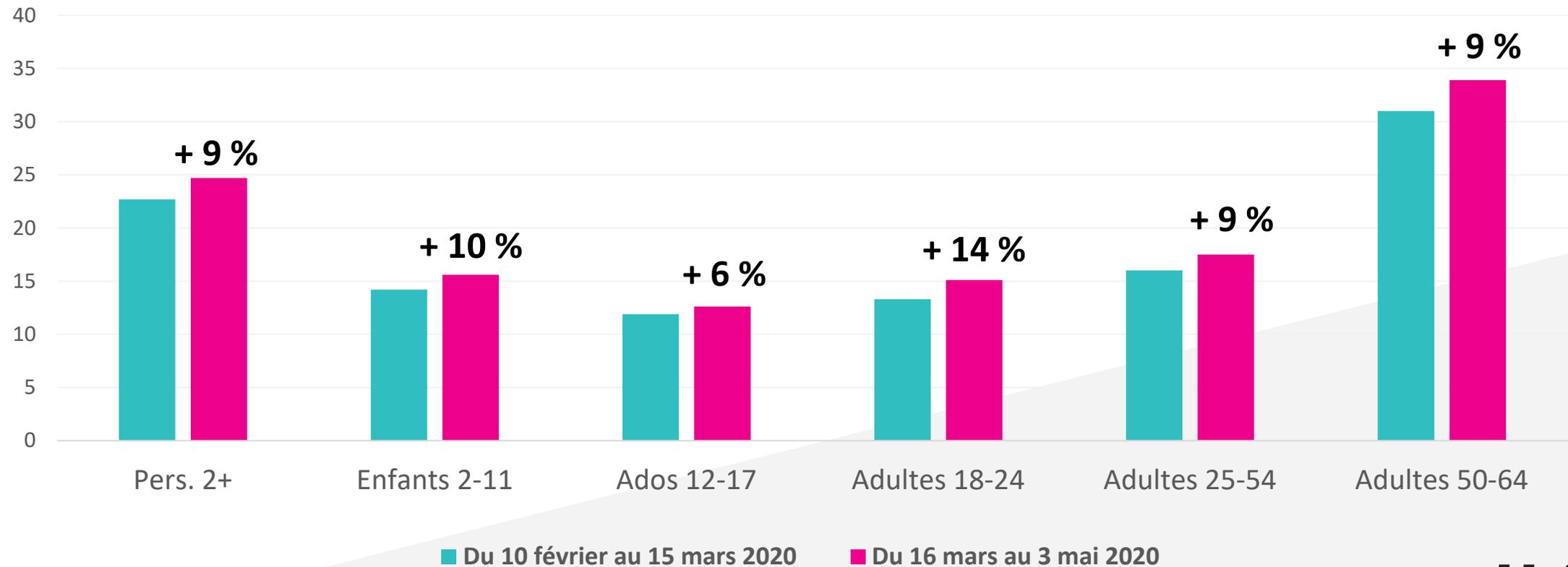


le visionnement de la télé au Canada en cette période de pandémie de COVID-19

du 10 février 2020 au 3 mai 2020

les Canadiens de tous âges regardent considérablement plus la télé depuis le début de la crise de la COVID-19

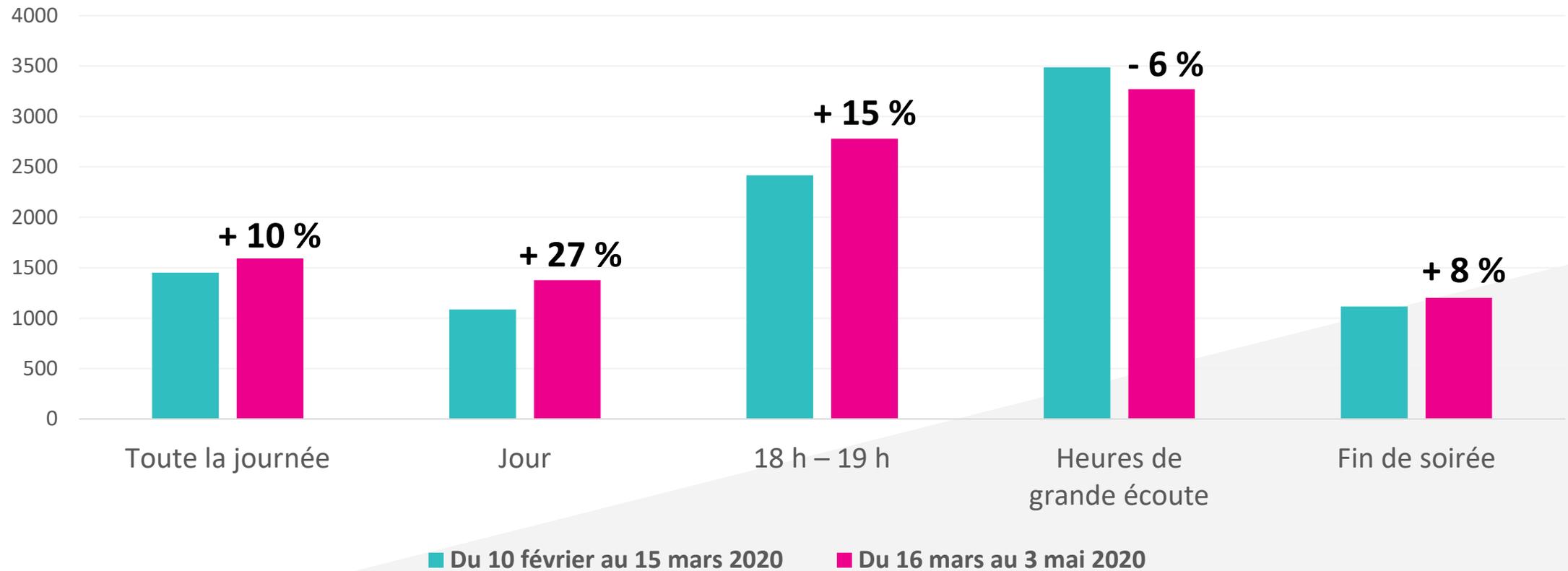
Total pour le Canada
Moyenne hebdomadaire par personne



plus forte hausse de l'auditoire le jour et en soirée

Total pour la télévision – AMM (000) **A25-54**

Données confirmées

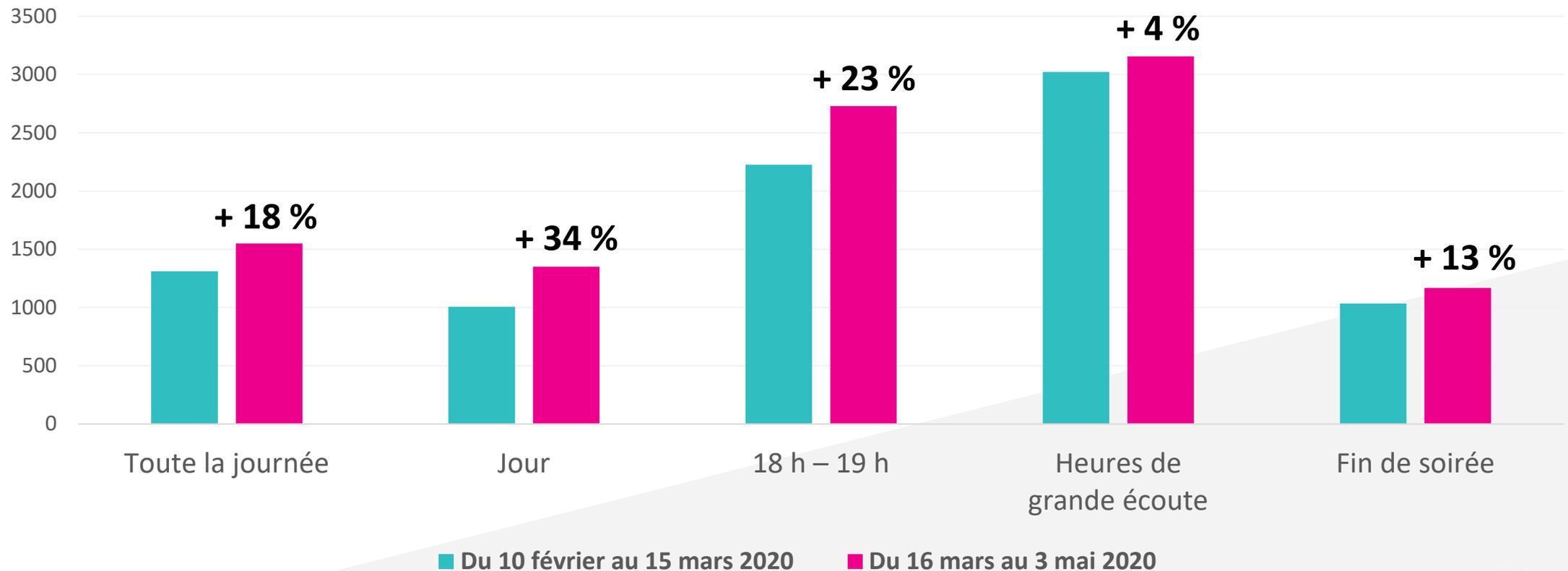


croissance à tous les moments de la journée si l'on excluant les chaînes de sports

Total pour la télévision – AMM (000) **A25-54**

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

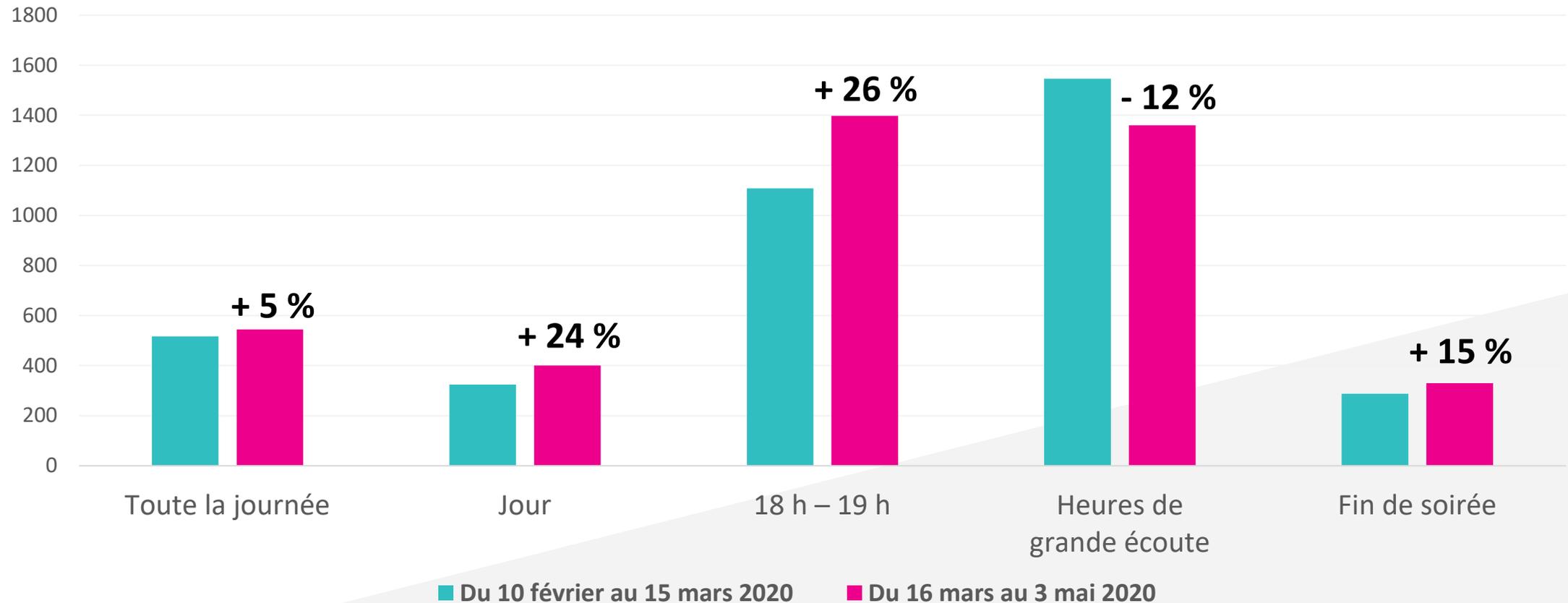
Données confirmées



hausse considérable du visionnement de la télé traditionnelle au Canada à presque tous les moments de la journée

Télé traditionnelle au Canada – AMM (000) **A25-54**

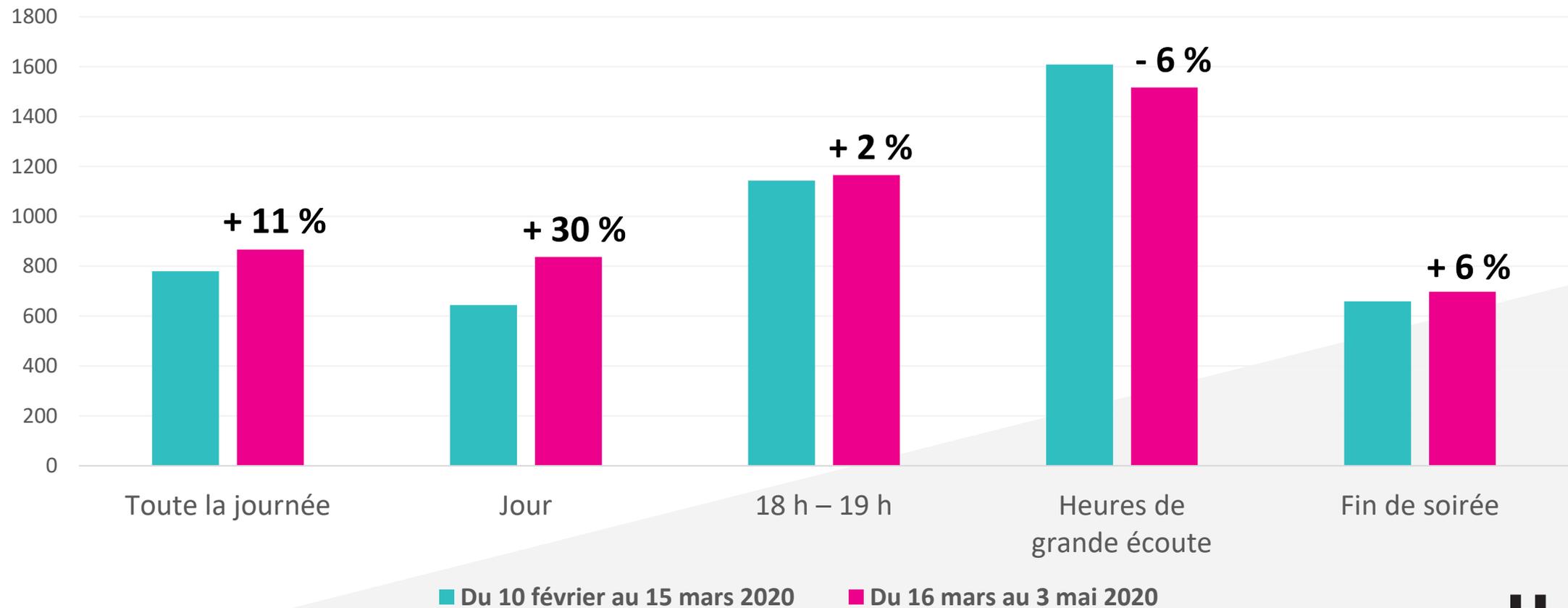
Données confirmées



hausse substantielle du visionnement de la télé spécialisée au Canada le jour

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) A25-54

Données confirmées

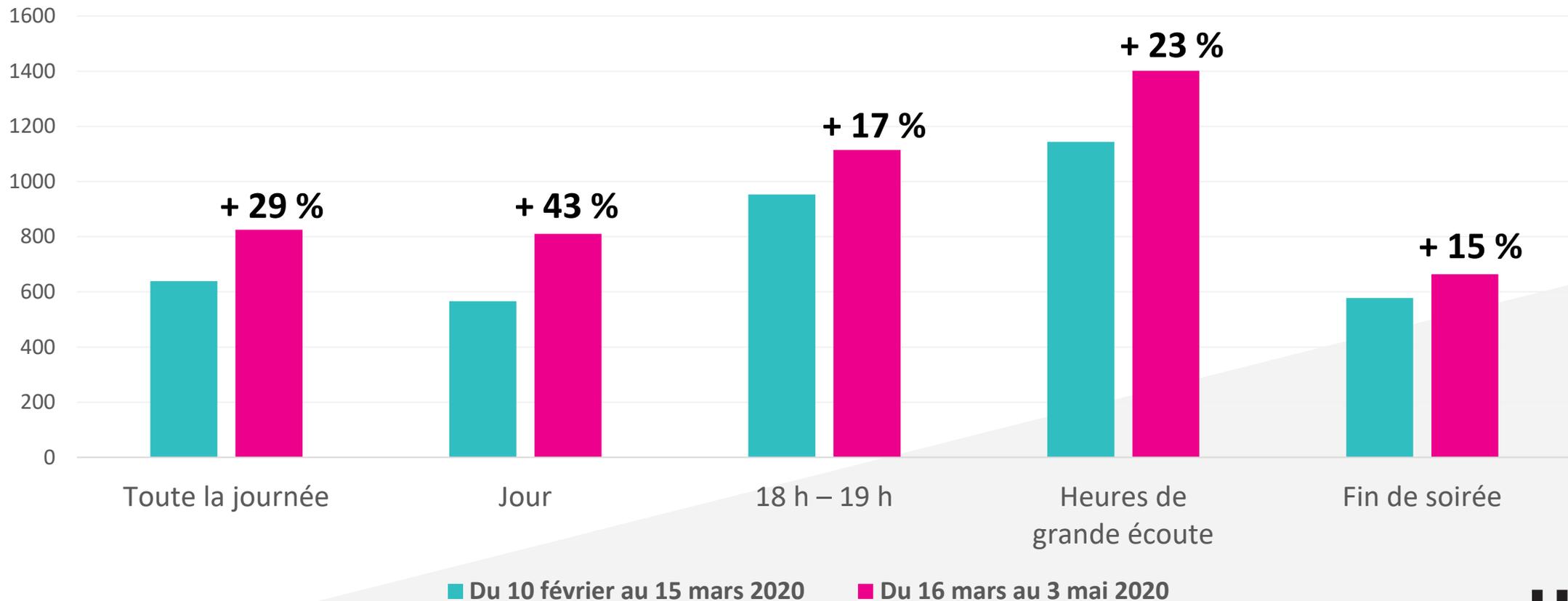


croissance plus forte de la télé spécialisée au Canada si l'on excluant les chaînes de sports

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) **A25-54**

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

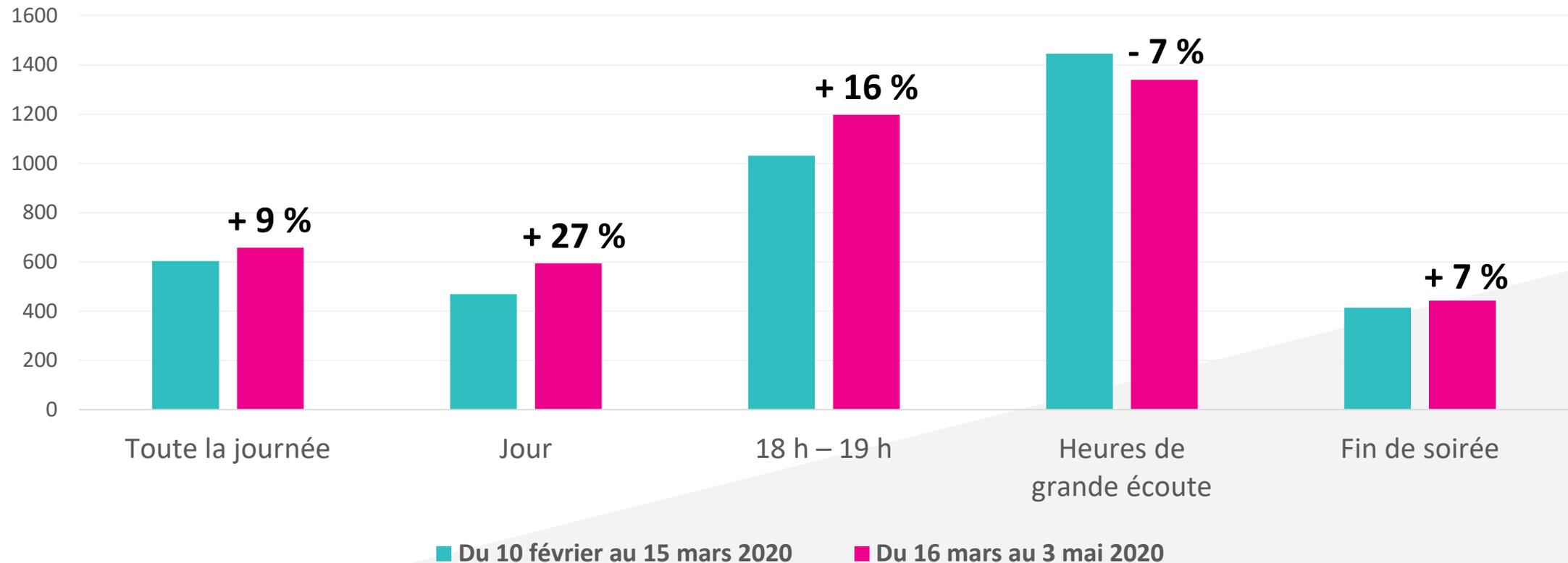
Données confirmées



hausse importante le jour et en soirée chez les adultes de 18 à 34 ans

Total pour la télévision – AMM (000) **A18-34**

Données confirmées

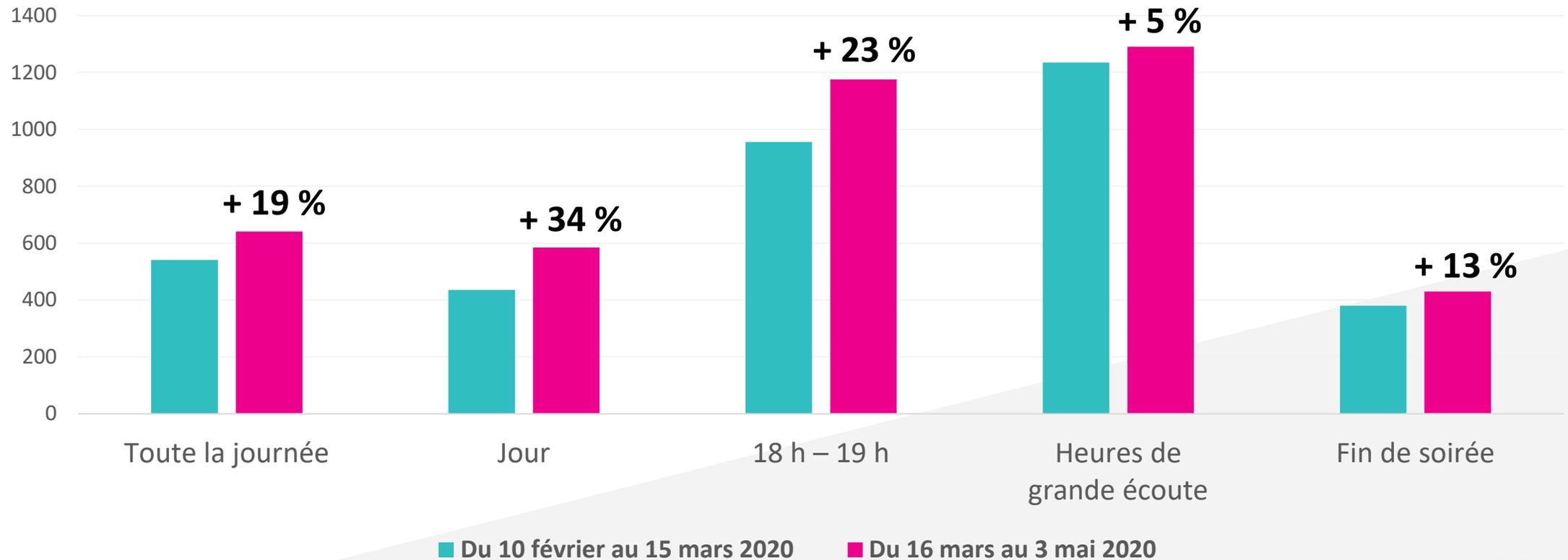


croissance de l'auditoire en hausse si l'on excluant les chaînes de sports

Total pour la télévision – AMM (000) **A18-34**

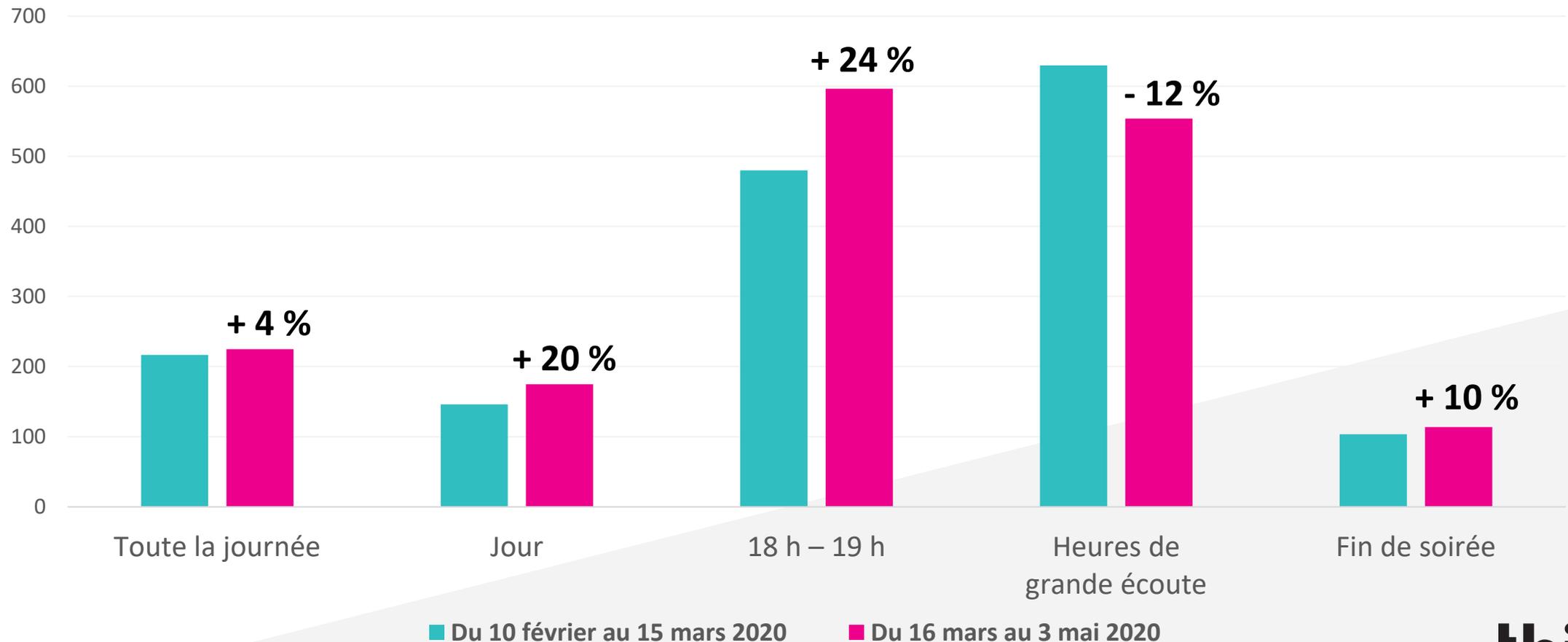
(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées



hausse de 4 % de la télé traditionnelle au Canada chez les A18 à 34 ans, croissance la plus forte le jour et en soirée

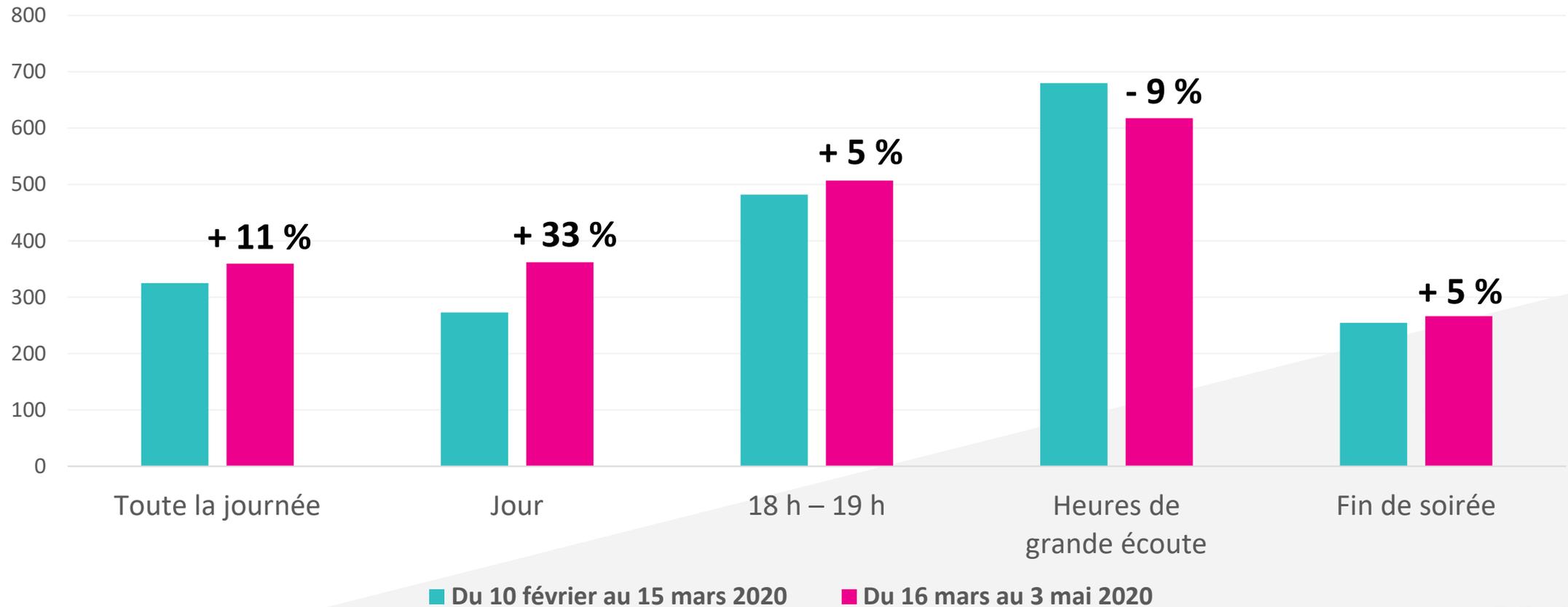
Télé traditionnelle au Canada – AMM (000) A18-34
Données confirmées



hausse de 11 % de la télé spécialisée au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans, dont une forte croissance le jour

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) A18-34

Données confirmées

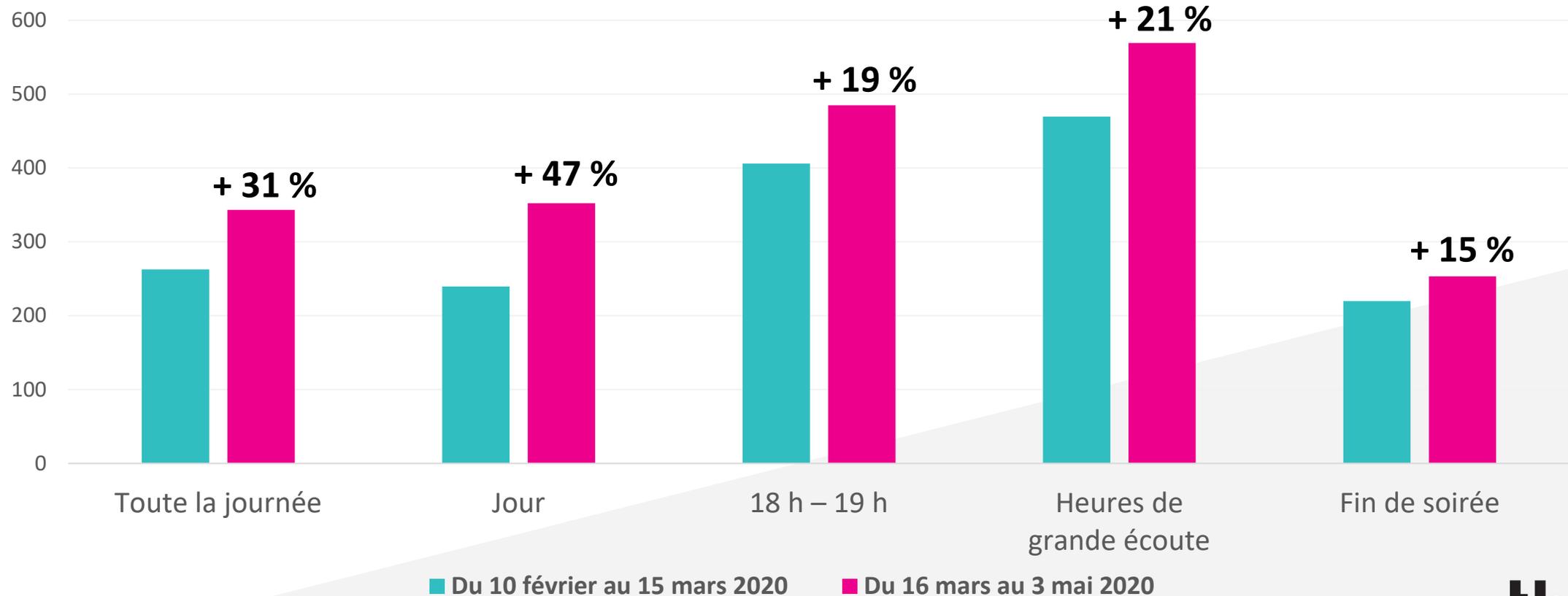


hausse plus élevée de l'auditoire de la télé spécialisée au Canada si l'on excluant les chaînes de sports

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) **A18-34**

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées



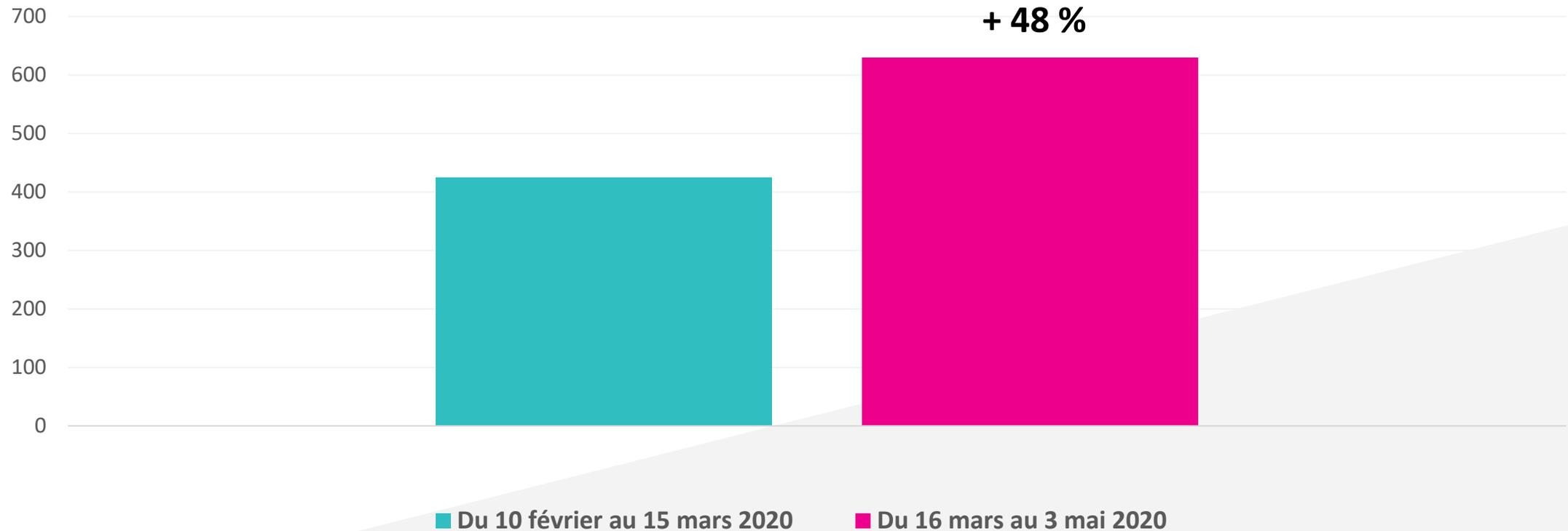
Le visionnement de la télé au Canada en cette période de pandémie de COVID-19

Nouvelles

du 10 février 2020 au 3 mai 2020

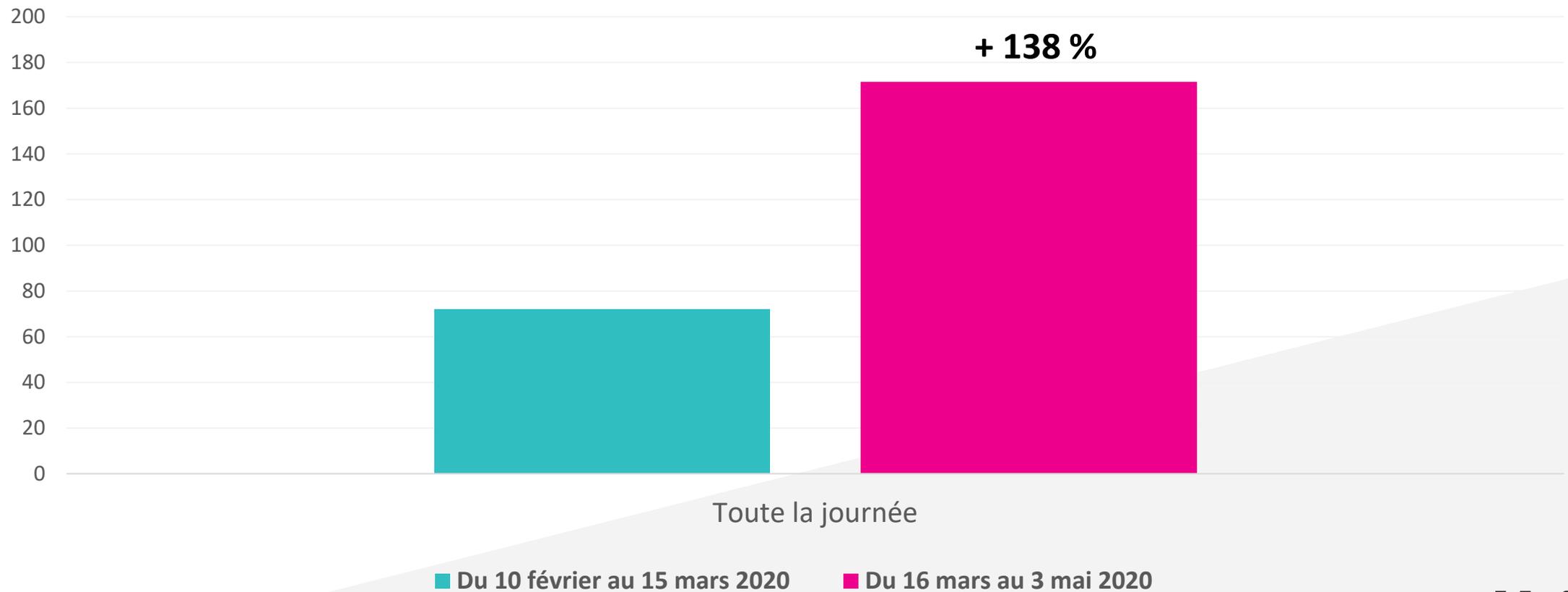
croissance impressionnante pour les chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada

Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – AMM (000) **A25-54**
Données confirmées



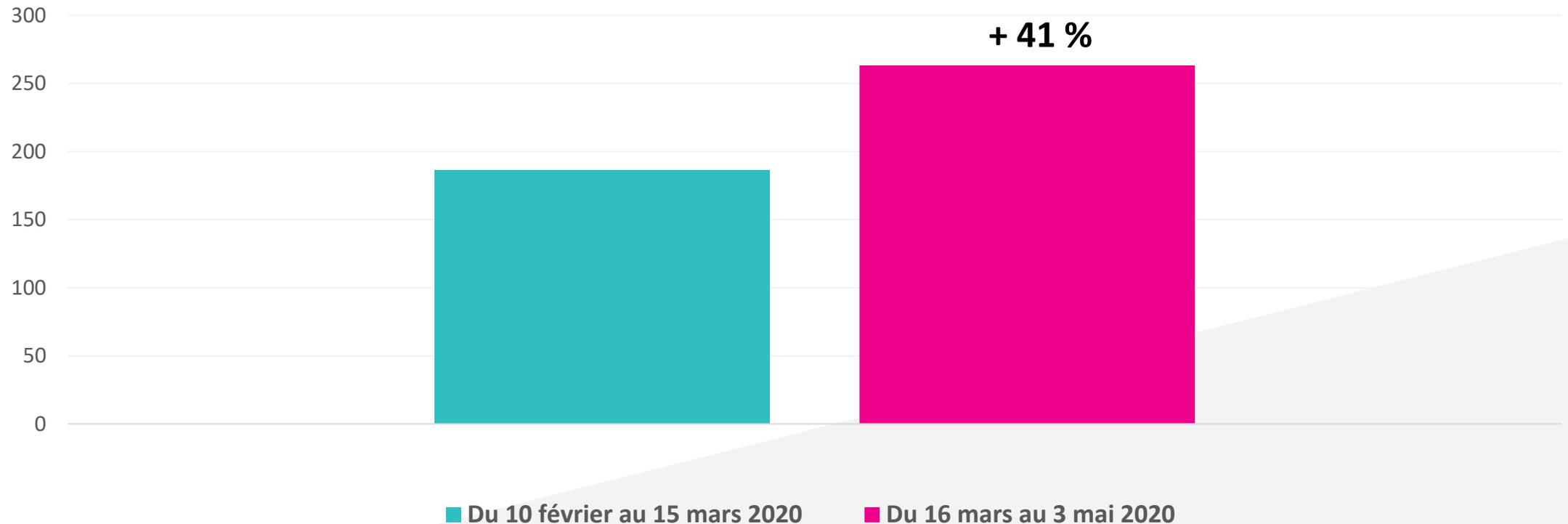
croissance considérable pour les chaînes de nouvelles spécialisées au Canada

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – AMM (000) **A25-54**
Données confirmées



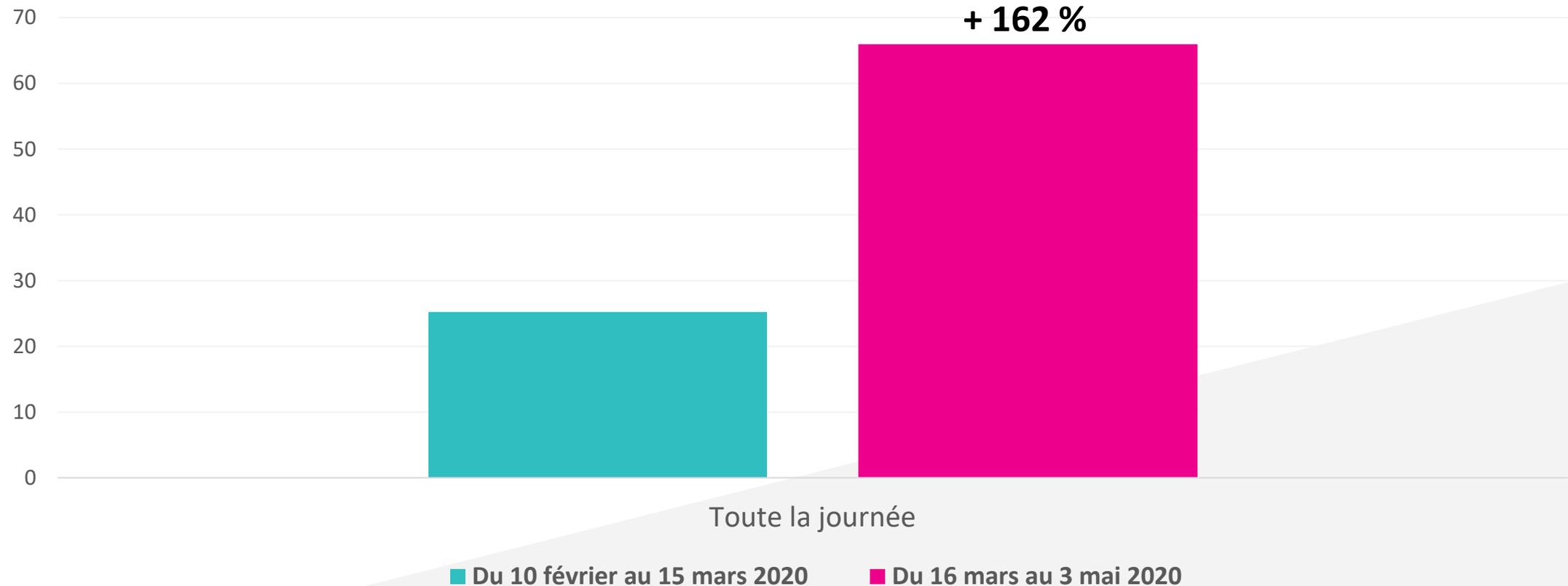
forte hausse de l'auditoire des chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – AMM (000) **A18-34**
Données confirmées



hausse considérable de l'auditoire des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – AMM (000) A18-34
Données confirmées



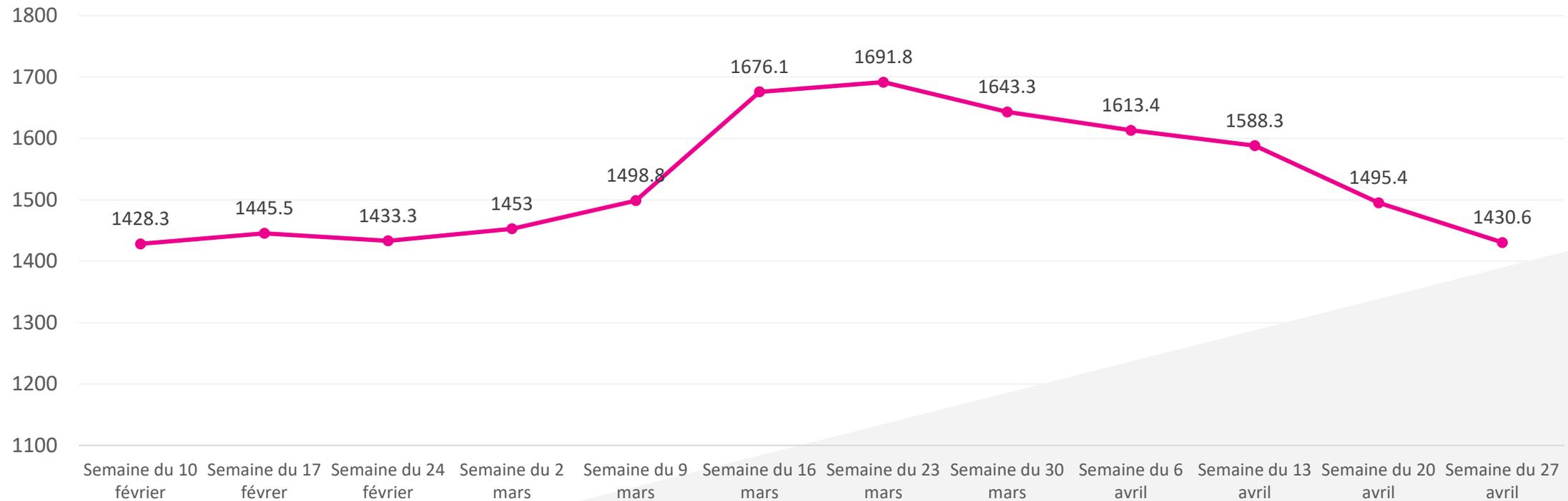
Le visionnement de la télé au Canada en cette période de pandémie de COVID-19 Tendances de l'hiver et du printemps

du 10 février 2020 au 3 mai 2020

hausse de 10 %* du visionnement total de la télévision chez les adultes de 25 à 54 ans

Total pour la télévision – Tendence de l'AMM (000) A25-54

Données confirmées



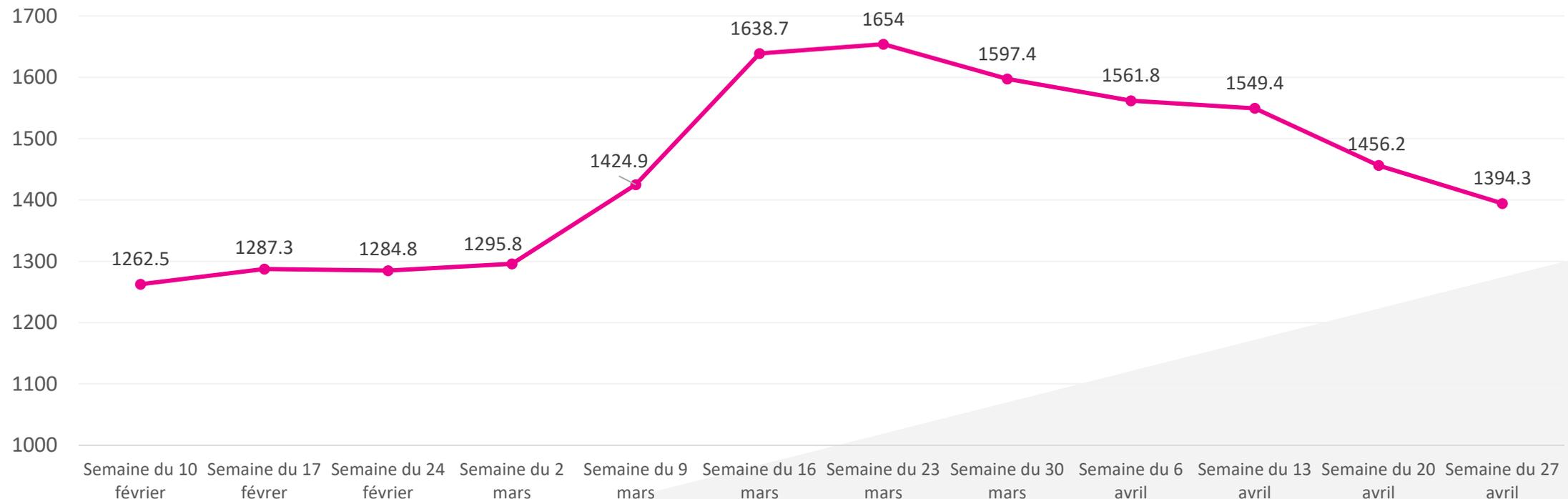
*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 18 %* du visionnement total de la télévision chez les A25 à 54 ans excluant les chaînes spécialisées en sports

Total pour la télévision – Tendence de l'AMM (000) A25-54

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

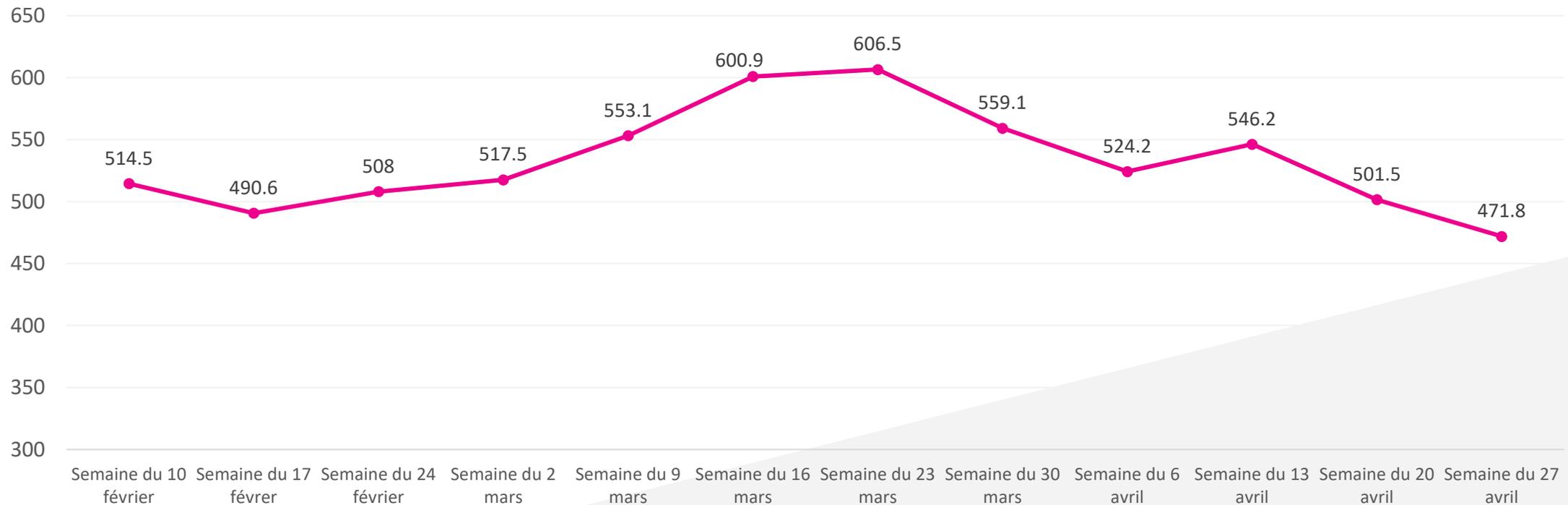
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 5 %* de la télé traditionnelle au Canada chez les adultes de 25 à 54 ans

Télé traditionnelle au Canada – Tendence de l'AMM (000) A25-54
Données confirmées

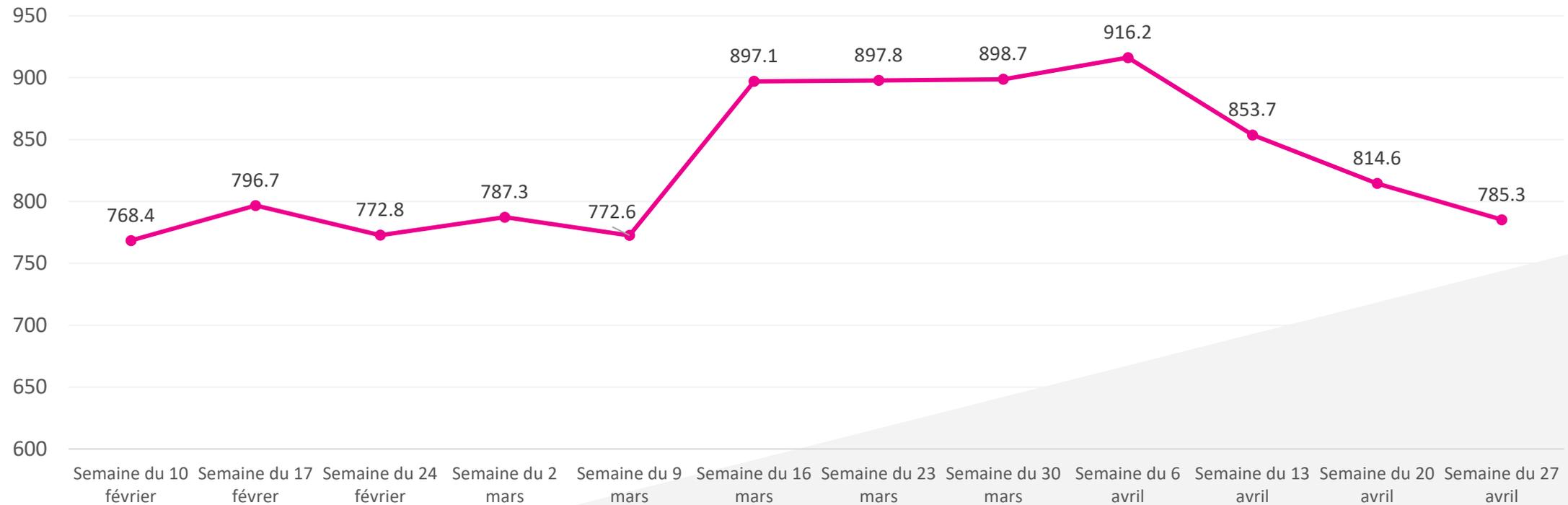


*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 11 %* de la télé spécialisée au Canada chez les adultes de 25 à 54 ans

Télé spécialisée au Canada – Tendence de l'AMM (000) A25-54

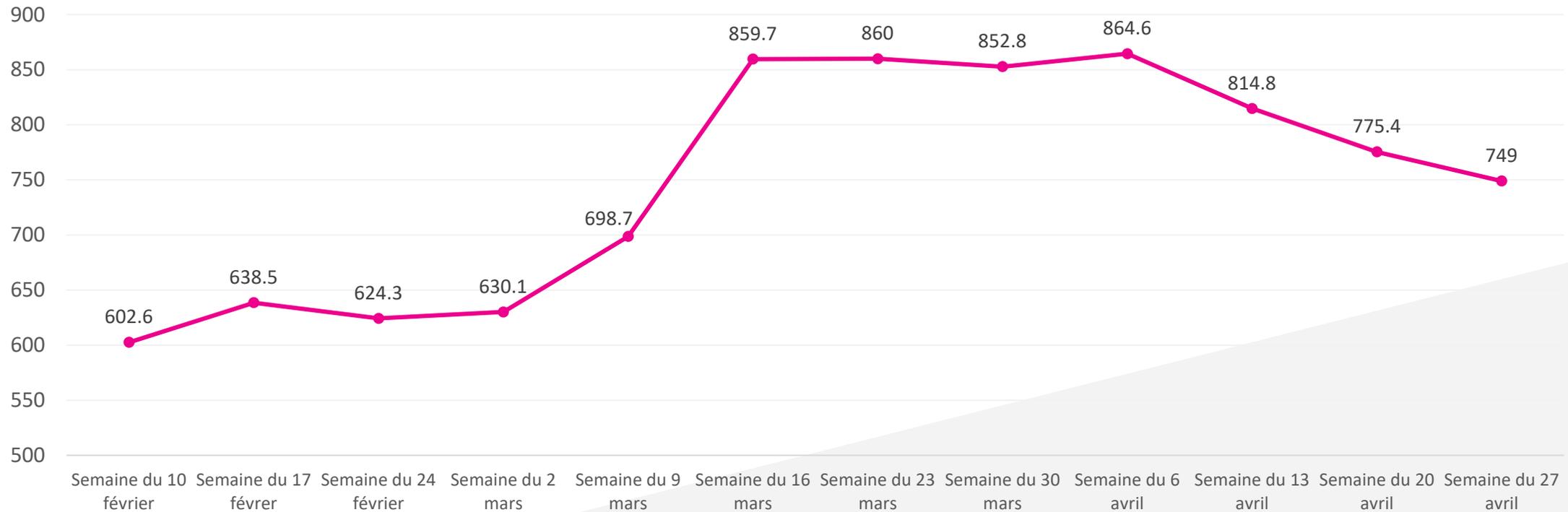
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 29 %* de la télé spécialisée au Canada excluant les chaînes spécialisées en sports

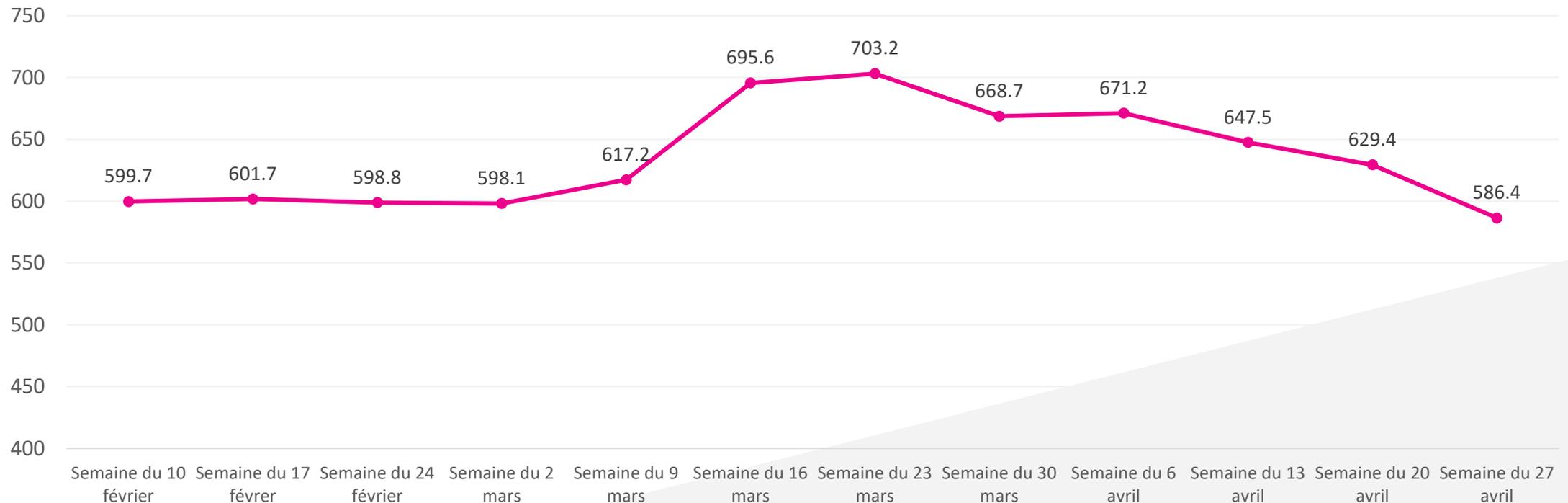
Télé spécialisée au Canada – Tendence de l'AMM (000) **A25-54**
(Excluant les chaînes spécialisées en sports)
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 9 %* du visionnement total de la télévision chez les adultes de 18 à 34 ans

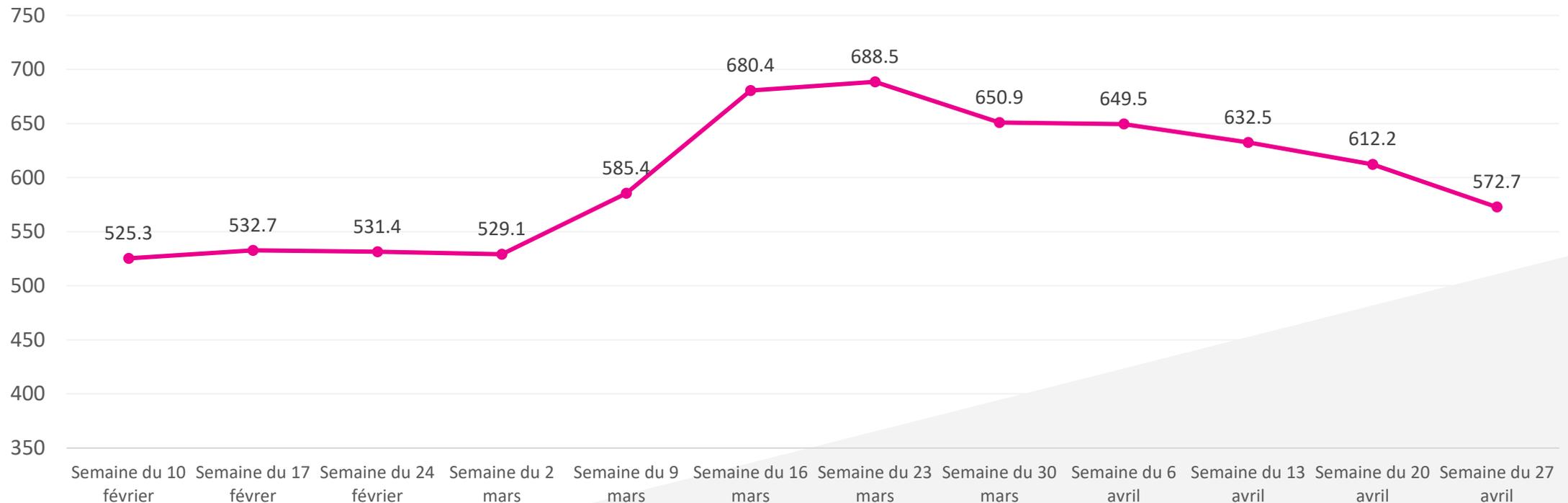
Total pour la télévision – Tendances de l'AMM (000) **A18-34**
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 19 %* du visionnement total de la télévision chez les A18 à 34 ans excluant les chaînes spécialisées en sports

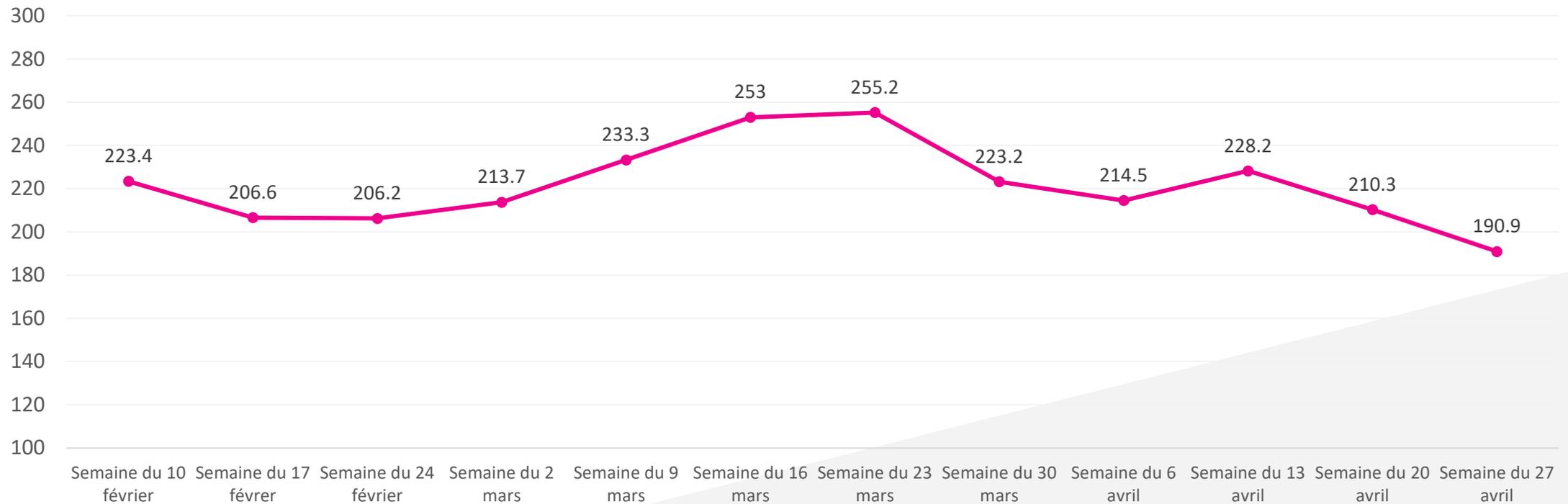
Total pour la télévision – Tendence de l'AMM (000) A18-34
(Excluant les chaînes spécialisées en sports)
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 4 %* de la télé traditionnelle au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

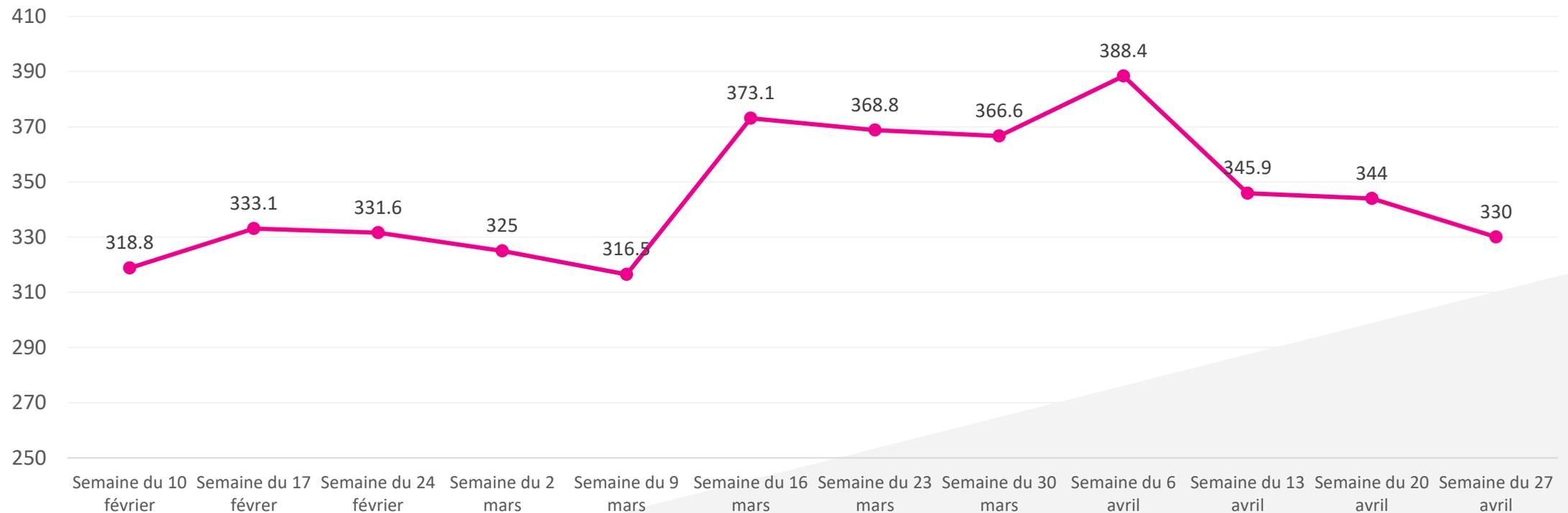
Télé traditionnelle au Canada – Tendances de l'AMM (000) A18-34
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 11 %* de la télé spécialisée au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

Télé spécialisée au Canada – Tendence de l'AMM (000) A18-34
Données confirmées



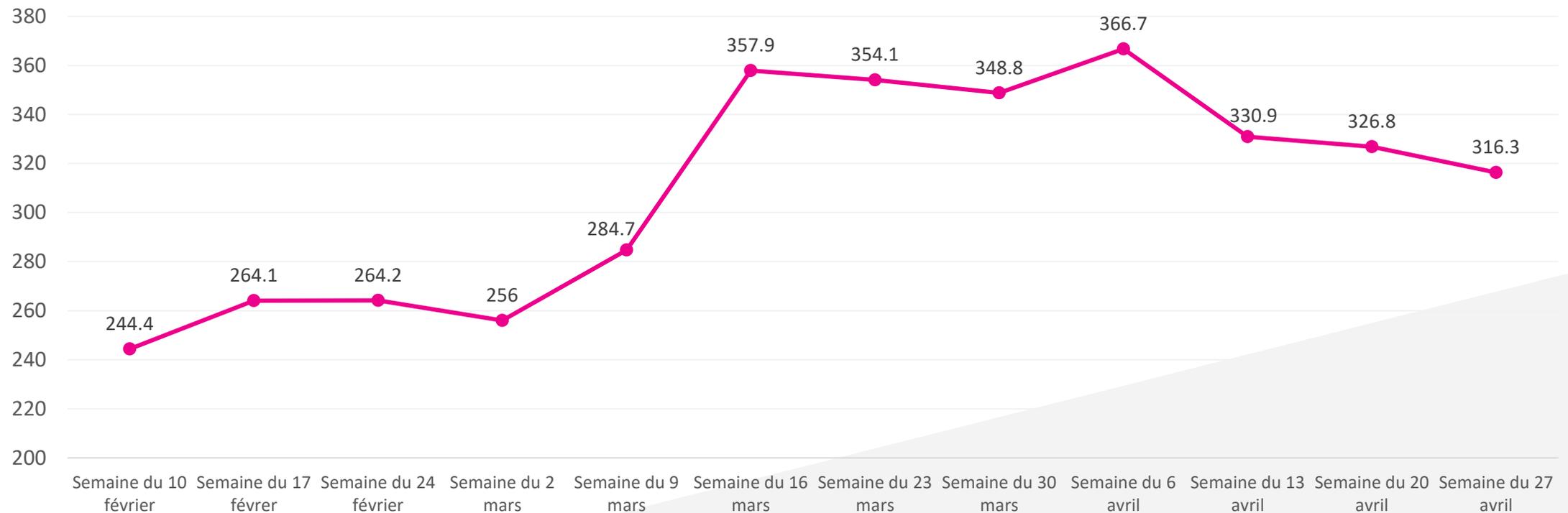
*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 31 %* de la télé spécialisée au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans excluant les chaînes spécialisées en sports

Télé spécialisée au Canada – Tendence de l'AMM (000) A18-34

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées



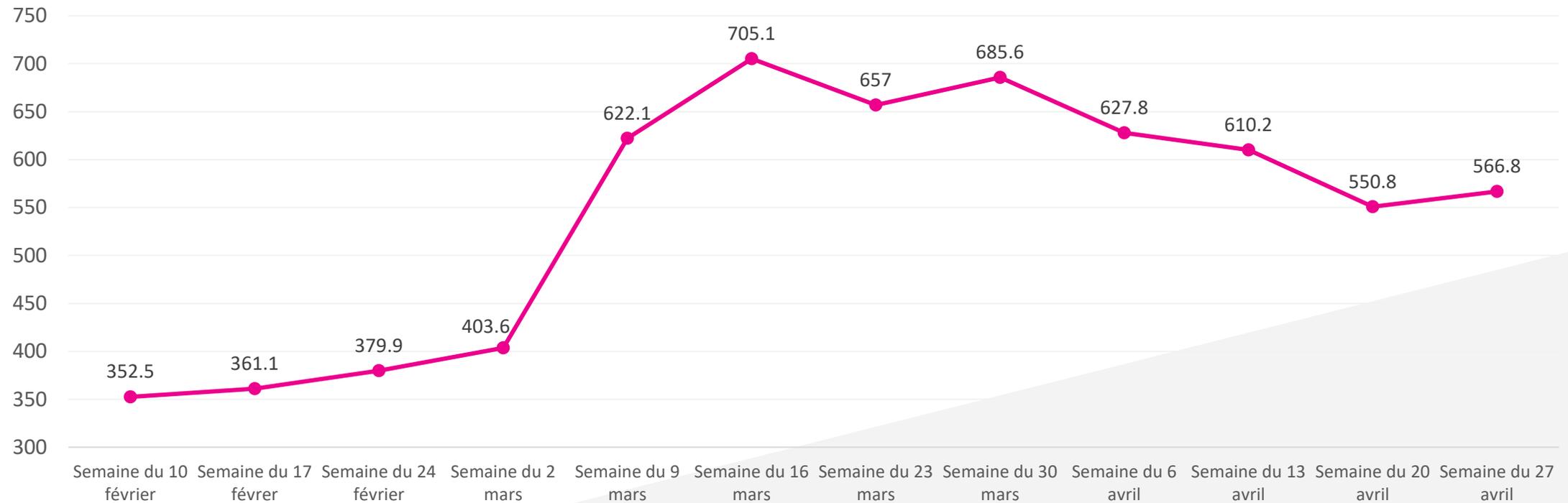
*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

**Le visionnement de la télé au Canada en
cette période de pandémie de COVID-19
Tendances de l'hiver et du printemps
Nouvelles**

du 10 février 2020 au 3 mai 2020

hausse substantielle de 48 %* des chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada

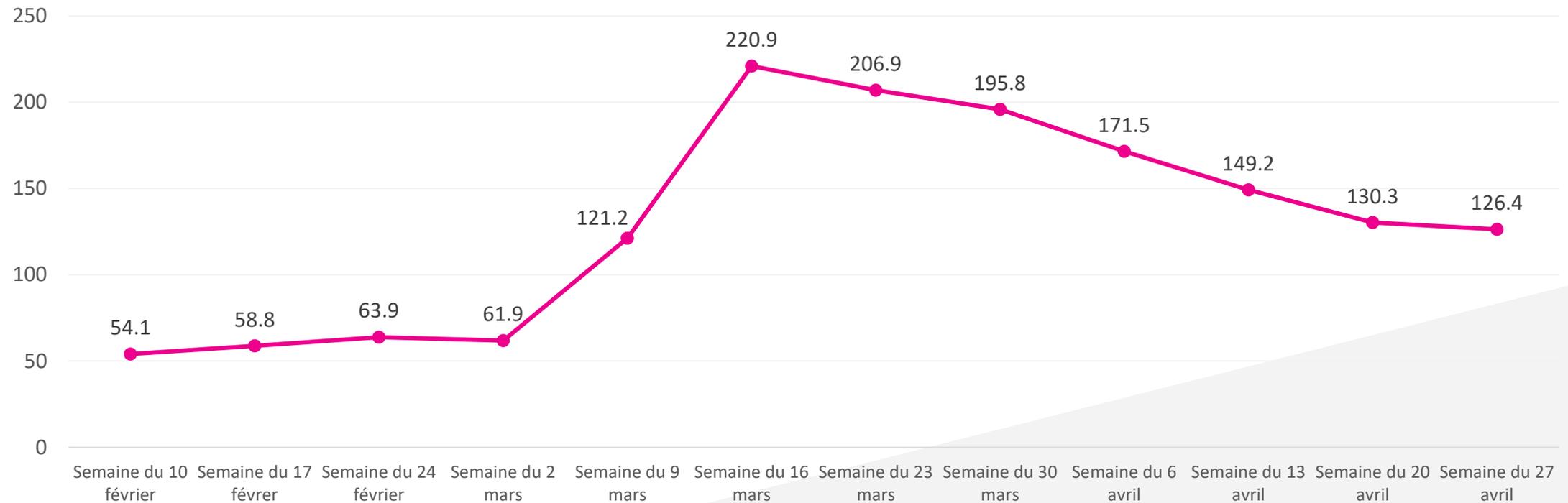
Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – Tendence de l'AMM (000) A25-54
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse impressionnante de 138 %* des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – Tendence de l'AMM (000) A25-54
Données confirmées

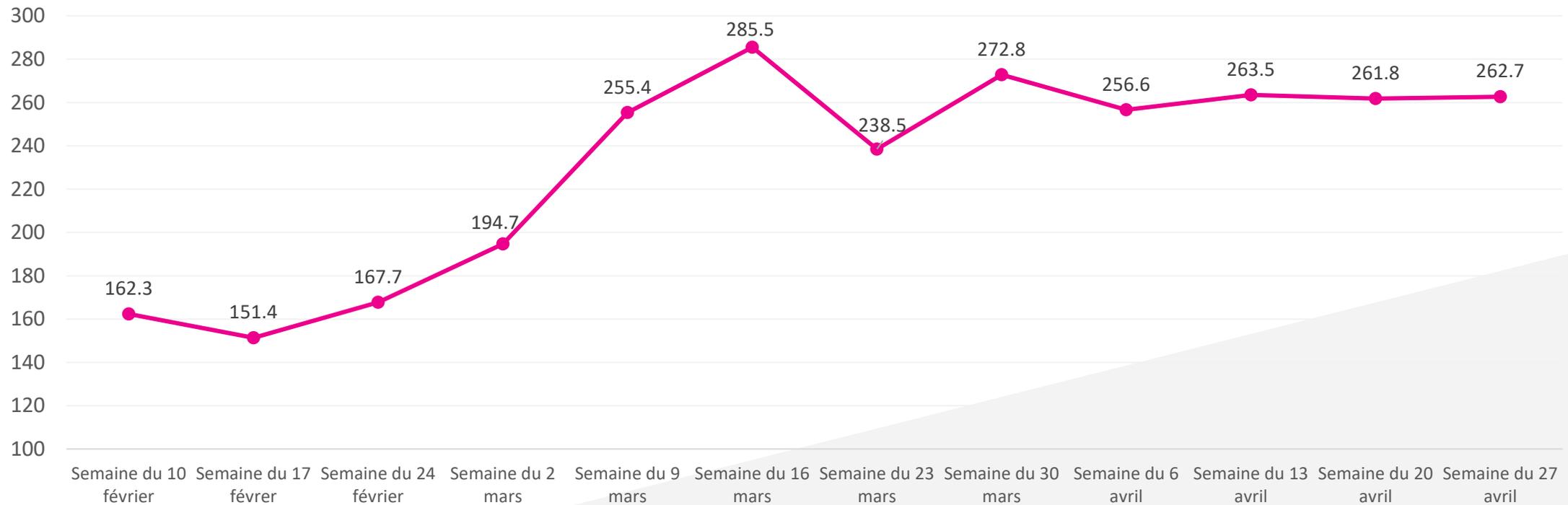


*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

hausse de 41 %* des chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – Tendence de l'AMM (000) A18-34

Données confirmées

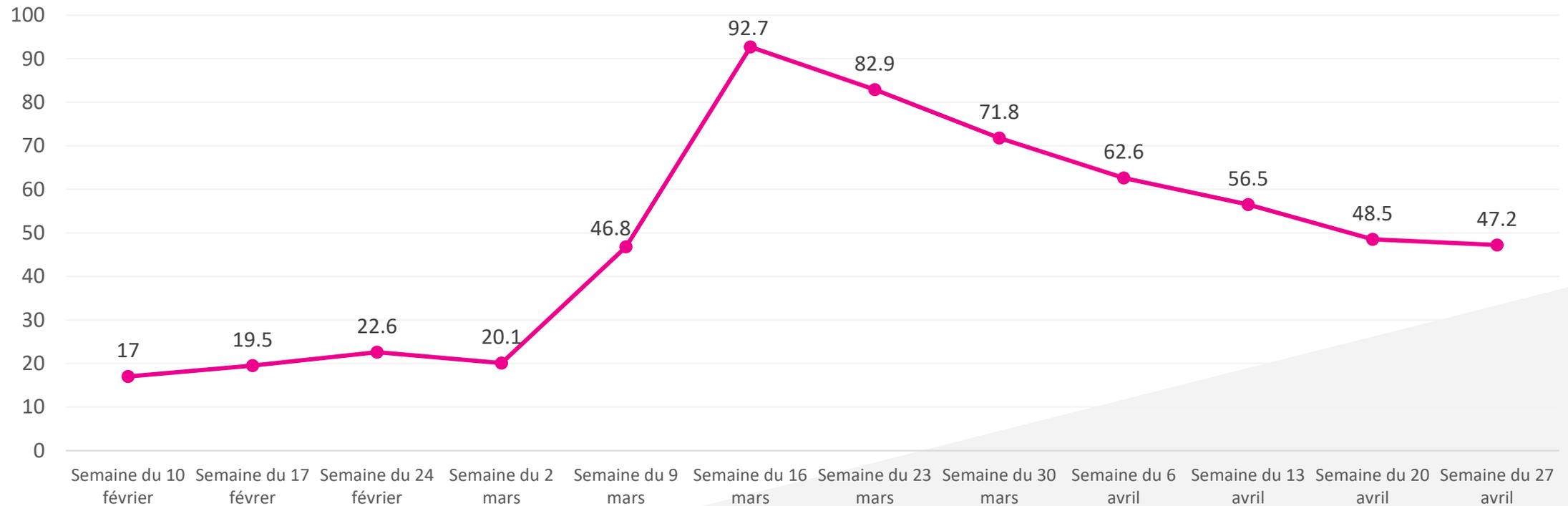


*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars



hausse de 162 %* des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada chez les adultes de 18 à 34 ans

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – Tendence de l'AMM (000) A18-34
Données confirmées



*Comparaison de la période de cinq semaines commençant le 10 février à la période de sept semaines commençant le 16 mars

contactez nous



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca