

Pleins feux sur le Québec

think^{tv}





le marché du Québec francophone

les francophones du Québec entretiennent un lien privilégié avec la télévision

- ils regardent davantage la télévision et passent moins de temps à regarder les plateformes de visionnement en continu que le Canadien moyen
- ils sont passionnés par le contenu local : les dix émissions les plus regardées au Québec attirent en moyenne 1,07 million de téléspectateurs par émission et elles sont toutes produites au Québec

et, tout comme ailleurs au Canada, ils

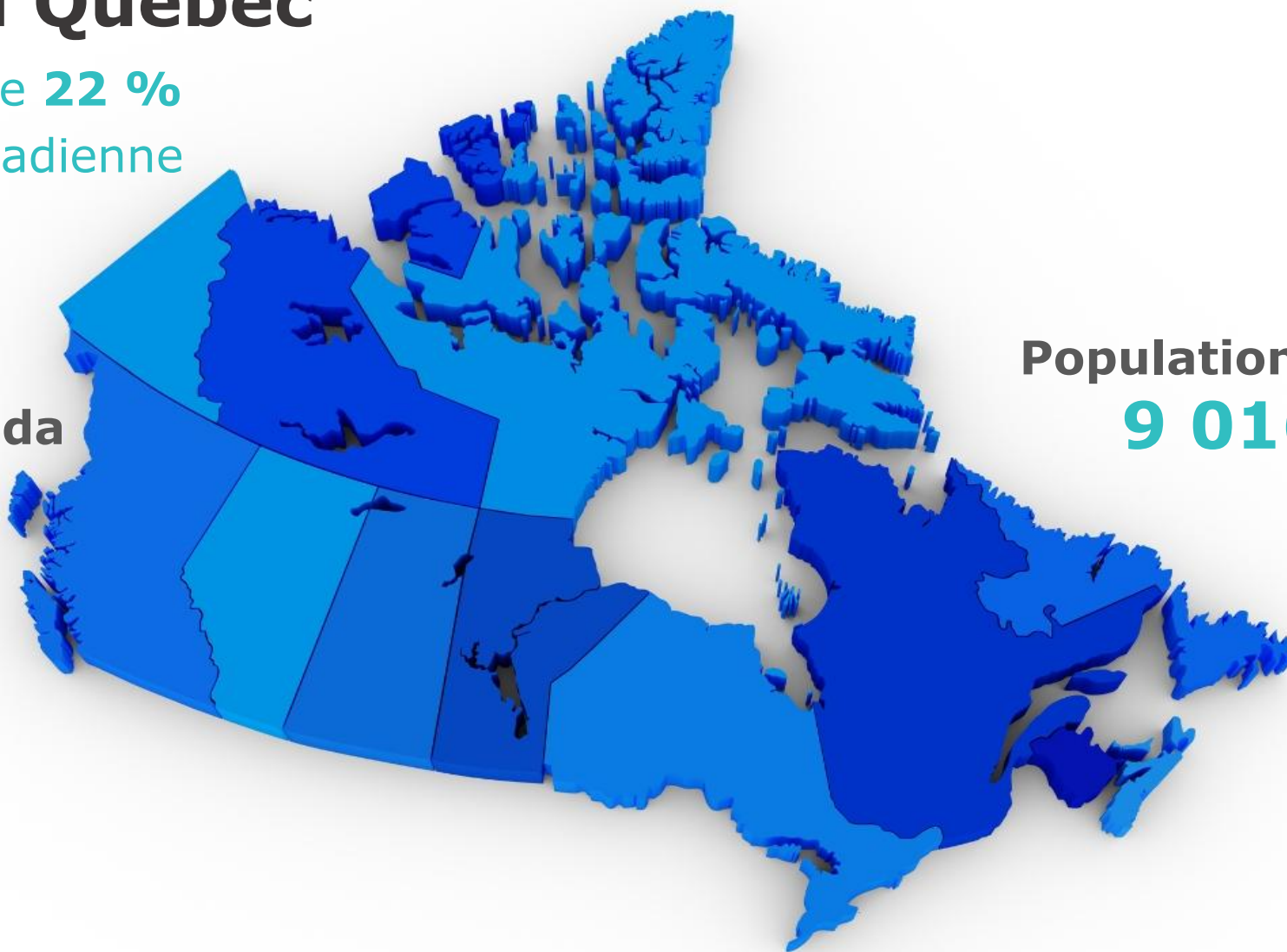
- sont préoccupés par les fausses nouvelles, mais accordent une grande confiance aux nouvelles diffusées à la télévision
- déclarent être plus attentifs aux messages publicitaires diffusés à la télévision, et ceux-ci contribuent à leur faire prendre des décisions d'achat

le marché du Québec

le Québec représente **22 %**
de la population canadienne

Population du Canada
41 417 056

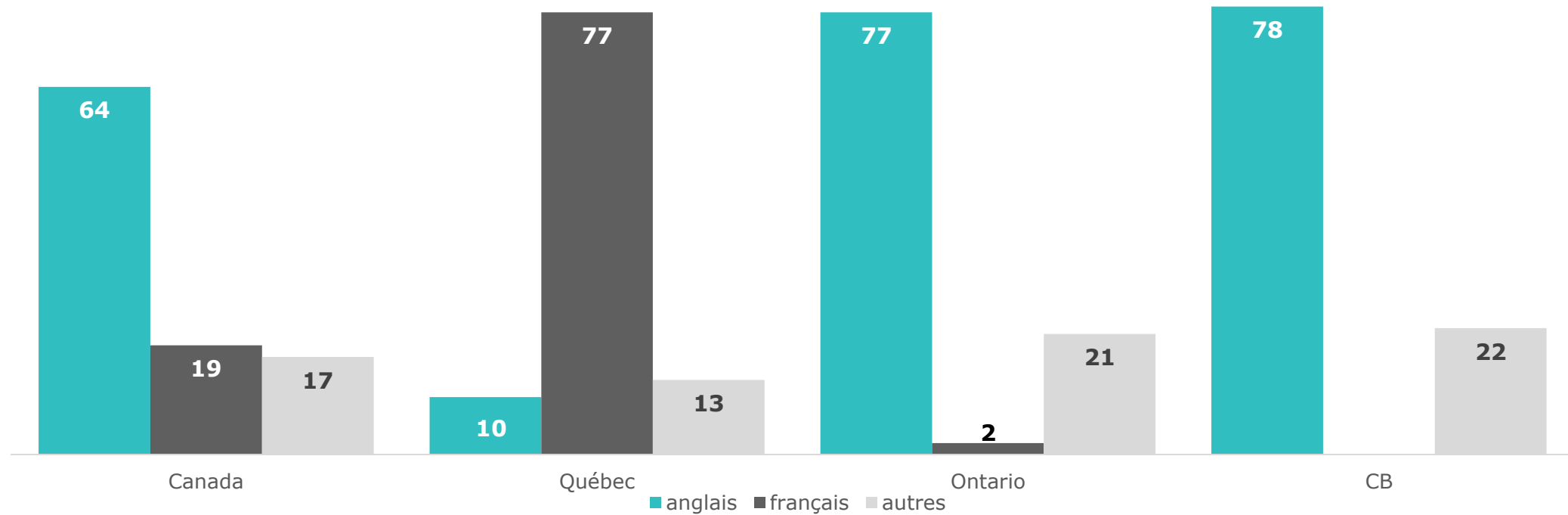
Population du Québec
9 016 222



le marché du Québec francophone

les francophones du Québec représentent
77 % du marché québécois

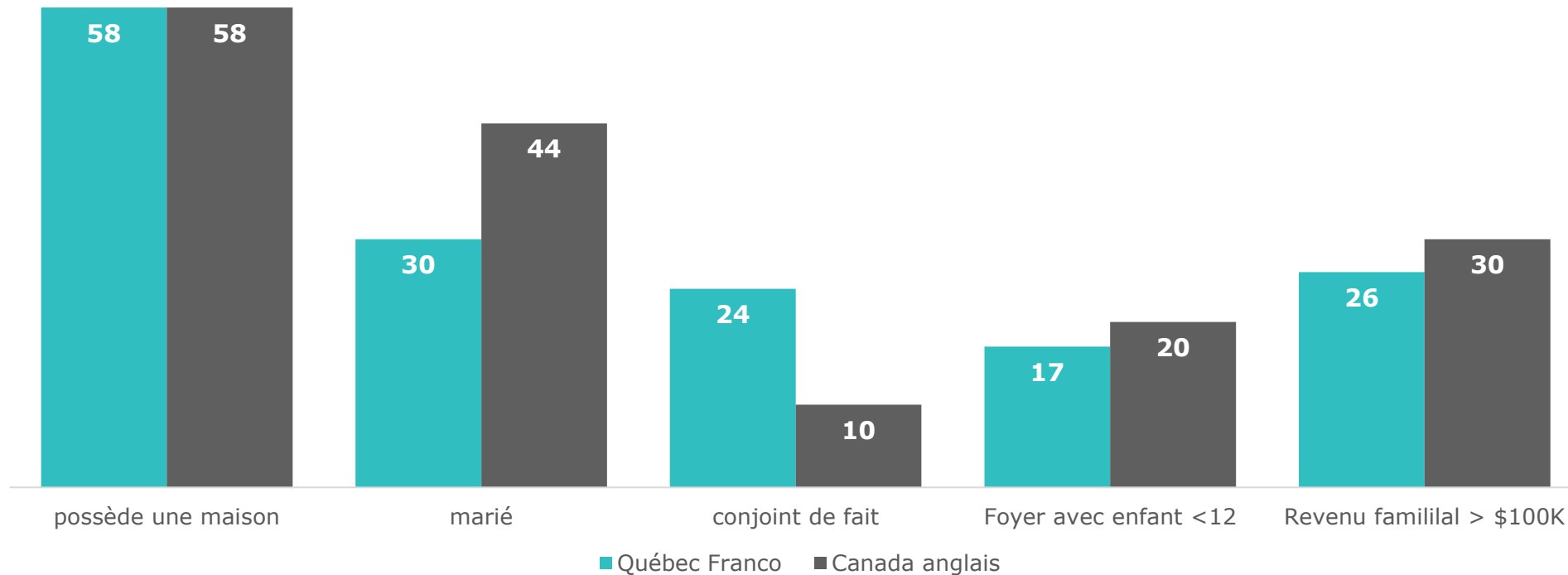
LANGUE LA PLUS FRÉQUEMMENT PARLÉE À LA MAISON



le marché du Québec francophone

les francophones du Québec sont tout aussi susceptibles d'être propriétaires; ils sont plus susceptibles de vivre en union libre que les Canadiens anglais mais ont moins de jeunes enfants

PROFIL DÉMOGRAPHIQUE

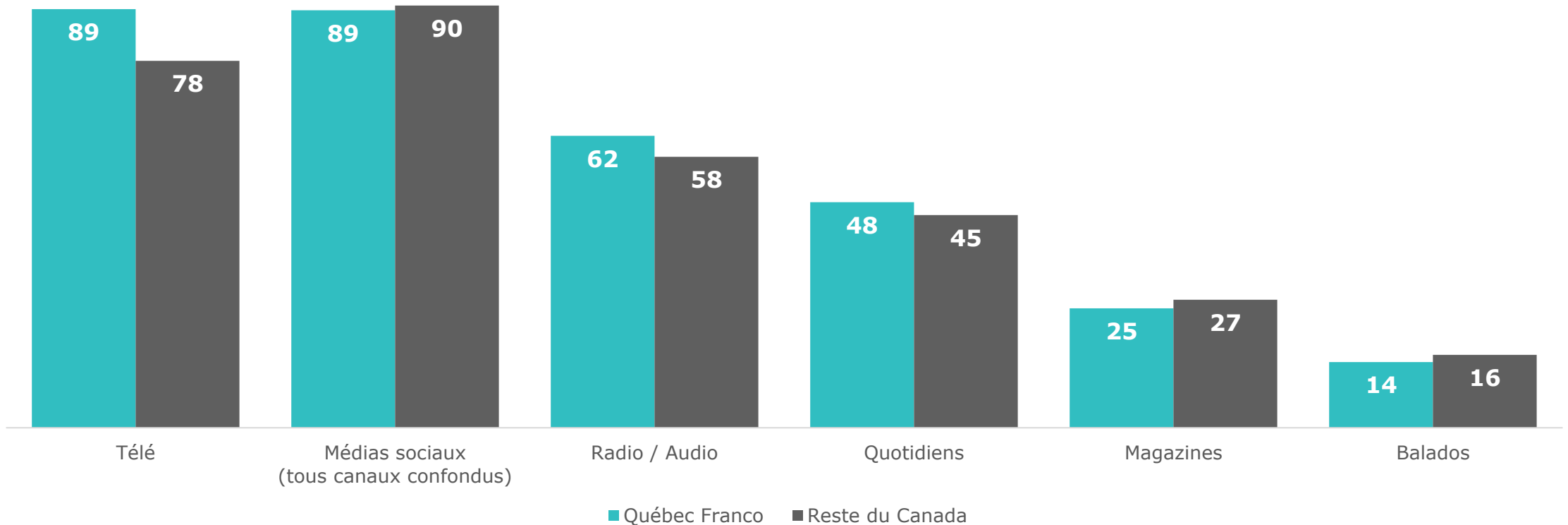


Source: VIVIDATA SCC | Étude sur le consommateur canadien printemps 2026 Langue française/Québec + Langue anglaise/Reste du Canada, Canada total A18+

le marché du Québec francophone

La télé et les médias sociaux (tous canaux confondus) offrent la portée la plus élevée
La portée de la télé est plus élevée au Québec francophone que dans le reste du Canada

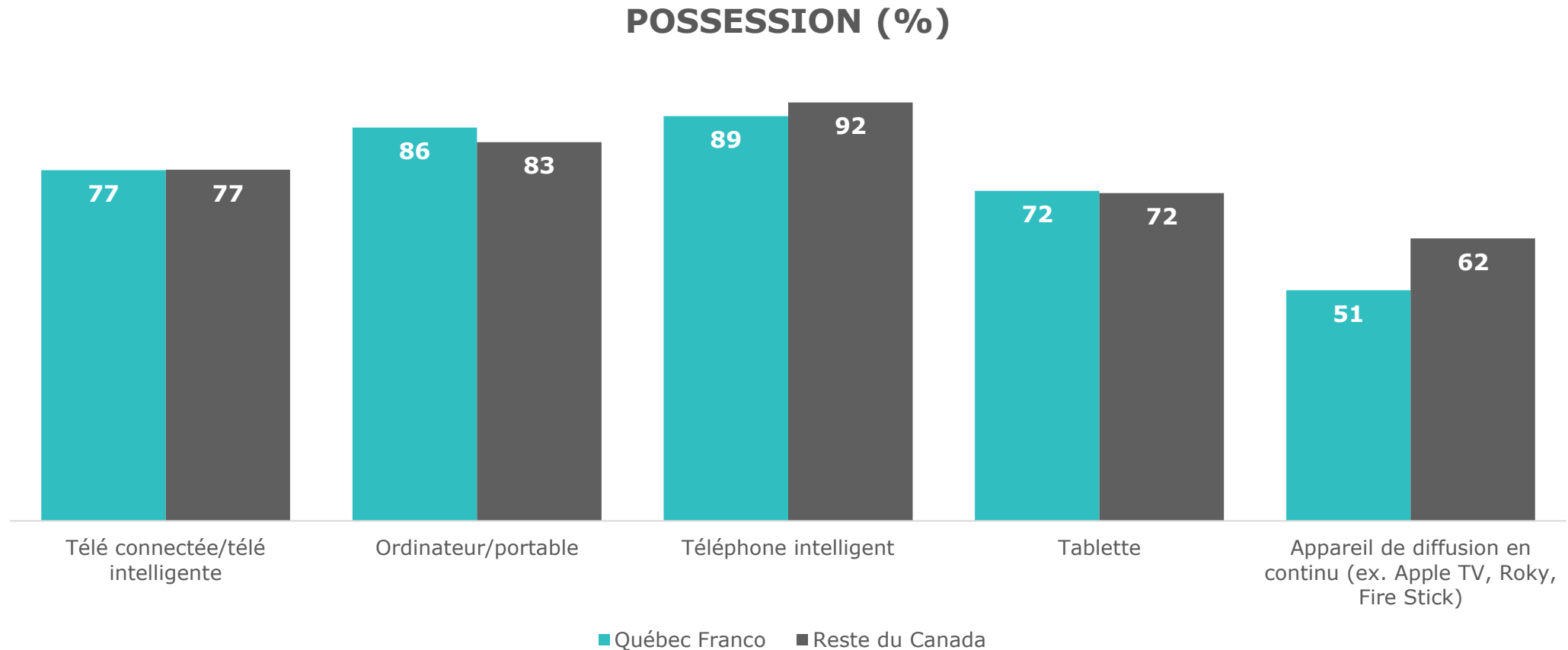
PORTÉE HEBDOMADAIRE PAR MÉDIA (%)



Source: TV: PPM FWS 9/15/2025 à 5/31/2026. Autres médias: VIVIDATA SCC | Étude sur le consommateur canadien printemps 2026 Langue française/Québec + Langue anglaise/Reste du Canada, Canada total A18+

le marché du Québec francophone

Les Québécois francophones sont moins susceptibles de posséder un appareil de diffusion en continu; pour le reste, la possession d'appareils est similaire à celle du reste du Canada



A person is sitting on a couch, watching a soccer game on a large television. The person's legs are stretched out, wearing grey socks. They are holding a large, woven basket filled with popcorn, and their hand is reaching into it. A remote control is visible on the couch in the foreground. The background is slightly blurred, showing a living room setting.

les auditoires de la télé



Chaque semaine, la télé linéaire atteint **89 %** des adultes francophones au Québec

A18+

89 %

A25-54

81 %

A18-34

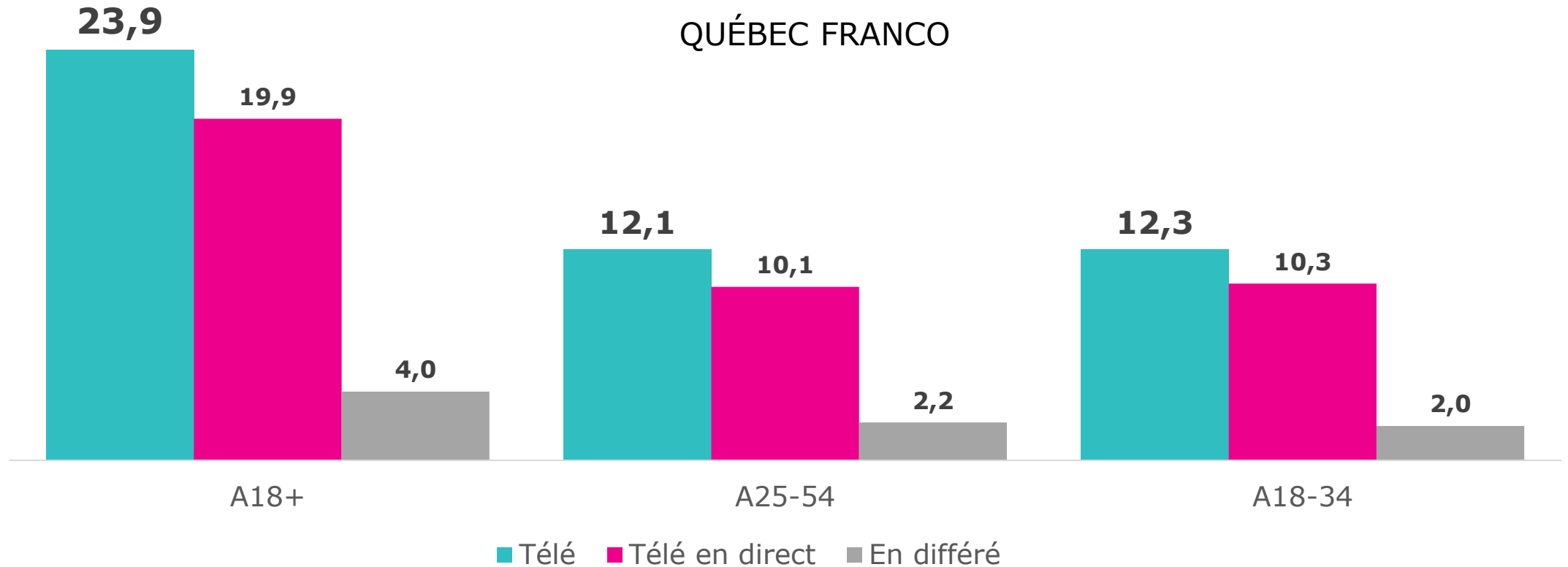
80 %

Source: Numeris PPM, 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec Franco

les francophones québécois regardent beaucoup la télévision linéaire, et ils le font **principalement en direct**

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE

QUÉBEC FRANCO



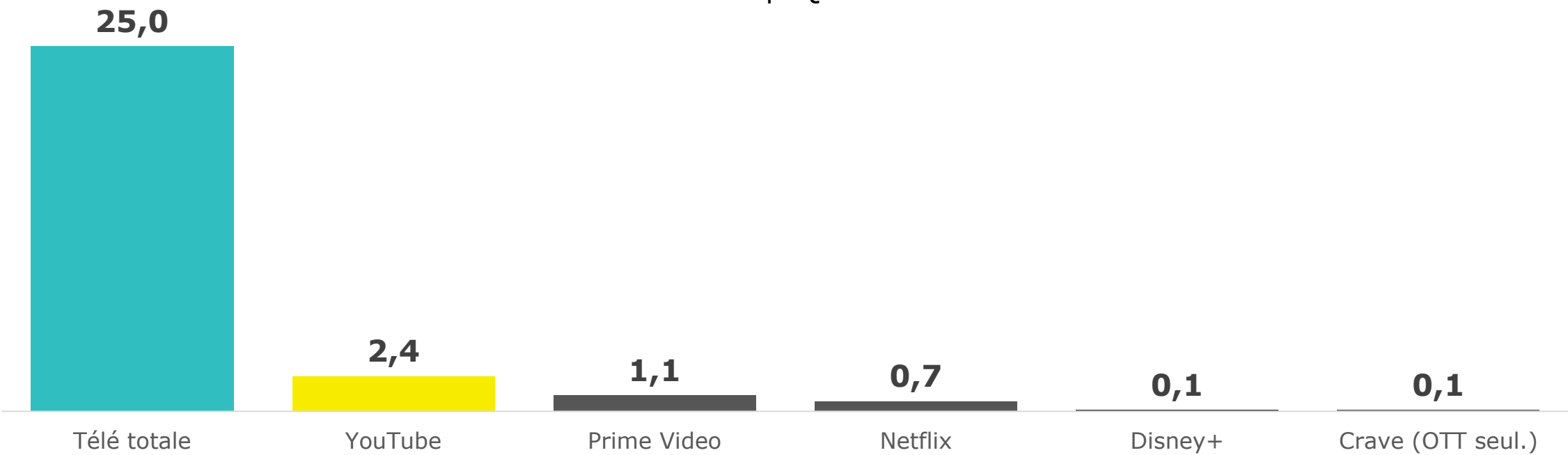
TV = visionnement de tout contenu d'un télédiffuseur (diffusé sur n'importe quelle plateforme et télévision linéaire) ainsi que de tout contenu d'un télédiffuseur enregistré sur EVP (incluant les messages publicitaires) qui est visionné dans les 7 jours suivant la diffusion initiale. N'inclut pas la diffusion en continu sur demande.

Source: Numeris PPM, Moyenne d'heures hebdomadaires (per capita), 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec Franco

Les téléspectateurs consacrent **plus** de **temps** à l'écoute de la télé totale

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE

ADULTES 18+ | QUÉBEC FRANCO



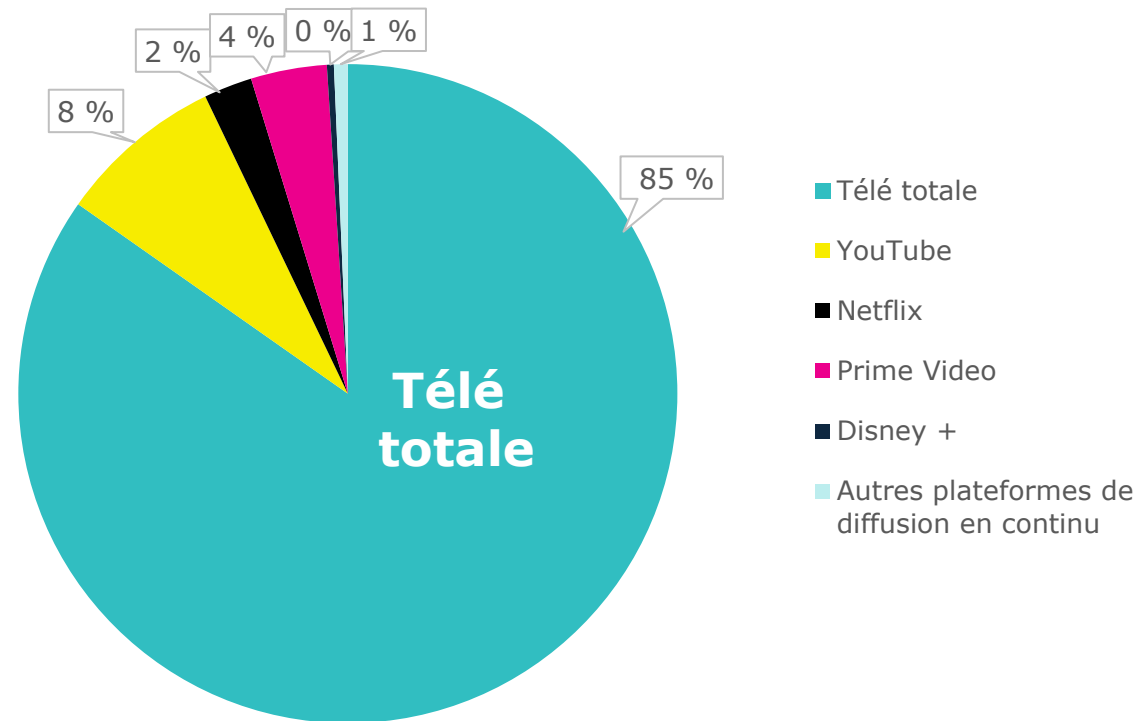
Source: Numeris VAM, 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec franco, temps d'écoute total per capita
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs | Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement)

Télé totale = la plus grande part du temps consacré à la vidéo

ADULTES 18+

QUÉBEC FRANCO

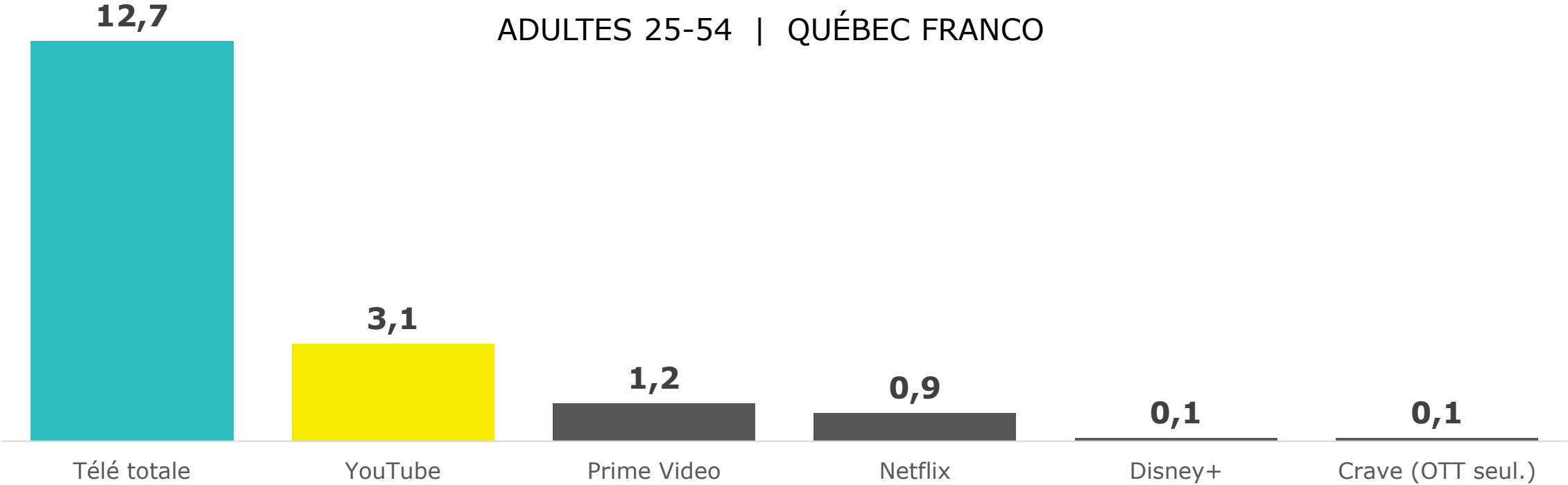
PART DE VIDÉO



Source: Numeris VAM, 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec franco, temps d'écoute total per capita
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs. Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).
Autres plateformes de diffusion en continu: AppleTV+, CBS News, Club Illico, Crave (OTT seul.), Crunchyroll, Daily Motion, DAZN, Discovery Plus, ET Online US, FuboTV, Paramount+, Pluto TV, Roku Channel, Samsung TV Plus, TED, TubiTV

les téléspectateurs consacrent **plus de temps** à l'écoute de la télé totale

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE
ADULTES 25-54 | QUÉBEC FRANCO



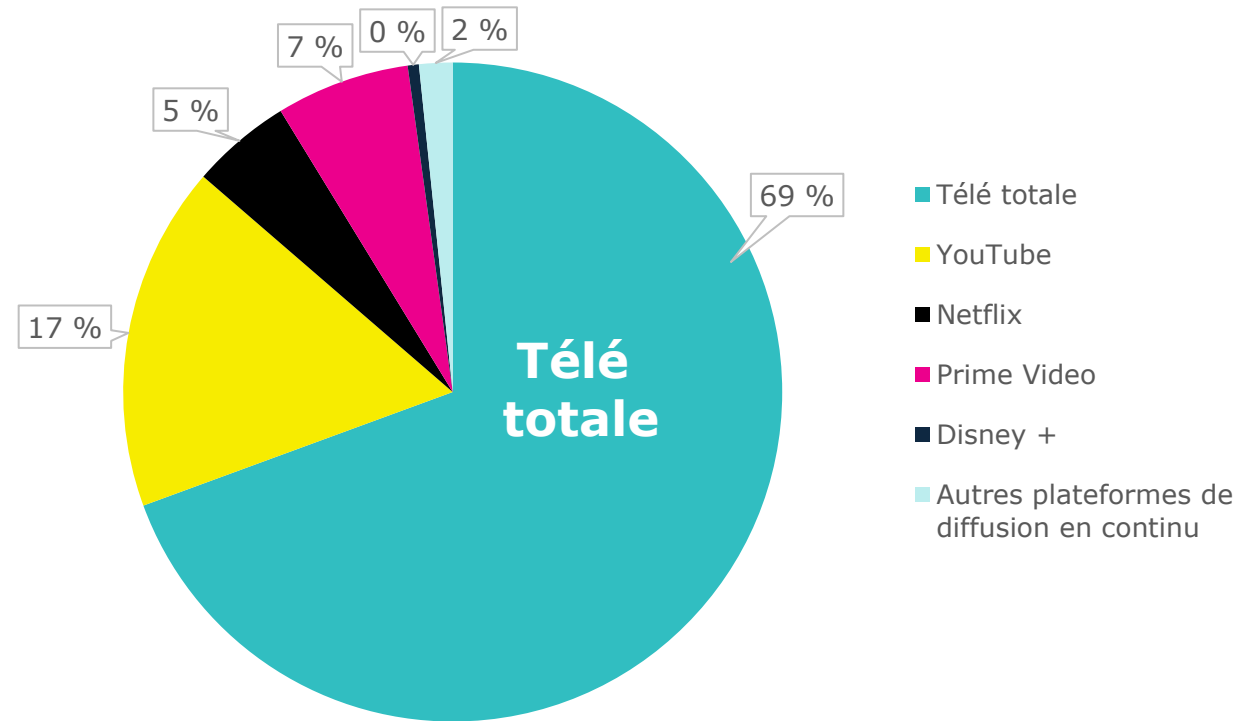
Source: Numeris VAM, 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec franco, temps d'écoute total per capita
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs | Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).

Télé totale = la plus grande part du temps consacré à la vidéo

ADULTES 25-54

QUÉBEC FRANCO

PART VIDÉO



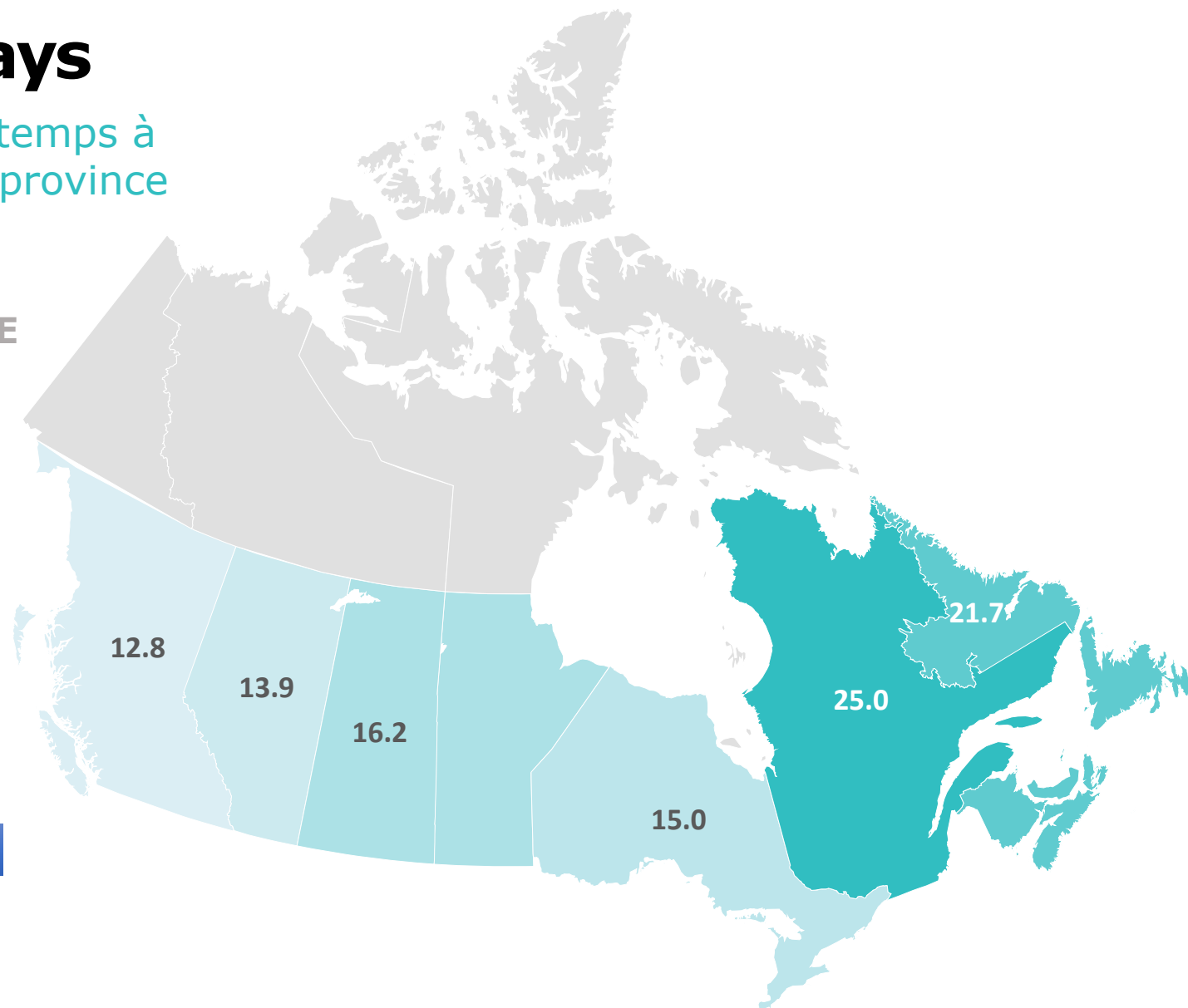
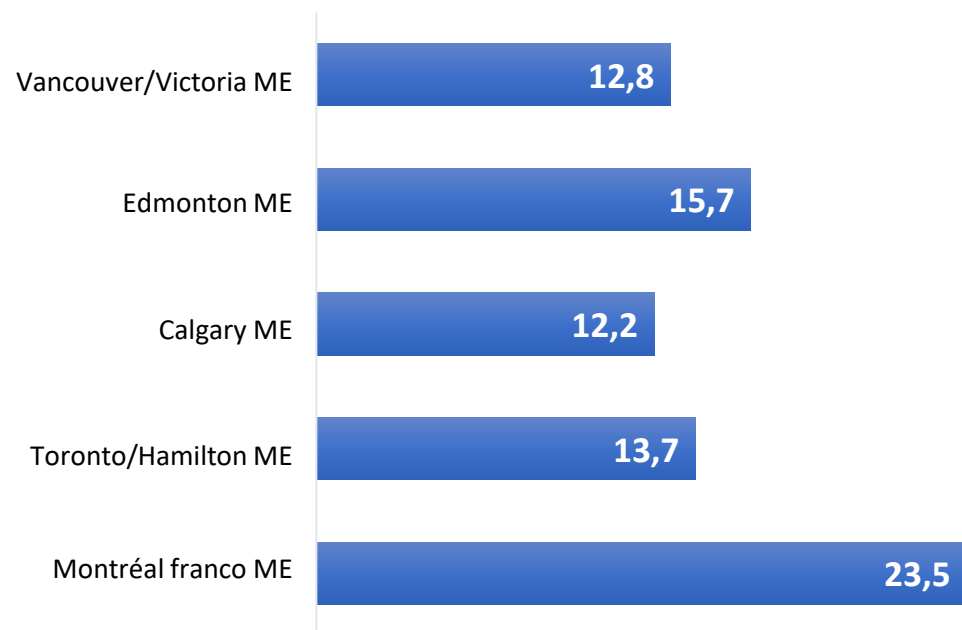
Source: Numeris VAM, 9/15/2025 à 5/31/2026, Québec franco, temps d'écoute total per capita

Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs| Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement). Autres plateformes de diffusion en continu: AppleTV+, CBS News, Club Illico, Crave (OTT seul.), Crunchyroll, Daily Motion, DAZN, Discovery Plus, ET Online US, FuboTV, Paramount+, Pluto TV, Roku Channel, Samsung TV Plus, TED, TubiTV

Télé totale à travers le pays

Au Québec, les gens consacrent plus de temps à la télévision totale que dans toute autre province

MOYENNE D'HEURE HEBDOMADAIRE



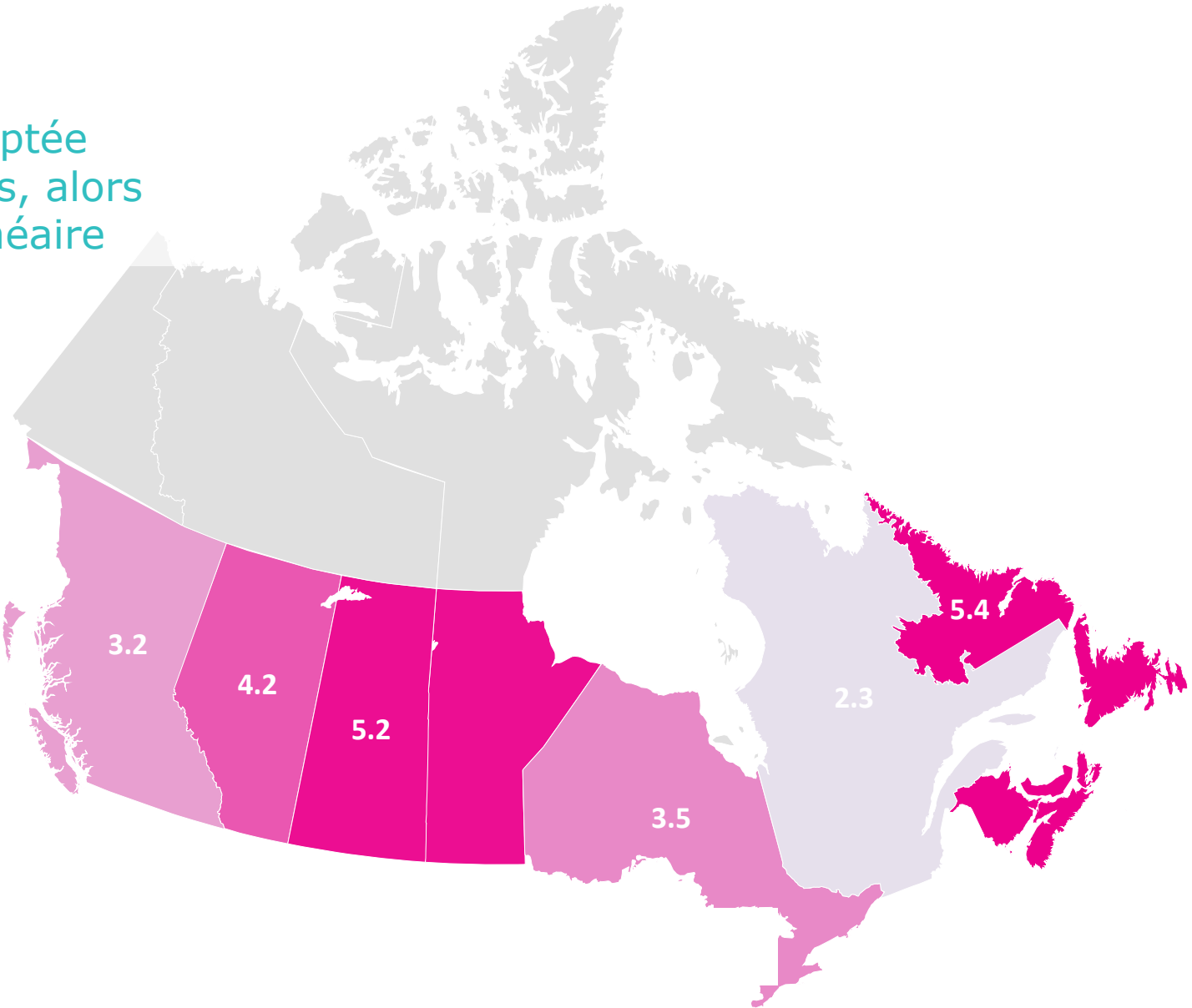
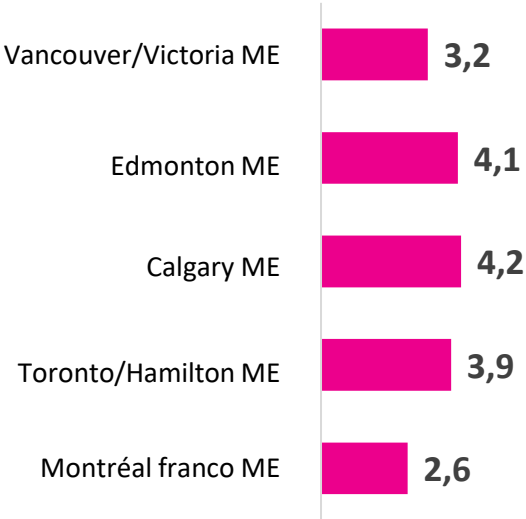
Source: Numeris VAM 9/15/2025 à 5/31/2026 | MHH | A18+)

La carte est une approximation reflétant les marchés mesurés disponibles | BC = Van/Vic proxy | AB = Calgary EM + Edmonton EM | SK&MB = Prairies de l'ouest | Québec = Québec Franco

diffusion en continu à travers le pays

La diffusion en continu est davantage adoptée dans les provinces Atlantiques et centrales, alors que le Québec reste tourné vers la télé linéaire

MOYENNE D'HEURES HEBDOMADAIRE



Source: Numeris VAM 9/15/2025 À 5/31/2026 | MHH | 18+)
La carte est une approximation reflétant les marchés mesurés disponibles | BC = Van/Vic proxy | AB = Calgary EM + Edmonton EM | SK&MB = Prairies de l'ouest | Québec = Québec Franco



Programmation

Comparaison des émissions les plus regardées

TÉLÉ CONVENTIONNELLE

Québec franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute %
1	Chanteurs masqués	TVA	11,2
2	Indéfendable	TVA	10,8
3	STAT	SRC	9,5
4	LA VOIX	TVA	9,5
5	Antigang	SRC	8,9
6	Dumas	SRC	8,0
7	Infoman	SRC	7,3
8	Les armes	TVA	6,8
9	Révolution	TVA	6,8
10	Tout le monde en parle	SRC	6,1

Canada anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute %
1	Survivor	Global	2,8
2	MLB Postseason 2025	Citytv	2,6
3	Saturday Night Live	Global	2,4
4	High Potential	CTV	2,3
5	9-1-1	Global	2,3
6	Law & Order Toronto	Citytv	2,0
7	911: Nashville	CTV	2,0
8	NFL Playoffs	CTV	1,9
9	Ghosts	Global	1,9
10	FBI	Global	1,8

Source: Numeris PPM A25-54 9/15/2025 à 5/31/2026 – Diffusion minimale = 3 | Réseaux nationaux conventionnels

Comparaison des émissions les plus regardées

TÉLÉ SPÉCIALISÉE

Québec franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute %
1	Le Hockey des Séries Éliminatoires : CH Ronde 2	TVA Sports	16,8
2	Le Hockey des Séries Éliminatoires : CH Ronde 1	TVA Sports	15,3
3	Le Hockey des Séries Éliminatoires : CH Ronde 3	TVA Sports	14,9
4	Hockey LNH Canadiens De Montréal Hiver	RDS	8,2
5	Hockey LNH des Canadiens	TVA Sports	7,4
6	Hockey LNH Canadiens De Montréal Automne	RDS	6,9
7	Baseball – Série Mondiale	TVA Sports	5,5
8	Hockey LNH Canadiens Pré-saison	RDS	5,1
9	L'Après-Match Séries LNH CH	TVA Sports	3,1
10	Vendre ou rénover au Québec	Canal Vie	3,1

Canada anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute %
1	MLB WS Playoffs	Sportsnet National	7,4
2	MLB LCS Playoffs	Sportsnet National	6,8
3	WJC: Playoffs Canada	TSN	4,4
4	WJC: Prelim Canada	TSN	3,6
5	MLB DIV Playoffs	Sportsnet National	3,2
6	Blue Jays Central	Sportsnet National	2,5
7	NHL Playoffs Round 3	Sportsnet National	1,9
8	NHL Playoffs Sunday Aft	TSN	1,9
9	HNIC Prime East	Sportsnet National	1,6
10	Baseball: Blue Jays	Sportsnet National	1,5

Source: Numeris PPM A25-54 9/15/2025 à 5/31/2026 – Diffusion minimale = 3 | Réseaux nationaux spécialisés seulement | Les auditoires de Sportsnet n’incluent pas la diffusion simultanée du conventionnel

Bonne année ! Bye Bye 2025

À chaque minute pendant le Bye Bye 2025, plus de la moitié des adultes francophones du Québec étaient à l'écoute - l'émission a atteint un total de **4,6 millions de personnes âgées 2+!**

**A18+
A25-54**

**52 %
49 %**

RATING %

**A18+
A25-54**

**3,349
1,485**

AMA 000

Source: Numeris PPM, Québec Franco, 12/31/2025 à 01/01/25



les francophones du Québec regardent **plus de télé conventionnelle** que le reste du Canada



**TÉLÉ
SPÉCIALISÉE**

**TÉLÉ
CONVENTIONNELLE**

**QUÉBEC
FRANCO**

**RESTE DU
CANADA**

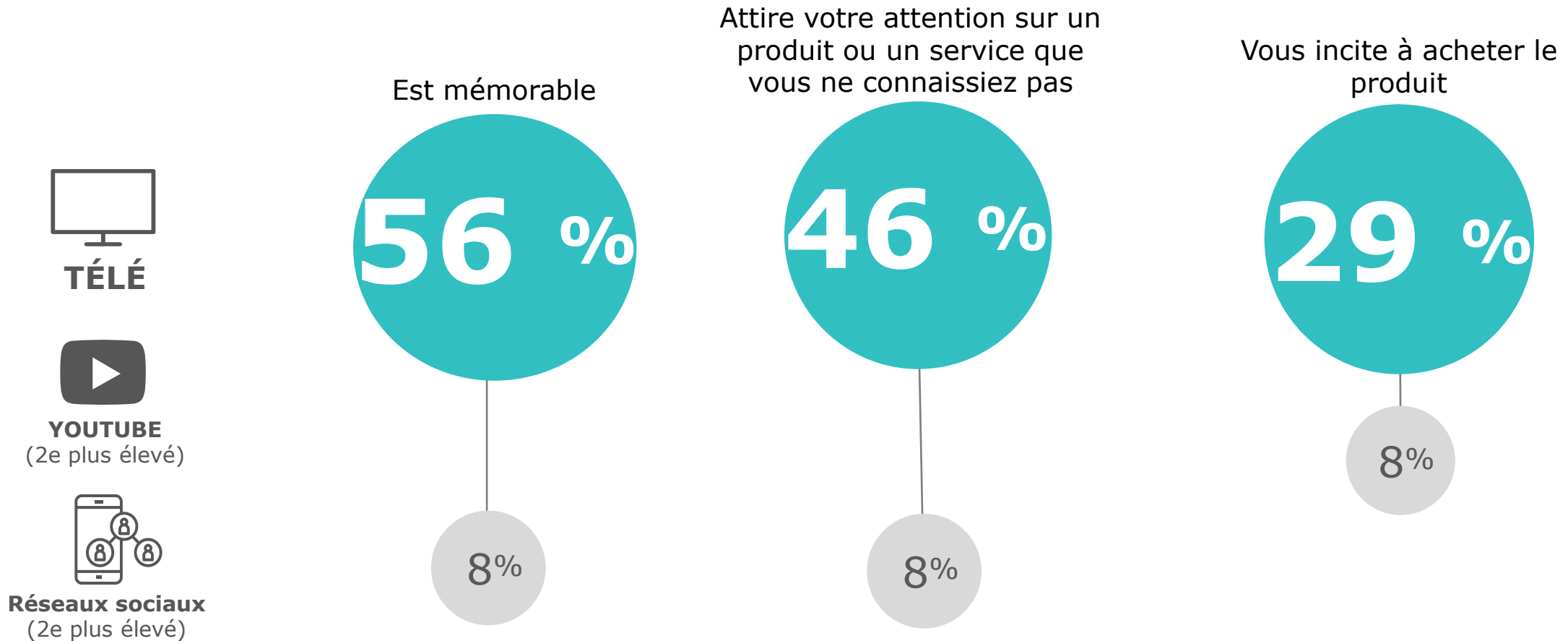
54 %

66 %

46 %

34 %

La publicité télé est plus susceptible de marquer l'esprit en plus d'attirer l'attention sur le produit

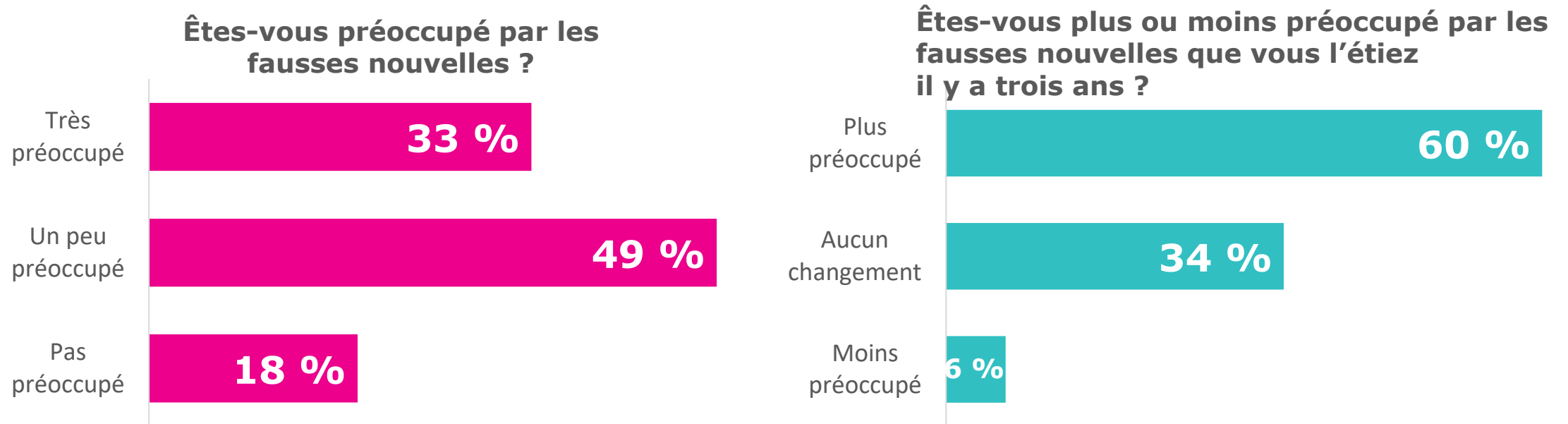


Dans lequel des médias suivants êtes-vous le plus susceptible de trouver de la publicité qui...?

L'inquiétude concernant les fausses nouvelles est élevée

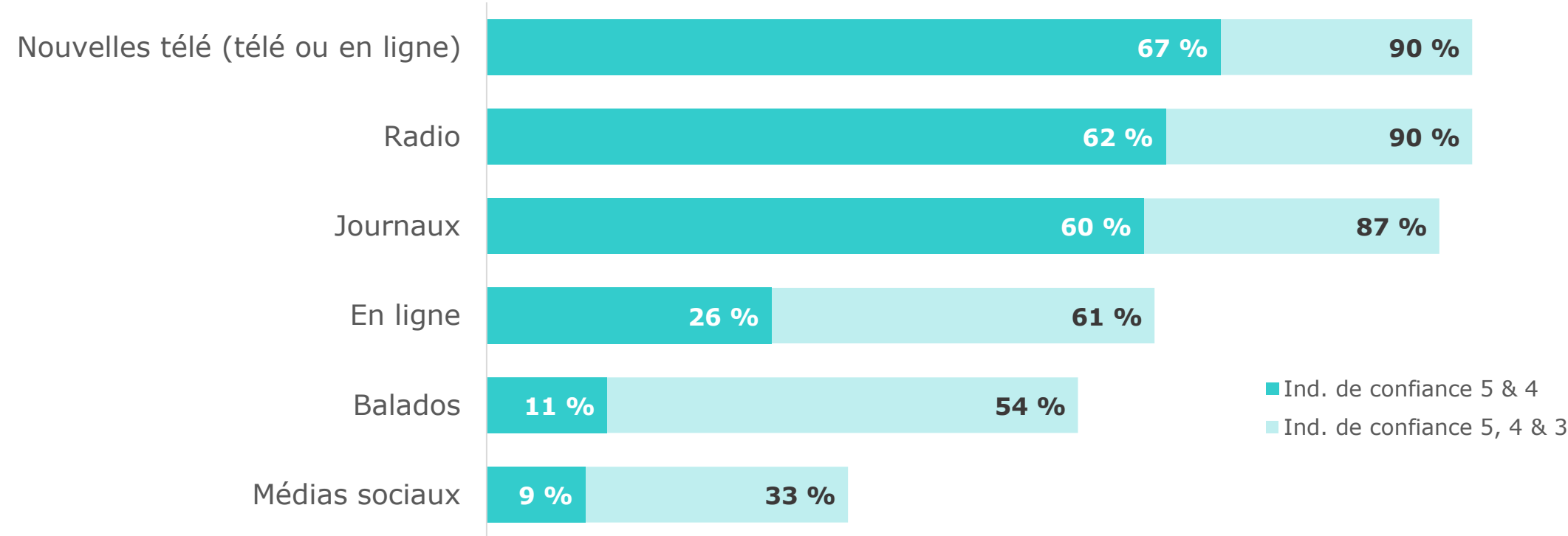
82 % des Québécois se disent « très » ou « assez » préoccupés par les fausses nouvelles, alors que 60 % indiquent que leur niveau d'inquiétude a augmenté au cours des trois dernières années.

PRÉOCCUPATION À PROPOS DES FAUSSES NOUVELLES



Les Québécois francophones font confiance aux nouvelles diffusées à la télévision

CONFIANCE ENVERS LES NOUVELLES DIFFUSÉES À LA TÉLÉ



Q: Attribuez une note de confiance aux médias suivants, 5 étant le niveau le plus élevé et 1 le niveau le plus faible.

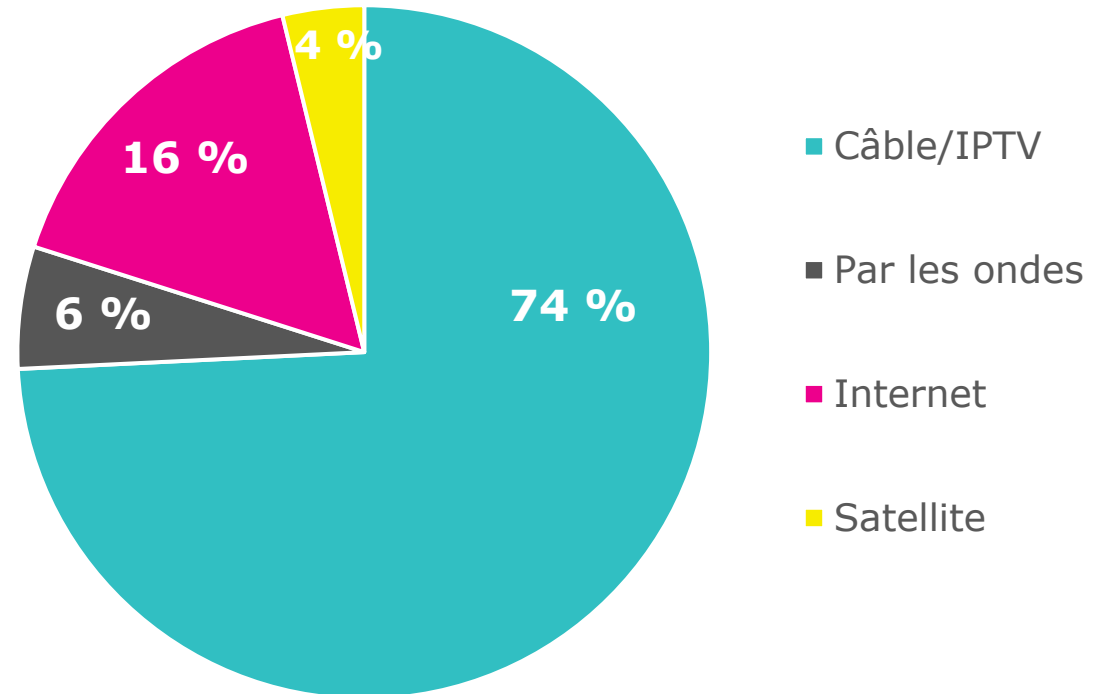
Source: YouGov survey, mars 2025, Québec, Langue française 18+

l'accès à la télé est **universel**

ACCÈS À LA TÉLÉ LINÉAIRE

Presque tous les Québécois francophones ont accès à la télé linéaire, soit par des plateformes payantes (câble/IPTV/satellite) ou par Internet

ACCÈS À LA TÉLÉ LINÉAIRE





enfin

Les Québécois sont passionnés par la télévision:

Ils regardent près de 25 heures par semaine (A18+), ils sont très attachés aux émissions produites localement, ils sont très attentifs aux publicités diffusées à la télévision et déclarent que celles-ci sont les plus susceptibles de les « inciter à acheter ».

Pour obtenir de meilleurs résultats publicitaires, assurez-vous d'atteindre ce public attentif en positionnant la télévision au cœur de votre campagne.

Source: Numeris, PPM, Québec franco | 9/15/2025 à 5/31/2026



pleins feux sur
le Québec

think^{tv}

**nous espérons que ce
rapport vous a été utile.**

nous avons encore beaucoup
d'information à partager.
cliquez sur les liens ci-dessous
pour poursuivre la conversation.

[abonnez-vous](#)

[suivez-nous](#)

[contactez-nous](#)

