

**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
- les abonnements à la câblodistribution sont en hausse par rapport à 2010*

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 »



auditoires télé

la télé rejoint **96 %** des francophones
du Québec **chaque semaine**

97 % Adultes 18+

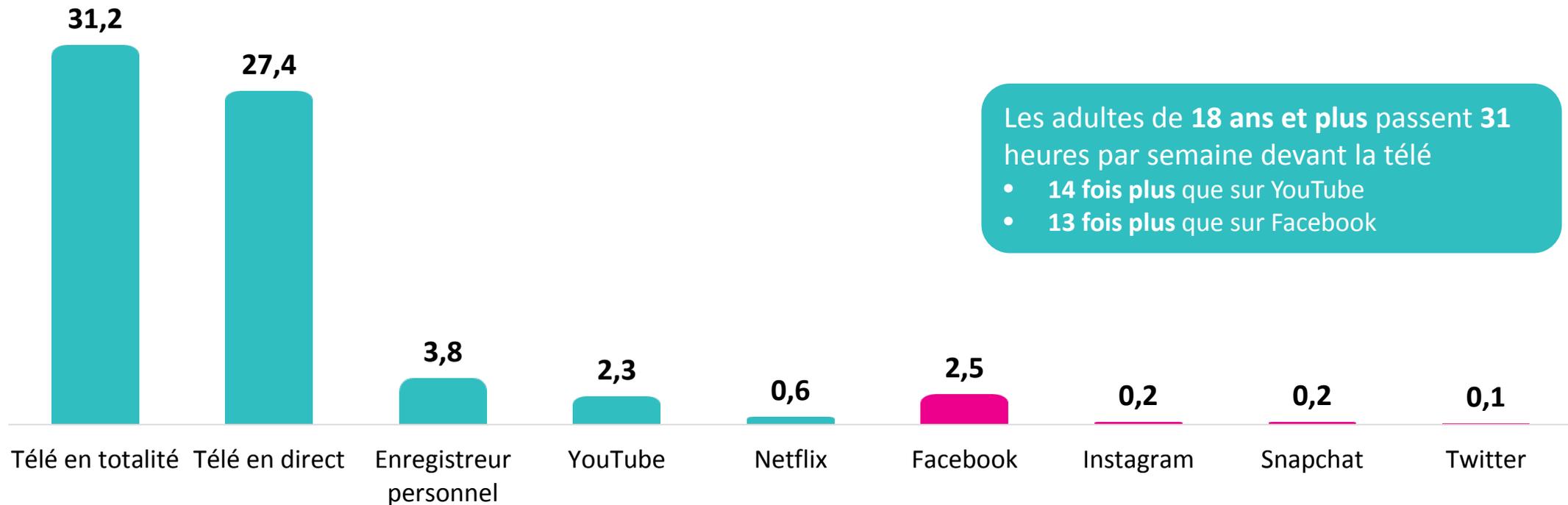
93 % Adultes 18-34

94 % Enfants 2-11



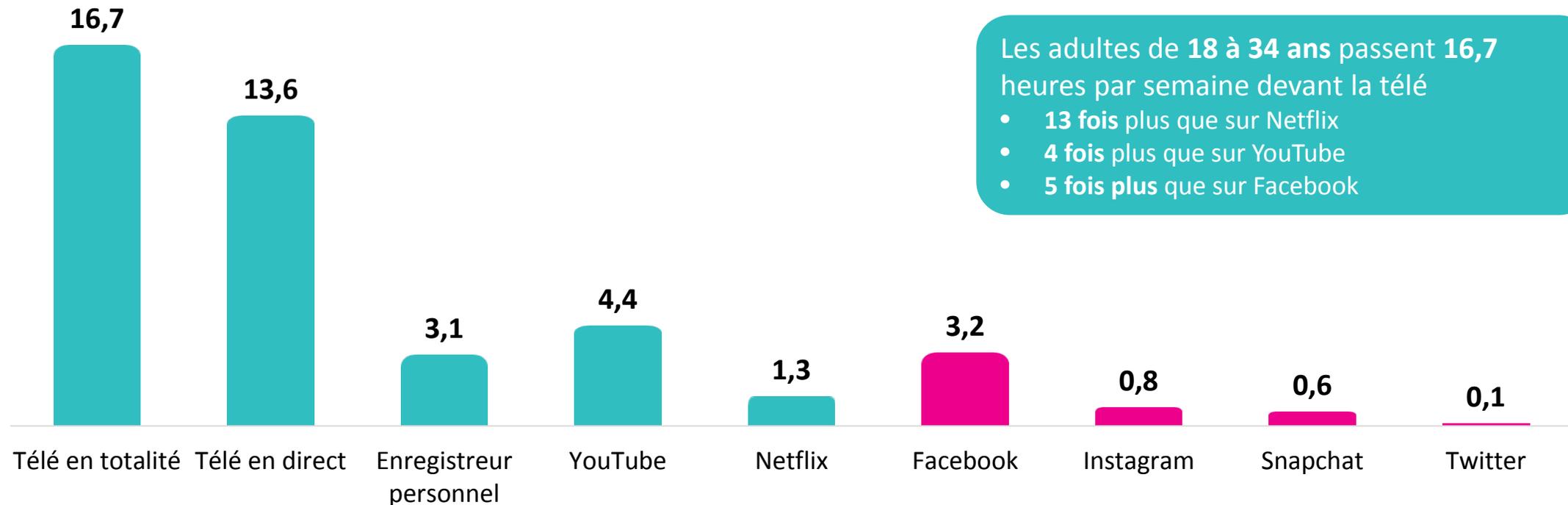
la télé domine le temps consacré aux médias

Francophones 18 ans et plus MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES



la télé domine le temps consacré aux médias par les milléniaux

Francophones 18 à 34 ans
MOYENNE DES HEURES HEBDOMADAIRES



UNITÉ 9



les milléniaux francophones passent plus de **112 millions d'heures** devant la télé **chaque mois**

une seule pub pendant *Unité 9* touchera **201 200** francophones **de 18 à 34 ans**

programmation télé

deux des dix émissions les plus écoutées au Canada sont des productions québécoises

ÉMISSION	RÉSEAU	P2+ (en milliers)
The Big Bang Theory	CTV	2 752
The Good Doctor	CTV	2 505
Young Sheldon	CTV	2 387
WJC: Playoffs Canada	TSN	2 279
PYC2018 Primetime	CBC	2 157
Survivor	Global	2 067
La Voix	TVA	2 042
La Voix Junior	TVA	1 916
NCIS	Global	1 910
Bull	Global	1 902



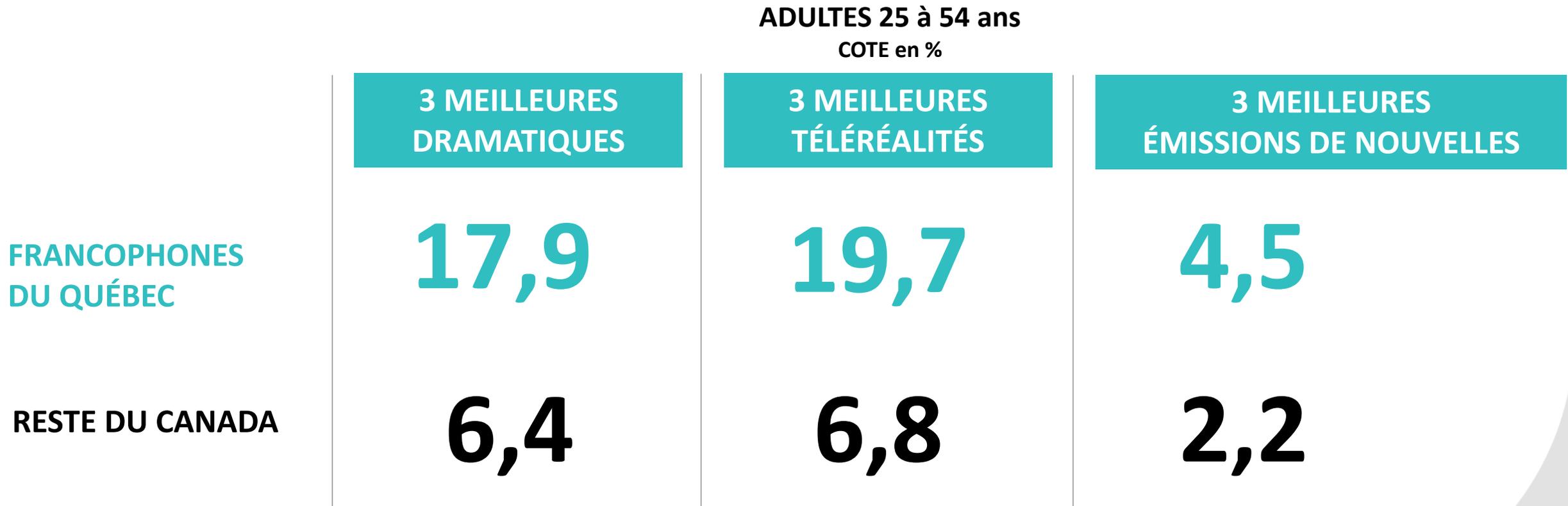
20 émissions les plus écoutées au Québec francophone

ÉMISSION	RÉSEAU	2+ AMA (en milliers)
La Voix	TVA	2 015
La Voix Junior	TVA	1 890
Fugueuse	TVA	1 606
Unité 9	SRC	1 567
District 31 *	SRC	1 402
L' échappée	TVA	1 288
Boomerang	TVA	1 142
La Magie Des Stars	TVA	1 140
L'heure Bleue	TVA	1 098
La Vraie Nature	TVA	1 079
Tout le monde en parle	SRC	1 074
Les pays d'en haut	SRC	1 062
O'	TVA	1 057
Hubert & Fanny	SRC	1 056
En tout Cas	TVA	1 047
1res fois	SRC	1 045
Conversation Secrète	TVA	1 001
Face au Mur	TVA	980
Olivier	SRC	949
Mémoires vives	SRC	946



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.

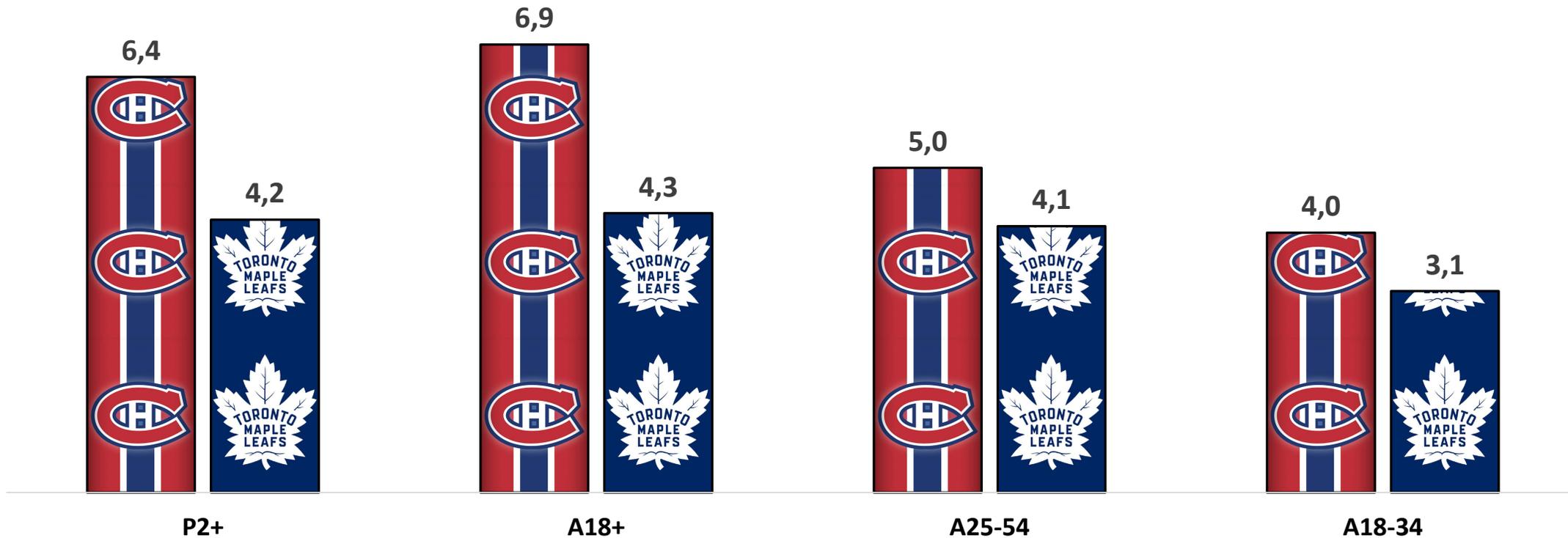


L'amour de la partie

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 EM
 ■ Parties des Leafs à Toronto EM



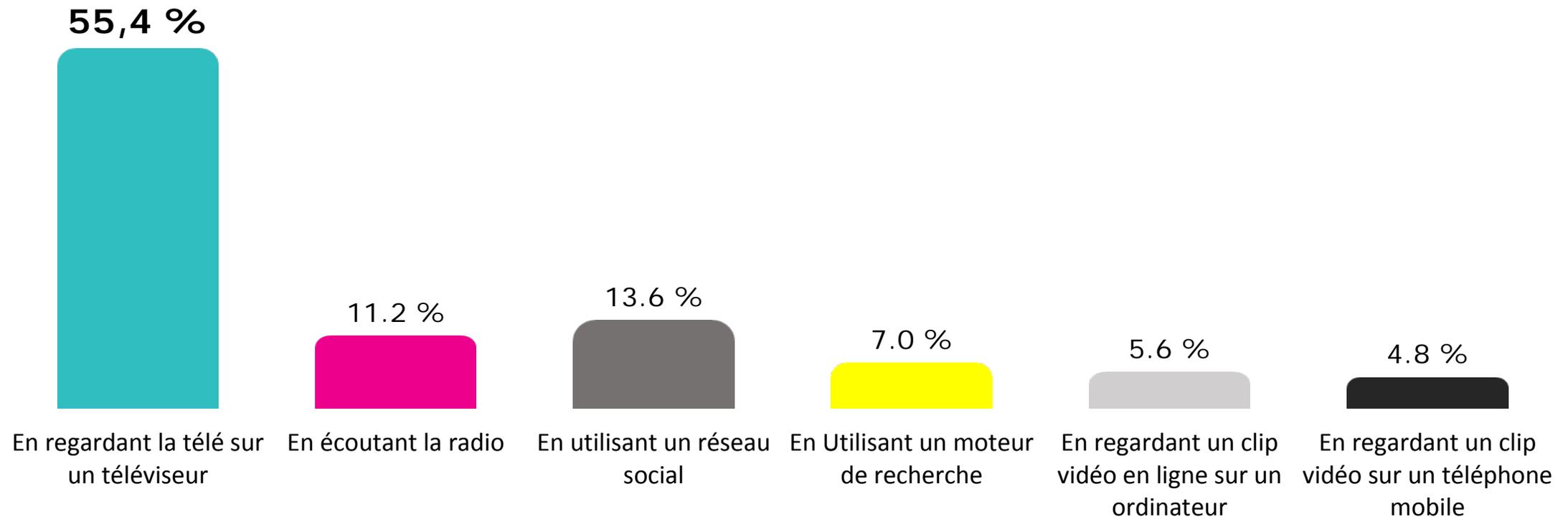
Source : Numeris PPM, francophones à Montréal EM / Toronto-Hamilton EM | parties de la saison régulière de 2017-2018 | Canadiens : RDS / TVA Sports, Leafs : Sportsnet Ont. / TSN



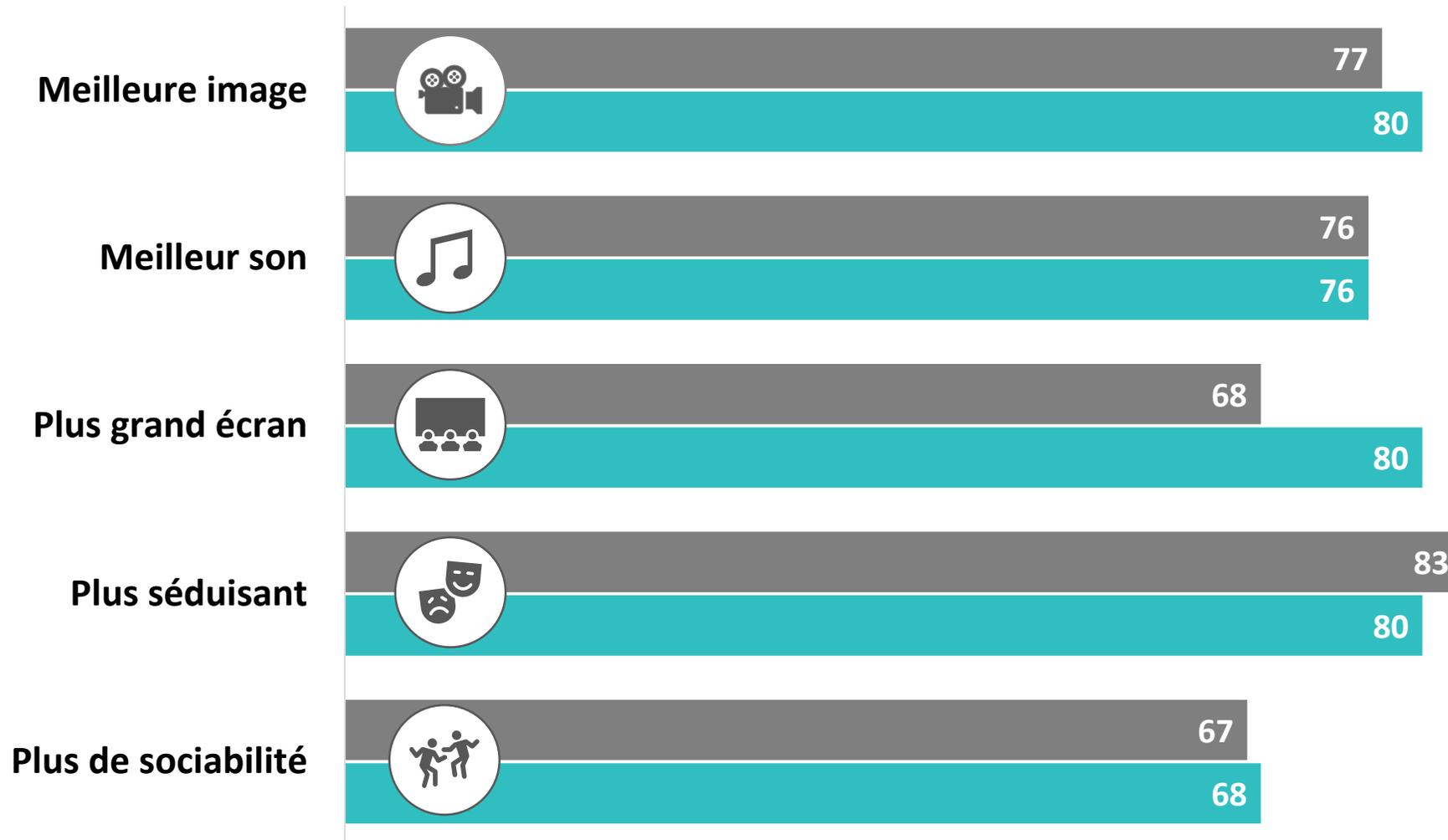
la télé et l'**attention**

les francophones accordant une plus grande attention à la **télé**

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



la télé attire l'attention parce que ...

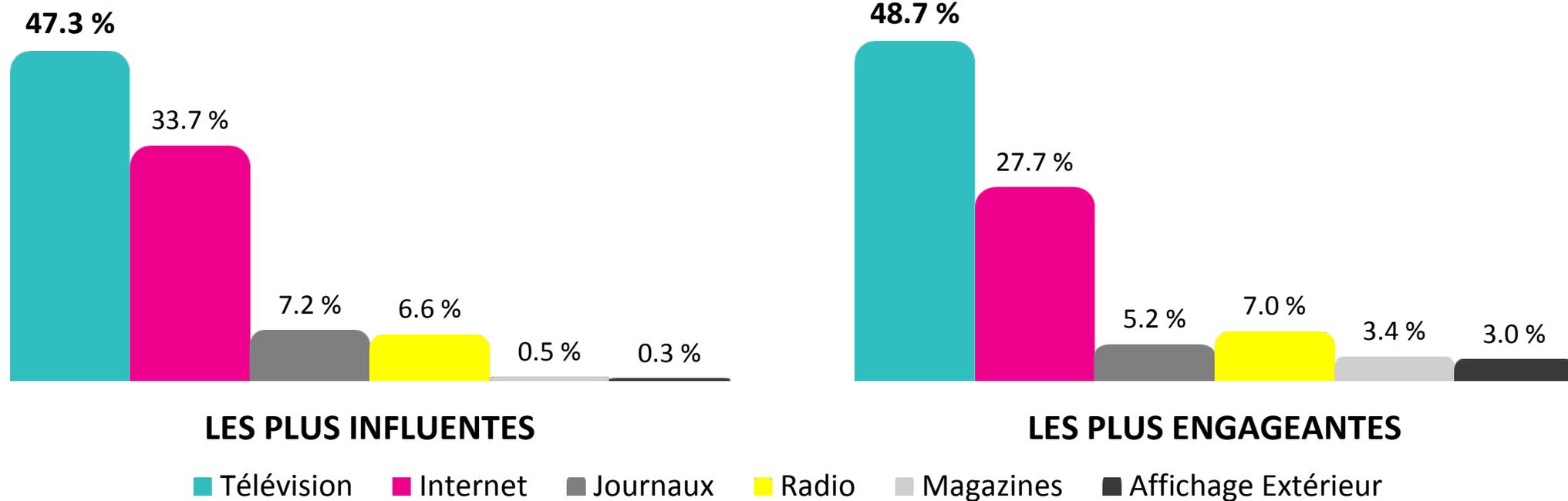


Q : Lesquels des éléments suivants font que vous aimez regarder vos émissions préférées sur un téléviseur?

■ FRANCOPHONES 18 ans et +
 ■ FRANCOPHONES 18 à 34 ans

les francophones disent que les publicités sont les plus engageantes et influentes

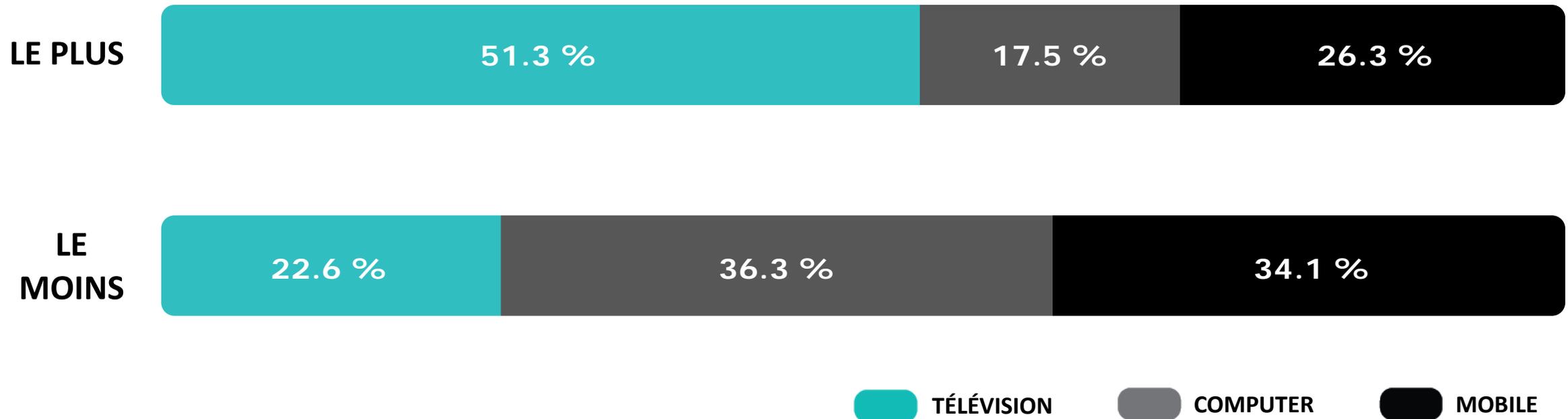
Q : Parmi les médias suivants, LEQUEL présente les publicités qui vous semblent...



les francophones sont **plus attentifs** aux publicités à la **télé**

et sont **moins susceptibles** de regarder les publicités sur les ordinateurs

Q : Lequel de ces types de publicité vidéo êtes-vous **le plus susceptible de regarder**? Le **moins susceptible de regarder**?

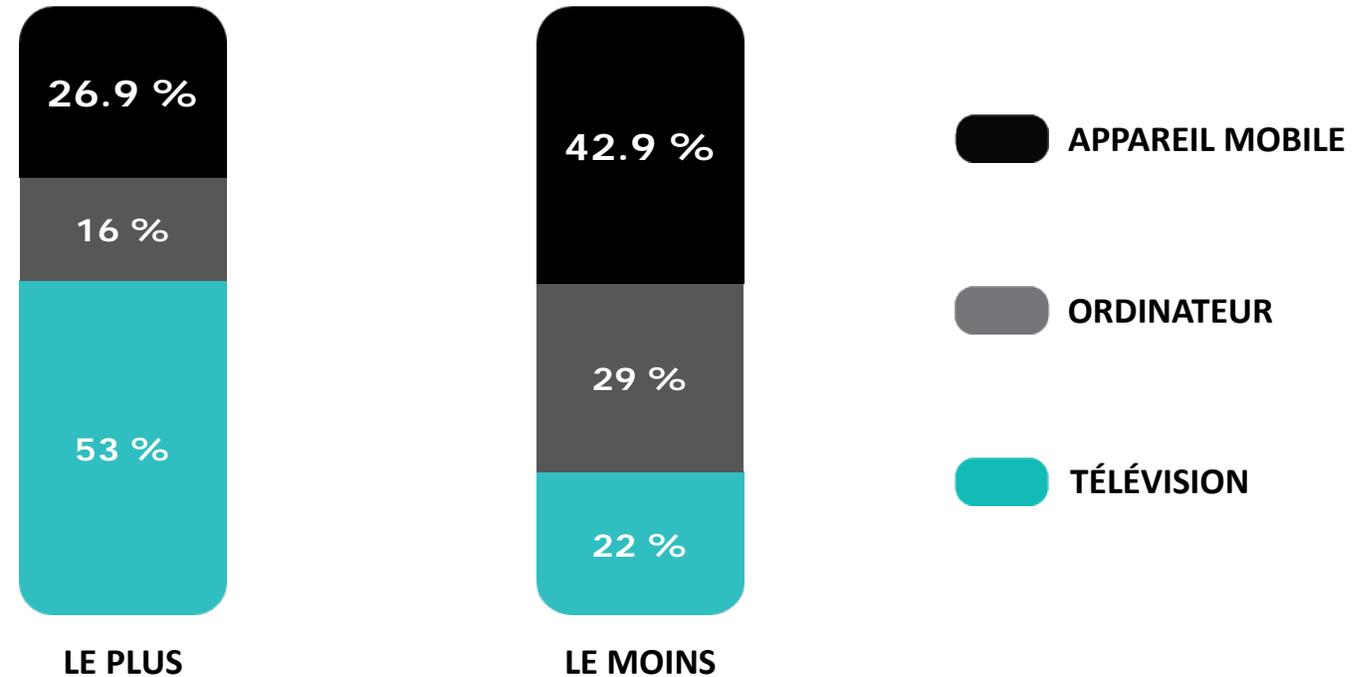


les francophones sont plus attentifs aux publicités à la télé

et sont moins susceptibles de regarder les publicités sur les appareils mobiles

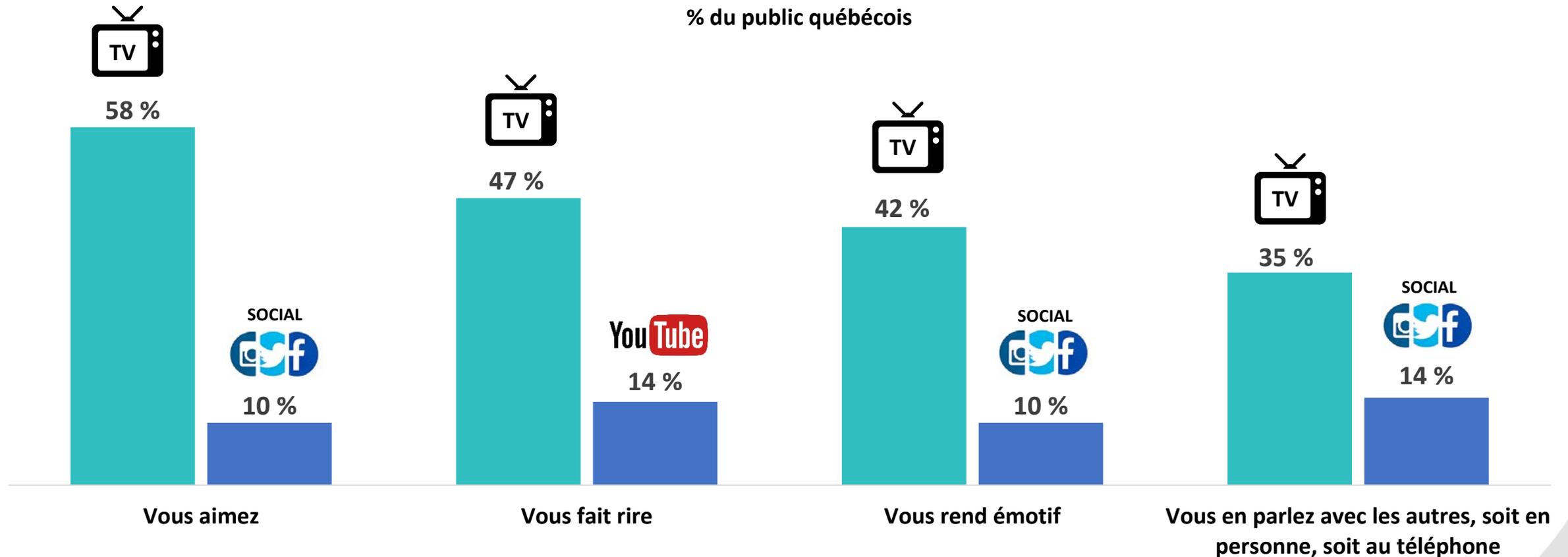
FRANCOPHONES 18 ans et plus

Q : Lequel de ces types de publicité vidéo êtes-vous le plus susceptible de regarder?
Le moins susceptible de regarder?



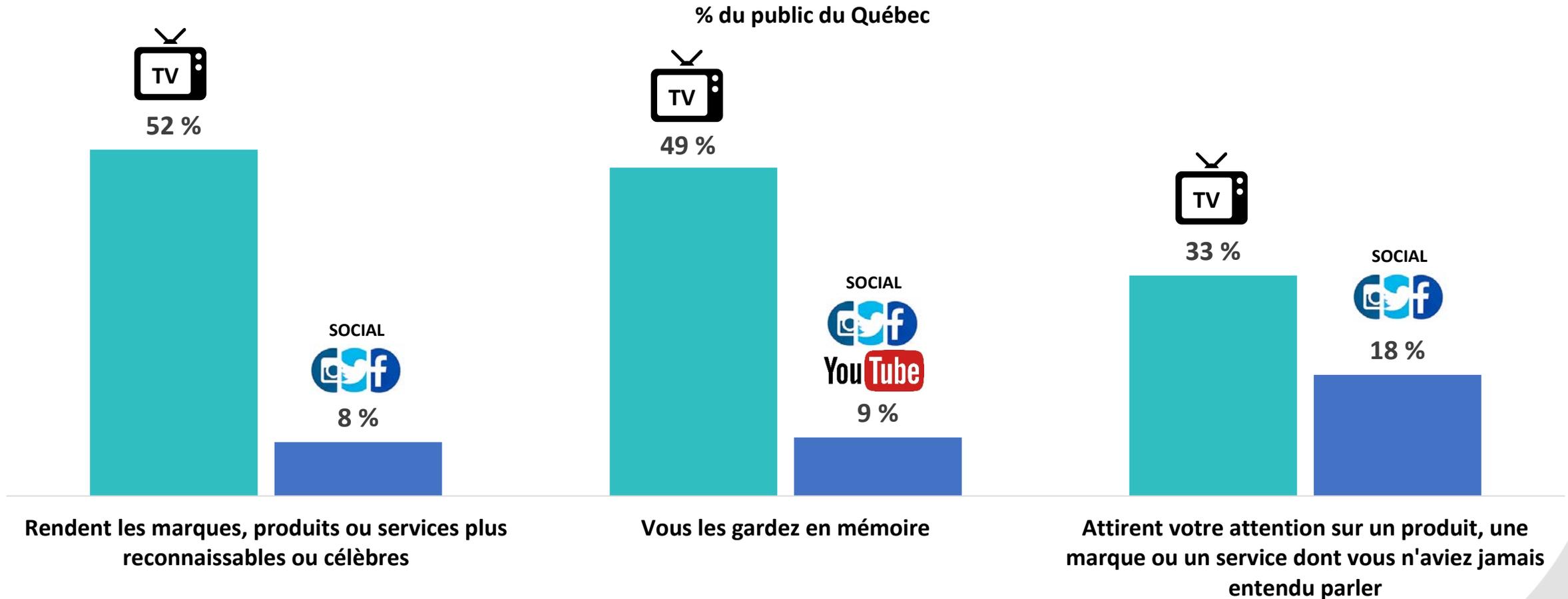
les francophones sont ceux qui aiment le plus les publicités à la télé

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



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

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...?

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.



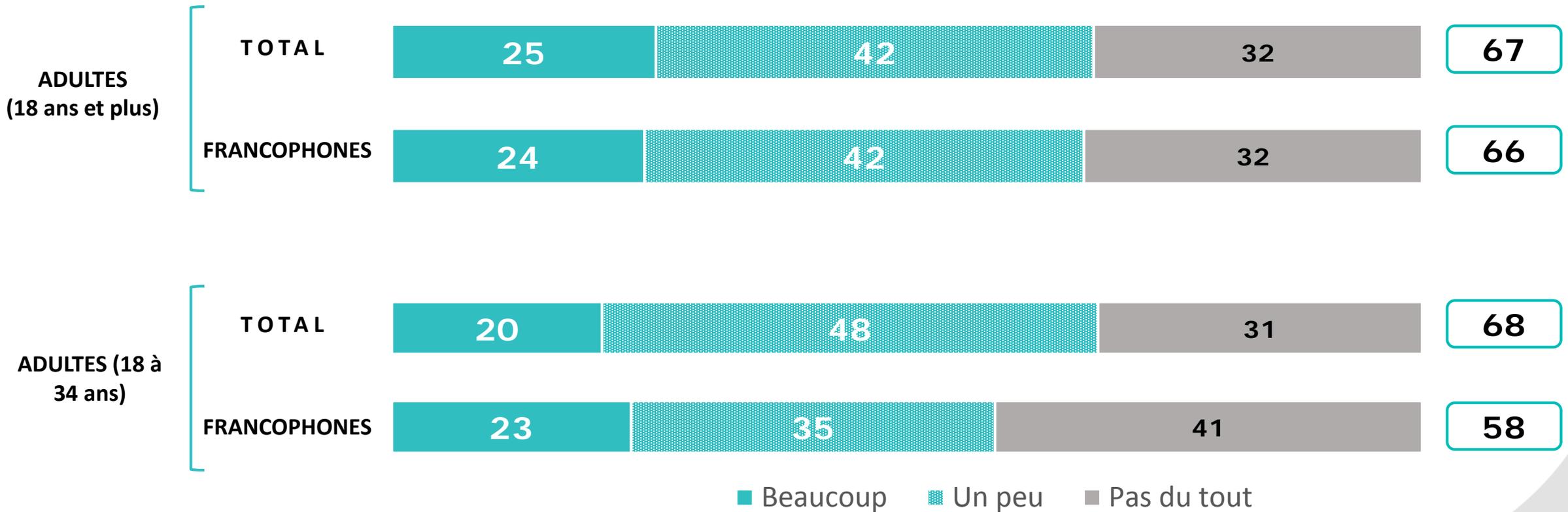
la télé et la **confiance**

la **préoccupation** au sujet des fausses nouvelles est présente au Québec

2 francophones sur 3 sont préoccupés par les fausses nouvelles

Q. À quel point êtes-vous préoccupé par les fausses nouvelles?

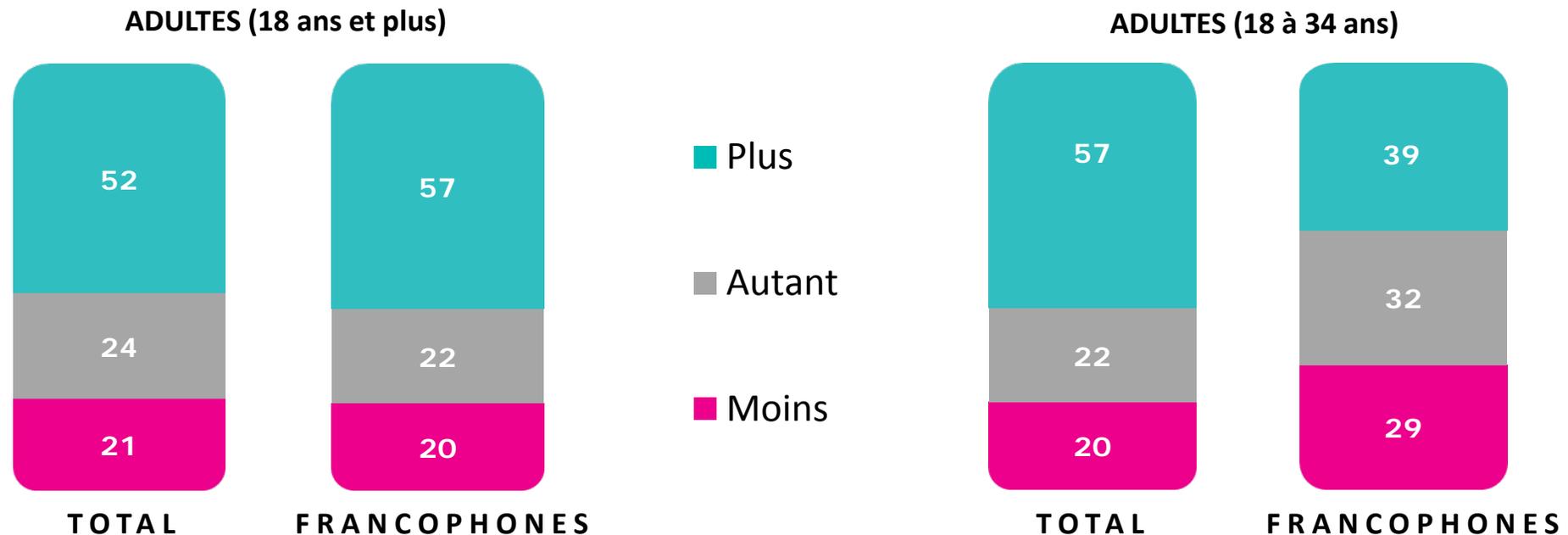
Très +
Un peu



et cette préoccupation va en augmentant

plus de la moitié de tous les francophones se disent plus préoccupés que l'an dernier

Q. Par rapport à l'an dernier, êtes-vous plus ou moins préoccupé par les fausses nouvelles?



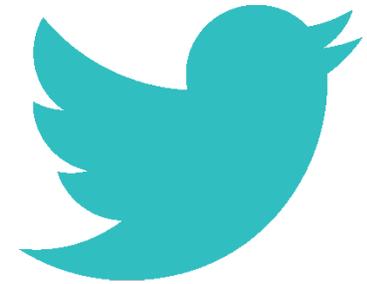
think^{tv}



inscrivez-vous
à notre [infolettre](#)



visitez thinktv.ca
pour plus d'informations



suivez-nous
[@thinktvca](#)