

Segments d'audience communs des télédiffuseurs destinés aux annonceurs

Juin 2020

Jeunes familles actives

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Jeunes familles à revenu moyen-supérieur établies dans des banlieues récentes et ayant une vie confortable.

Style de vie actif et centré sur les enfants, pratique de sports d'équipe et fréquentation de parcs d'attractions et d'aquariums.



Revenu moyen du ménage

116 003 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 26,9 %

Immigrants au Canada : 34,2 %

Minorités visibles : 40,3 %

Gros moyens

HouseholdSpend™ d'Environics Analytics :

Valeur nette moyenne de plus d'un million de dollars



Parents dont les enfants ont quitté la maison

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Couples plus âgés de classe moyenne ascendante qui ont pris ou prendront bientôt leur retraite, qui ont eu des emplois de longue durée en gestion et dans la fonction publique.

Ils aiment passer leurs vacances dans un chalet et en croisière. Lorsqu'ils sont chez eux, ils fréquentent les parcs et suivent des cours de yoga.



Revenu moyen du ménage

128 335 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 29,7 %

Immigrants au Canada : 17,5 %

Minorités visibles : 11,1 %

Repas familiaux

Opticks d'Environics Analytics fourni par Vividata :

Trois sorties et plus dans un restaurant
au cours du dernier mois



Cartes de mode

HouseholdSpend™ d'Environics Analytics :
Dépenses annuelles moyennes en vêtements
de 7 000 \$ et plus



Familles qui prennent leur envol

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Familles mixtes jeunes et d'âge moyen à revenu moyen-inférieur. En raison de leur éducation mixte, les parents occupent principalement des emplois de cols bleus et dans l'industrie des services.

Un budget plus serré leur permet de s'offrir des plaisirs simples comme le jardinage, les sorties au théâtre communautaire et les salons d'artisanat.



Revenu moyen du ménage

84 637 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 13,7 %

Immigrants au Canada : 13,8 %

Minorités visibles : 12,2 %

Grandes escapades

Opticks d'Environics Analytics fourni par Numeris :

Dépenses moyennes de 2 000 \$ et plus pour les dernières vacances et un voyage personnel ou plus en avion l'année dernière



Gros budget d'épicerie

HouseholdSpend™ d'Environics Analytics :
Dépenses d'alimentation annuelles moyennes
de 17 000 \$ et plus



Rénovateurs

Opticks d'Environics Analytics fourni par Numeris :

Premiers segments annuels de rénovateurs de PRIZM

Comprend neuf segments de PRIZM composés de familles aisées d'âge moyen dont les membres occupent des postes de cadres et de cols blancs.



Revenu moyen du ménage

159 337 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 33,6 %

Immigrants au Canada : 23,6 %

Minorités visibles : 21,6 %

Cafés

Opticks d'Environics Analytics fourni par Vividata :

Au moins deux visites dans un café ou une
beignerie au cours du dernier mois



Propreté étincelante

HouseholdSpend™ d'Environics Analytics :

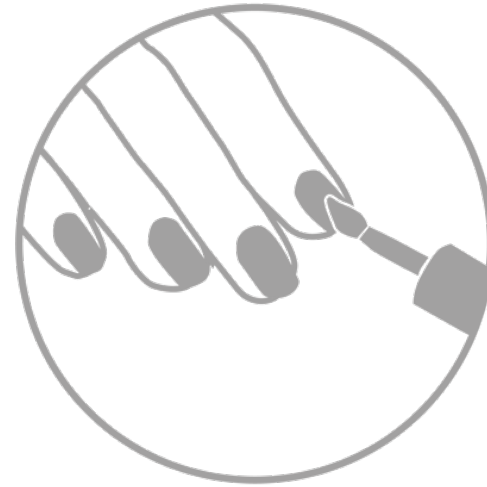
Dépenses annuelles moyennes de 100 \$ et plus en détergents et savons *et* dépenses annuelles moyennes de 150 \$ et plus en produits d'entretien ménager



Beauté

HouseholdSpend™ d'Environics Analytics :

Dépenses annuelles moyennes en maquillage et en soins de la peau de 800 \$ et plus



Professionnels établis d'âge moyen

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Couples aisés d'une quarantaine et d'une cinquantaine d'années ayant des enfants d'âge scolaire et universitaire.

Propriétaires de maisons spacieuses dont la valeur est supérieure d'environ un cinquième à la moyenne nationale.

Titulaires pour la plupart d'un diplôme universitaire ou collégial, ils tirent des revenus à six chiffres d'emplois de cols blancs et dans le secteur des services.



Revenu moyen du ménage

131 042 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 34 %

Immigrants au Canada : 28,7 %

Minorités visibles : 24,7 %

Voitures neuves

**Opticks d'Environics Analytics
fourni par Numeris et
Opticks Automotive fourni par
IHS Markit™ :**

Personnes qui ont l'intention d'acheter ou de louer un nouveau véhicule au cours de la prochaine année, ou codes postaux pour lesquels on enregistre une surreprésentation des véhicules immatriculés avant 2012



Parents prospères

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Parents d'âge moyen éduqués qui se sont enrichis grâce à une carrière de cadre.

Propriétaires de maisons spacieuses équipées d'un cinéma maison et remplies d'appareils électroniques, ils aiment leur cour impeccable.

Lorsqu'ils ne voyagent pas en Asie ou en Europe, ils prennent part à des activités artistiques et culturelles, allant notamment à l'opéra, au ballet et au théâtre.

Source des données : PRIZM d'Environics Analytics



Revenu moyen du ménage

231 623 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 41,9 %

Immigrants au Canada : 24 %

Minorités visibles : 18,5 %

Restaurants rapides

**Opticks d'Environics Analytics
fourni par Vividata :**

Au moins trois sorties dans des restaurants
rapides au cours du dernier mois



Petites voitures

**Opticks Automotive
d'Environics Analytics
fourni par IHS Markit™ :**

Codes postaux pour lesquels on enregistre
une surreprésentation d'immatriculations
de véhicules compacts et sous-compacts



AMATEURS DE VUS

Opticks Automotive d'Environics Analytics fourni par IHS Markit™ :

Codes postaux pour lesquels IHS enregistre une surreprésentation d'immatriculations de VUS compacts, intermédiaires, de grande taille et de luxe



Jeunes familles issues de la diversité

Groupe d'étape de vie d'Environics Analytics :

Jeunes familles issues de la diversité qui possèdent ou louent un logement en zone urbaine ou suburbaine.

Titulaires de diplômes collégiaux et universitaires, ils mènent une vie confortable axée sur les loisirs comme la planche à neige, la visite de galeries et les sorties au zoo, au parc d'attractions et au cinéma.



Revenu moyen du ménage

92 814 \$

En proportion

Diplôme universitaire : 31,2 %

Immigrants au Canada : 46,9 %

Minorités visibles : 53,6 %



GROS BUDGET
D'ÉPICERIE



CARTES DE MODE



GROS MOYENS



PETITES
VOITURES



AMATEURS
DE VUS



VOITURES
NEUVES



PROPRETÉ
ÉTINCELANTE



BEAUTÉ



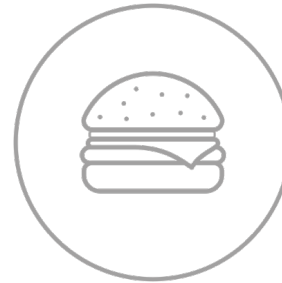
RÉNOVATEURS



GRANDES
ESCAPADES



CAFÉS



RESTAURANTS
RAPIDES



REPAS
FAMILIAUX



FAMILLES QUI
PRENNENT
LEUR ENVOL



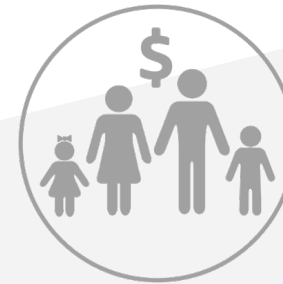
JEUNES FAMILLES
ISSUES DE LA
DIVERSITÉ



JEUNES
FAMILLES
ACTIVES



PROFESSIONNELS
ÉTABLIS D'ÂGE
MOYEN



PARENTS
PROSPÈRES



PARENTS DONT
LES ENFANTS
ONT QUITTÉ LA
MAISON

**Pour nous
joindre :**



info@thinktv.ca



@thinktvca



thinktv.ca