

A graphic consisting of several concentric circles in a light gray color, centered on the left side of the page. The circles are of varying diameters and are spaced evenly, creating a target-like or ripple effect.

pleins feux sur le
Québec

le marché francophone du Québec

les Canadiens francophones ont un rapport étroit avec la télé :

- ils regardent davantage la télévision que la moyenne des Canadiens
- ils sont passionnés de contenu local et de leurs équipes locales
- en moyenne, les dix émissions les plus produites au Québec comptent plus de 1,5 million de téléspectateurs chaque semaines

et, tout comme ailleurs au Canada, ils :

- regardent beaucoup plus la télé que YouTube ou Netflix
- sont plus attentifs aux publicités
- sont plus susceptibles de regarder des publicités vidéo à la télévision (comparé à un ordinateur ou un cellulaire)
- estiment que la publicité télévisée est plus susceptible de « rester en mémoire » et d'accentuer la « notoriété des marques »



A graphic consisting of several concentric circles of varying shades of gray, centered on the left side of the page. The circles are of uniform thickness and are arranged in a way that they appear to recede into the distance.

auditoires télé

think^{tv}

la télé rejoint **97 %** des francophones du Québec (2+) chaque semaine

96 % Adultes 18+

92 % Adultes 18-34

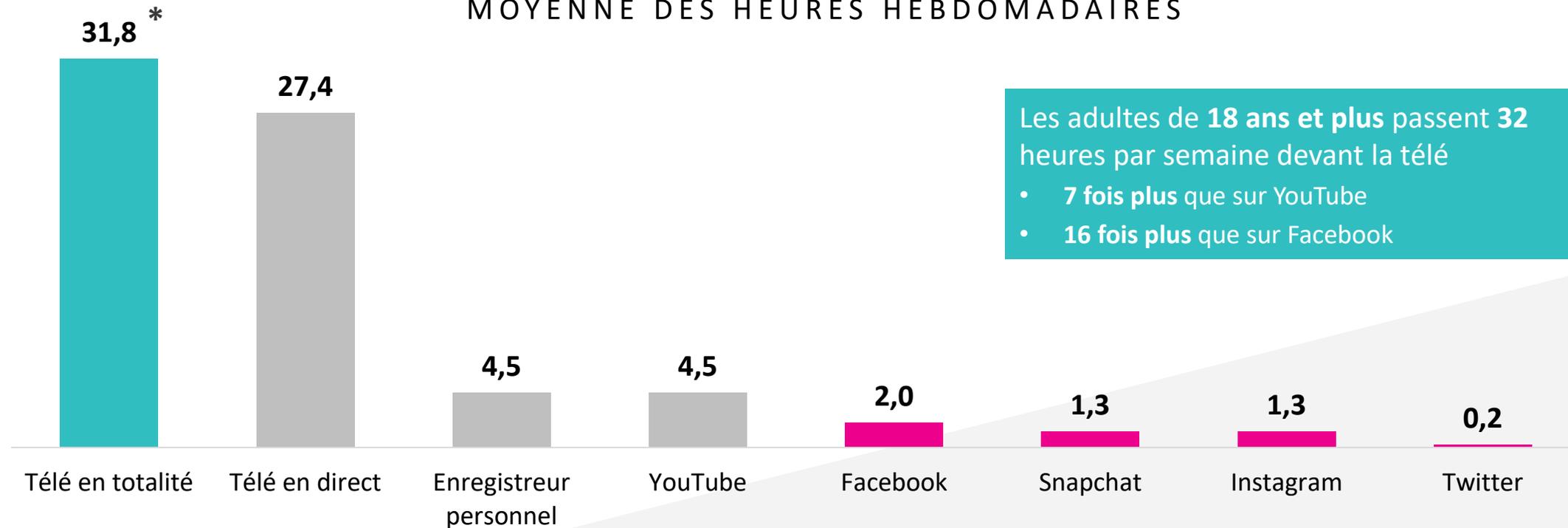
94 % Enfants 2-11



la télé domine le temps consacré aux médias

Francophones Adultes (18 ans et plus)

MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES



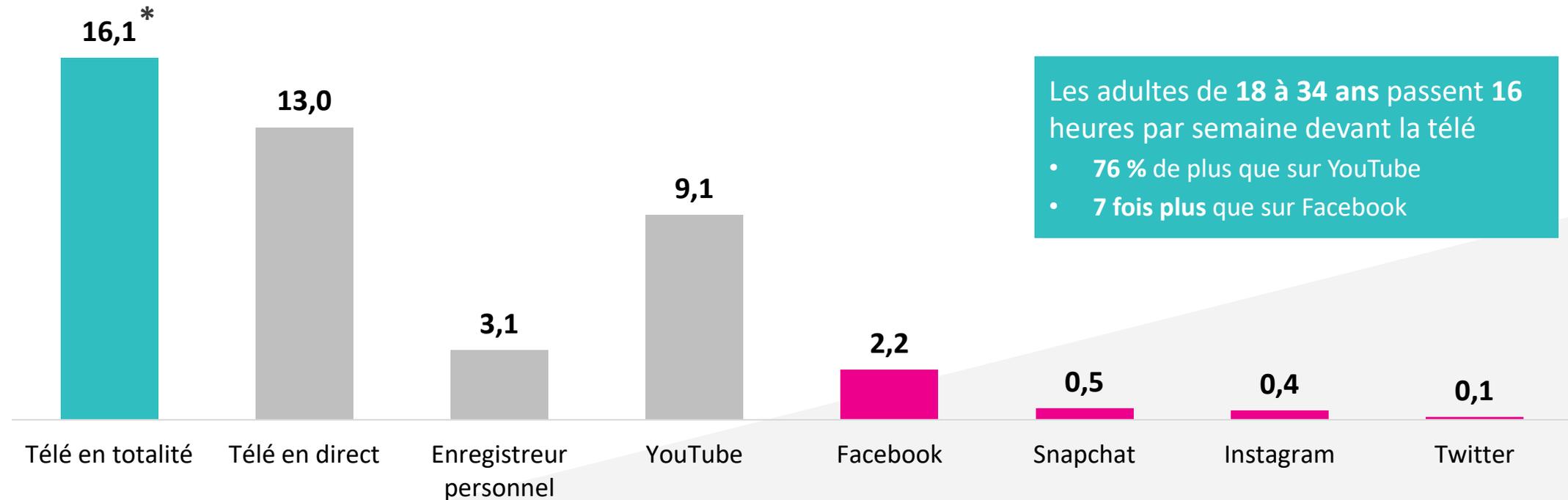
* 86 % des adultes de 18 ans et plus regardent la télé en direct

think^{tv}

la télé domine le temps consacré aux médias par les jeune adultes

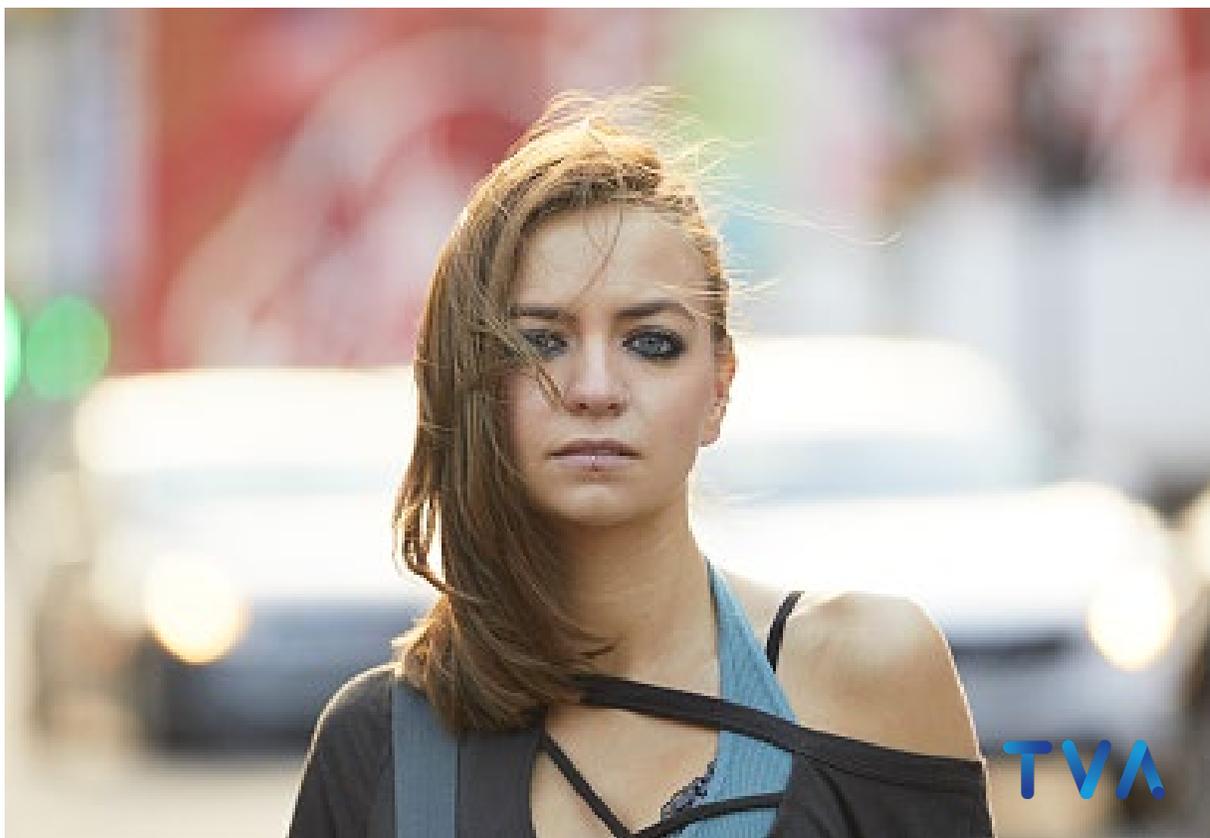
Francophones Adultes (18 à 34 ans)

MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES



* 81 % des adultes de 18 à 34 ans regardent la télé en direct

think^{tv}



jeune adultes francophones
passent plus de **108 millions**
d'heures devant la télé **chaque**
mois

une seule pub pendant
Révolution touchera **319 200**
francophones **de 18 à 34 ans**

think^{tv}

A graphic consisting of several concentric circles of varying shades of gray, centered on the left side of the page. The circles are of different diameters and are spaced out, creating a ripple effect.

programmation télé

20 émissions les plus écoutées au Québec francophone

PROGRAMME	NETWORK	2+ AMM (000)
La Voix	TVA	2 078
District 31	SRC	1 771
Fugueuse	TVA	1 752
Épidémie	TVA	1 600
Alerte Amber	TVA	1 512
L'Échappée	TVA	1 379
Révolution	TVA	1 379
Tout le monde en parle (en direct)	SRC	1 262
La vraie nature	TVA	1 203
L'Heure bleue	TVA	1 172
Léo (21h)	TVA	1 136
Discussions avec mes parents	SRC	1 116
1res fois	SRC	1 111
Léo (21:30h)	TVA	1 107
Tout le monde en parle	SRC	1 105
Boomerang	TVA	1 081
5e rang	SRC	1 064
Les pays d'en haut	SRC	1 057
En direct de l'univers	SRC	1 041
Lâcher prise	SRC	1 034



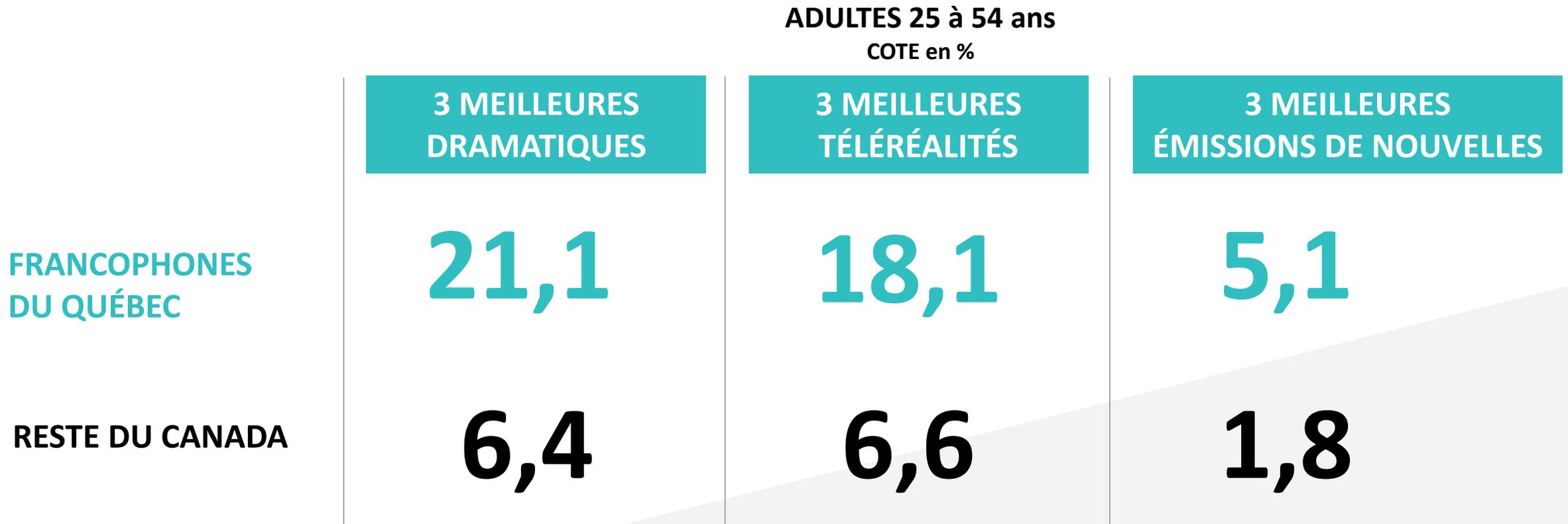
émissions spécialisés les plus écoutées au Québec francophone

PROGRAMME	NETWORK	2 + AMM (000)
Hockey LNH Canadiens	RDS	605
Le hockey des Canadiens	TVA Sports	575
Hockey LNH Canadiens pré-saison	RDS	449
Sp: Covid-19 : Le point	RDI	349
Autiste, bientôt majeur	Moi et Cie	343
Sp Covid-19 : Le point	RDI	306
TVA Nouvelles (12h Sat/Sun)	LCN	282
TVA Nouvelles (12h Mo-Fr)	LCN	267
Hockey championnat mondial jr. Canada	RDS	262
NCIS	Series+	239
TVA Nouvelles (12h – Sat/Sun)	LCN	220
L'Antichambre après-match	RDS	202
Appelle-moi si tu meurs	addikTV	197
Baseball MLB série mondiale	RDS	196
S.W.A.T.	addikTV	193
Football NFL Éliminatoires	RDS	191
100% Nouvelles	LCN	189
TVA Nouvelles (17h)	LCN	189
Détectives privés	Series +	188
F.B.I.	Series +	187



les Québécois sont passionnés de contenu local

Les émissions les plus écoutées au Québec procurent des cotes plus élevées que leurs homologues anglophones dans le reste du Canada.



bonne année! – surtout au Québec

Près de 60 % de la population francophone du Québec regardait le « Bye Bye 2019 » à n'importe quelle minute donnée : cela représente 4,4 millions de personnes!

POURCENTAGE DE COTE D'ÉCOUTE

Pers. de 2 ans et plus

58,6 %

Adultes de 25 à 54 ans

55,5 %

AMA (en milliers)

Pers. de 2 ans et plus

4 371

Adultes de 25 à 54 ans

1 639



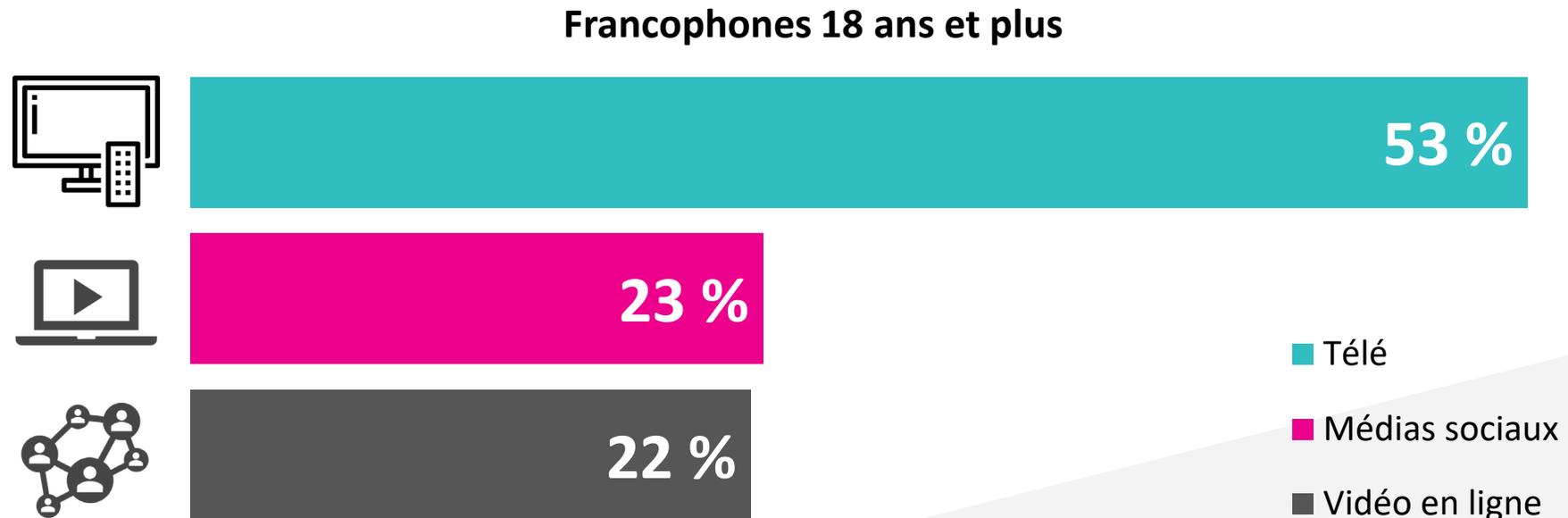
think^{tv}

A graphic consisting of several concentric circles of varying shades of gray, centered on the left side of the page. The circles are of uniform thickness and create a tunnel-like effect.

la télé et l'attention

les francophones accordant une plus grande attention à la télé

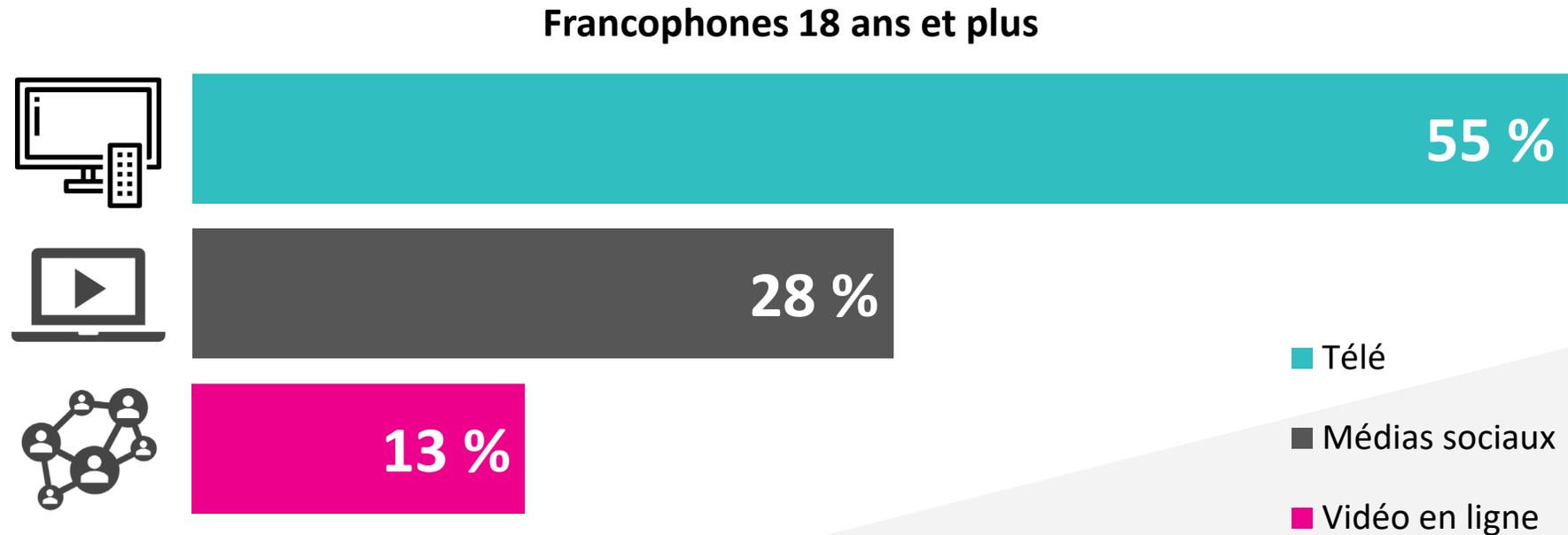
Q: À quel type de publicité accordez-vous **le plus** d'attention?



*Don't know = 2%

les publicités télé ont le plus d'influence

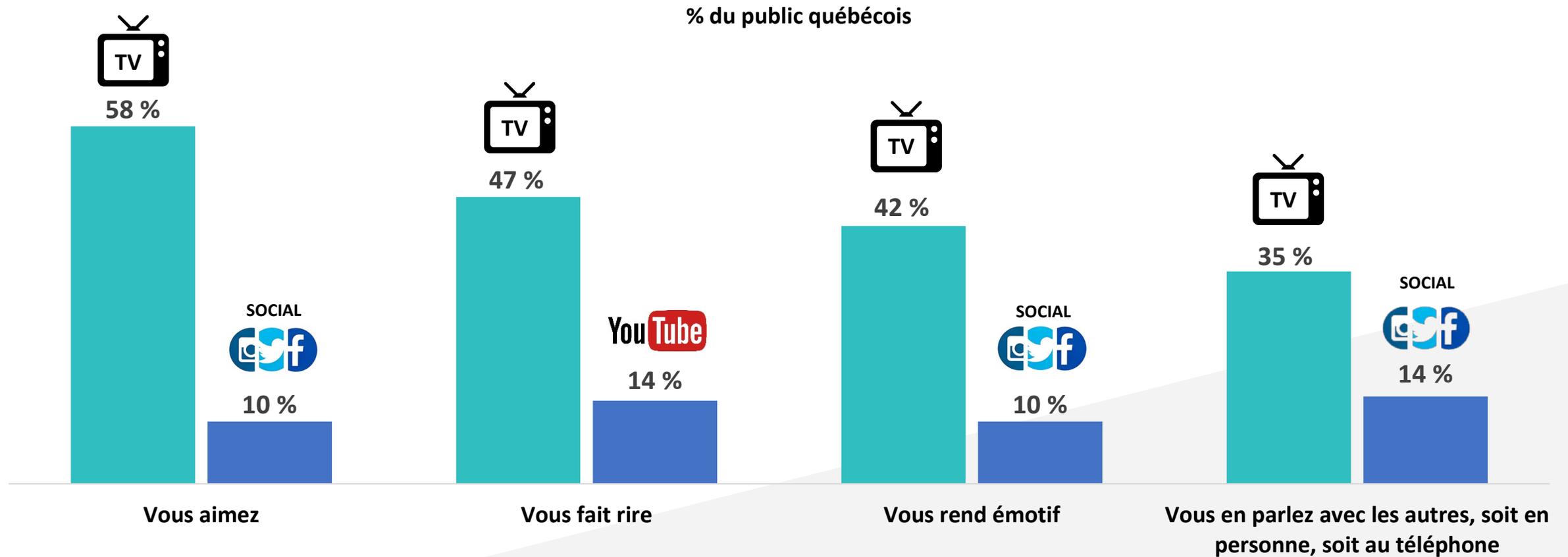
Q. : Parmi les médias suivants, lequel présente les publicités vidéo qui vous semblent les plus influentes?



* Ne sait pas = 3.7%

les francophones sont ceux qui aiment le plus les publicités à la télé

et ils sont plus susceptibles d'en parler avec les autres



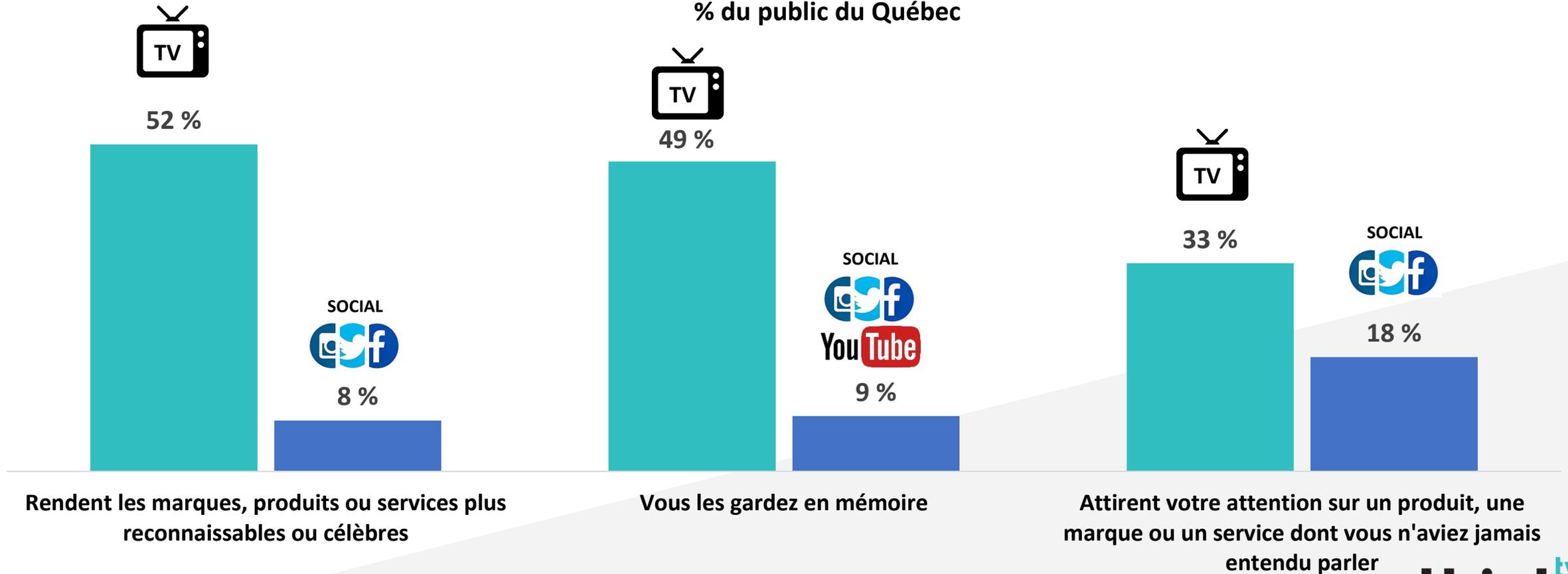
Q. Sur quel des médias suivants êtes-vous le plus susceptible de trouver de la publicité qui...?

think^{tv}

et trouvent que les publicités à la télé sont **les plus susceptibles de ...**

Q. Sur lequel des médias suivants êtes-vous le plus susceptible de trouver de la publicité qui...?

% du public du Québec



enfin

Compte tenu de la **passion pour la télé** – et pour la programmation locale en particulier – le **Québec** est un terreau fertile pour diffuser les messages de marque, et accroître les résultats financiers.



contactez nous



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca