



pleins feux sur
le Québec

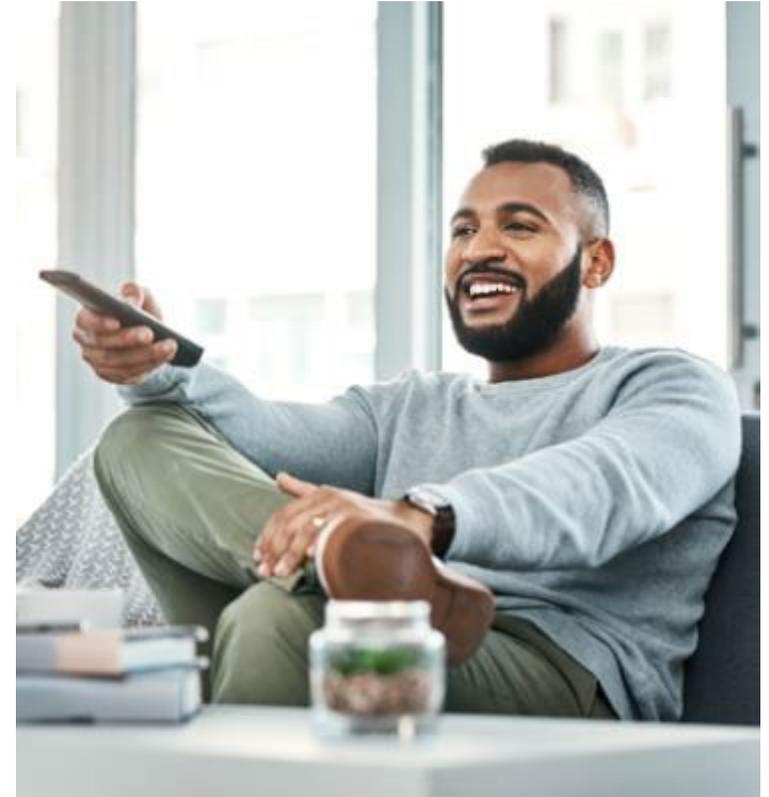
le marché du Québec francophone

Les Québécois entretiennent un lien privilégié avec la télévision

- ils regardent plus la télévision et passent moins de temps à utiliser les plateformes de visionnement en continu que le Canadien moyen
- ils sont passionnés par le contenu local : le top 10 des émissions les plus regardées au Québec attirent en moyenne 1,5 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 allouent 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 francophone

La population du Québec représente 22 % de la population du Canada

Population du Canada
40 528 396

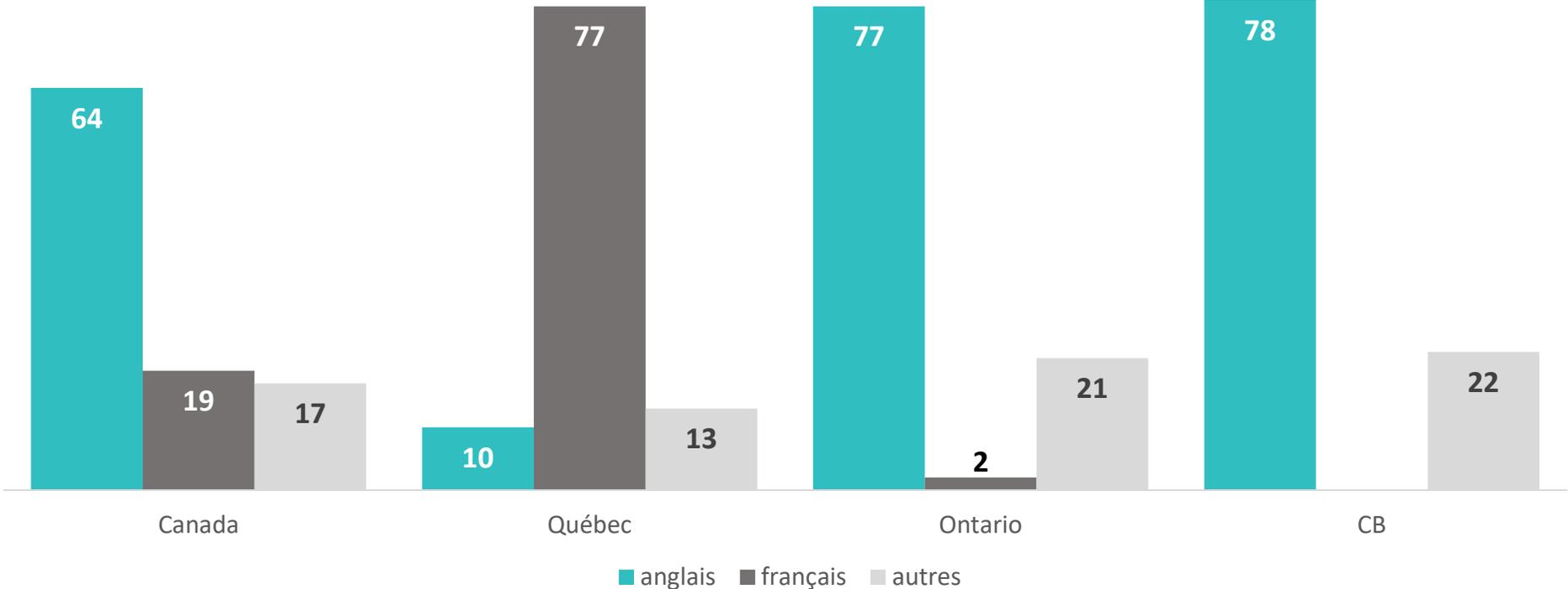
Population du Québec
8 948 540



le marché du Québec francophone

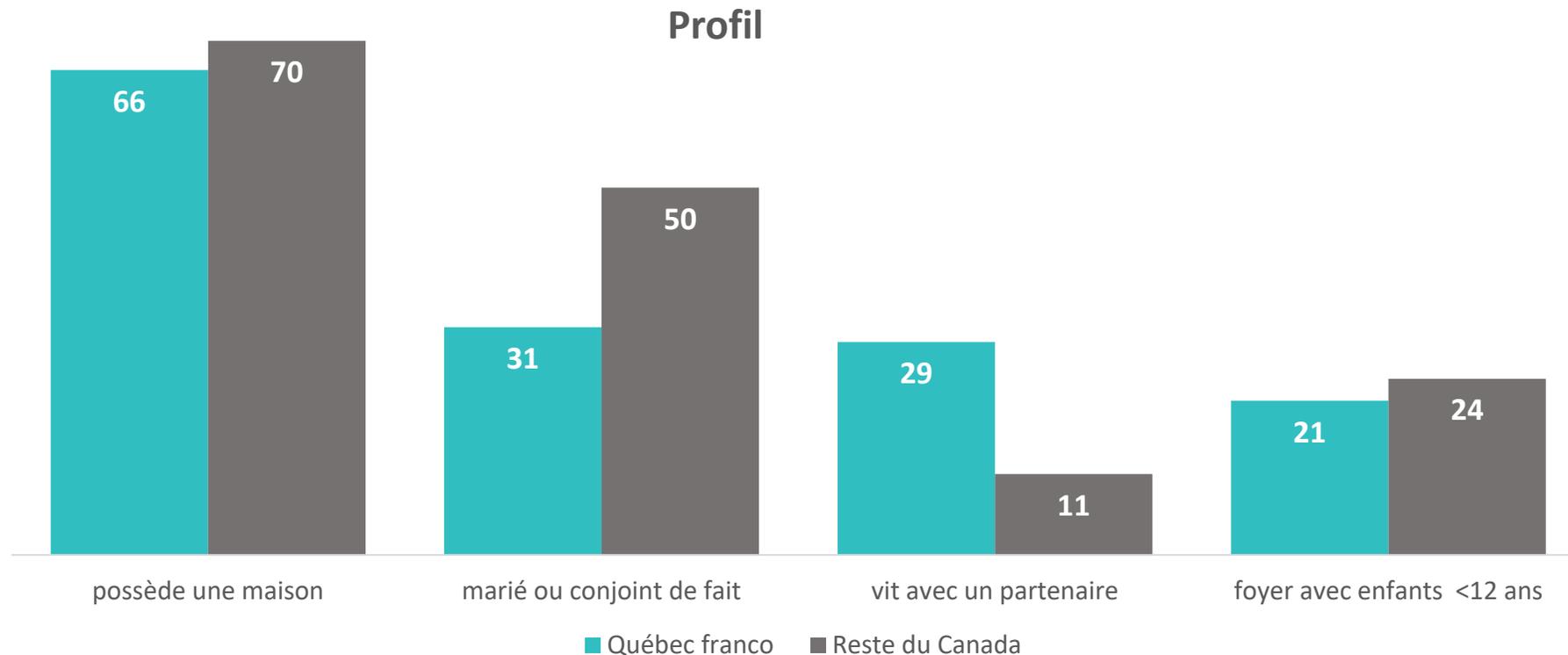
Les francophones représentent 77 % du marché du Québec

Langue parlée le plus souvent à la maison



le marché du Québec francophone

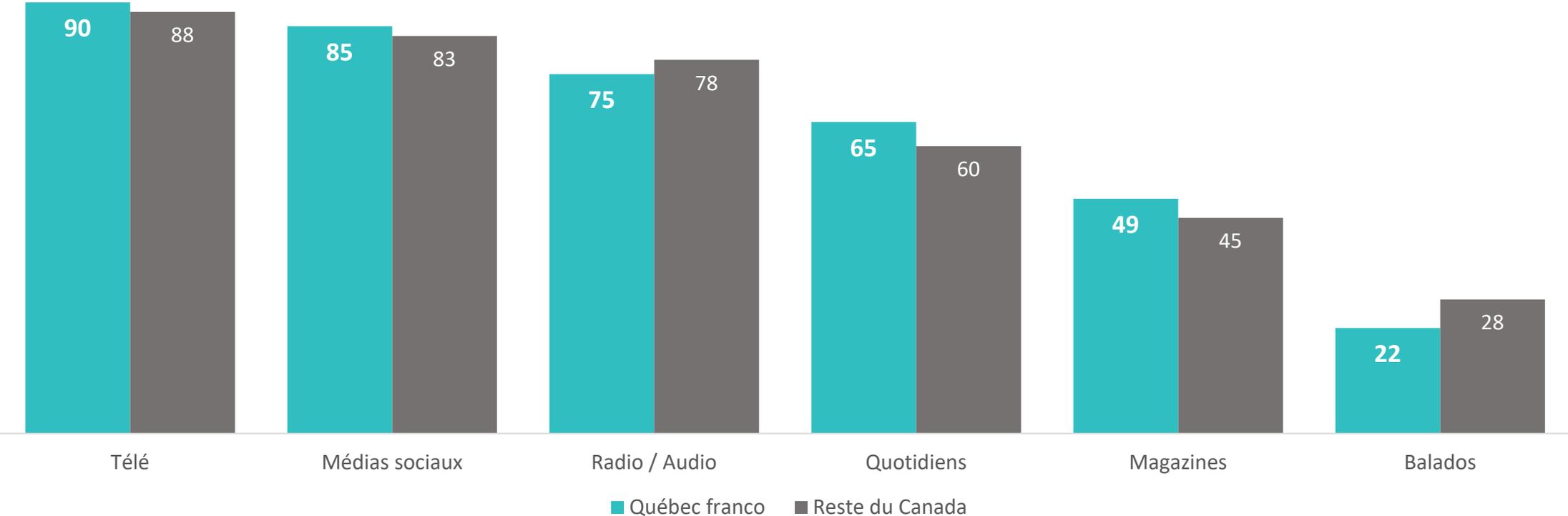
Les francophones du Québec sont légèrement moins susceptibles d'être propriétaires de leur maison et avoir de jeunes enfants, et ils sont plus susceptibles de vivre en cohabitation que les Canadiens anglais



le marché du Québec francophone

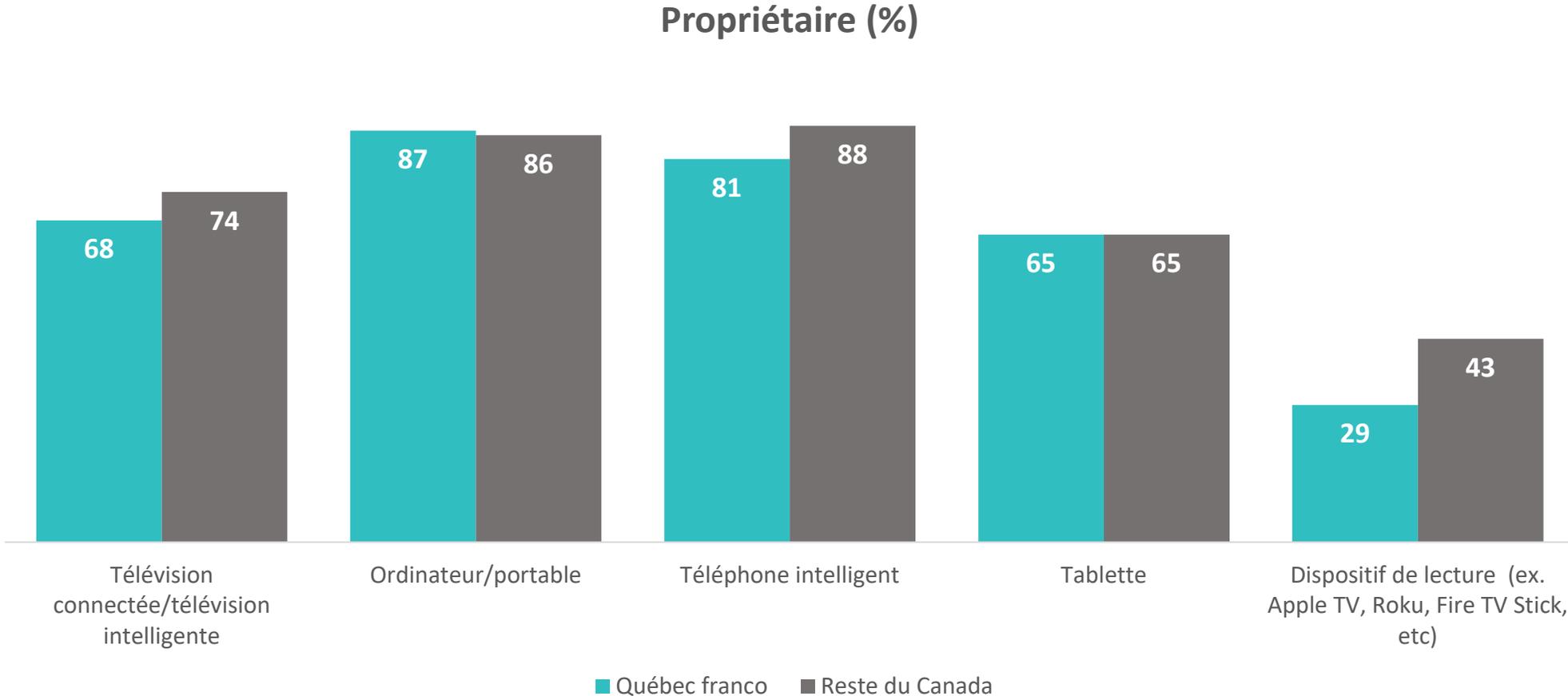
La télévision génère la plus grande portée — tout comme dans l'ensemble du Canada

Portée par média (%)



le marché du Québec francophone

Les Québécois sont légèrement moins susceptibles d'avoir une télévision branchée sur Internet, dispositif de lecture ou un téléphone intelligent



les auditoires de la

télé



la **télé** rejoint **91 %** des francophones **18 +** du Québec

Moyenne de portée
hebdomadaire

91 %

Adultes 18 +

84 %

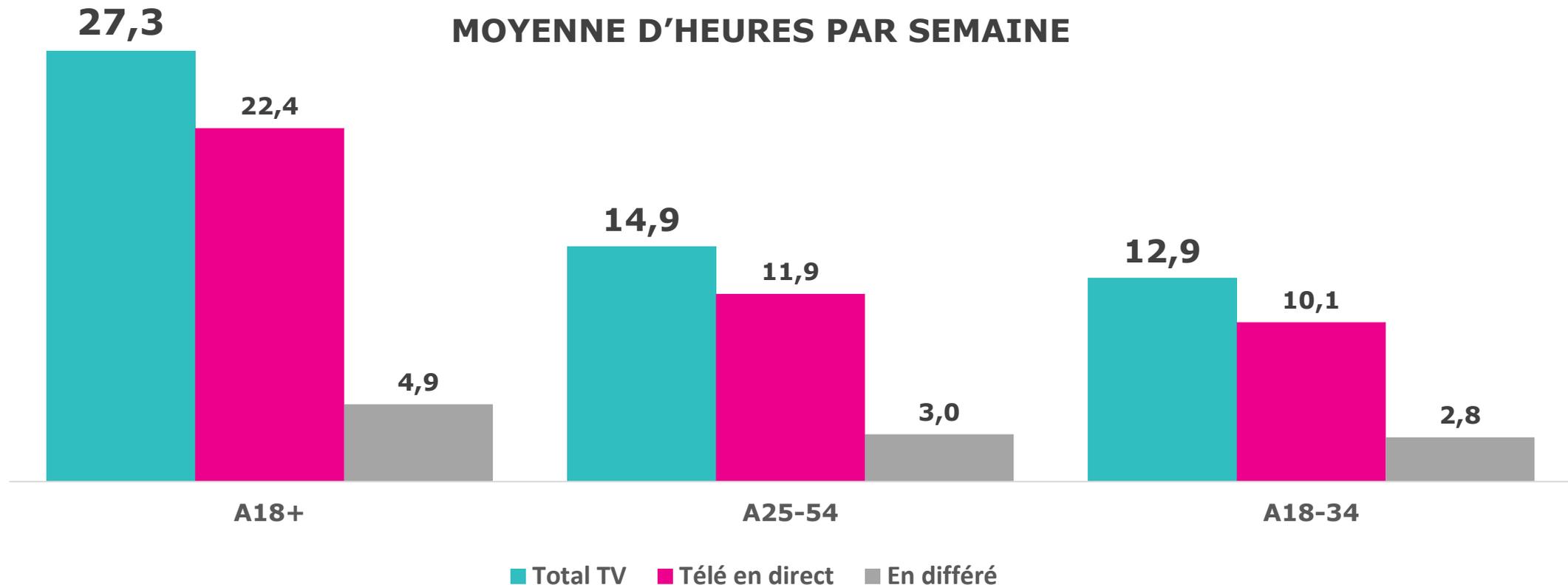
Adultes 25 à 54

83 %

Adultes 18 à 34



les francophones regardent beaucoup la **télé** et la majorité des visionnements s'effectuent en direct

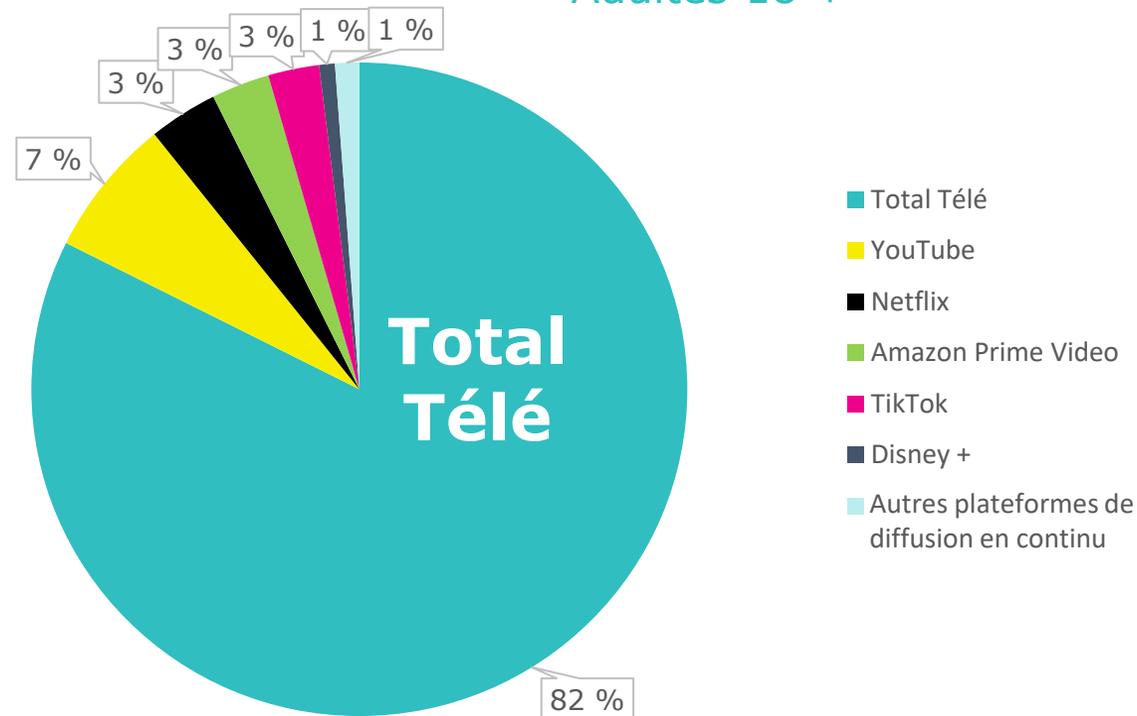


Télé = visionnement de la télé linéaire du télédiffuseur plus tout contenu du télédiffuseur qui est diffusé en continu sur d'autres plateformes avec le nombre de messages publicitaires linéaires intact. Ne comprend pas la diffusion sur un service média de contournement.

Québec Franco | Numeris PPM, Heures moy. hebdomadaires (Cap) 18 septembre 2023 au 26 mai 2024

la télévision totale domine le temps consacré dans l'univers vidéo

PART VIDEO
Québec Franco
Adultes 18 +



les données VAM
rapport complet
disponible [ici](#)

L'ensemble de la télévision définie comme linéaire et les plateformes de diffusion en ligne.

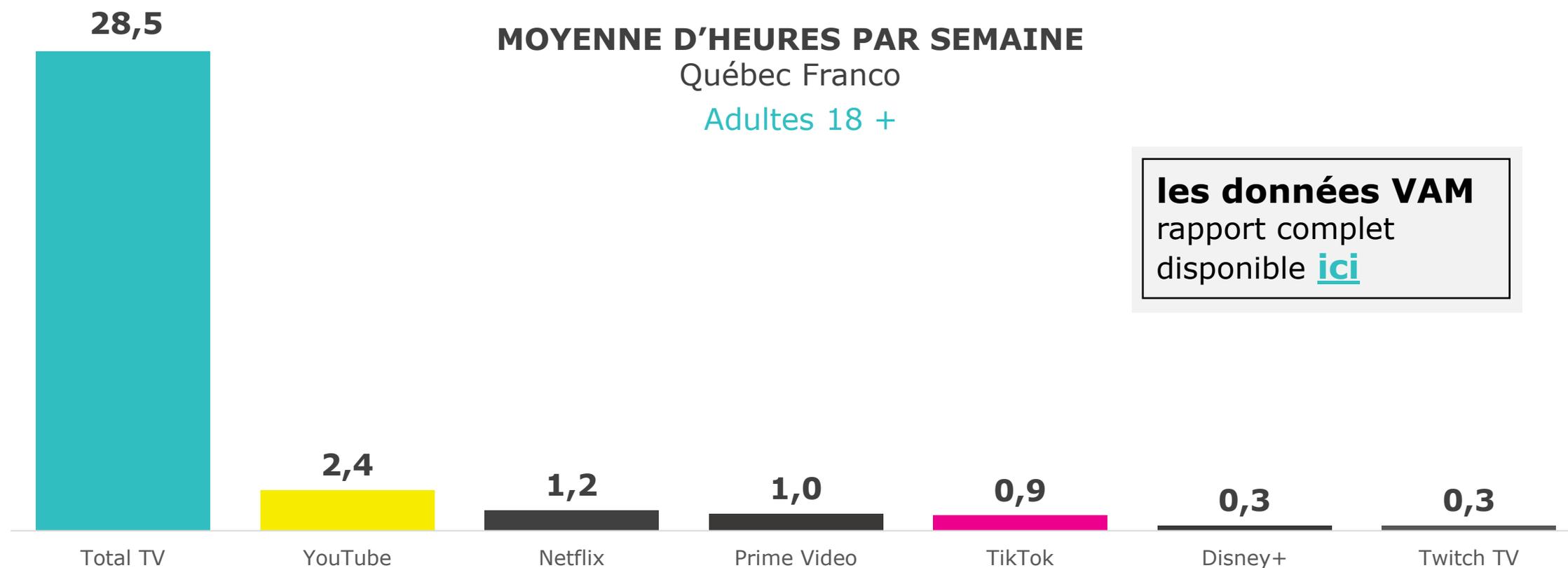
Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité et incluent uniquement le visionnement à domicile. | Total du temps passé par personne.

Autres plateformes de diffusion en continu : Crave (OTT seul.), Twitch TV, Popcorn Flix, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV, Apple TV+

Note: Ce graphique représente l'ensemble de l'univers vidéo, et non l'ensemble de la vidéo avec publicité. Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité.

Source: Numeris VAM 18 septembre 2023 au 26 mai 2024

la télévision domine le temps passé à regarder du contenu vidéo



L'ensemble de la télévision définie comme linéaire et les plateformes de diffusion en ligne.

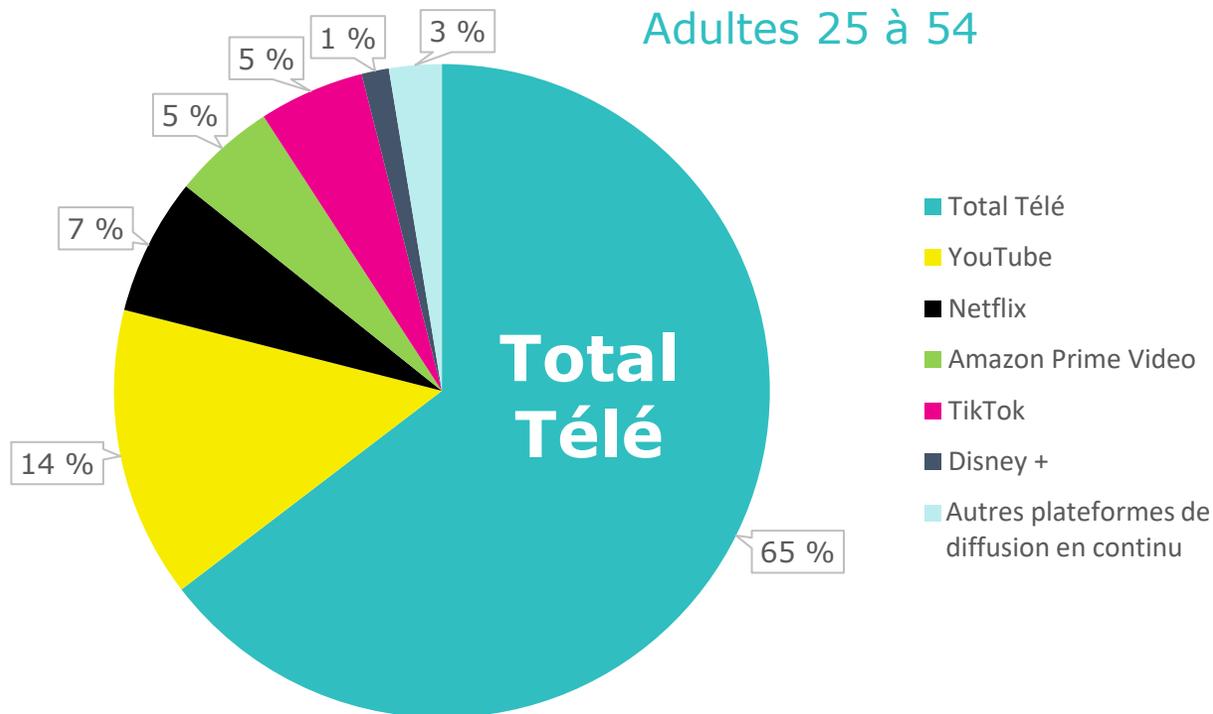
Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité et incluent uniquement le visionnement à domicile. | Total du temps passé par personne.

Note: Ce graphique représente l'ensemble de l'univers vidéo, et non l'ensemble de la vidéo avec publicité. Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité.

Source: Numeris VAM 18 septembre 2023 au 26 mai 2024

la télévision totale domine le temps consacré dans l'univers vidéo

PART VIDEO
Québec Franco
Adultes 25 à 54



les données VAM
rapport complet
disponible [ici](#)

L'ensemble de la télévision définie comme linéaire et les plateformes de diffusion en ligne

Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité et incluent uniquement le visionnement à domicile. | Total du temps passé par personne

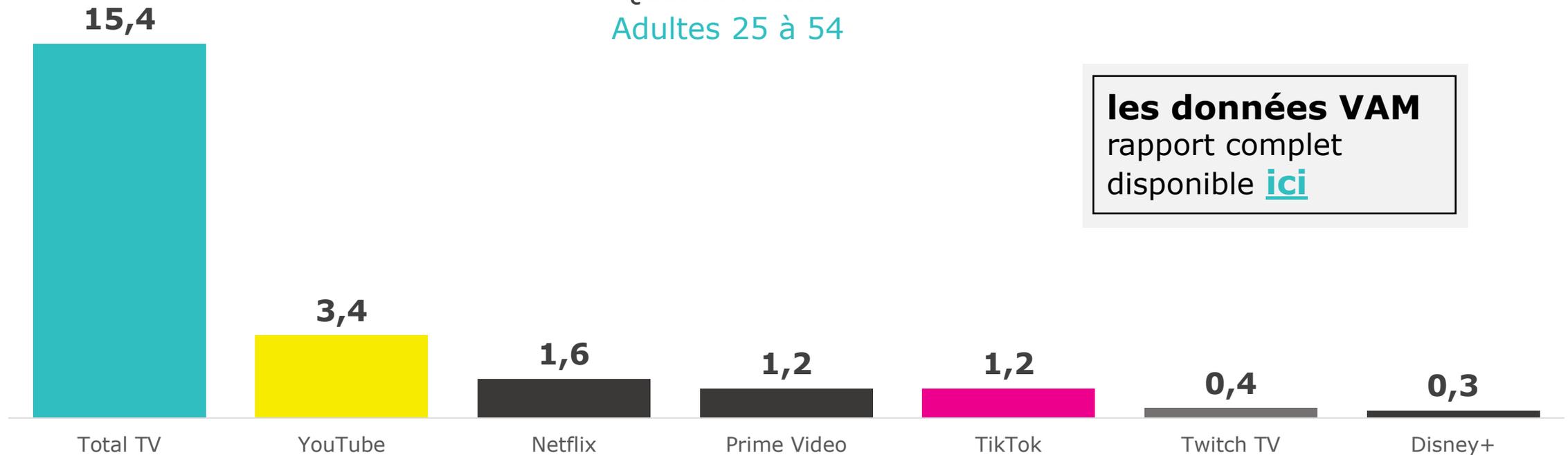
Autres plateformes de diffusion en continu : Crave (OTT seul.), Twitch TV, Popcorn Flix, FuboTV, Paramount+, DAZN, TubiTV, Crunchyroll, Roku, Daily Motion, Samsung TV Plus, TED, Club Illico, Discovery+, CBS News, ET Online US, Pluto TV, Apple TV+

Note: Ce graphique représente l'ensemble de l'univers vidéo, et non l'ensemble de la vidéo avec publicité. Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité.

Source: Numeris VAM 18 septembre 2023 au 26 mai 2024

la télévision domine le temps passé à regarder du contenu vidéo

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE
Québec Franco
Adultes 25 à 54



les données VAM
rapport complet
disponible [ici](#)

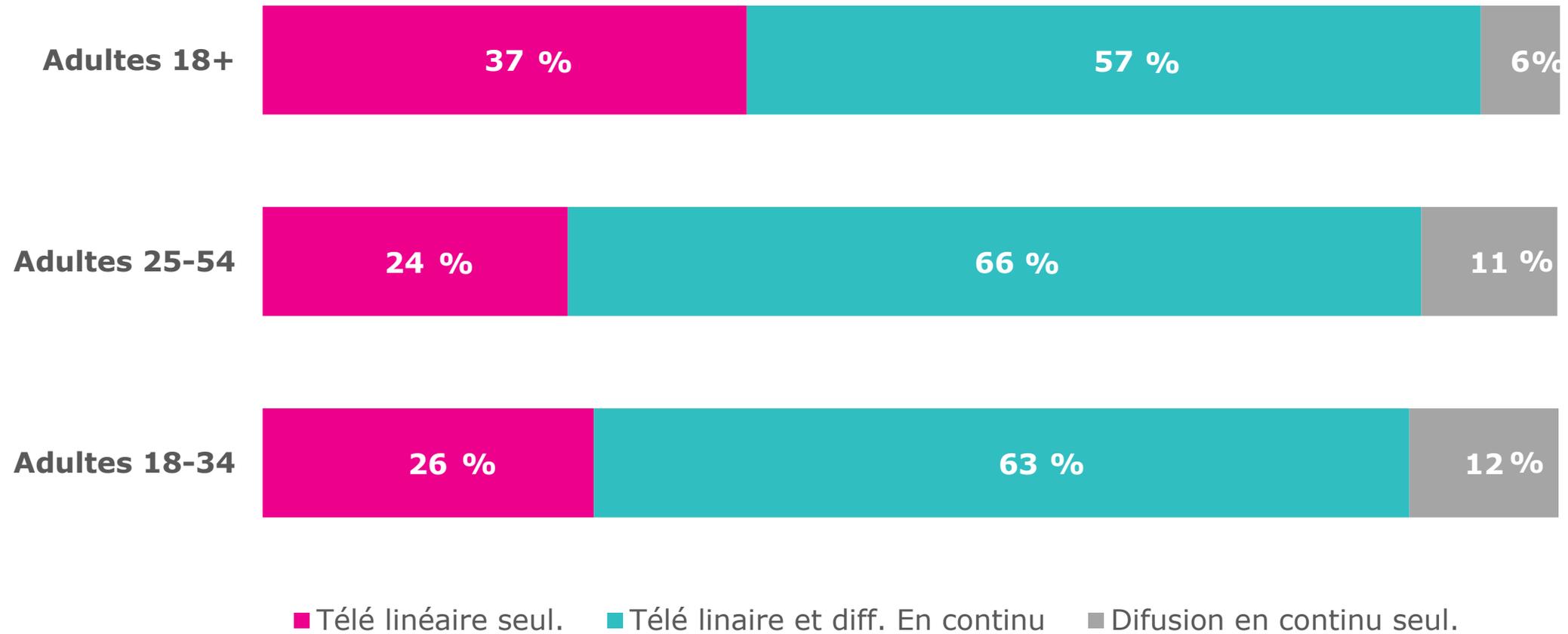
L'ensemble de la télévision définie comme linéaire et les plateformes de diffusion en ligne.

Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité et incluent le visionnement à domicile seulement. | Total du temps passé par personne.

Note: Ce graphique représente l'ensemble de l'univers vidéo, et non l'ensemble de la vidéo avec publicité. Les plateformes de diffusion en continu ne diffusent généralement pas de publicité.

Source: Numeris VAM 18 septembre 2023 au 26 mai 2024

la majorité des Québécois peuvent accéder à la fois à la télévision linéaire et aux plateformes de diffusion en continu :



Source: Numeris VAM 18 septembre 2023 au 26 mai 2024 | Québec Franco | % de la composition de la portée hebdomadaire moyenne.

Plateformes de diffusion en continu incluant : Prime Video, Netflix, Disney+, Apple+, Crave (OTT seul.), CBS News, Twitch TV, ET Online US, TubiTV, DAZN, Paramount+, PlutoTV, FuboTV, Daily Motion, Roku Channel, Crunchroll, Discovery+, TED, SamsungTV, YouTube

programmation



les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais - **TÉLÉ CONVENTIONNELLE**

Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Chanteurs masqués	TVA	17.7
2	Sortez-moi d'ici!	TVA	15.6
3	STAT	SRC	14.9
4	LA VOIX	TVA	14.2
5	Survivor Québec	Noovo	13.5
6	Indéfendable	TVA	13.1
7	Révolution	TVA	13.0
8	Infoman	SRC	11.6
9	La petite vie - 30 ans	SRC	11.3
10	Big Brother Célébrités	Noovo	11.3

Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	9-1-1	Global	2.8
2	SURVIVOR	Global	2.8
3	THE ROOKIE	CTV	2.4
4	THE AMAZING RACE	CTV	2.3
5	GREY'S ANATOMY	CTV	2.3
6	SATURDAY NIGHT LIVE	Global	2.3
7	THE CONNERS	CTV	2.2
8	TRACKER	CTV	2.2
9	KITCHEN NIGHTMARES	CTV	2.2
10	THE MASKED SINGER	CTV	2.2

les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais – TÉLÉ SPÉCIALISÉE

Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Hockey LNH Canadiens de Montréal Automne	RDS	5.7
2	LE HOCKEY DES CANADIENS	TVA Sports	5.4
3	Hockey LNH Canadiens de Montreal Hiver	RDS	5.2
4	Hockey LNH Canadiens Pré-saison	RDS	3.8
5	Hockey Championnat Mondial Jr Canada	RDS	2.6
6	Vendre ou rénover au Québec	Canal Vie	2.4
7	Auto Formule 1	RDS	2.4
8	LE HOCKEY DES SÉRIES ÉLIMINATOIRES : LNH, RONDE 2	TVA Sports	2.0
9	L'Antichambre CH Hiver	RDS	1.9
10	Démasqués	Canal D	1.9

Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	NHL PLAYOFFS ROUND 1	RSPN Total	6.2
2	HNIC PRIME EAST	RSPN Total	4.2
3	NHL PLAYOFFS ROUND 2	RSPN Total	3.9
4	NHL PLAYOFFS ROUND 3	RSPN Total	3.6
5	WJC:PRELIM CANADA	TSN	3.2
6	NFL PLAYOFFS SUNDAY PRIME	TSN	3.2
7	HNIC PRIME WEST	RSPN Total	2.6
8	NFL PLAYOFFS SUN LATE AFTERNOON	TSN	2.3
9	NHL HOCKEY-LEAFS	Sportsnet National	1.9
10	CFL PLAYOFFS	TSN	1.9

les émissions les plus regardées au Québec et au Canada anglais – TÉLÉ SPÉCIALISÉE EXCLUANT LES SPORTS

Québec Franco A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	Vendre ou rénover au Québec	Canal Vie	2.4
2	Démasqués	Canal D	1.9
3	La famille est dans le pré	Canal Vie	1.7
4	J'ai frôlé la mort	Canal D	1.6
5	Classé SECRET	ADDIK	1.6
6	S.W.A.T.	ADDIK	1.5
7	Vestiaires	AMI-tele	1.5
8	TVA NOUVELLES (18h - LV)	LCN	1.4
9	LA JOUTE	LCN	1.4
10	Une maison signée Janvier	Canal Vie+	1.4

Canada Anglais A25-54

Rang	Émission	Réseau	Cote d'écoute
1	The Curse of Oak Island	History	1.7
2	STAR TREK: LOWER DECKS	CTV Sci-Fi	1.0
3	Ted	Showcase	0.9
4	The Secret of Skinwalker Ranch	History	0.8
5	RESIDENT ALIEN	CTV Sci-Fi	0.8
6	Spring Baking Championship	Food Network	0.8
7	Holiday Baking Championship	Food Network	0.8
8	Rick and Morty	Adult Swim	0.7
9	GOLD RUSH	Discovery	0.7
10	Based On a True Story	W Network	0.7

les Québécois sont passionnés

par les émissions produites localement

Les émissions les plus regardées au Québec franco génèrent des cotes d'écoute plus élevées que dans le marché du Canada anglais

Cote d'écoute adultes 25-54

	TOP 3 des émissions DRAMATIQUES	TOP 3 des émissions TÉLÉRÉALITÉ	TOP 3 des émissions de NOUVELLES
QUÉBEC FRANCO	13,9	15,4	4,4
RESTE DU CANADA	2,5	2,5	1,2

les francophones regardent plus de télé conventionnelle



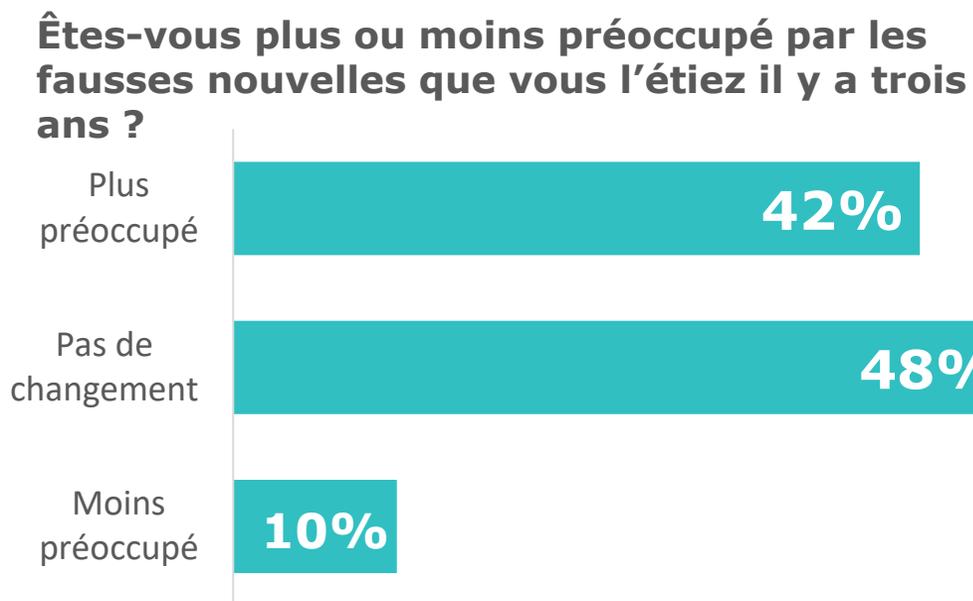
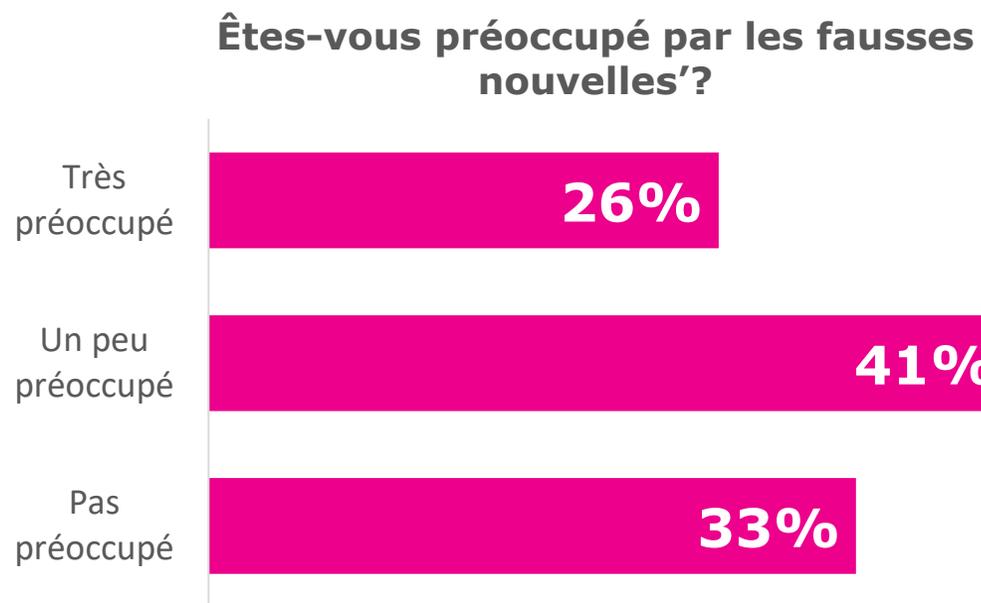
La famille Groulx

	Québec franco	Reste du Canada
Réseaux spécialisés	48%	69%
Télé conventionnelle	52%	31%

les Canadiens sont grandement préoccupés par les fausses nouvelles

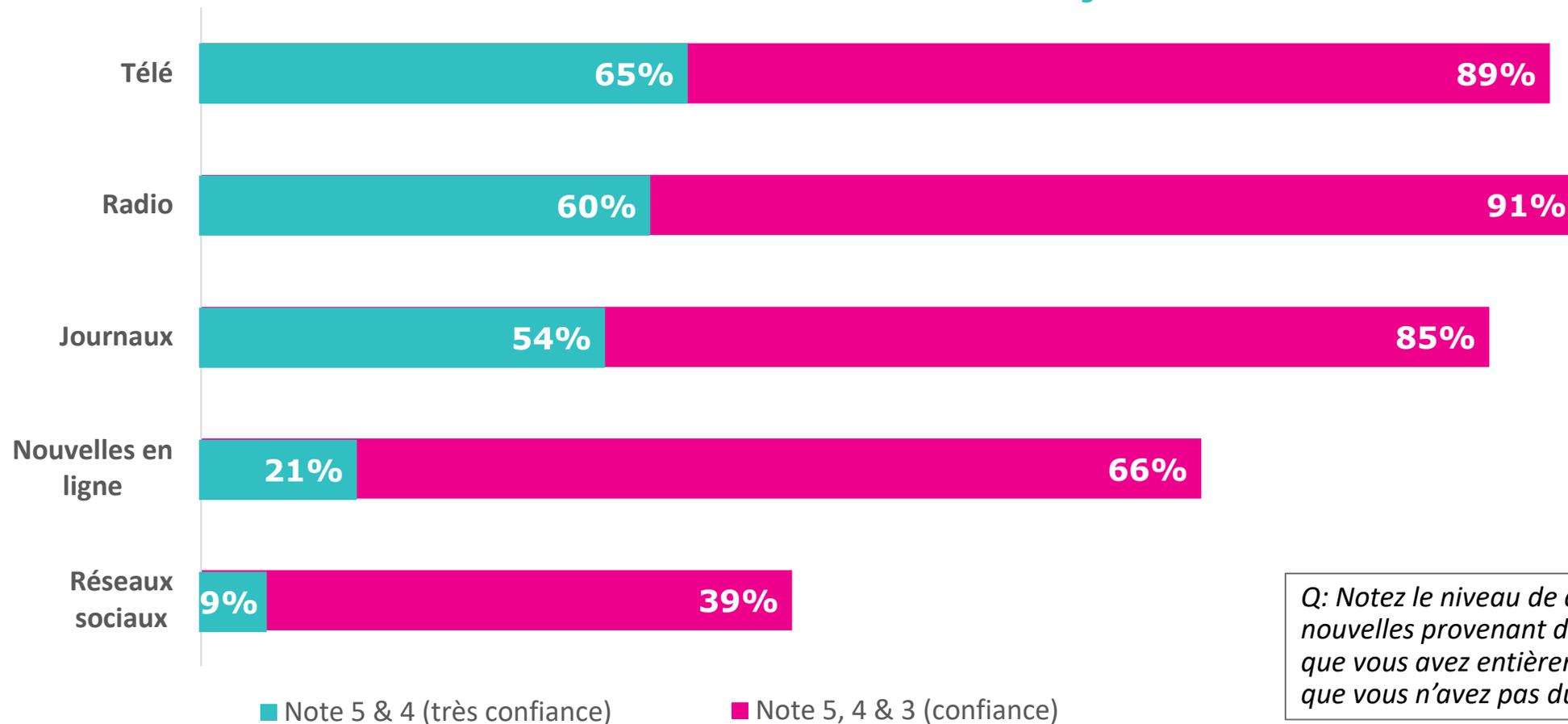
67% des Canadiens français sont « très » ou « assez » préoccupés par les fausses nouvelles, alors que 42% se disent plus préoccupés depuis les trois dernières années

QUÉBEC FRANCO



les Canadiens français font confiance aux nouvelles diffusées à la télévision

Adultes Canadiens français



Q: Notez le niveau de confiance alloué aux nouvelles provenant de ces sources; 5 signifie que vous avez entièrement confiance, 1 signifie que vous n'avez pas du tout confiance.

bonne année! — Bye Bye 2023

Lors de la diffusion du Bye Bye 2023, à chaque minute 60% de la population du Québec était à l'écoute – l'émission a touché un total de 4,6 millions de personnes âgées de 2 ans et plus

PORTÉE EN POURCENTAGE

Adultes 18 + **59,0 %**
Adultes de 25 à 54 ans **55,2 %**

AMA (000)

Adultes 18 + **3 765**
Adultes de 25 à 54 ans **1 642**



enfin

les Québécois sont passionnés par la télévision :

Ils regardent plus de 27 heures par semaine (18+), ils sont très attachés aux émissions produites localement, ils sont attentifs aux publicités diffusées à la télévision et déclarent que celles-ci sont les plus susceptibles de les «aider à choisir ce qu'ils achètent».

Pour obtenir de meilleurs résultats publicitaires, rejoignez ce public attentif en positionnant la télévision au cœur de votre campagne.



contactez nous @



info@thinktv.ca



thinktv-canada

**Abonnez-vous à notre
bulletin électronique**



thinktv.ca