

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 1,2 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
- 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 regular pattern, creating a target-like or ripple effect.

**auditoires télé**

**think**<sup>tv</sup>

# la télé rejoint **97 %** des francophones du Québec **chaque semaine**

---

**96 %** Adultes 18+

**92 %** Adultes 18-34

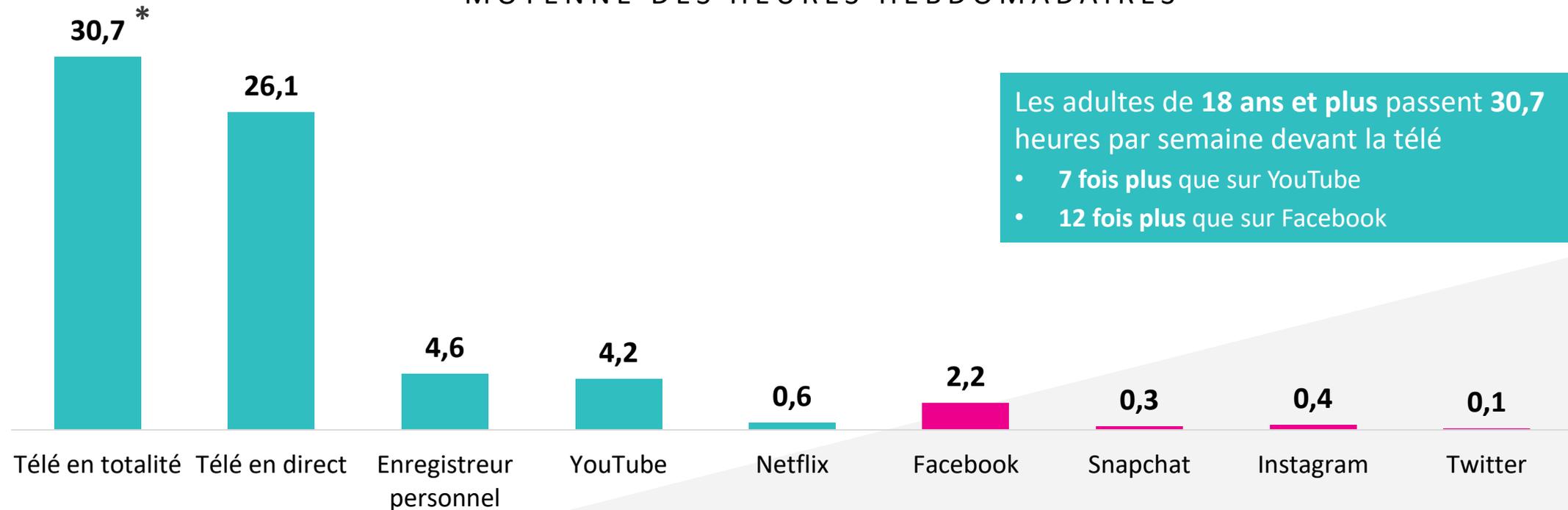
**93 %** Enfants 2-11



# la télé domine le temps consacré aux médias

## Francophones Adultes (18 ans et plus)

MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES

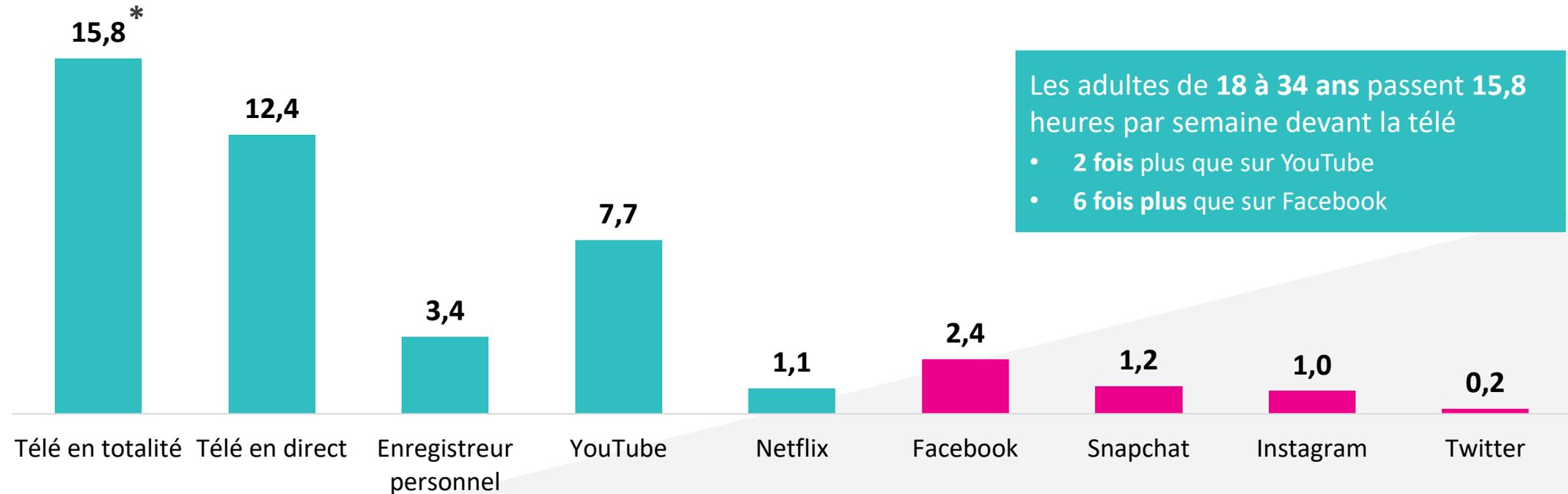


\* 85 % des adultes de 18 ans et plus regardent la télé en direct

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

## Francophones Adultes (18 à 34 ans)

MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES



\* 78 % des adultes de 18 à 34 ans regardent la télé en direct

think<sup>tv</sup>



**jeune adultes francophones**  
passent plus de **103 millions**  
**d'heures** devant la télé **chaque**  
**mois**

**une seule pub** pendant  
*Révolution* touchera **252 700**  
francophones **de 18 à 34 ans**

**think**<sup>tv</sup>

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+ AMA(000)
District 31	SRC	1 765
Alerte Amber	TVA	1 579
Révolution	TVA	1 402
L'échappée	TVA	1 360
L'heure bleue	TVA	1 202
Tout le monde en parle	SRC	1 180
Discussions avec mes parents	SRC	1 132
Boomerang	TVA	1 093
5e rang	SRC	1 073
En direct de l'univers	SRC	1 047
Les enfants de la télé	SRC	1 044
Un zoo pas comme les autres	TVA	1 008
Ruptures	SRC	996
Le bon docteur	TVA	966
Une autre histoire	SRC	961
Le monstre	SRC	952
Toute la vie	SRC	943
Ça finit bien la semaine	TVA	933
Studio G	TVA	895
Le tricheur	TVA	895



think<sup>tv</sup>

# émissions spécialisés les plus écoutées au Québec francophone

## PROGRAMME

Autiste, Bientôt majeur  
 NCIS  
 S.W.A.T.  
 Bull  
 FBI  
 Détectives privés  
 La famille Groulx  
 Station 19  
 Code Black  
 NCIS: Nouvelle-Orléans  
 Mais pourquoi?  
 Blue Bloods  
 Chicago Fire: Caserne 51  
 Le code  
 La Joute  
 NCIS: Los Angeles  
 Madame la Secrétaire d'État  
 LCN/Maintenant  
 TVA Nouvelles (17h)  
 Mario Dumont

## NETWORK

Moi et Cie  
 Series+  
 addikTV  
 Series+  
 Series+  
 Series+  
 Canal Vie  
 Series+  
 Series+  
 Series+  
 Z  
 Series+  
 addikTV  
 Series+  
 LCN  
 Series+  
 Series+  
 LCN  
 LCN  
 LCN

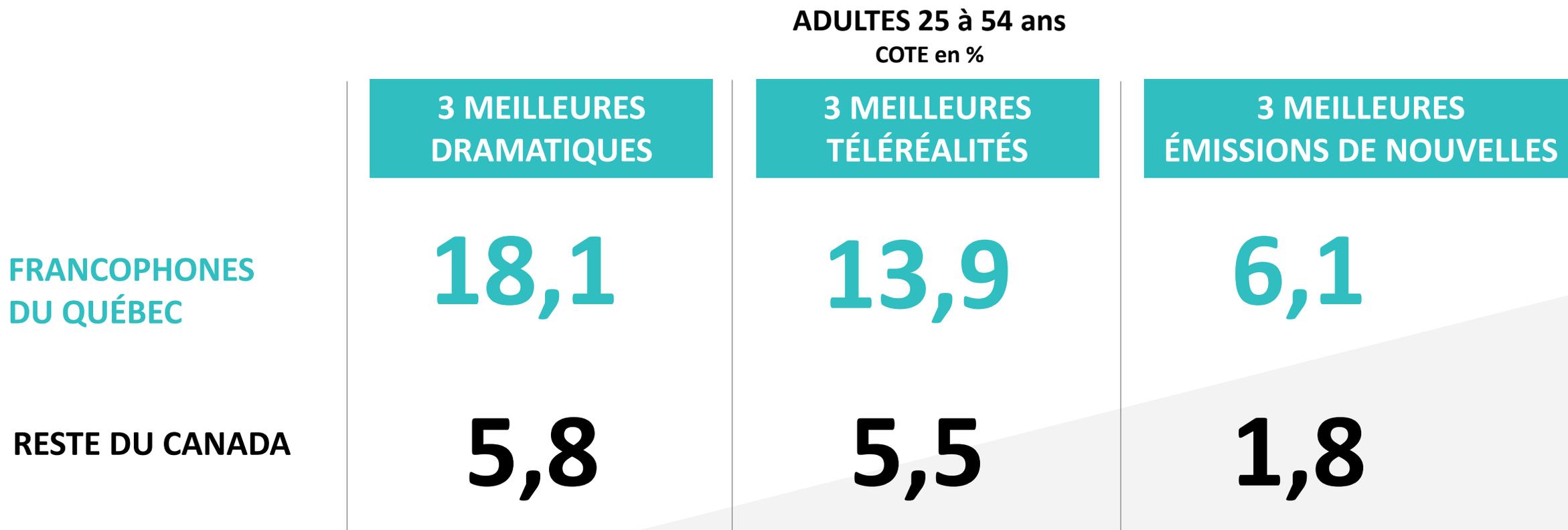
## 2+ AMA(000)

343,1  
 253,5  
 193,5  
 190,2  
 190,1  
 188,2  
 185,4  
 184,8  
 180,0  
 177,5  
 172,1  
 161,6  
 155,2  
 147,5  
 139,9  
 135,0  
 133,5  
 133,1  
 126,8  
 123,5



# 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.

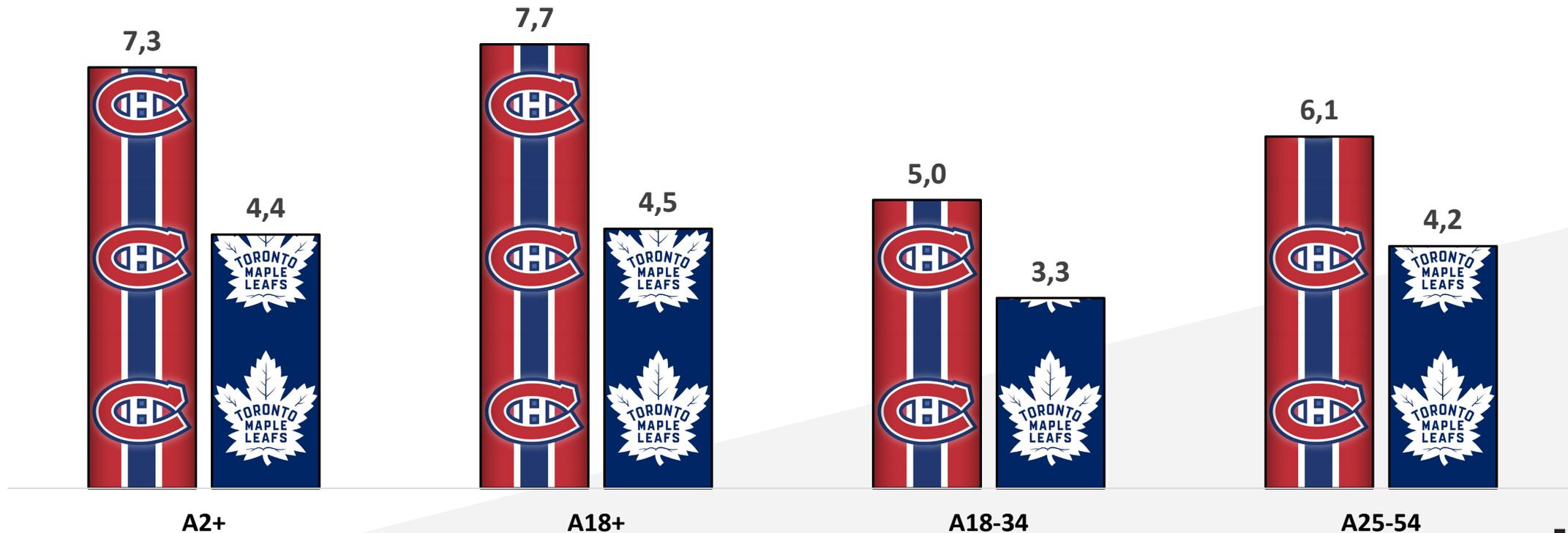


# les Montréalais sont passionnés de hockey

Les Canadiens procurent une meilleure cote d'écoute à Montréal que les Leafs à Toronto

## Cotes d'écoute du hockey dans le marché local (%)

■ Parties des Canadiens à Montréal-Fr EM ■ Parties des Leafs à Toronto EM



# 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**



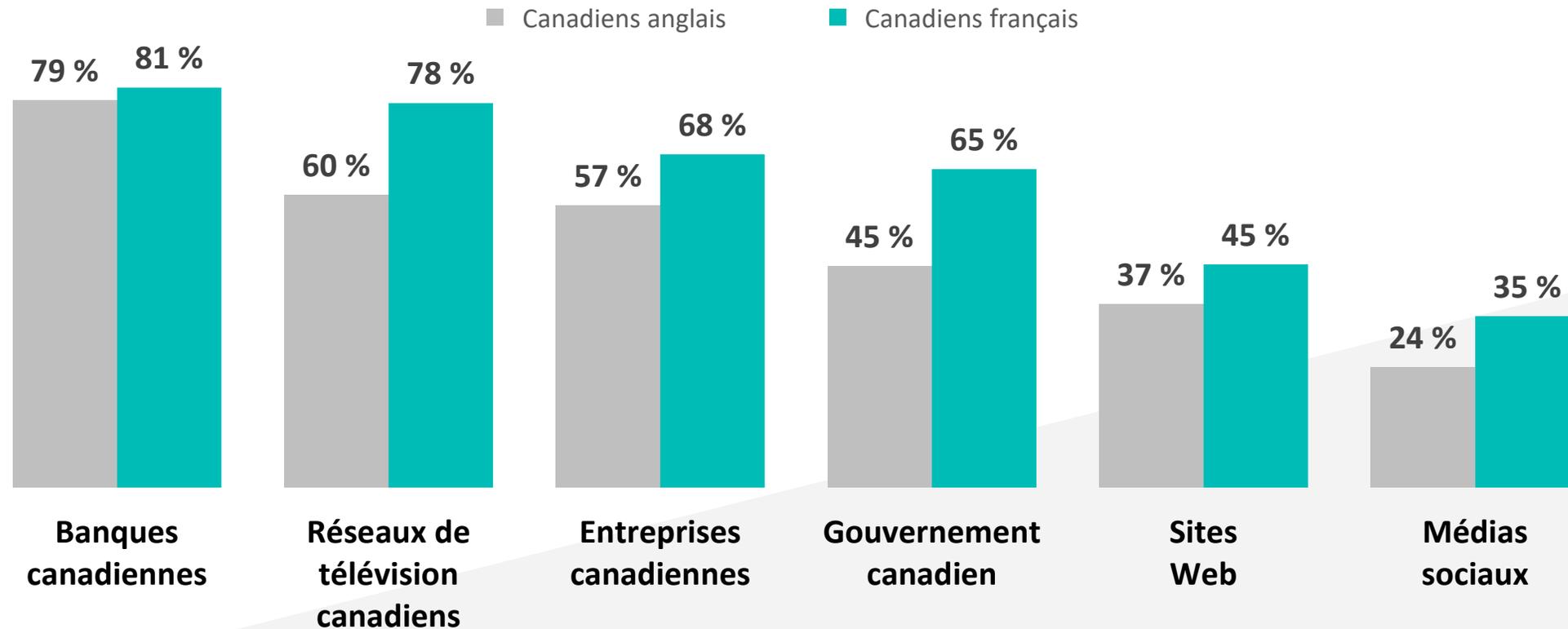
think<sup>tv</sup>

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 target-like or ripple effect.

# la télé et l'attention

# les francophones font plus confiance à la télé

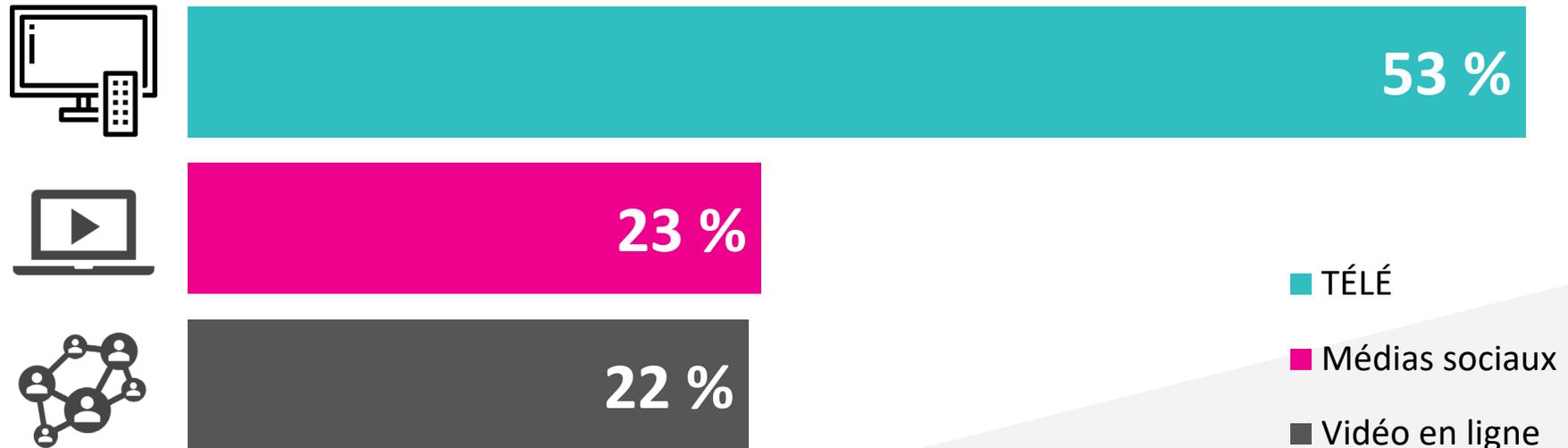
Q : Quel est votre degré de confiance par rapport à ce qui suit? [Confiance absolue OU grande confiance]



# les francophones accordant une plus grande attention à la télé

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

Francophones 18 ans et plus

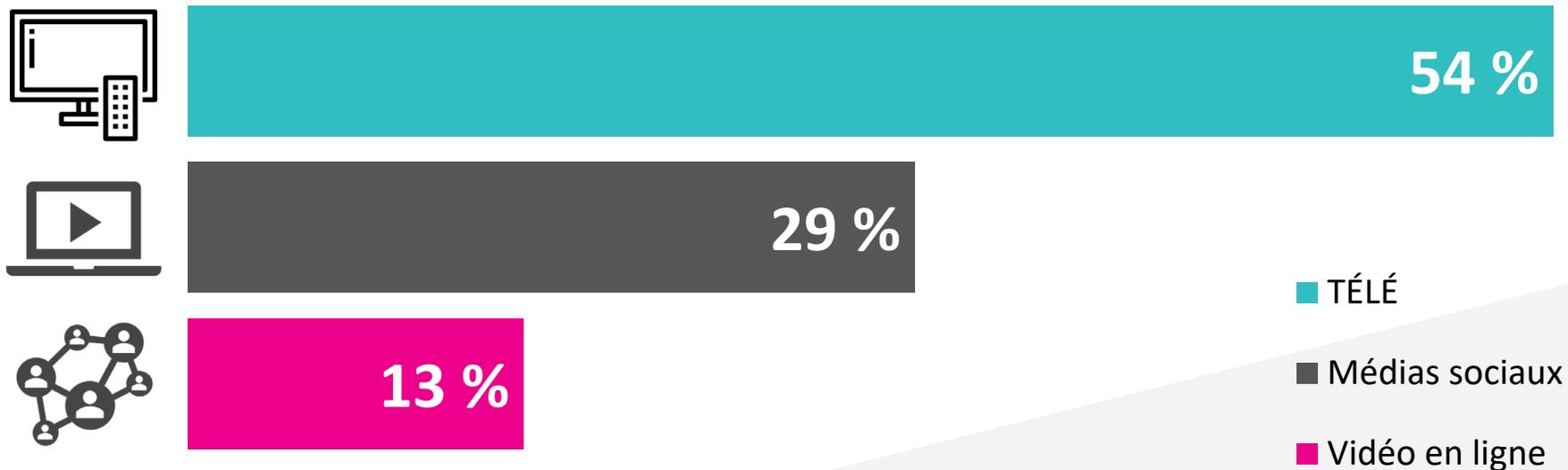


\*Don't know = 2%

# Les publicités **tv** ont le plus d'influence

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

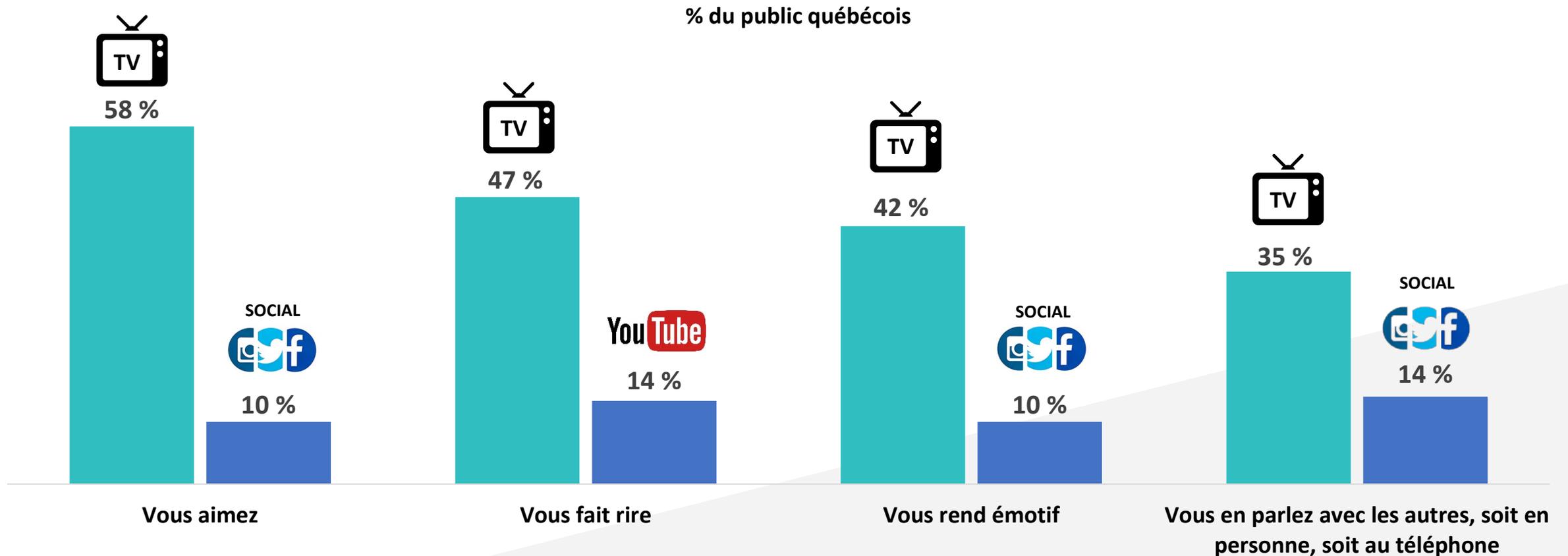
Francophones 18 ans et plus



\*Don't know = 4%

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

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



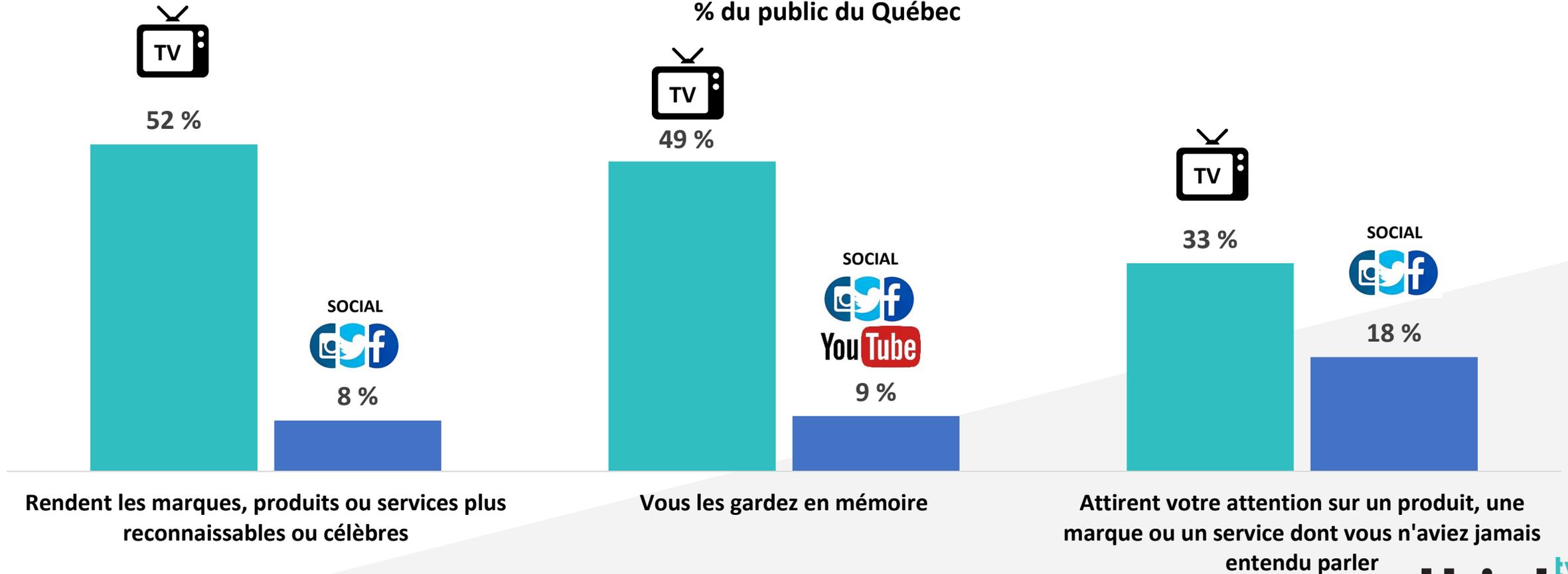
Q. Sur quel des médias suivants êtes-vous le plus susceptible de trouver de la publicité qui...?

think<sup>tv</sup>

# 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**