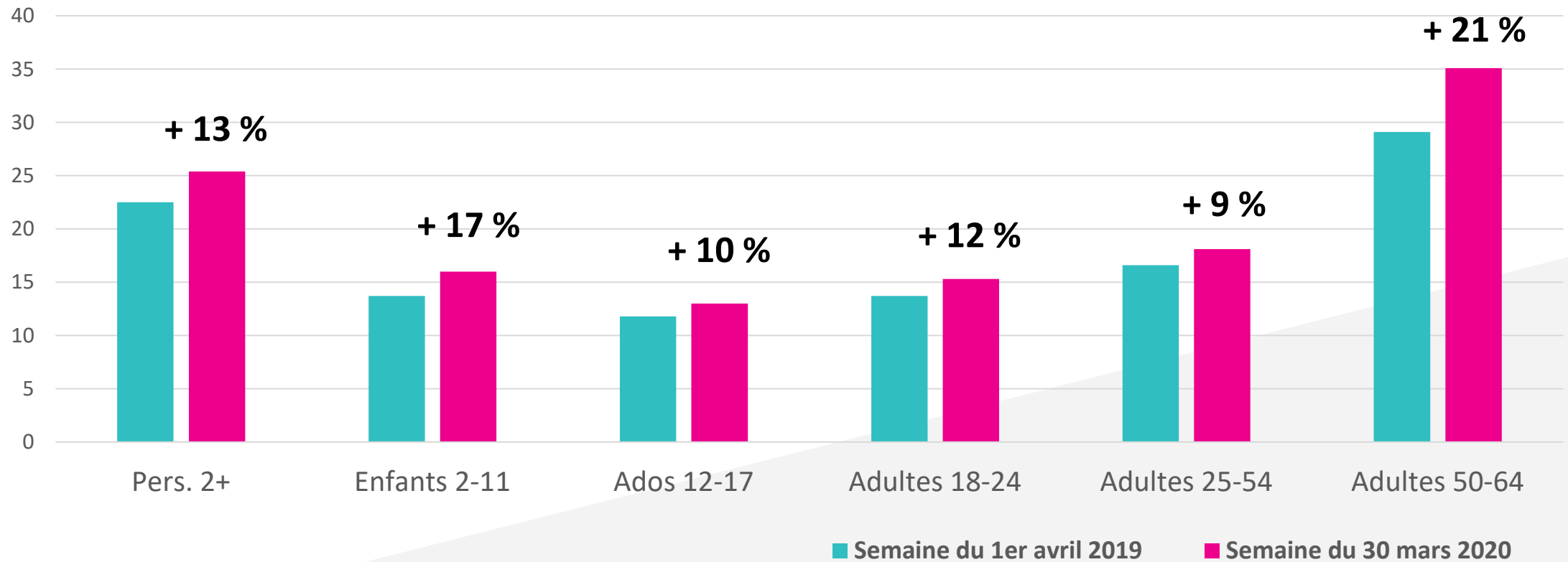


le visionnement de la télé au Canada en cette période de pandémie de COVID-19

Semaine 32 – À partir du 30 mars 2020

les Canadiens **regardent davantage la télé**

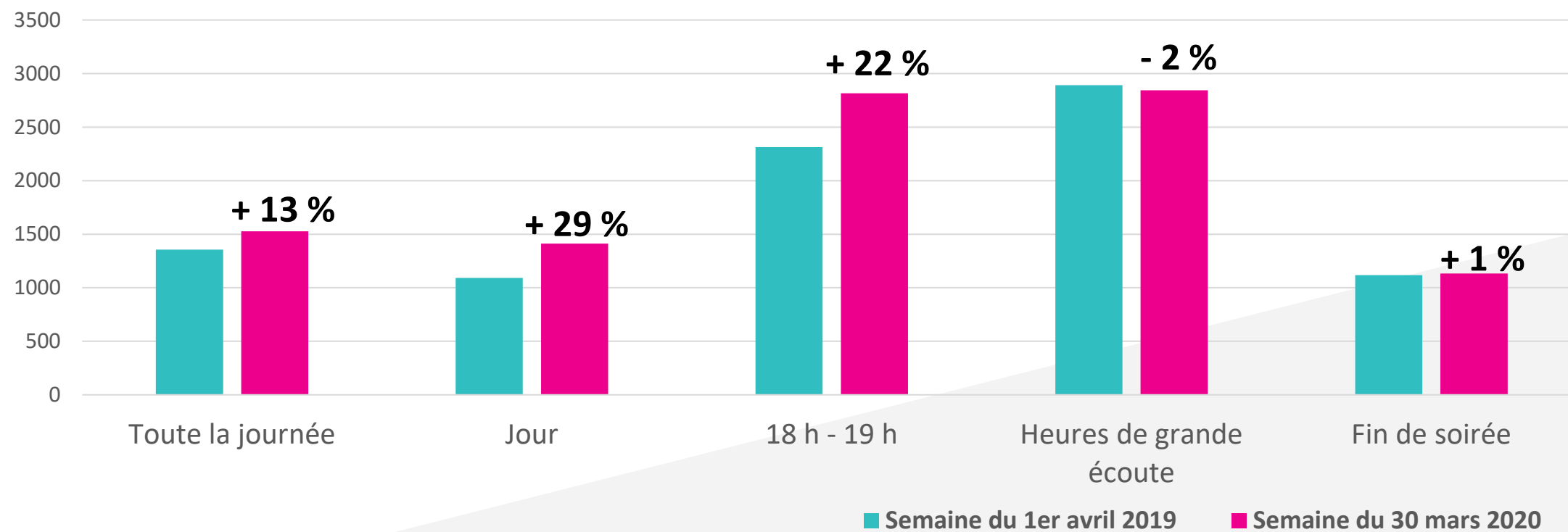
Total pour le Canada
Moyenne hebdomadaire par personne



le visionnement de la télé a augmenté à presque tous les moments de la journée (adultes de 25 à 54 ans)

Total pour le Canada – AMM (000) Adultes de 25 à 54

Données confirmées



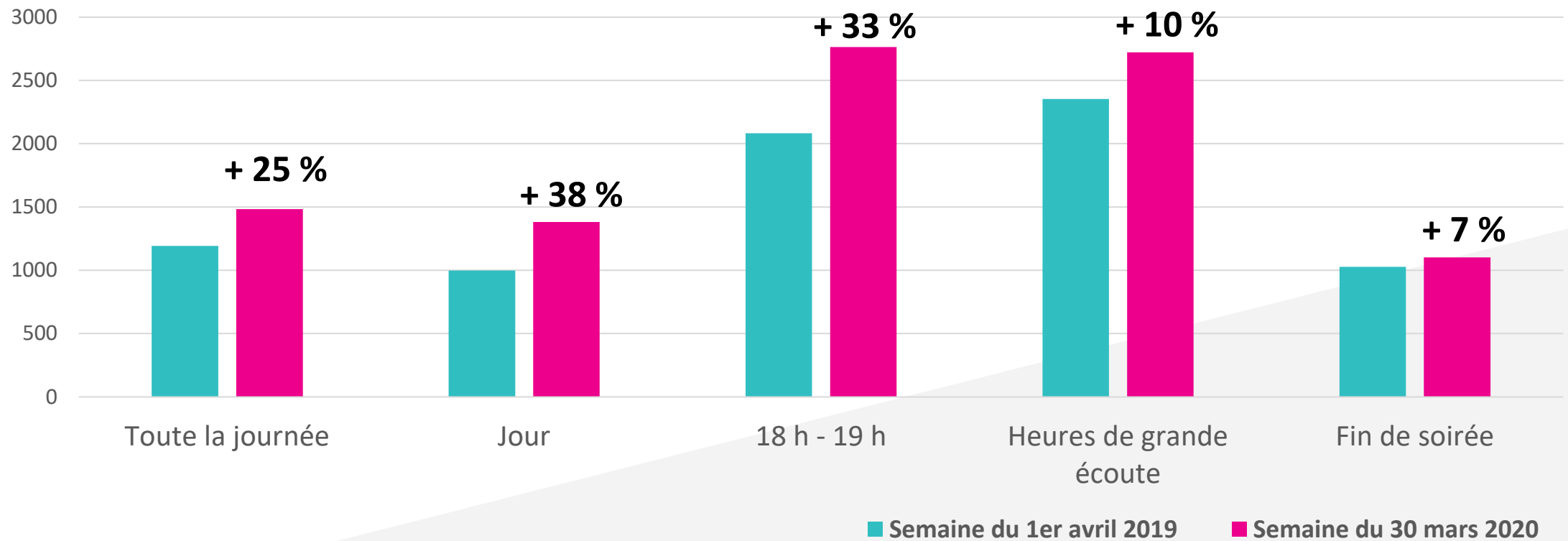
think^{tv}

les augmentations sont plus fortes si l'on exclut les chaînes de sports

Total pour le Canada – AMM (000) Adultes de 25 à 54

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées

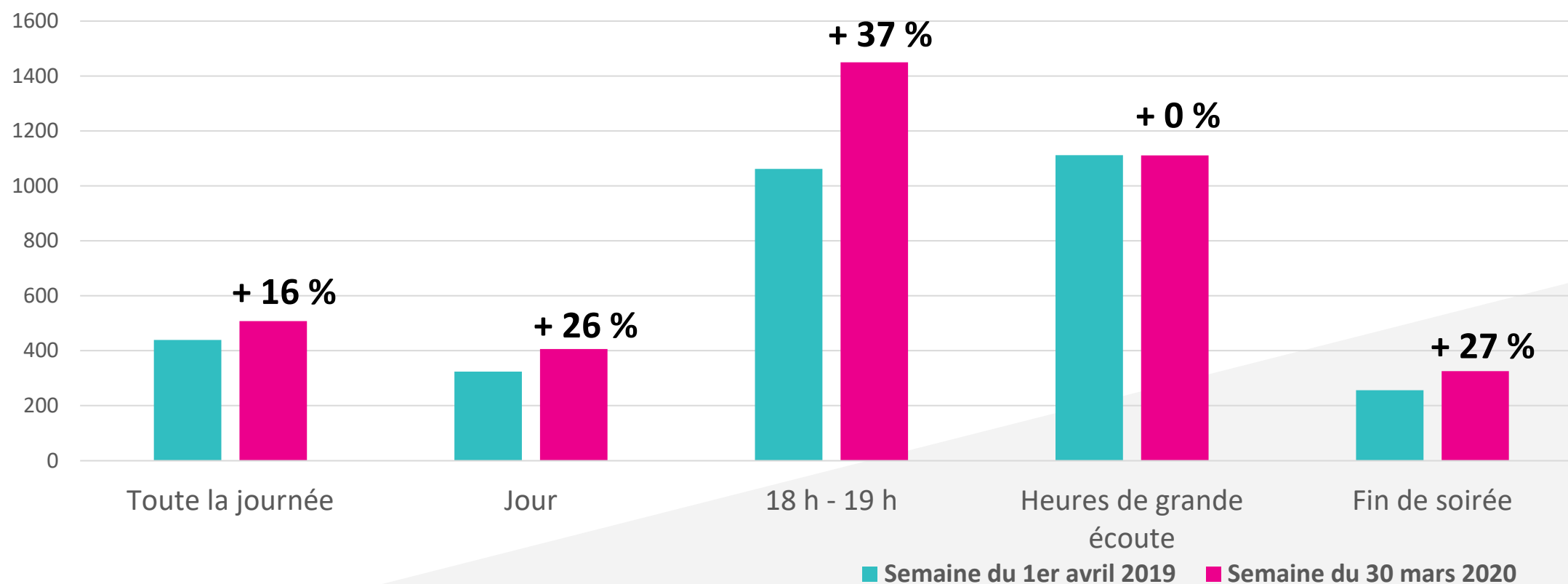


think^{tv}

augmentation considérable de l'AMM de la **télé traditionnelle au Canada** tout au long de la journée

Télé traditionnelle au Canada – AMM (000) **Adultes de 25 à 54**

Données confirmées

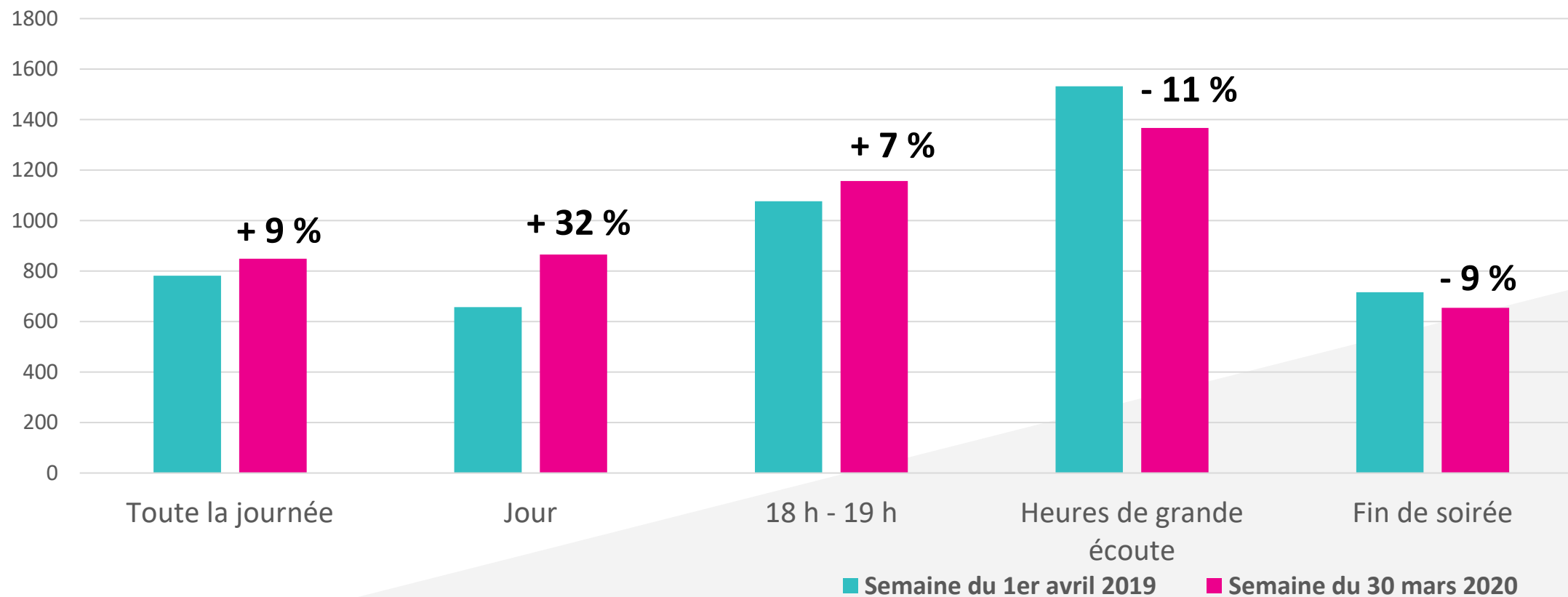


thinktv

la croissance de la **télé spécialisée** a été la plus forte le jour au Canada

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) **Adultes de 25 à 54**

Données confirmées



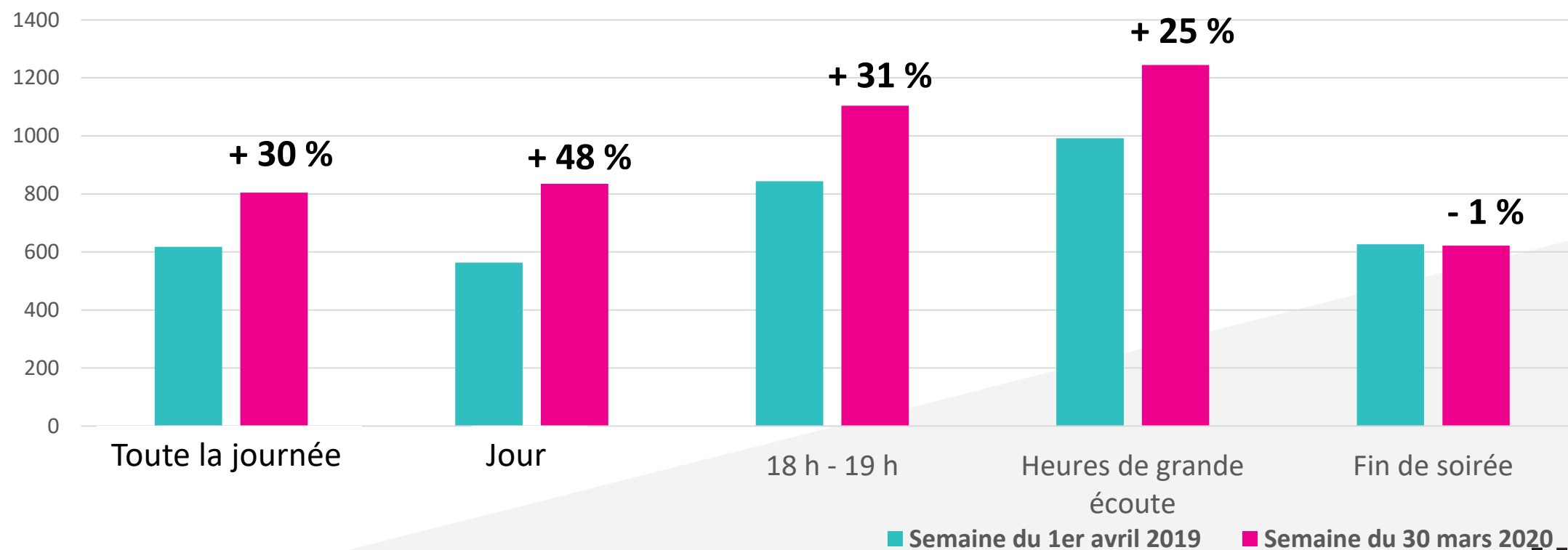
thinktv

augmentation substantielle des cotes d'écoute pour les chaînes de télé spécialisées au Canada, excluant les chaînes de sports

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) Adultes de 25 à 54

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées



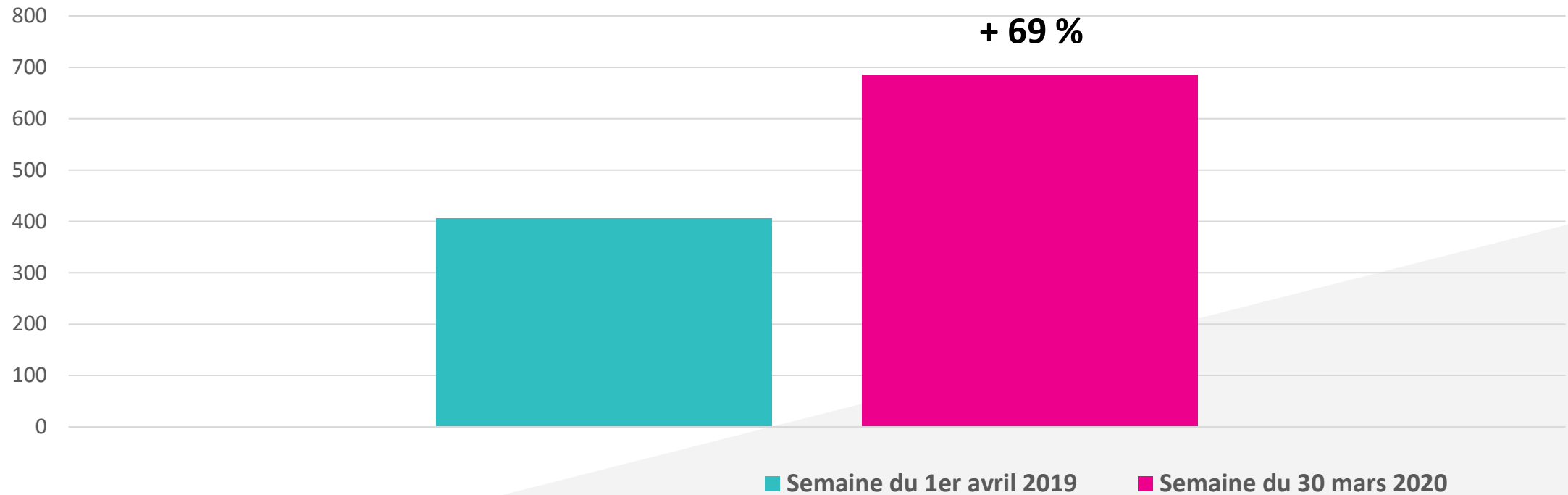
think tv

croissance considérable de l'AMM pour les chaînes de nouvelles au Canada

Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – AMM (000)

Adultes de 25 à 54

Données confirmées

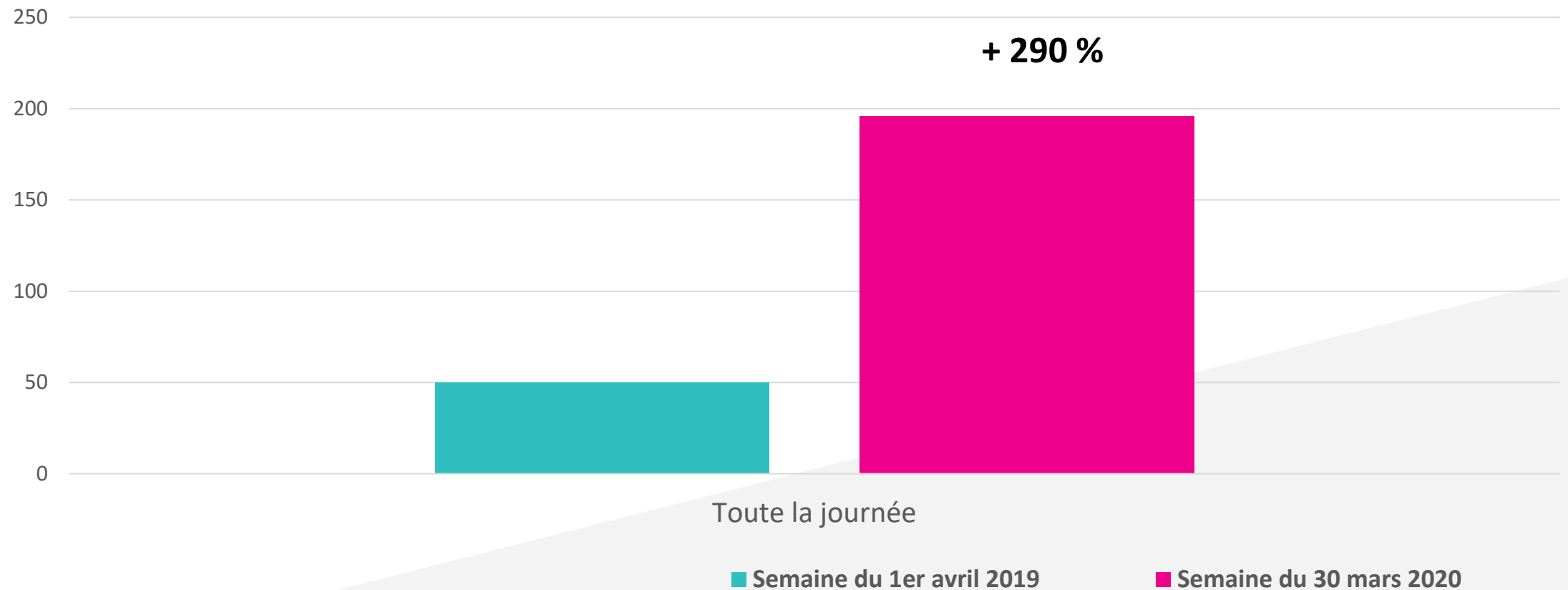


think^{tv}

explosion du visionnement des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – AMM (000) Adultes de 25 à 54

Données confirmées



think^{tv}

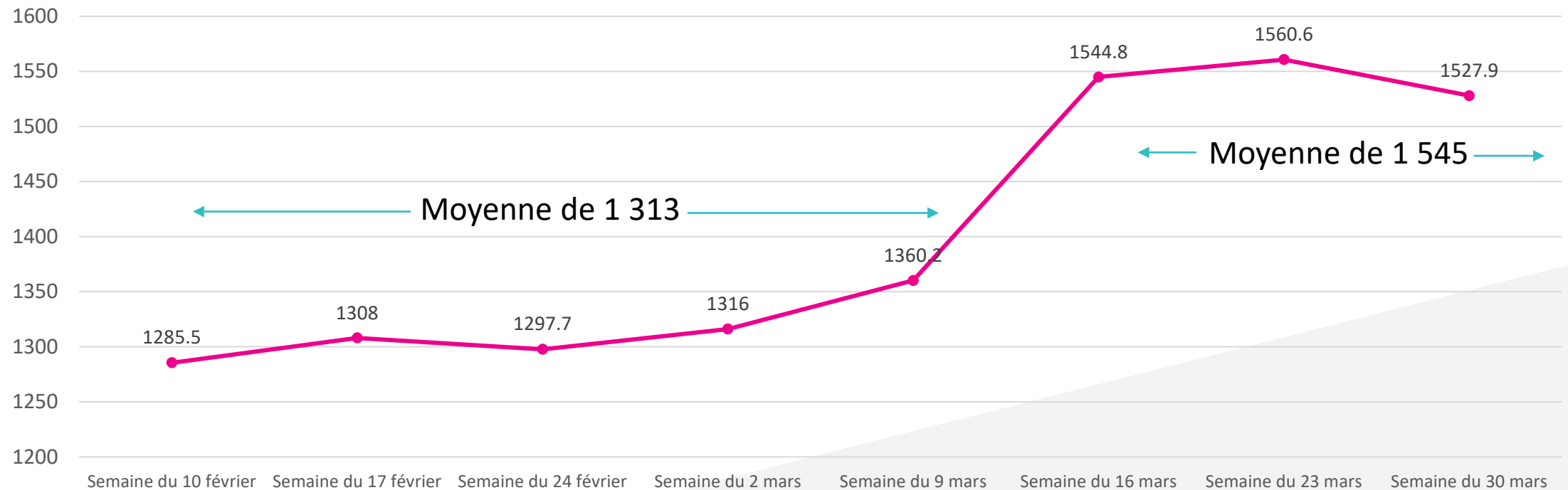
le visionnement de la télé au Canada en cette période de pandémie de COVID-19

tendances de l'hiver et du printemps

Du 10 février au 5 avril 2020

hausse de 18 % du temps total de visionnement de la télé par rapport à la période précédant la pandémie de COVID-19

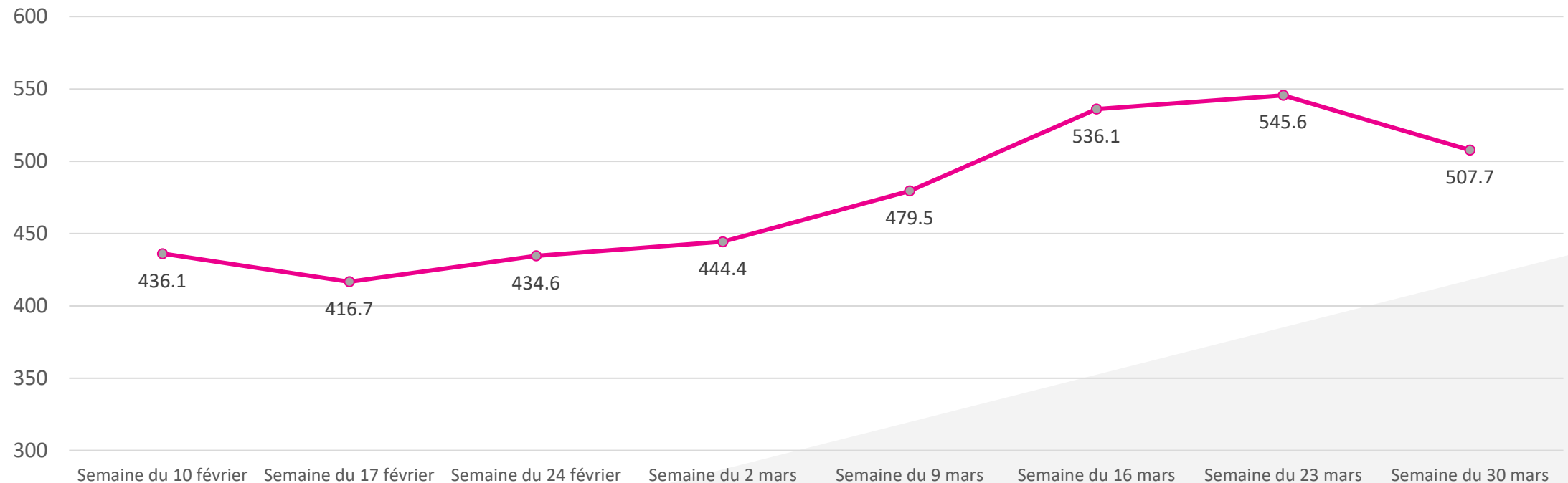
Total pour la télévision – Tendence de l'AMM (000) – Adultes de 25 à 54
Données confirmées



augmentation immédiate du visionnement de la **télé traditionnelle au Canada** dès le début de la pandémie de COVID-19

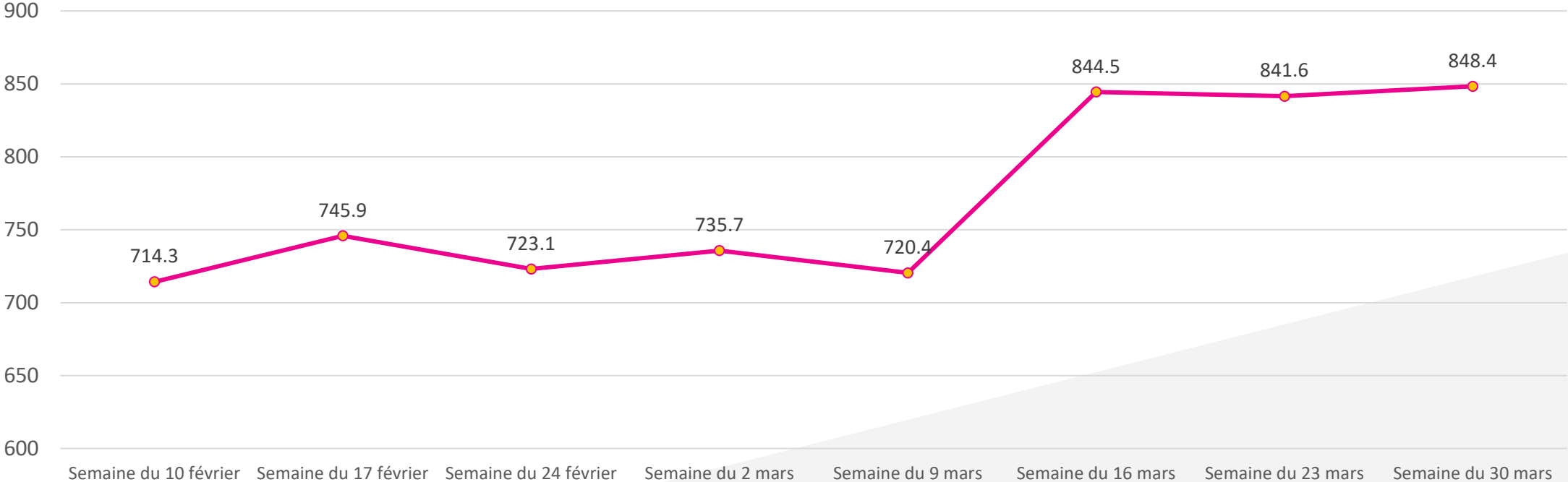
Télé traditionnelle au Canada – Tendence de l'AMM (000) – **Adultes de 25 à 54**

Données confirmées



forte augmentation du visionnement à la mi-mars qui s'est maintenue pendant les trois dernières semaines pour la **télé spécialisée au Canada**

Télé spécialisée au Canada – Tendence de l'AMM (000) – **Adultes de 25 à 54**
Données confirmées

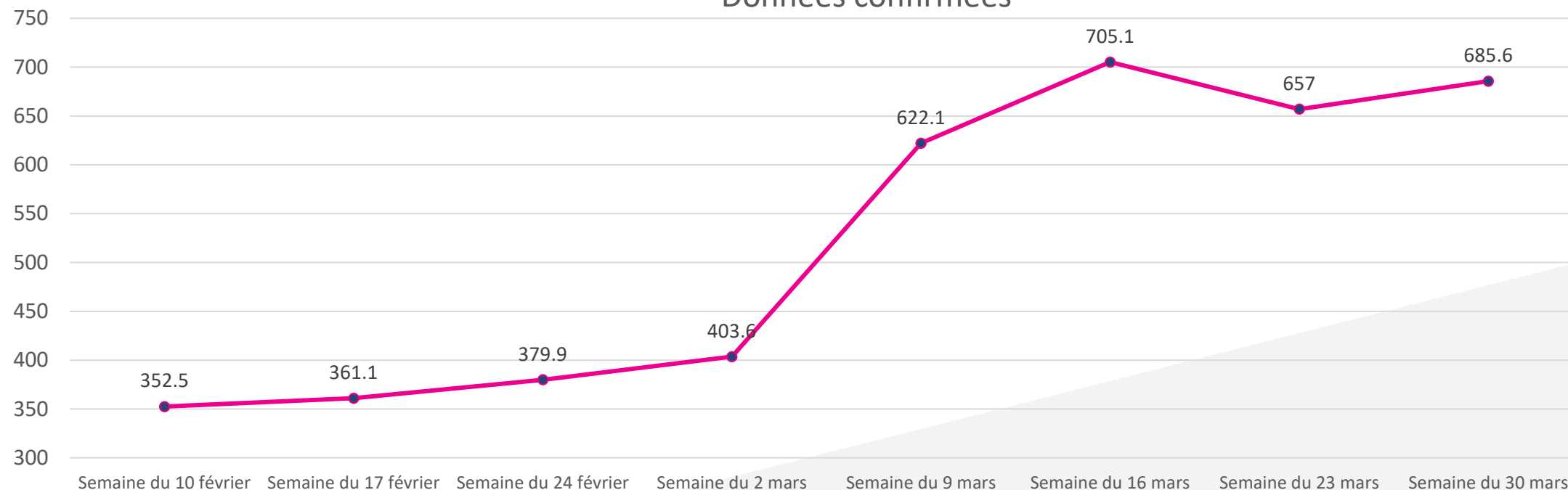


forte croissance des émissions de nouvelles traditionnelles au Canada au cours des dernières semaines

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

Adultes de 25 à 54

Données confirmées



* Comprend les nouvelles nationales du lundi au dimanche de CBC, CTV et Global

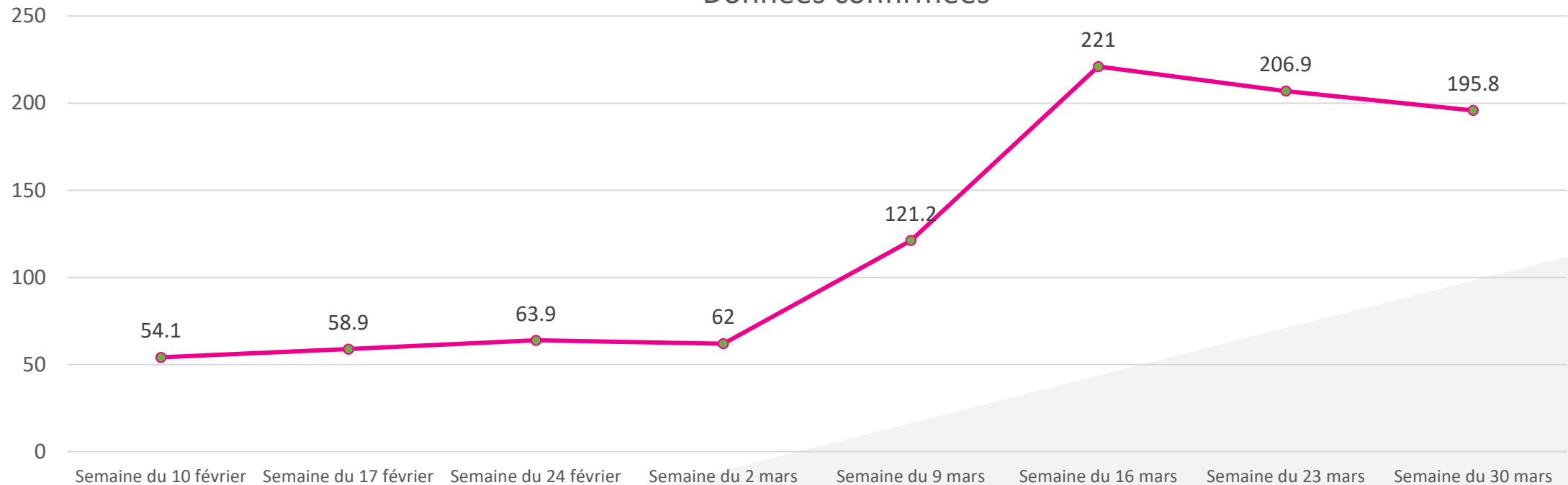
think^{tv}

augmentation considérable de l'AMM des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada

Chaînes de nouvelles spécialisées au Canada – Tendance de l'AMM (000) –

Adultes de 25 à 54

Données confirmées

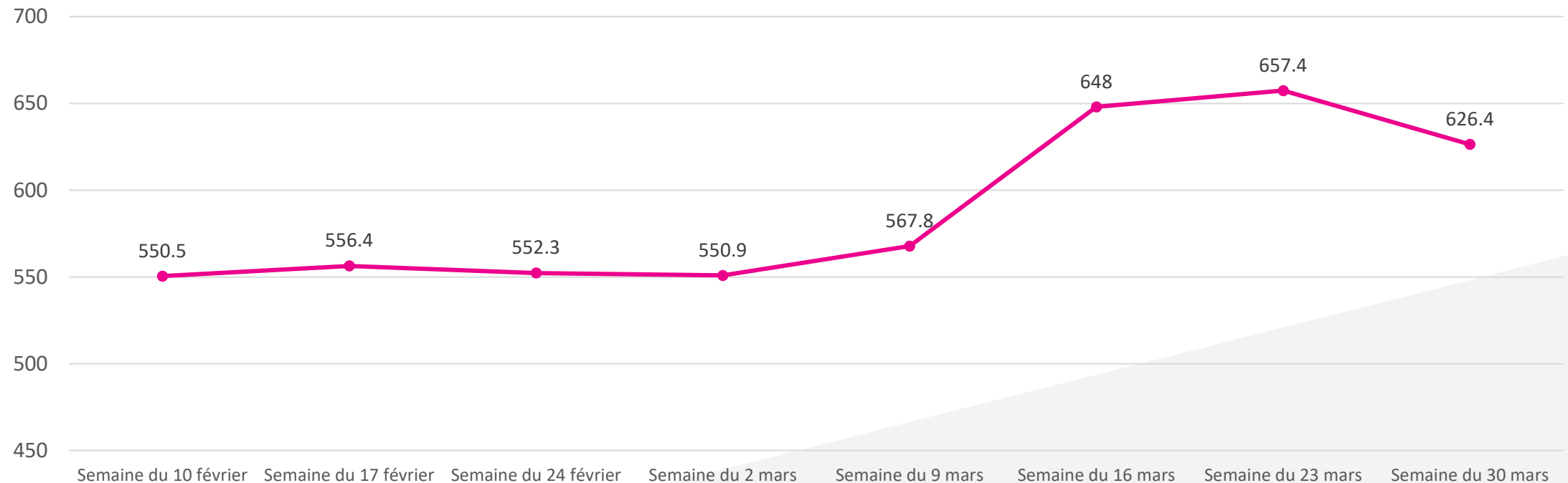


think^{tv}

augmentation substantielle du visionnement de la télé chez les adultes de 18 à 34 ans

Total pour la télévision – Tendence de l'AMM (000) – Adultes de 18 à 34

Données confirmées

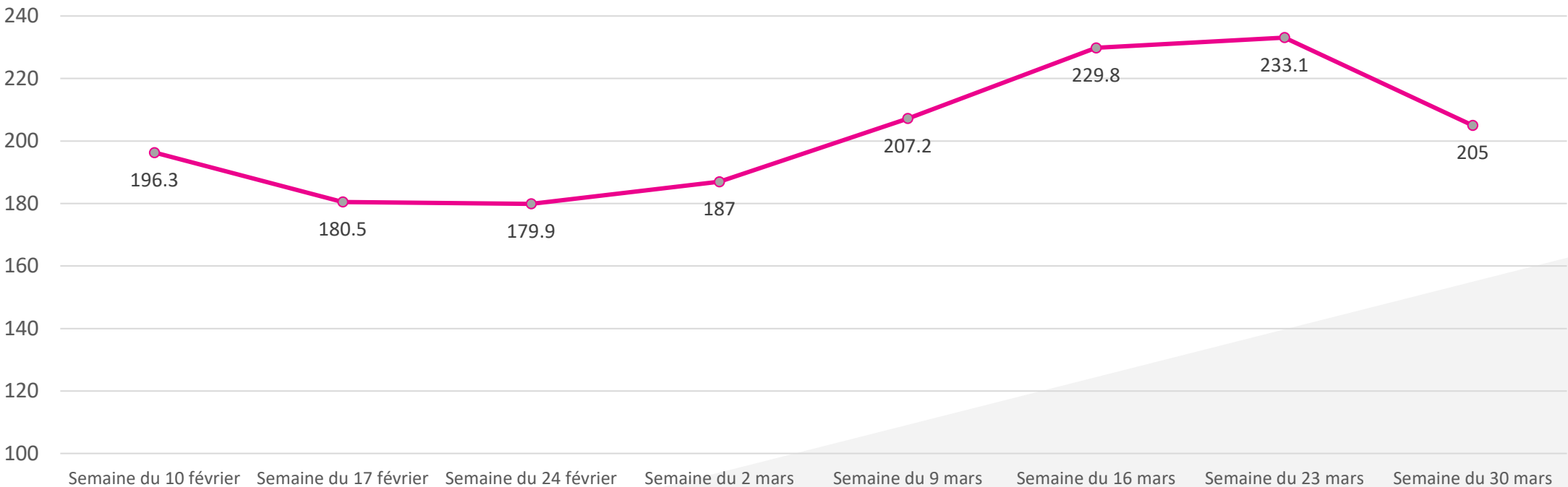


think^{tv}

forte augmentation du visionnement à la mi-mars de la **télé traditionnelle au Canada**

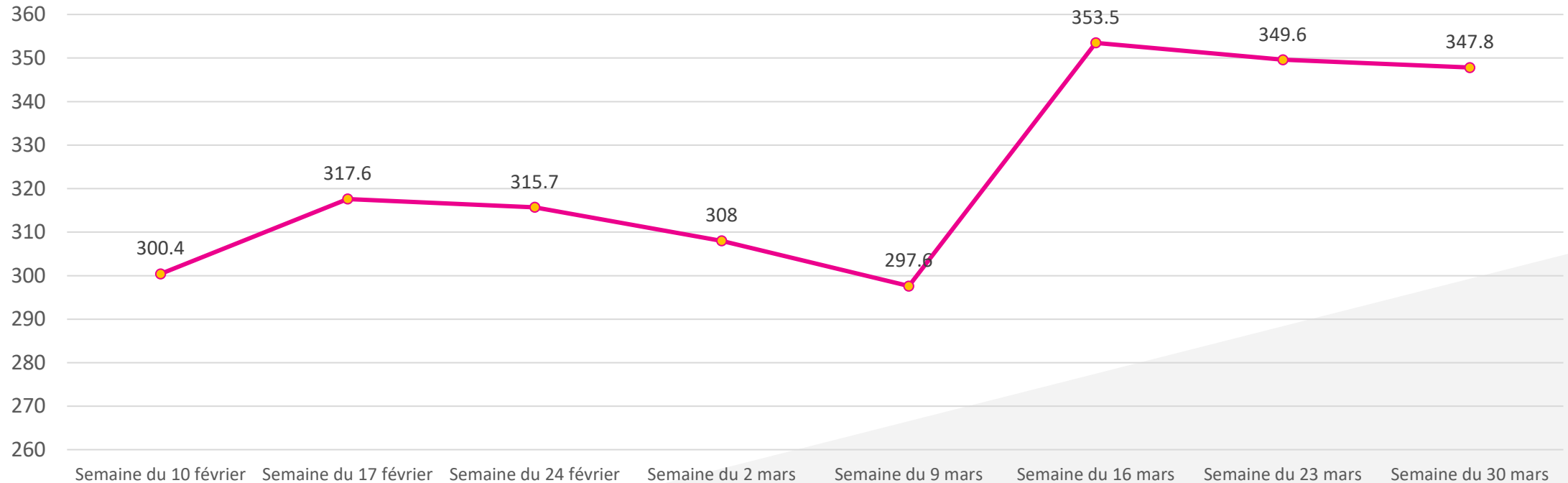
Télé traditionnelle au Canada – Tendence de l’AMM (000) – **Adultes de 18 à 34**

Données confirmées



augmentation substantielle du visionnement à la mi-mars, qui s'est maintenue pendant les trois dernières semaines pour la **télé spécialisée au Canada**

Télé traditionnelle au Canada – Tendence de l'AMM (000) – **Adultes de 18 à 34**
Données confirmées

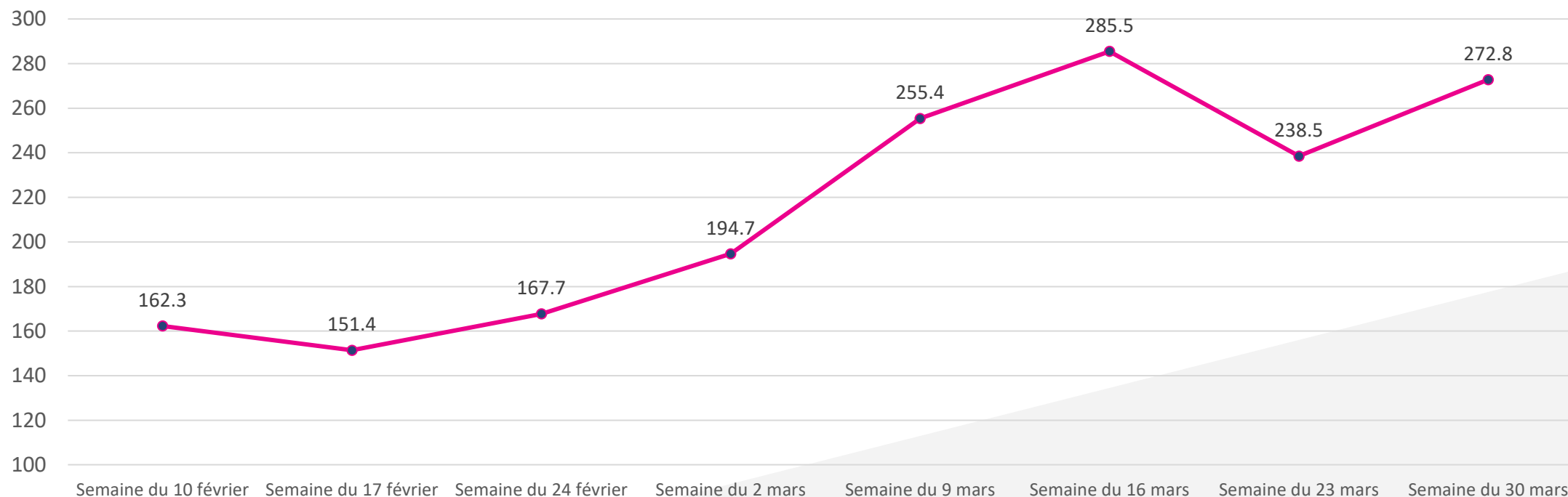


augmentation substantielle, par rapport aux moyennes de février, du visionnement des **émissions de nouvelles traditionnelles au Canada**

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

Adultes de 18 à 34

Données confirmées



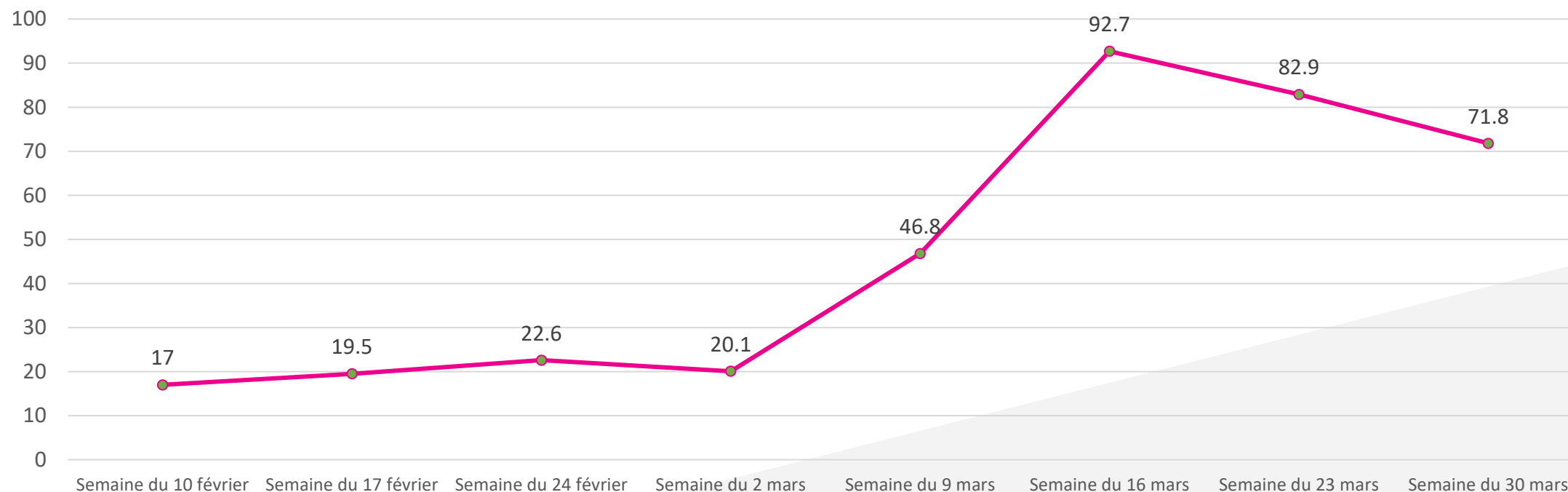
* Comprend les nouvelles nationales du lundi au dimanche de CBC, CTV et Global

thinktv

augmentation considérable de l'AMM des chaînes de nouvelles spécialisées au Canada

Télé spécialisées au Canada – Tendence de l'AMM (000) – Adultes de 18 à 34

Données confirmées



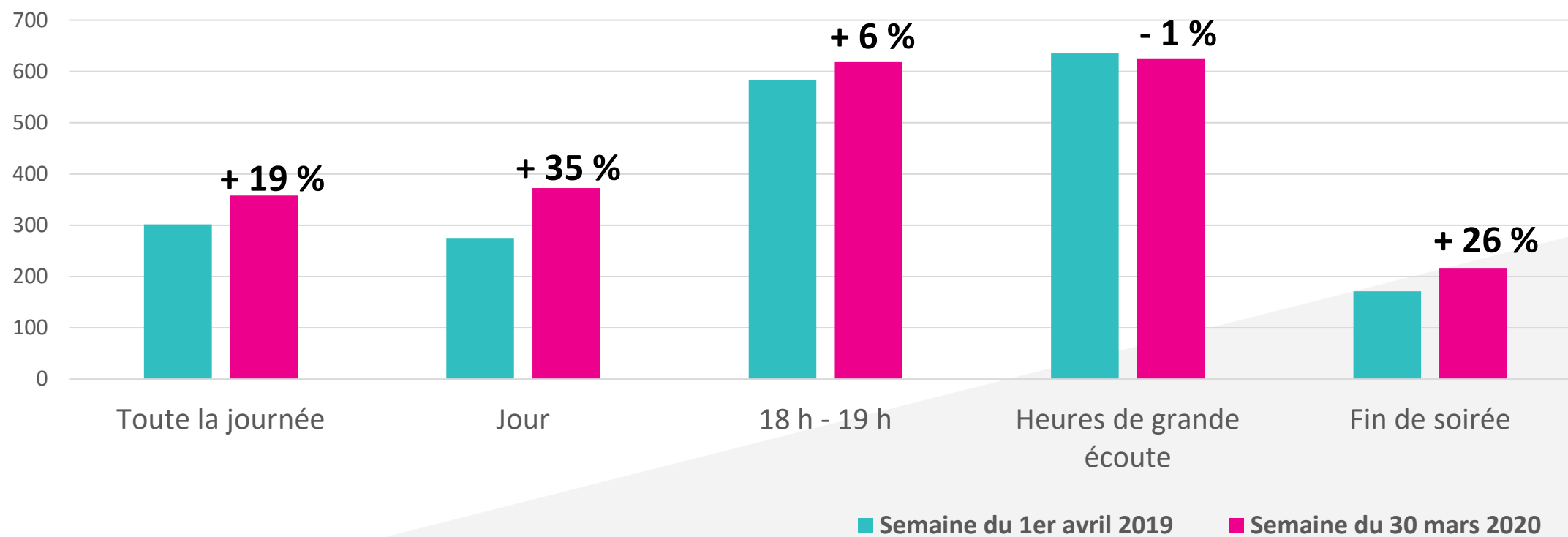
le visionnement de la télé au Canada dans le cadre de la pandémie de COVID-19

enfants de 2 à 11 ans

Semaine 32 – À partir du 30 mars 2020

pour les enfants de 2 à 11 ans, le visionnement de la télé a augmenté à presque tous les moments de la journée

Total pour le Canada – AMM (000) Enfants de 2 à 11
Données confirmées



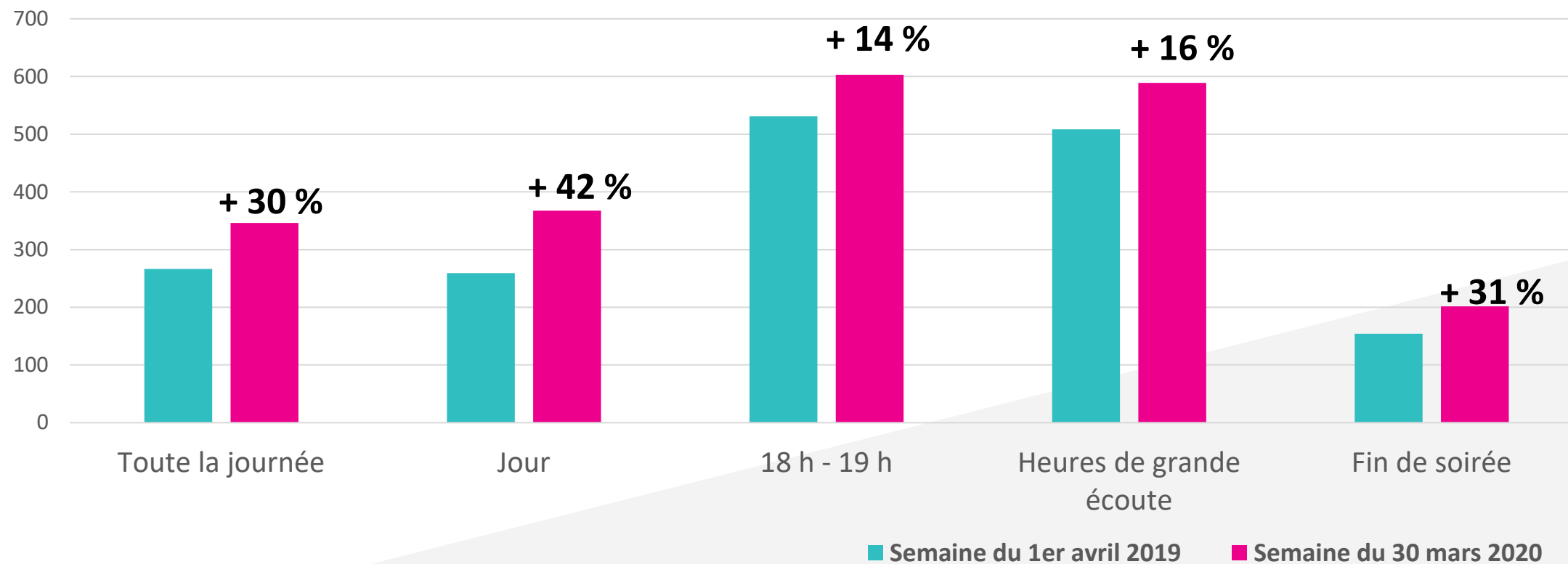
think^{tv}

les augmentations sont plus fortes si l'on exclut les chaînes de sports

Total pour le Canada – AMM (000) **Enfants de 2 à 11**

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

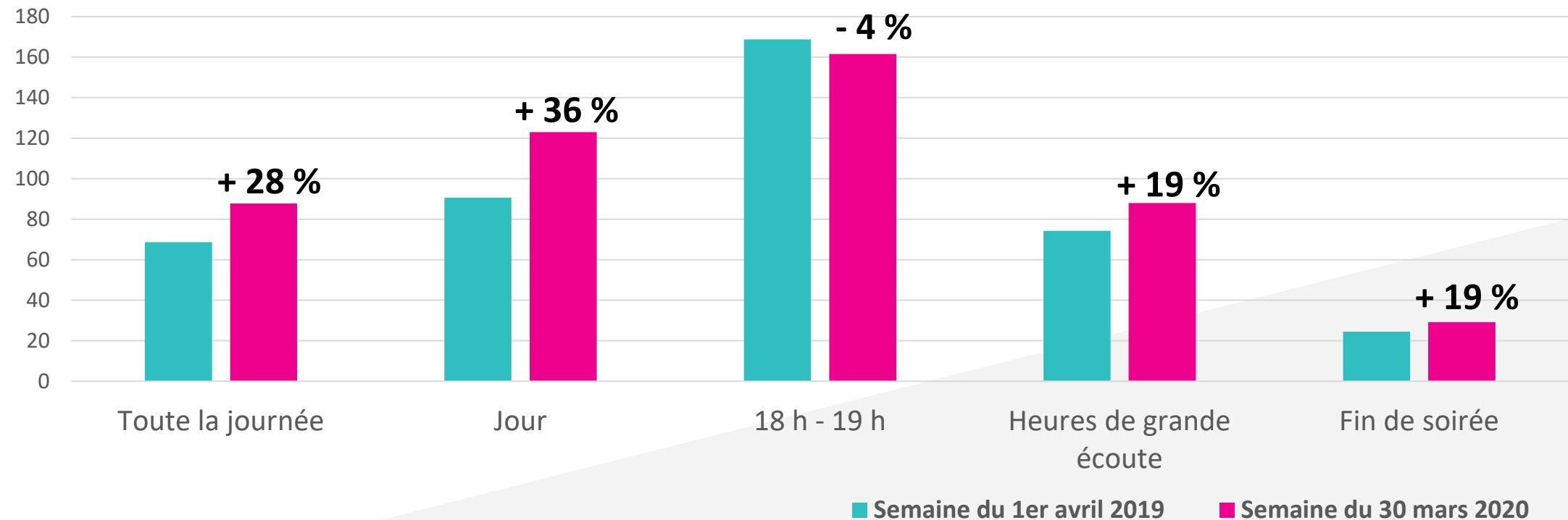
Données confirmées



think^{tv}

forte augmentation de l'AMM des chaînes spécialisées pour enfants

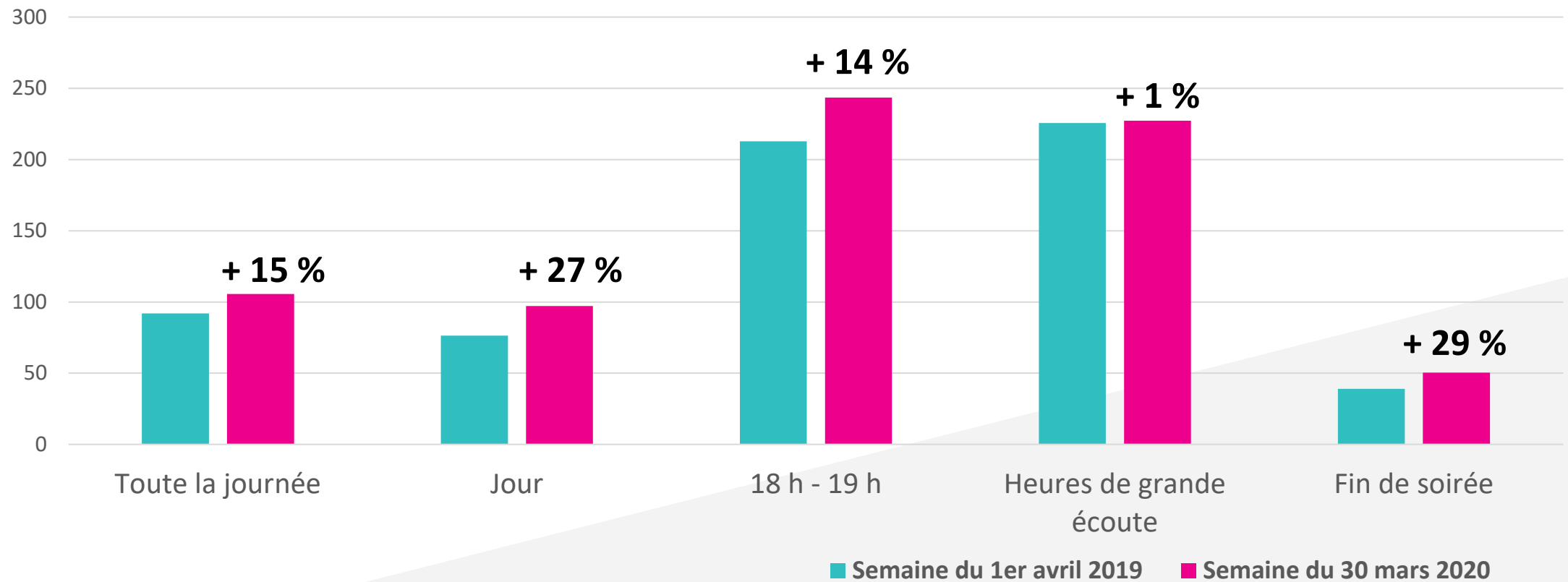
Chaînes spécialisées pour enfants
Total pour le Canada – AMM (000) Enfants de 2 à 11
Données confirmées



les enfants de 2 à 11 ans regardent beaucoup plus la télé traditionnelle au Canada

Télé traditionnelle au Canada – AMM (000) Enfants de 2 à 11

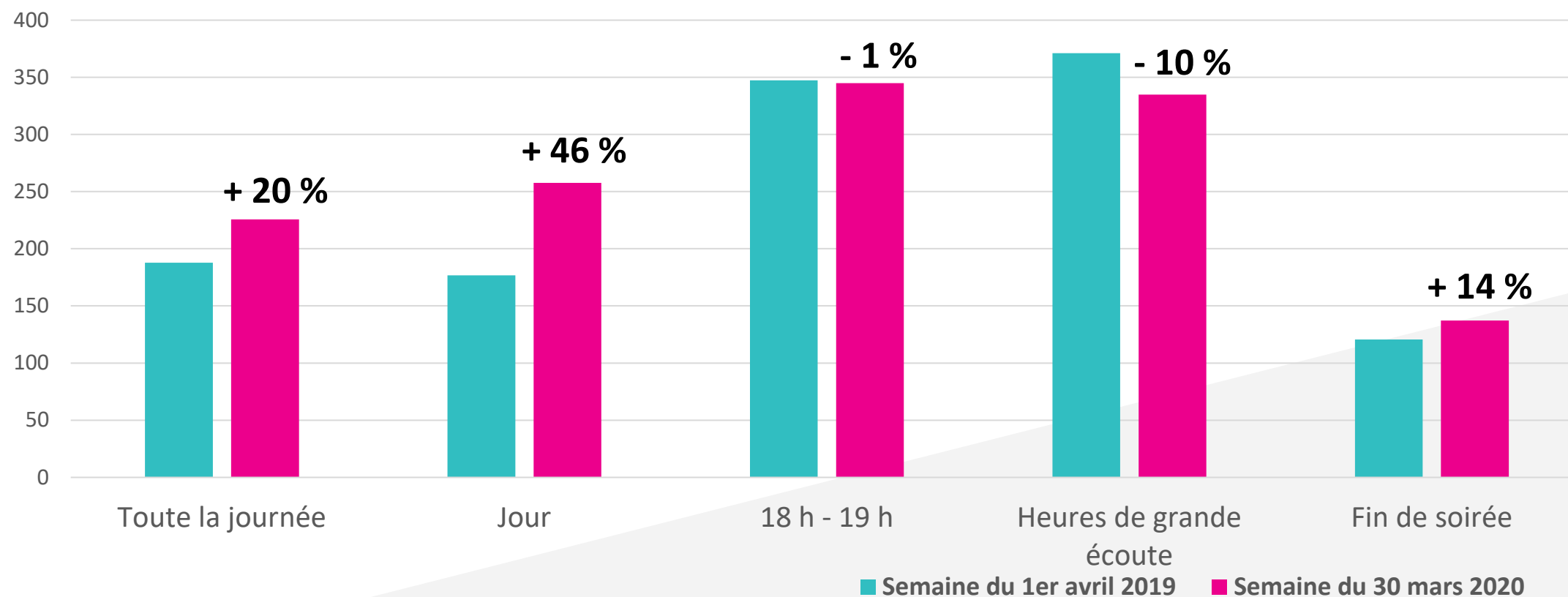
Données confirmées



les enfants de 2 à 11 ans regardent beaucoup plus la télé spécialisée au Canada le jour

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) **Enfants de 2 à 11**

Données confirmées



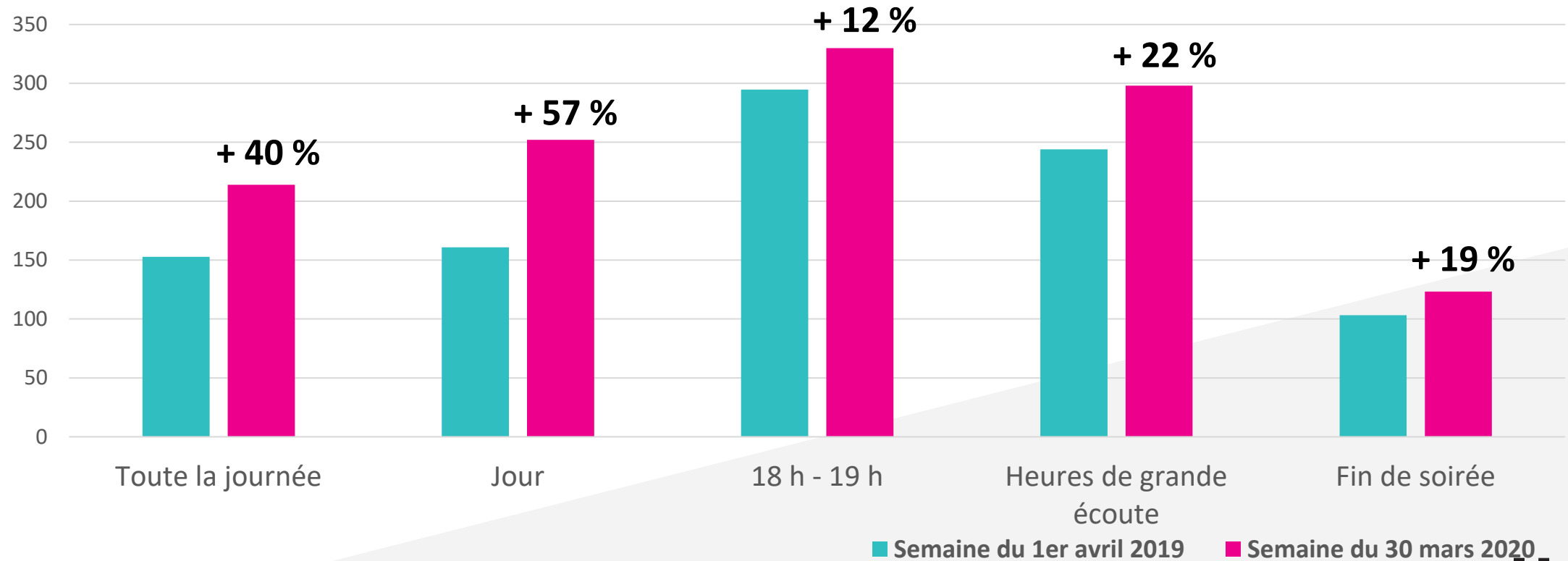
thinktv

augmentation substantielle des cotes d'écoute pour les chaînes de télé spécialisées au Canada, excluant les chaînes de sports

Télé spécialisée au Canada – AMM (000) **Enfants de 2 à 11**

(Excluant les chaînes spécialisées en sports)

Données confirmées



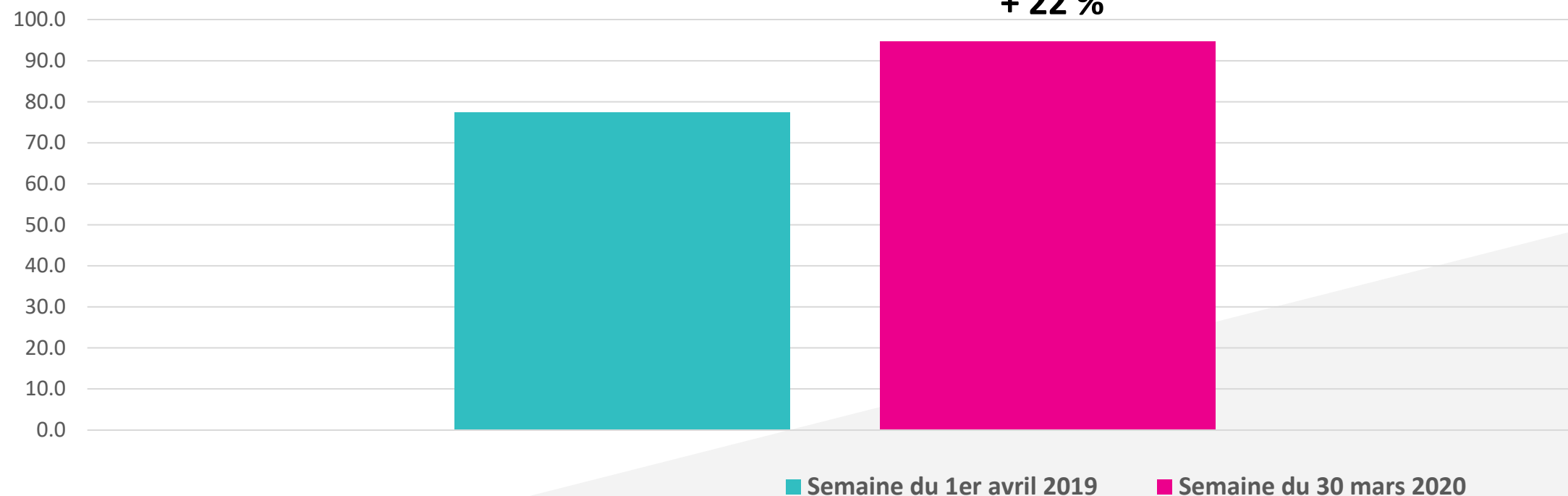
think^{tv}

comme tout le monde, **les enfants regardent plus de nouvelles :** **Hausse de 22 % du visionnement des chaînes de nouvelles au** **Canada chez les enfants de 2 à 11 ans**

Chaînes de nouvelles traditionnelles au Canada – AMM (000)

Enfants de 2 à 11

Données confirmées
+ 22 %



thinktv

contactez nous



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca