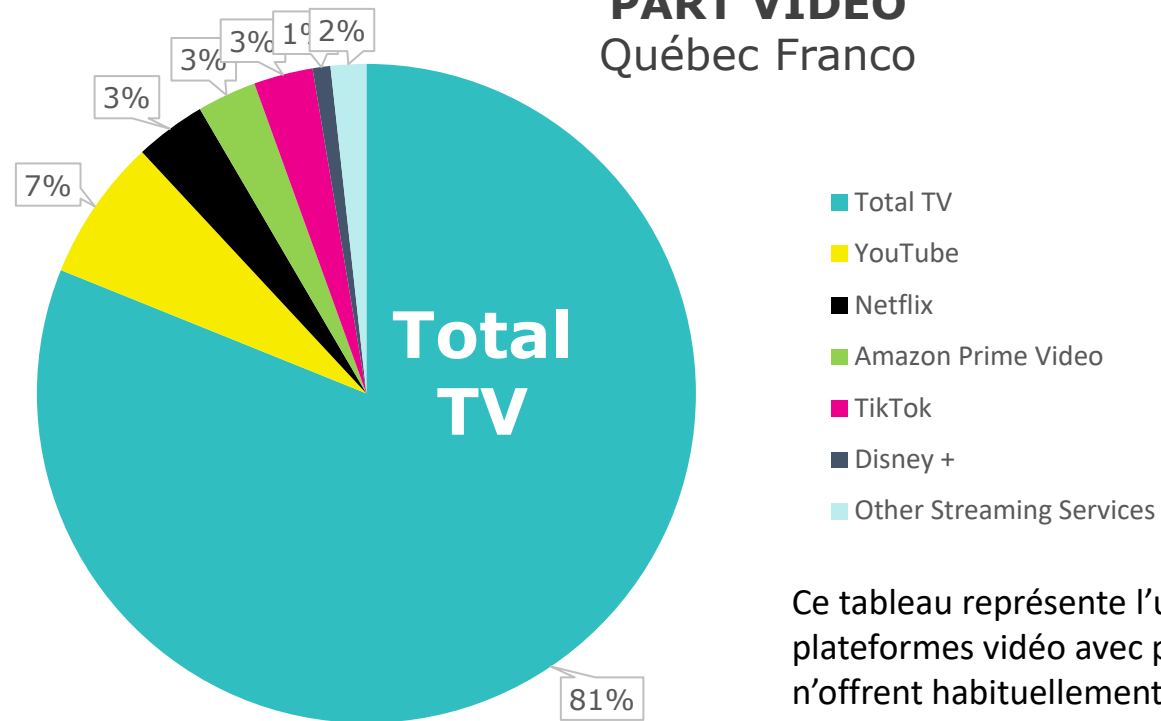


Télé = visionnement de la télé linéaire du télédiffuseur plus tout contenu du télédiffuseur qui est diffusé en continu sur d'autres plateformes avec le nombre de messages publicitaires linéaires intact.  
Ne comprend pas la diffusion sur un service média de contournement.

Québec Franco | Numeris PPM, Heures moy. hebdomadaires (Cap) 18 septembre au 17 décembre 2023

# La télévision totale domine le temps consacré dans l'univers vidéo

## Adultes 18 + PART VIDEO Québec Franco



Ce tableau représente l'univers total vidéo, et non seulement les plateformes vidéo avec publicité; les plateformes de diffusion en continu n'offrent habituellement pas de temps publicitaire

Total du temps passé par personne

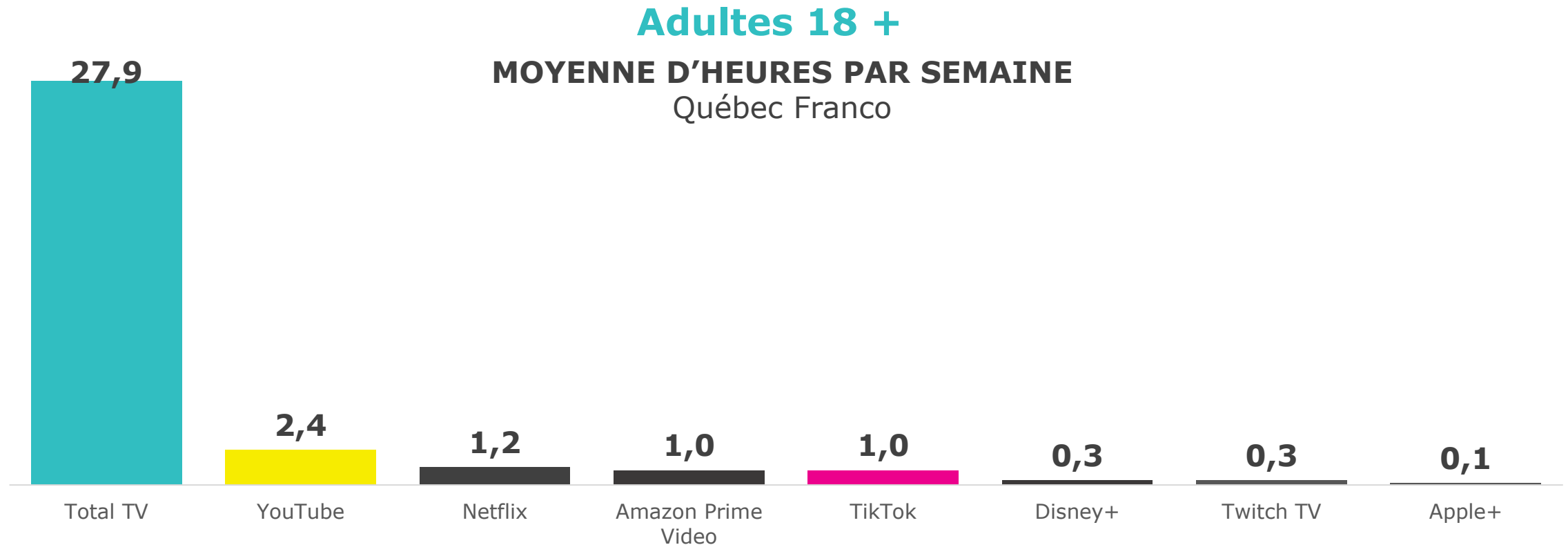
Total télé définit comme télévision linéaire et plateformes en continu des diffuseurs

Les plateformes de diffusion en continu diffusant principalement sans publicité et ne comprennent que les visionnements à la maison.

Autres plateformes de diffusion en continu: Crave (OTT seul.), Twitch TV, Popcorn Flix, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV and Apple TV+

Source: Numeris VAM 8/28/2023 au 11/26/2023

# La télévision domine le temps passé à regarder du contenu vidéo



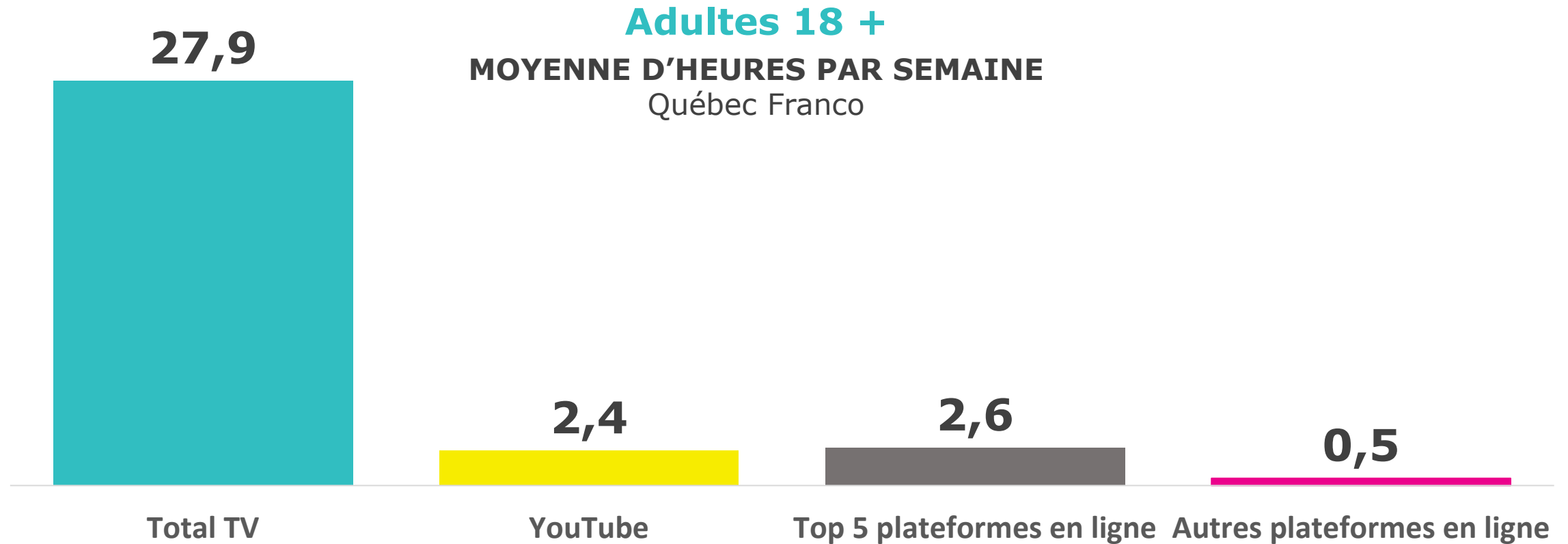
Total du temps passé par personne

Total télé définit comme télévision linéaire et plateformes en continu des diffuseurs

Les plateformes de diffusion en continu diffusant principalement sans publicité et ne comprennent que les visionnements à la maison.

Source: Numeris VAM 8/28/2023 au 11/26/2023

# Le temps passé à regarder la télévision surpasse largement YouTube et toutes les plateformes vidéo combinées



Total du temps passé par personne

Total télé définit comme télévision linéaire et plateformes en continu des diffuseurs

Top 5 principales plateformes de vidéo en continu : Amazon Prime, Netflix, Disney+, Apple TV+, Crave (OTT seul.),

Autres plateformes de vidéo en continu : Twitch TV, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku Channel, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV and Apple TV+

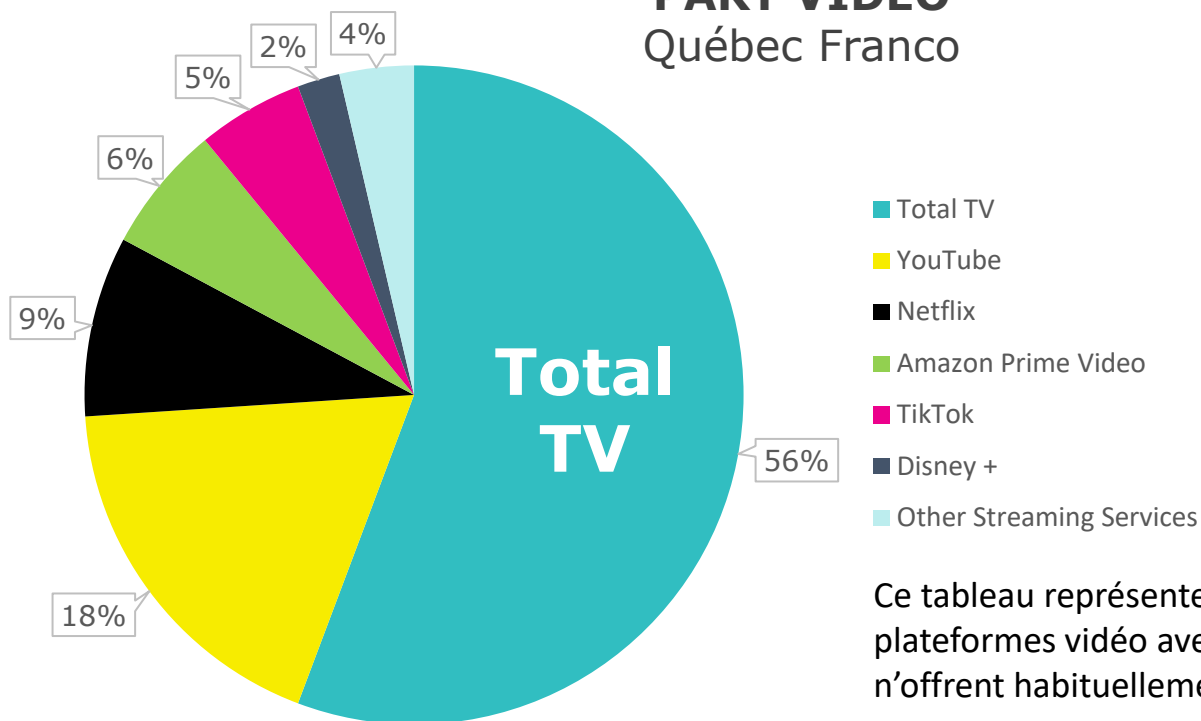
Les plateformes de diffusion en continu diffusant principalement sans publicité et ne comprennent que les visionnements à la maison.

Source: Numeris VAM 8/28/2023 au 11/16/2023

# La télévision totale domine le temps consacré dans l'univers vidéo

## Adultes 25 à 54

### PART VIDEO Québec Franco



Ce tableau représente l'univers total vidéo, et non seulement les plateformes vidéo avec publicité; les plateformes de diffusion en continu n'offrent habituellement pas de temps publicitaire

Total du temps passé par personne

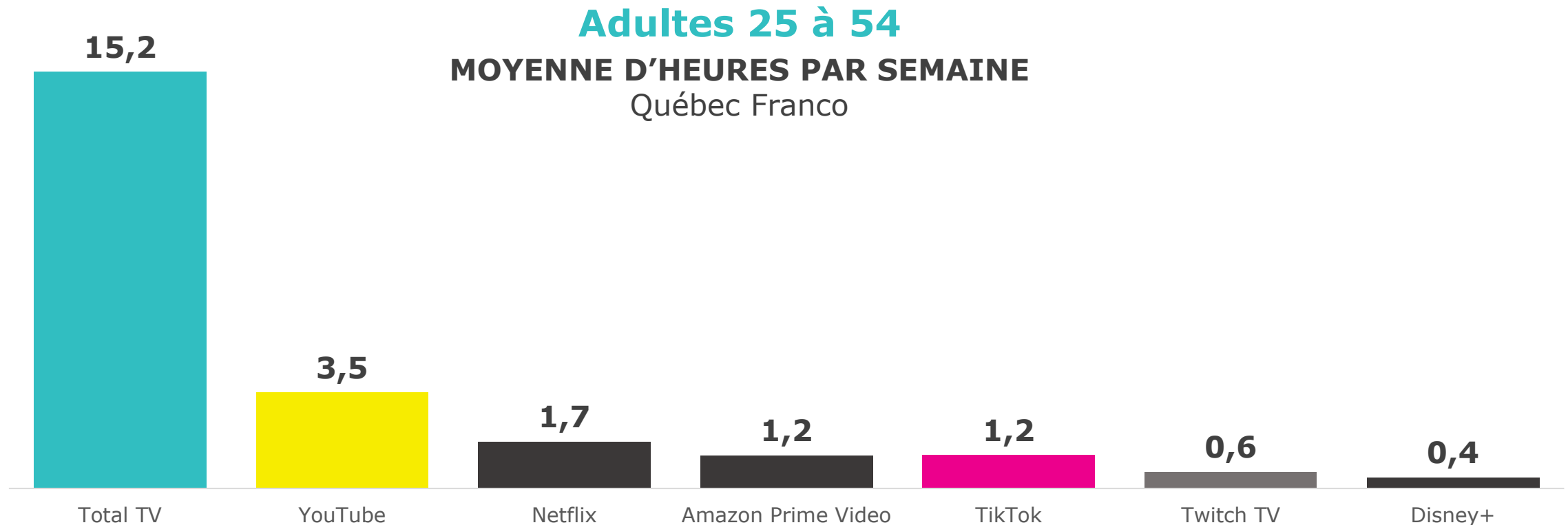
Total télé définit comme télévision linéaire et plateformes en continu des diffuseurs

Les plateformes de diffusion en continu diffusant principalement sans publicité et ne comprennent que les visionnements à la maison.

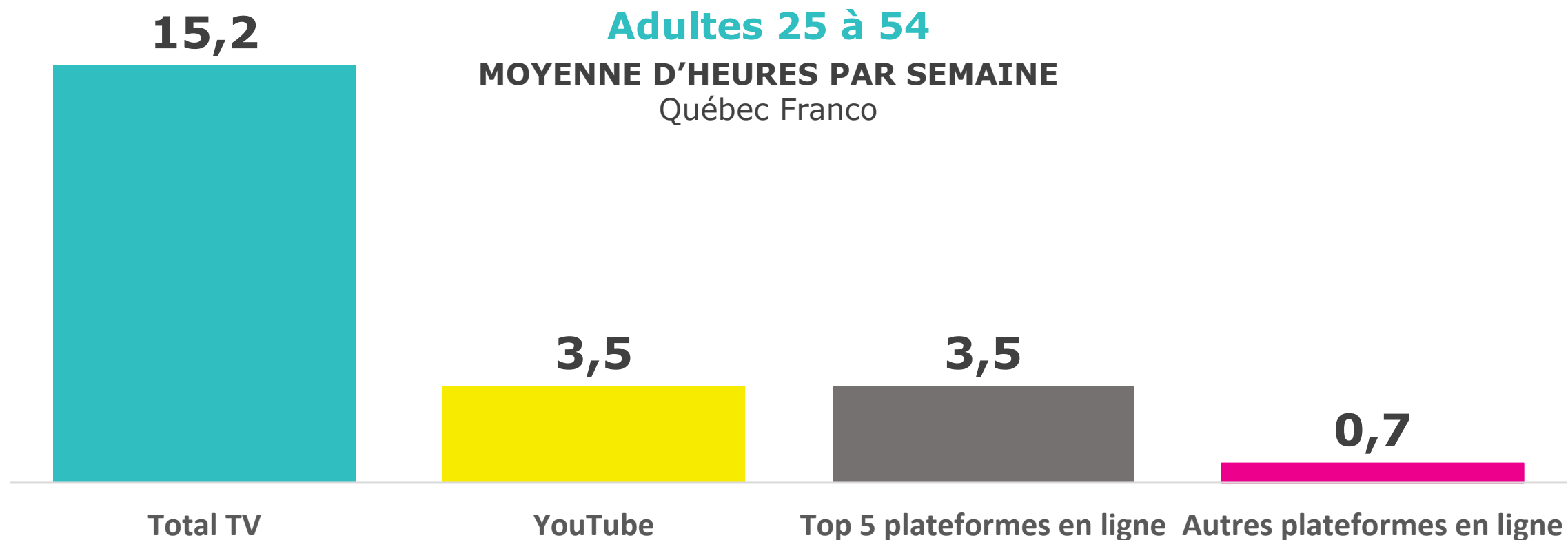
Autres plateformes de diffusion en continu: Crave (OTT seul.), Twitch TV, Popcorn Flix, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV and Apple TV+

Source: Numeris VAM 8/28/2023 au 11/26/2023

# La télévision domine le temps passé à regarder du contenu vidéo



# Le temps passé à regarder la télévision surpasse largement YouTube et toutes les plateformes vidéo combinées



Tout temps passé par personne

Total télé définit comme télévision linéaire et plateforme en continu des diffuseurs

Top 5 principales plateformes de vidéo en continu : Amazon Prime, Netflix, Disney+, Apple TV+, Crave (OTT seul.),

Autres plateformes de vidéo en continu : Twitch TV, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku Channel, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV and Apple TV+

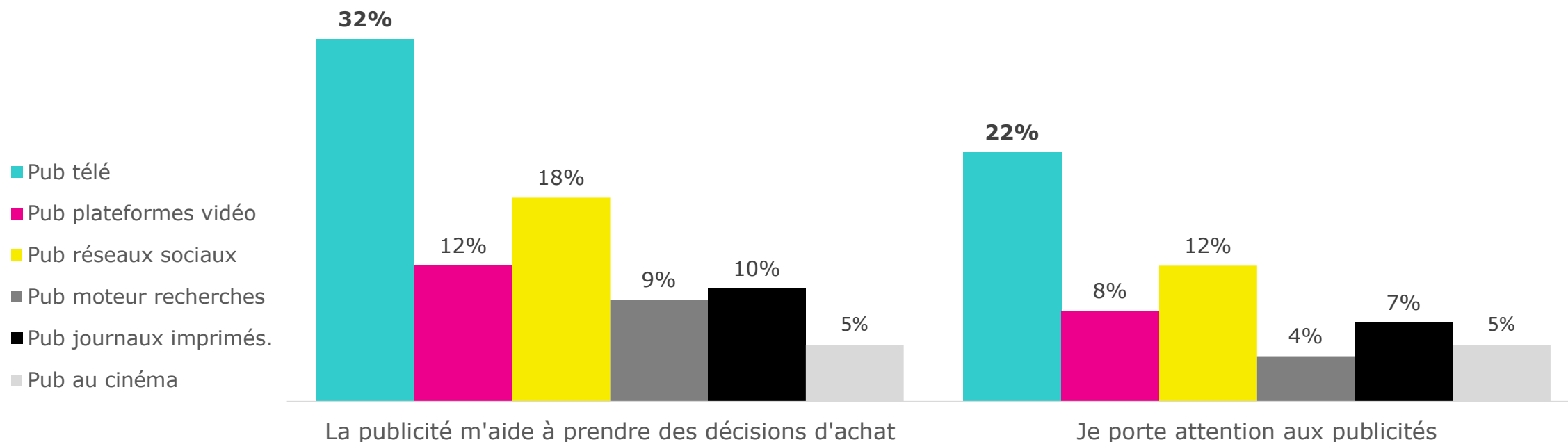
Les plateformes de diffusion en continu diffusent principalement sans publicité et ne comprennent que les visionnements à la maison.

Source: Numeris VAM 8/28/2023 au 11/26/2023



# La **télé** est plus susceptible d'attirer l'attention et de susciter les décisions d'achat

## Langue française/Québec



**programmation**



# Les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais - **TÉLÉ CONVENTIONNELLE**

## Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Chanteurs masqués	TVA	17.7
2	STAT	SRC	15.5
3	Indéfendable	TVA	13.9
4	Révolution	TVA	13.0
5	Infoman	SRC	11.9
6	Discussions avec parents	SRC	9.3
7	Tout le monde en parle (en direct)	SRC	8.7
8	Alertes	TVA	8.4
9	À cœur battant	SRC	8.3
10	En direct de l'univers	SRC	8.2

## Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Survivor	Global	2.8
2	The Amazing Race	CTV	2.6
3	Saturday Night Live	Global	2.3
4	The Masked Singer	CTV	2.2
5	Kitchen Nightmares	CTV	2.2
6	NFL Late	CTV	2.0
7	Big Brother	Global	1.9
8	NFL Sunday Prime	CTV	1.7
9	Big Brother	Global	1.6
10	CTV Evening News	CTV	1.6

# Les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais – TÉLÉ SPÉCIALISÉE

## Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Le hockey des Canadiens	TVA Sports	5.7
2	Hockey LNH Canadiens	RDS	5.5
3	Hockey LNH Canadiens Pré	RDS	3.9
4	La famille Groulx	Canal Vie	2.5
5	Auto Formule 1	RDS	2.2
6	Auto Formule 1 P	RDS	2.0
7	Démasqués	Canal D	1.9
8	L'Antichambre CH Après-match	RDS	1.8
9	Football LCF Alouettes	RDS	1.8
10	L'après-match LNH	TVA Sports+	1.7

## Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Baseball: Blue Jays	Sportsnet	1.7
2	HNIC Prime East	Sportsnet	1.6
3	The Curse of Oak Island	History	1.6
4	CFL Playoffs	TSN	1.5
5	MLB WC Playoffs	Sportsnet	1.5
6	NHL Leafs Hockey	TSN	1.5
7	NFL Monday Football	TSN	1.3
8	NFL Saturday Football	TSN	1.3
9	NHL Hockey-CDN	Sportsnet	1.2
10	Monday Night Hockey	Sportsnet	1.2

# Les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais – TÉLÉ SPÉCIALISÉE EXCLUANT LES SPORTS

## Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	La famille Groulx	Canal Vie	2.5
2	Démasqués	Canal D	1.9
3	La famille est dans le pré	Canal Vie	1.7
4	J'ai frôlé la mort	Canal D	1.6
5	LA JOUTE	LCN	1.6
6	Classé SECRET	ADDIK	1.6
7	S.W.A.T.	ADDIK	1.5
8	TVA Nouvelles 17h	LCN	1.5
9	TVA Nouvelles 18h	LCN	1.5
10	FBI	Series	1.3

## Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	The Curse of Oak Island	History	1.6
2	Star Trek: Lower Decks	CTV Sci-Fi	0.7
3	The Secret of Skinwalker Ranch	History	0.7
4	Holiday Baking Championship	Food Network	0.6
5	Rick and Morty	Adult Swim	0.6
6	Gold Rush	Discovery	0.5
7	Based On a True Story	W Network	0.5
8	Deadliest Catch	Discovery	0.5
9	W Sat Movie	W Network	0.5
10	Beyond Skinwalker Ranch	History	0.5

# les Québécois sont passionnés

## par les émissions produites localement

Les émissions les plus regardées au Québec franco génèrent des cotes d'écoute plus élevées que dans le marché du Canada anglais

### adultes 25-54

Cote d'écoute

	TOP 3 des émissions DRAMATIQUES	TOP 3 des émissions TÉLÉRÉALITÉ	TOP 3 des émissions de NOUVELLES
QUÉBEC FRANCO	14,2	12,3	4,8
RESTE DU CANADA	1,1	2,6	1,3

# Les francophones regardent plus de télé conventionnelle



La famille Groulx

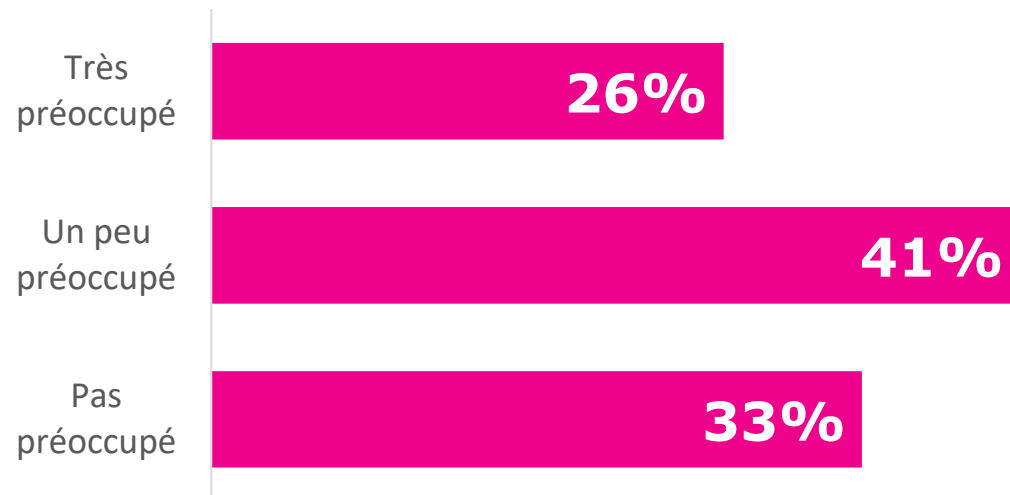
	Québec franco	Reste du Canada
Réseaux spécialisés	<b>48%</b>	<b>69%</b>
Télé conventionnelle	<b>52%</b>	<b>31%</b>

# les Canadiens sont grandement préoccupés par les fausses nouvelles

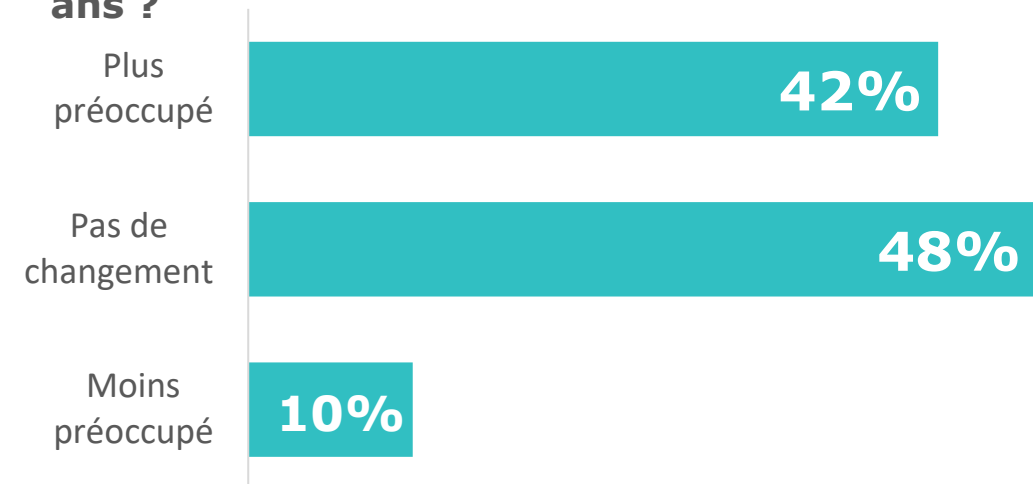
67% des Canadiens français sont « très » ou « assez » préoccupés par les fausses nouvelles, alors que 42% se disent plus préoccupés depuis les trois dernières années

## QUÉBEC FRANCO

Êtes-vous préoccupé par les fausses nouvelles?



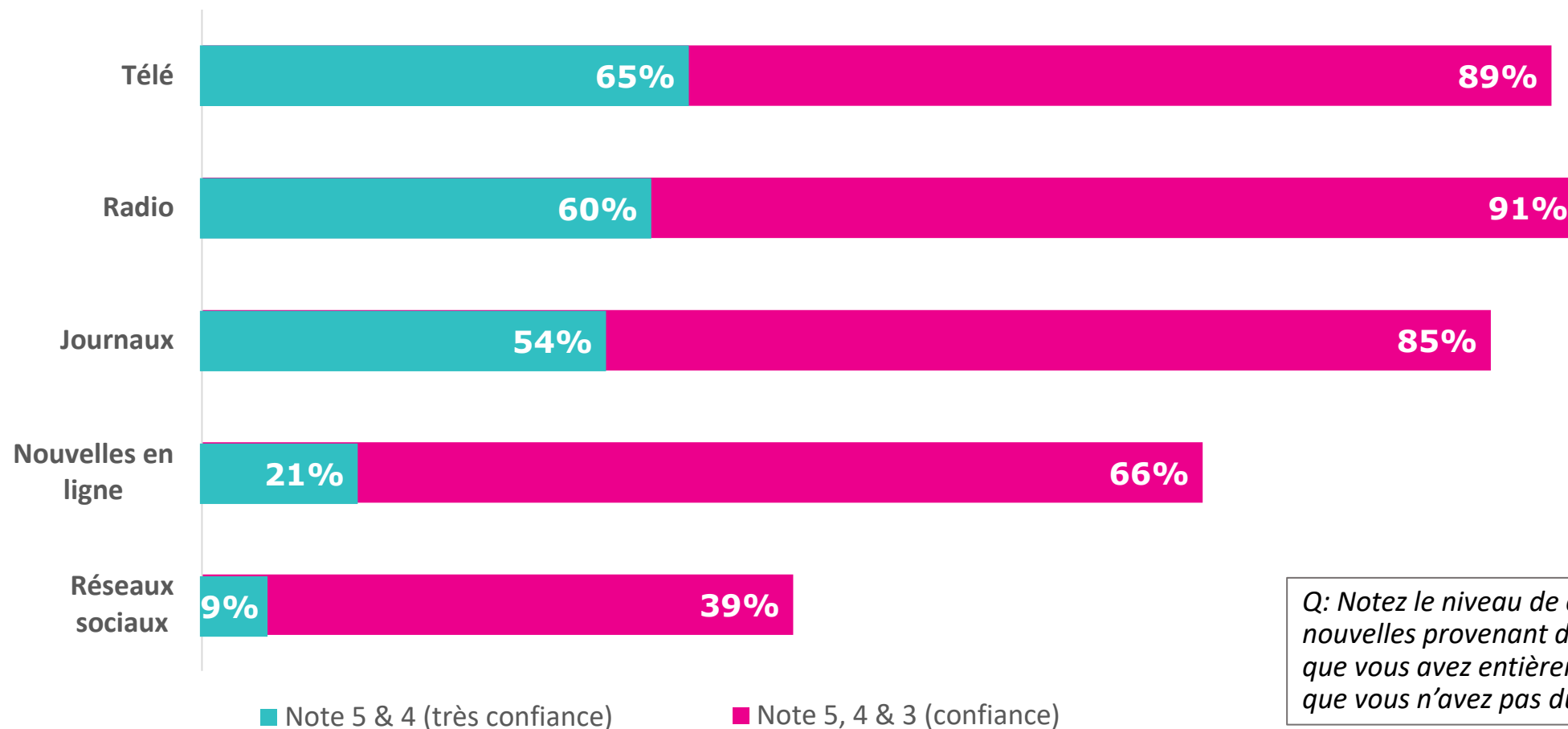
Êtes-vous plus ou moins préoccupé par les fausses nouvelles que vous l'étiez il y a trois ans ?





# Les Canadiens français font confiance aux nouvelles diffusées à la télévision

## Adultes Canadiens français



Q: Notez le niveau de confiance alloué aux nouvelles provenant de ces sources; 5 signifie que vous avez entièrement confiance, 1 signifie que vous n'avez pas du tout confiance.

# bonne année! — Bye Bye 2023

Lors de la diffusion du Bye Bye 2023, à chaque minute 60% de la population du Québec était à l'écoute – l'émission a touché un total de 4,6 millions de personnes âgées de 2 ans et plus

## PORTÉE EN POURCENTAGE

Adultes 18 +	<b>59,0 %</b>
Adultes de 25 à 54 ans	<b>55,2 %</b>

## AMA (000)

Adultes 18 +	<b>3 765</b>
Adultes de 25 à 54 ans	<b>1 642</b>



# enfin

## Les Québécois sont passionnés par la télévision :

Ils regardent plus de 27 heures par semaine (18+), ils sont très attachés aux émissions produites localement, ils sont attentifs aux publicités diffusées à la télévision et déclarent que celles-ci sont les plus susceptibles de les «aider à choisir ce qu'ils achètent».

Pour obtenir de meilleurs résultats publicitaires, rejoignez ce public attentif en positionnant la télévision au cœur de votre campagne.



**contactez nous @**



**[info@thinktv.ca](mailto:info@thinktv.ca)**

---



**[thinktv-canada](https://www.linkedin.com/company/thinktv-canada)**

---

**Abonnez-vous à notre  
bulletin électronique**



**[thinktv.ca](https://www.thinktv.ca)**