

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 1,1 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

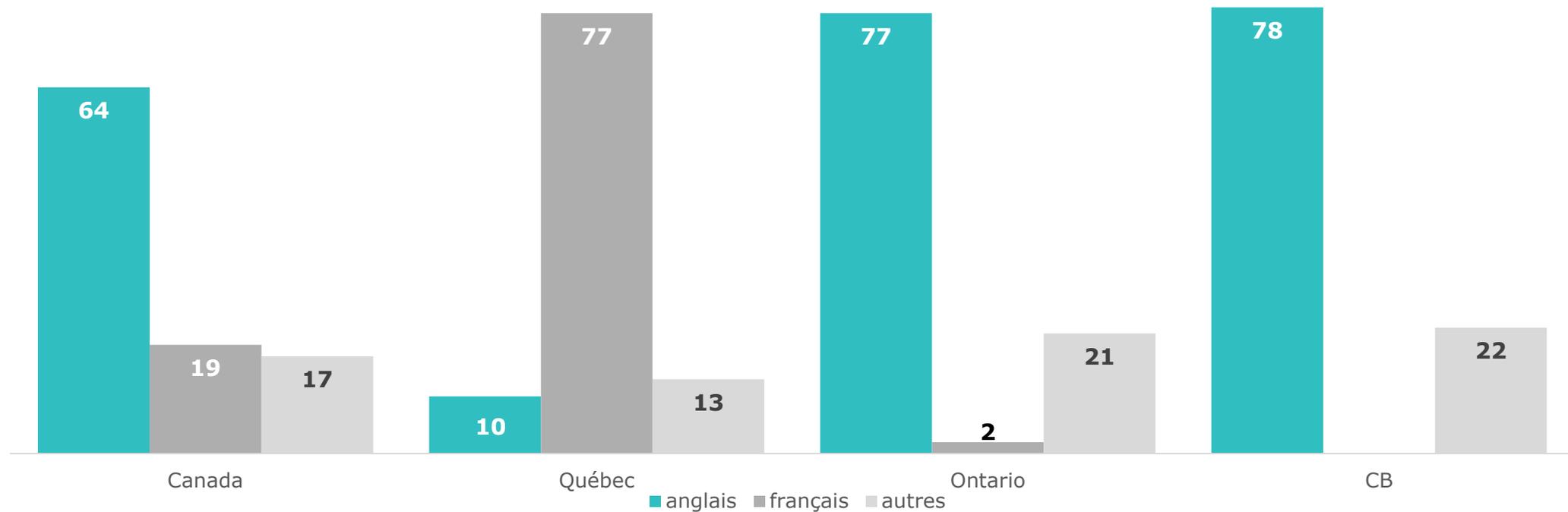
Population du Québec
9 110 616

Population du Canada
41 548 787

le marché francophone du Québec

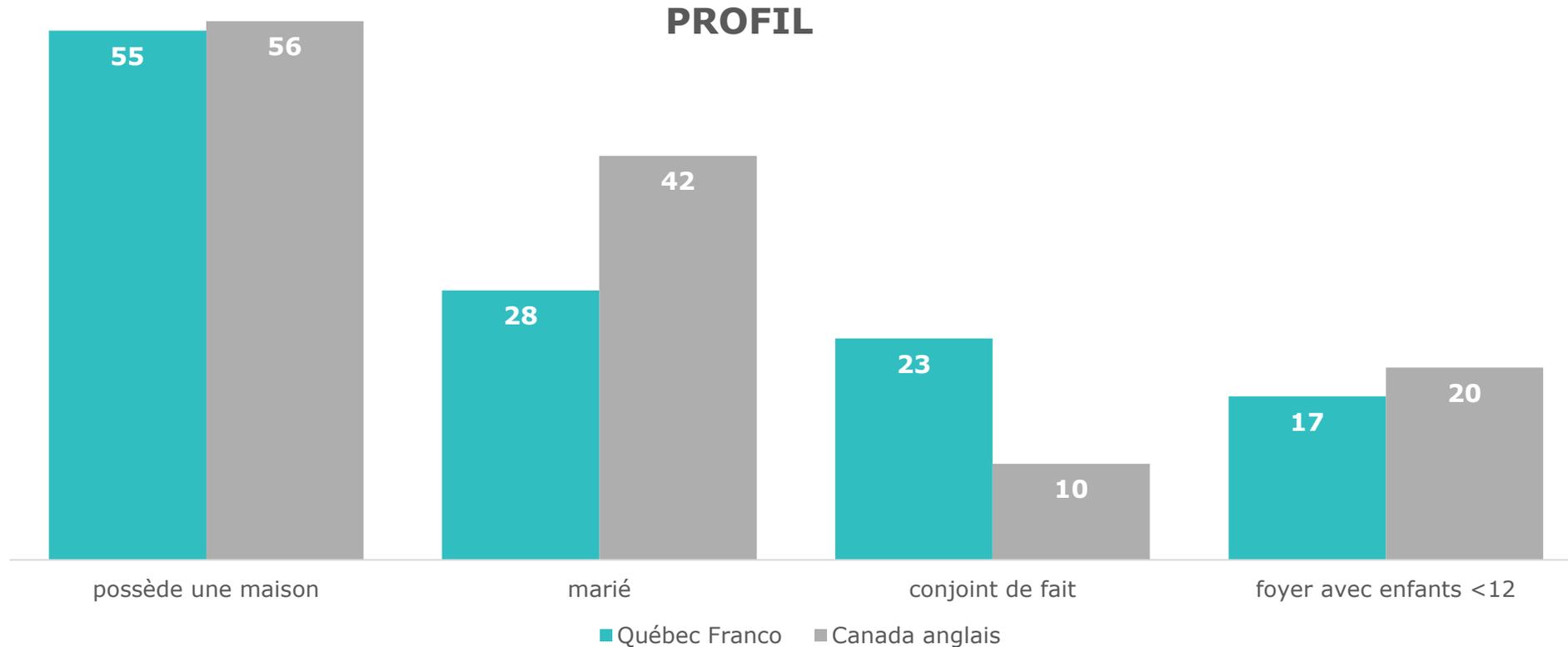
les francophones du Québec représentent
77 % du marché québécois

LANGUE LA PLUS FRÉQUEMMENT PARLÉE À LA MAISON



le marché du Québec francophone

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

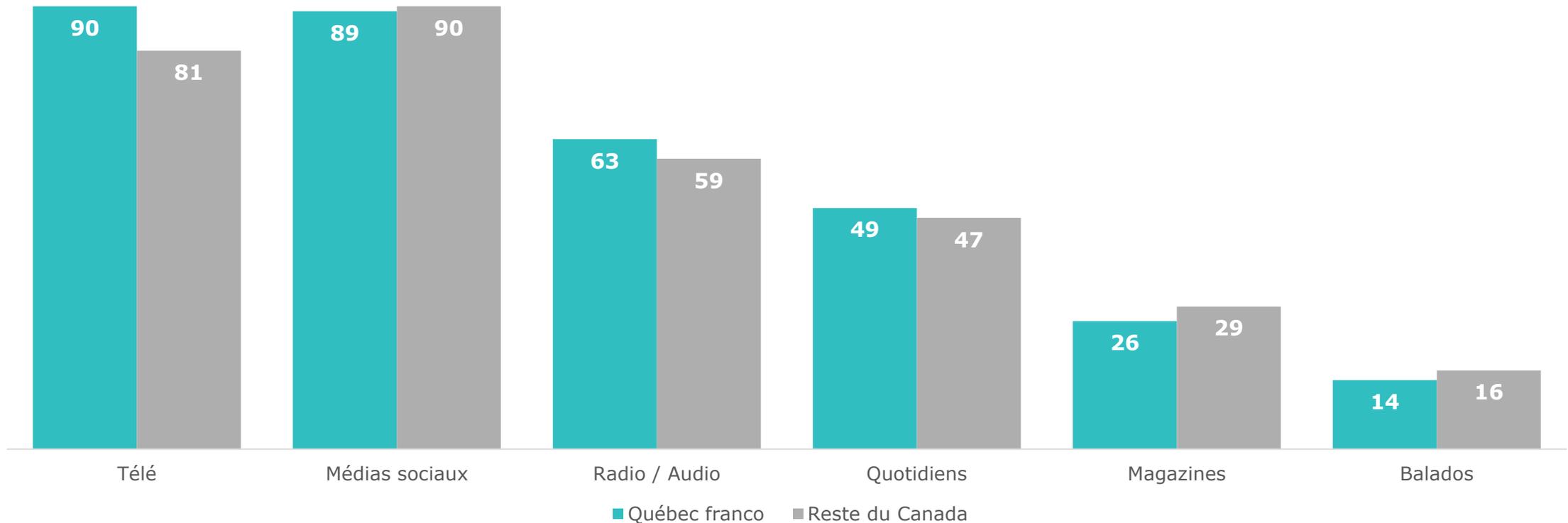


Source: VIVIDATA SCC | Étude sur le consommateur canadien printemps 2025 Langue française/Québec + Langue anglaise/Reste du Canada, Canada total A18+

le marché du Québec francophone

Au Québec, la télé surpasse les autres médias en portée hebdomadaire

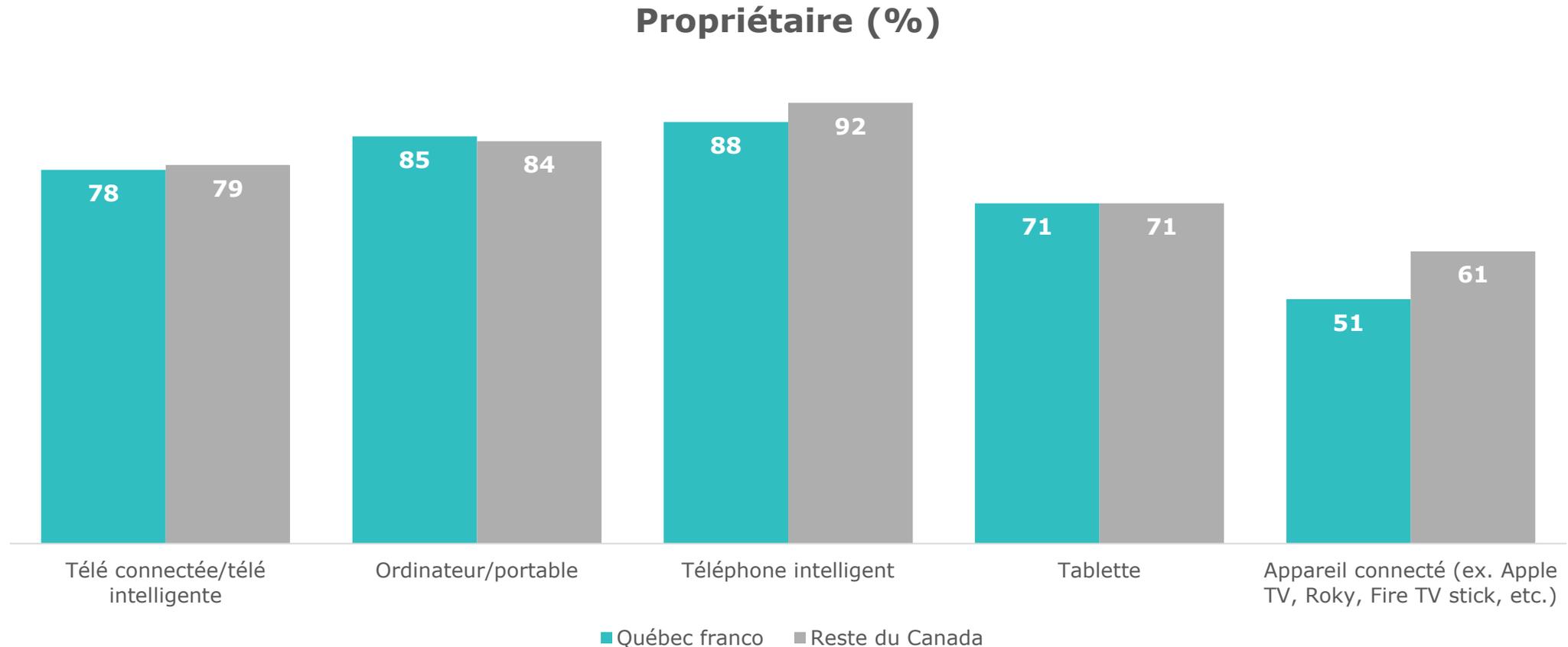
PORTÉE HEBDOMADAIRE PAR MÉDIA (%)



Source: TV: PPM FWS 2024/2025. Autres médias: VIVIDATA SCC | Étude sur le consommateur canadien printemps 2025 Langue française/Québec + Langue anglaise/Reste du Canada, Canada total A18+

le marché du Québec francophone

les Québécois sont légèrement moins enclins à posséder une télévision connectée, un appareil connecté ou un téléphone intelligent

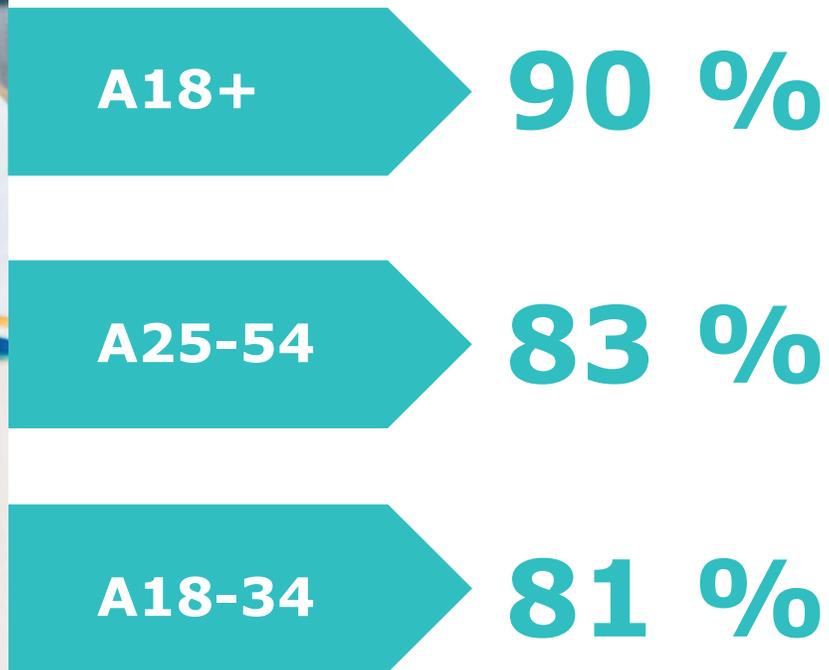


A person is sitting on a couch, watching a soccer game on a large television. The person is holding a large glass bowl filled with popcorn, which is resting on a light-colored, textured bag. Their feet, wearing grey socks, are propped up in front of the TV. A remote control is visible on the couch in the foreground. The scene is dimly lit, suggesting an evening or indoor setting with artificial light.

les auditoires de la télé



Chaque semaine, la télé linéaire atteint **90 %** des Québécois francophones A18+

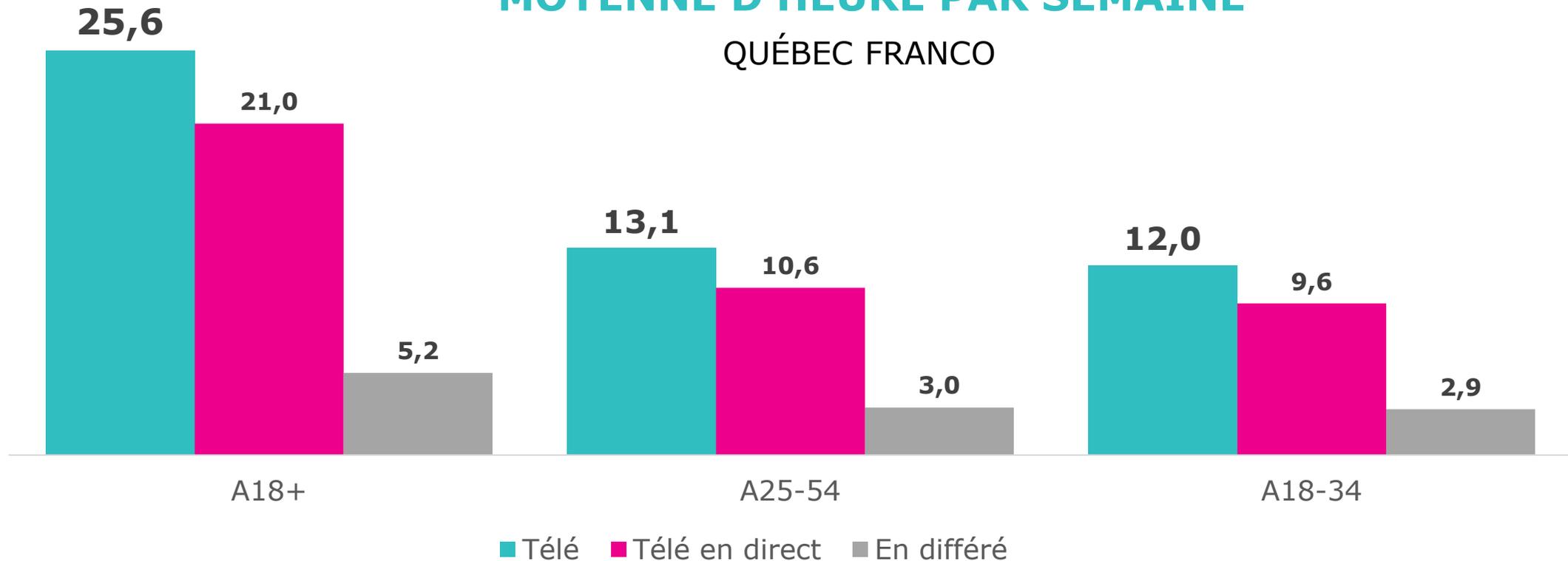


Source: Numeris PPM, 2024-09-16 à 2025-05-25, Québec Franco

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

MOYENNE D'HEURE 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.

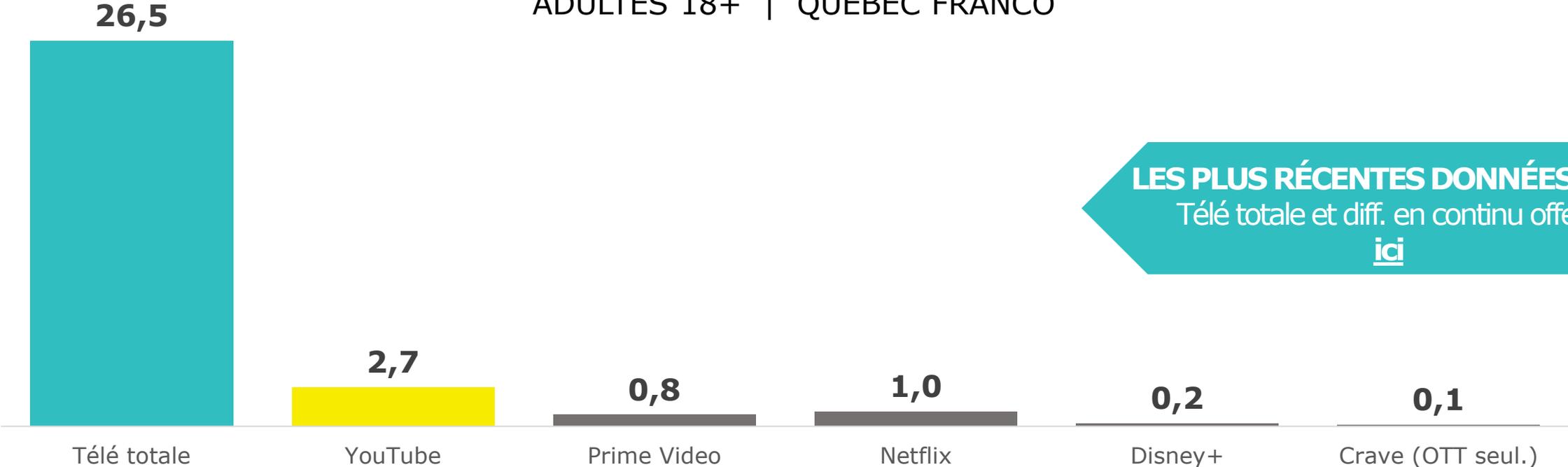
Source: Numeris PPM, Moyenne d'heures hebdomadaires (per capita), 2024-09-16 à 2025-05-25, Québec

Franco

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

MOYENNE D'HEURES PAR SEMAINE

ADULTES 18+ | QUÉBEC FRANCO



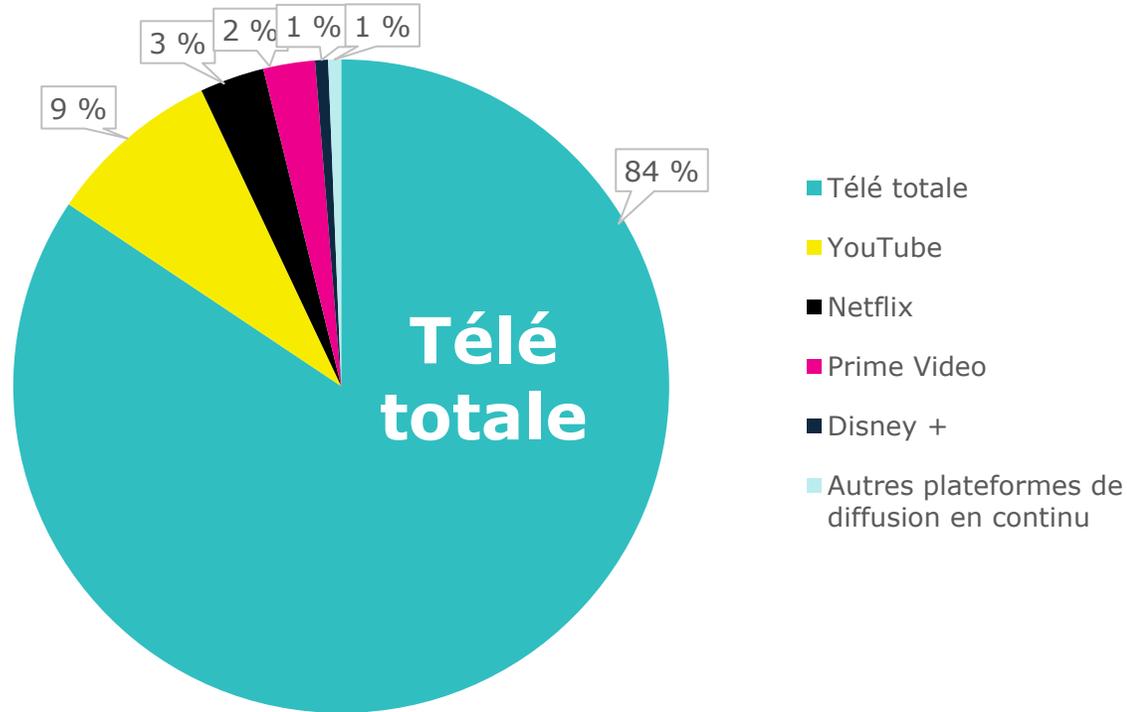
LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM
Télé totale et diff. en continu offerts
[ici](#)

Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, 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

PART DE VIDÉO

ADULTES 18+ | QUÉBEC FRANCO



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM

Télé totale et diff. en continu offerts

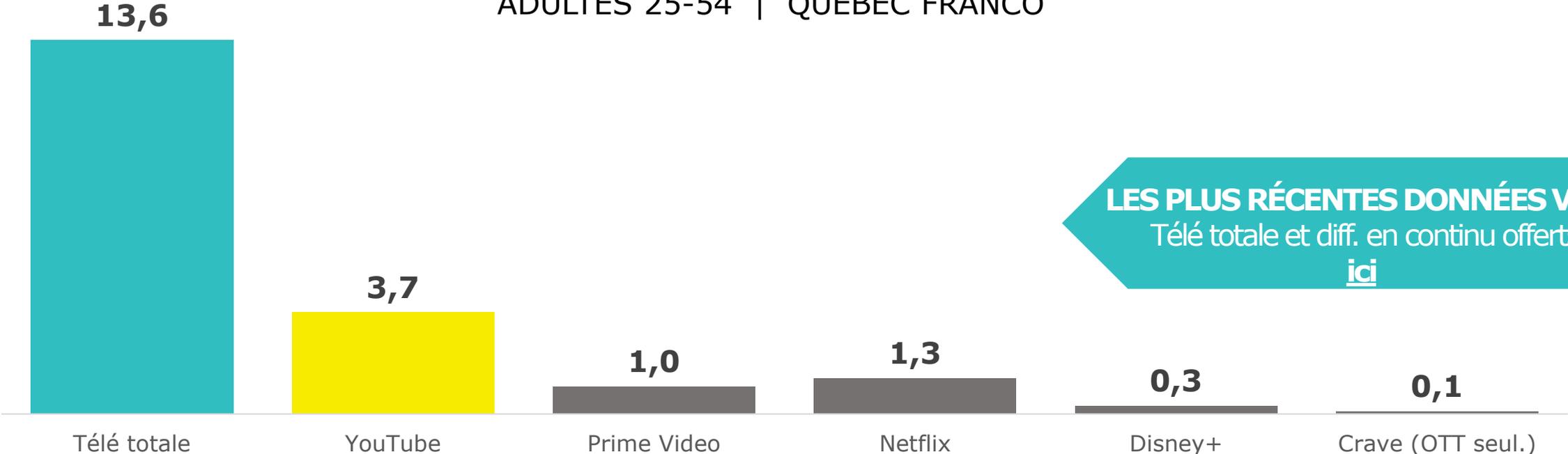
[ici](#)

Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, 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

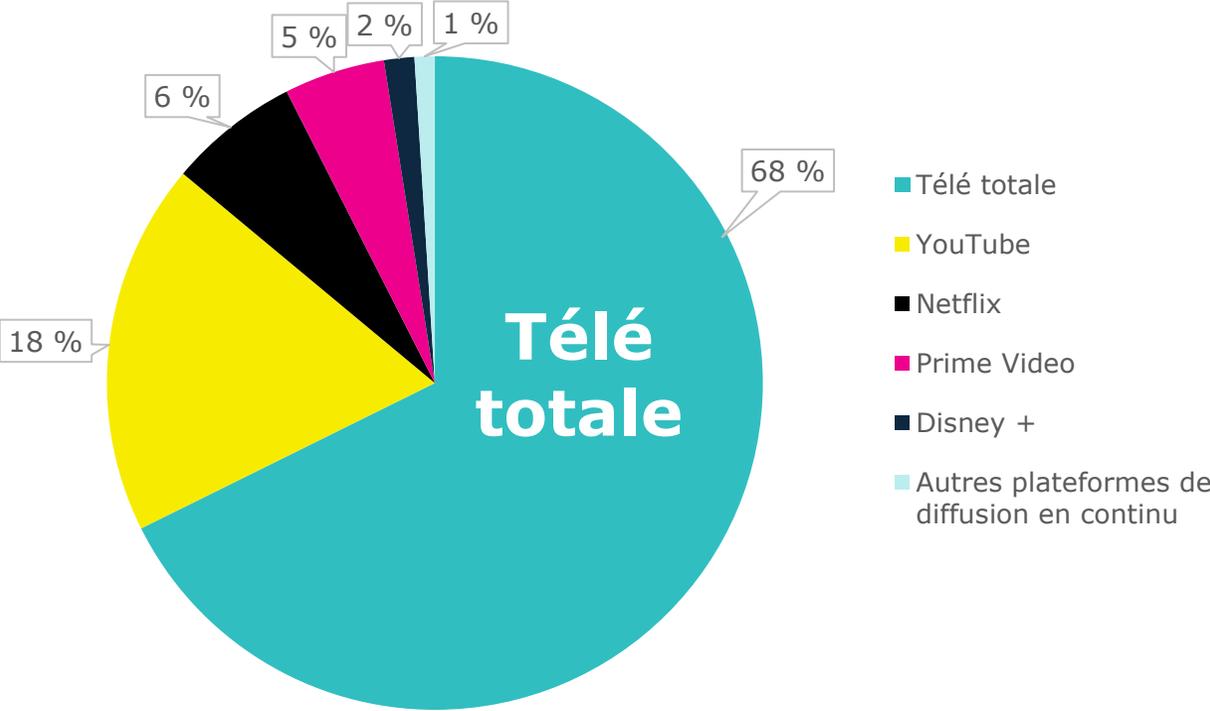


Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, Québec franco, temps d'écoute total per capita
Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs | Les plateformes de diffusion en continu comprennent des offres sans publicité et avec publicité (visionnement à domicile seulement).

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

PART VIDÉO

ADULTES 25-54 | QUÉBEC FRANCO



LES PLUS RÉCENTES DONNÉES VAM

Télé totale et diff. en continu offerts

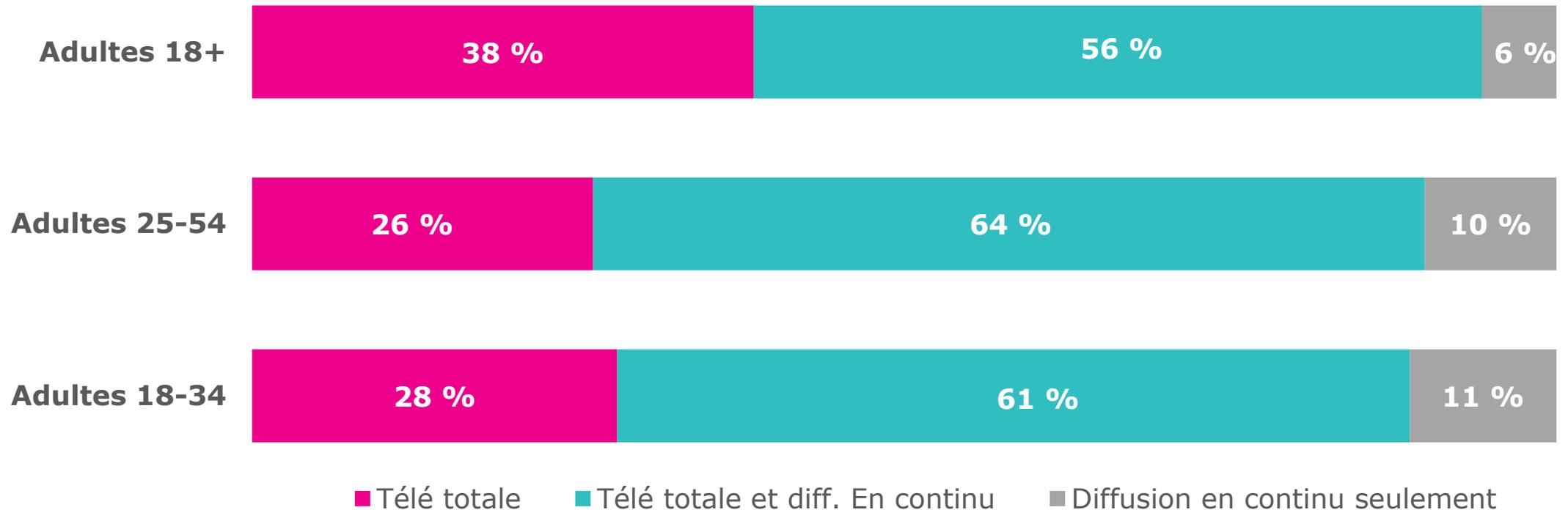
[ici](#)

Source: Numeris VAM, 2024-09-16 à 2025-05-25, 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

la majorité des Québécois regardent la télé totale et les plateformes de diffusion en continu

% DE TÉLÉSPECTATEURS



Source: Numeris VAM 2024-09-16 à 2025-05-25, Québec Franco, % de la composition de la portée hebdomadaire | Télé totale définie comme télévision linéaire et les plateformes de diffusion en ligne des diffuseurs. Plateformes de diffusion en continu: Prime Video, Netflix, Disney+, Apple TV+, Crave (OTT seul.), CBS News, Club Illico, Twitch TV, ET Online US, TubiTV DAZN, Paramount+, PlutoTV, FuboTV, Daily Motion, Roku Channel, Crunchyroll, Discovery+, TED, SamsungTV, YouTube



IT

NEWS

COMPLIANCE
LAW & CONTROL
SECURITY & GOVERNANCE
POLICY & STANDARDS

https://

Network

https://
WWW
INTERNET

Programmation

Comparaison des émissions les plus regardées

TÉLÉ CONVENTIONNELLE

Québec franco A25-54

| Rang | Émission | Réseau | Cote d'écoute % |
|------|---------------------------------|--------|-----------------|
| 1 | Chanteurs masqués | TVA | 13,5 |
| 2 | STAT | SRC | 12,5 |
| 3 | Indéfendable | TVA | 11,4 |
| 4 | Star académie 2025 - Le variété | TVA | 11,0 |
| 5 | Sortez-moi d'ici! | TVA | 10,7 |
| 6 | Révolution | TVA | 10,1 |
| 7 | Infoman | SRC | 9,6 |
| 8 | Discussions avec mes parents | SRC | 8,8 |
| 9 | Survivor Québec | Noovo | 8,8 |
| 10 | Dumas | SRC | 8,3 |

Canada anglais A25-54

| Rang | Émission | Réseau | Cote d'écoute % |
|------|------------------|--------|-----------------|
| 1 | 9-1-1: Lone Star | CTV | 3,3 |
| 2 | Matlock | Global | 2,0 |
| 3 | High Potential | CTV | 2,4 |
| 4 | 9-1-1 | Global | 2,9 |
| 5 | Elsbeth | Global | 1,8 |
| 6 | Tracker | CTV | 1,5 |
| 7 | Blue Bloods | CTV | 1,3 |
| 8 | FBI | Global | 1,7 |
| 9 | Ghosts | Global | 2,3 |
| 10 | The Rookie | CTV | 1,5 |

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 1 | TVA Sports | 14,1 |
| 2 | Hockey LNH Canadiens de Montréal Hiver | RDS | 7,0 |
| 3 | La Confrontation des 4 Nations | TVA Sports | 6,9 |
| 4 | Le Hockey des Canadiens | TVA Sports | 6,1 |
| 5 | Hockey LNH Canadiens De Montréal Automne | RDS | 6,0 |
| 6 | Hockey LNH Canadiens Pré-Saison | RDS | 5,3 |
| 7 | Hockey Championnat Mondial Jr Canada | RDS | 3,4 |
| 8 | L'Après-Match Séries LNH CH | TVA Sports | 2,9 |
| 9 | Vendre ou Rénover au Québec | Canal Vie | 2,7 |
| 10 | L'Antichambre CH Hiver | RDS | 2,4 |

Canada anglais A25-54

| Rang | Émission | Réseau | Cote d'écoute % |
|------|-----------------------------------|--------------------|-----------------|
| 1 | WJC:Prelim Canada | TSN | 5,1 |
| 2 | NHL Playoffs Round 2 | Sportsnet National | 2,5 |
| 3 | NFLPlayoffs Sunday Prime | TSN | 2,5 |
| 4 | NHL 4 Nations Face-Off Pre | Sportsnet National | 2,4 |
| 5 | NHL 4 Nations Face-Off | Sportsnet National | 2,3 |
| 6 | NFLPlayoffs Sunday Late Afternoon | TSN | 2,1 |
| 7 | NHL Playoffs Round 3 | Sportsnet National | 2,1 |
| 8 | NHL Playoffs Round 1 | Sportsnet National | 2,0 |
| 9 | NHL Hockey-Leafs | Sportsnet National | 1,9 |
| 10 | HNIC Prime East | Sportsnet National | 1,9 |



Bonne année ! Bye Bye 2024

À chaque minute pendant le Bye Bye 2024, plus de la moitié des adultes francophones du Québec étaient à l'écoute — l'émission a atteint un total de **4,8 millions de personnes âgées 2+!**

A18+
A25-54

55 %
49 %

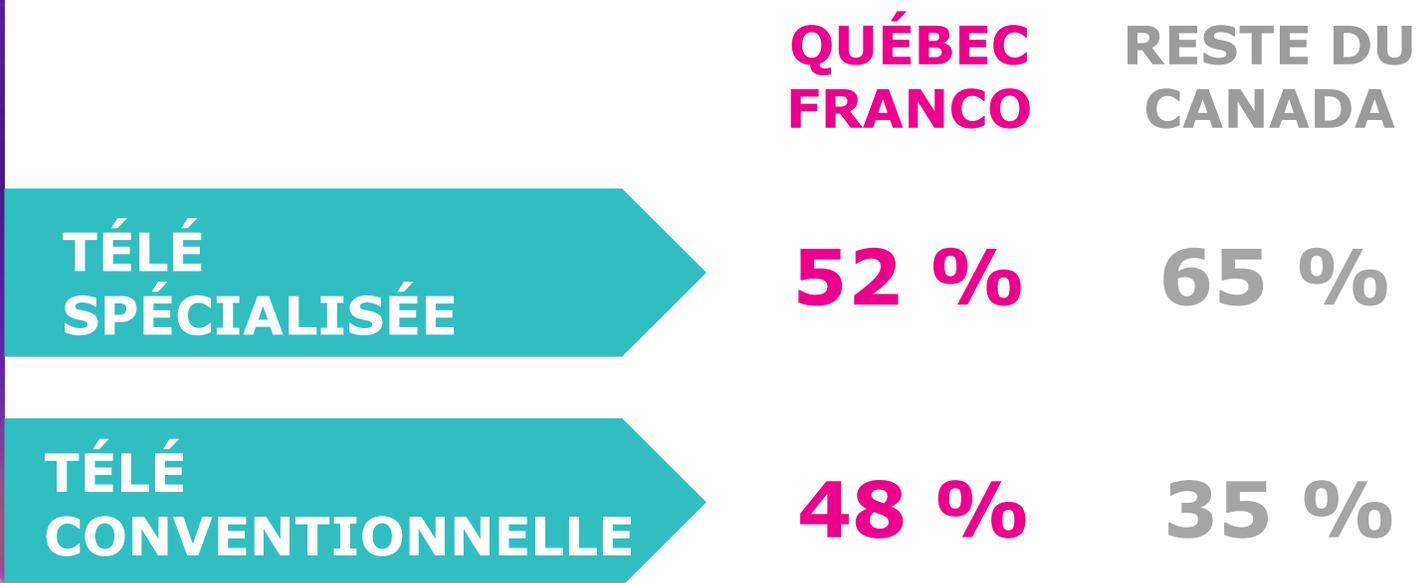
COTE
D'ÉCOUTE %

A18+
A25-54

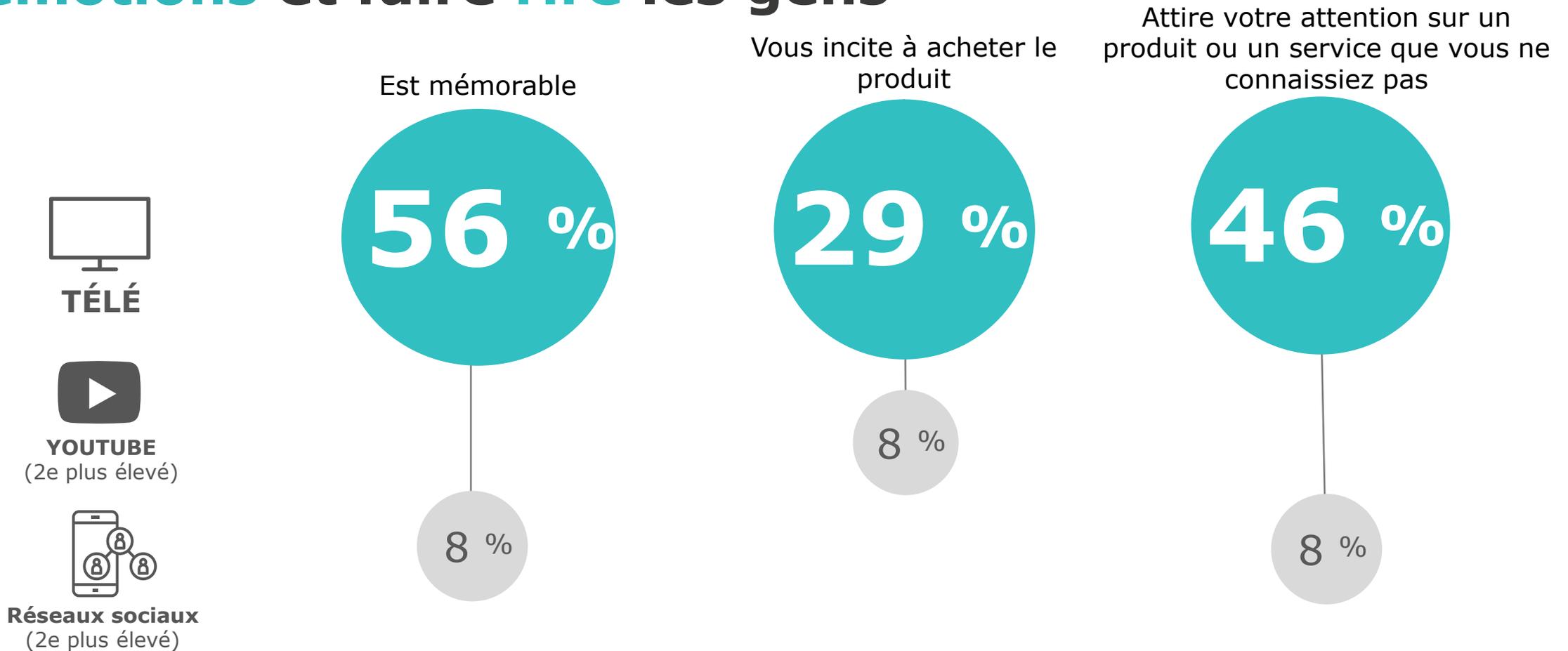
3 520
1 488

MM 000

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



La publicité télé est plus susceptible de susciter des émotions et faire rire les gens

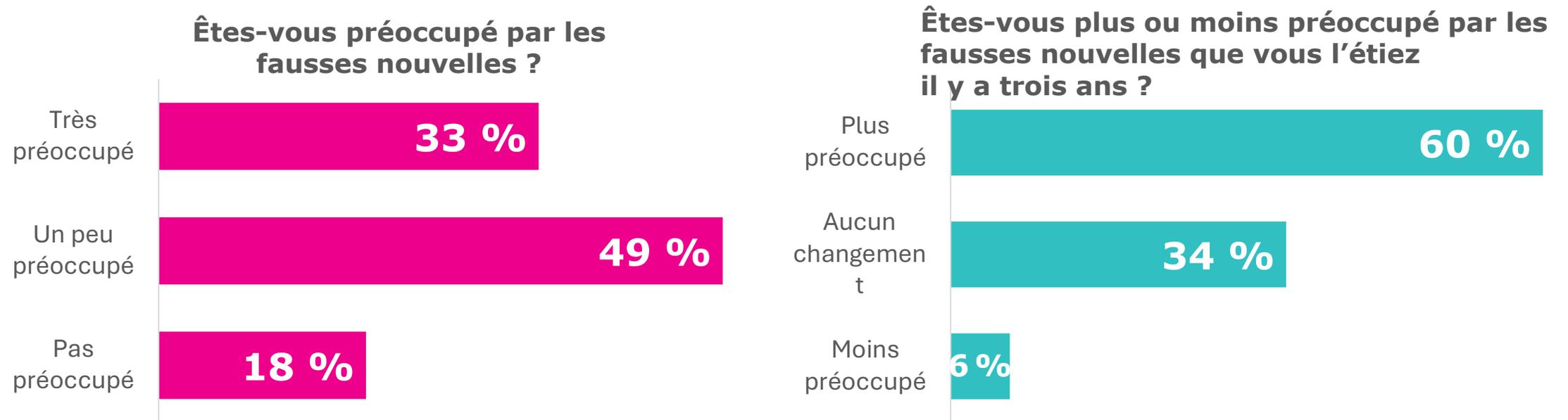


Dans lequel des médias suivants êtes-vous le plus susceptible de trouver de la publicité qui...?

L'inquiétude concernant les fausses nouvelles est élevée

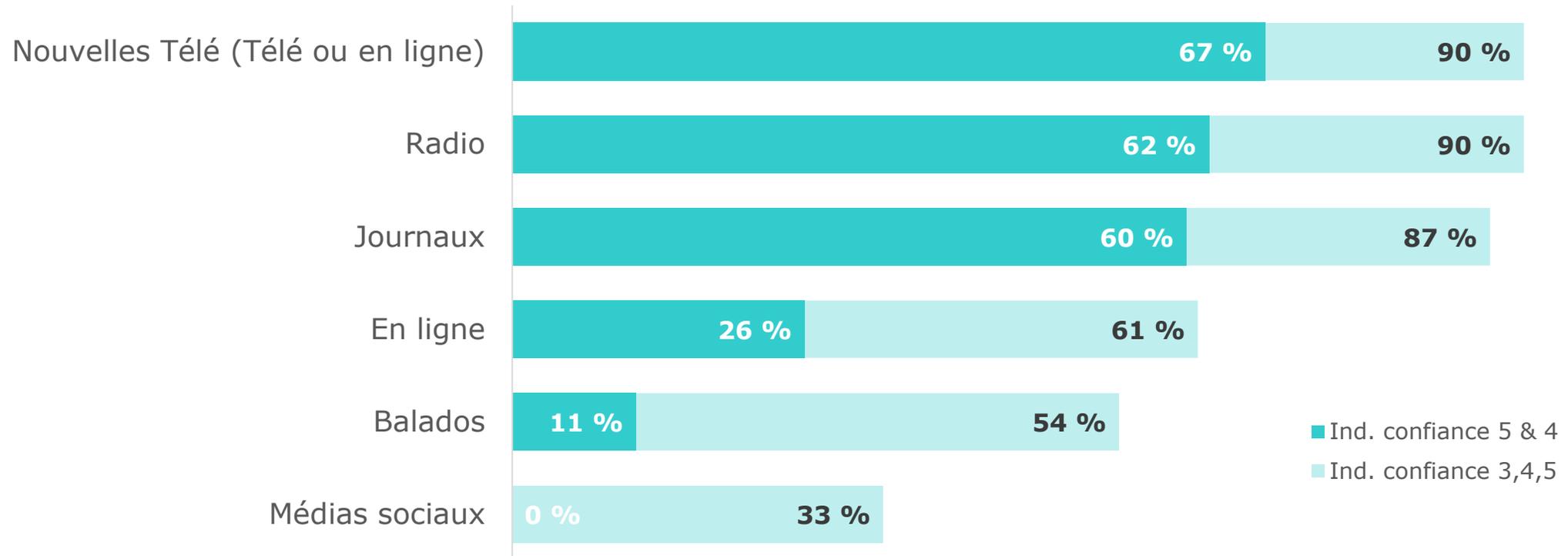
82 % des Québécois se disent « très » ou « assez » préoccupés par les fausses nouvelles, alors que 60 % indiquent que leur niveau d'inquiétude a augmenté au cours des trois dernières années.

PRÉOCCUPATION À PROPOS DES FAUSSES NOUVELLES



Les Québécois francophones font confiance aux nouvelles diffusées à la télévision

CONFIANCE ENVERS LES NOUVELLES DIFFUSÉE À LA TÉLÉ



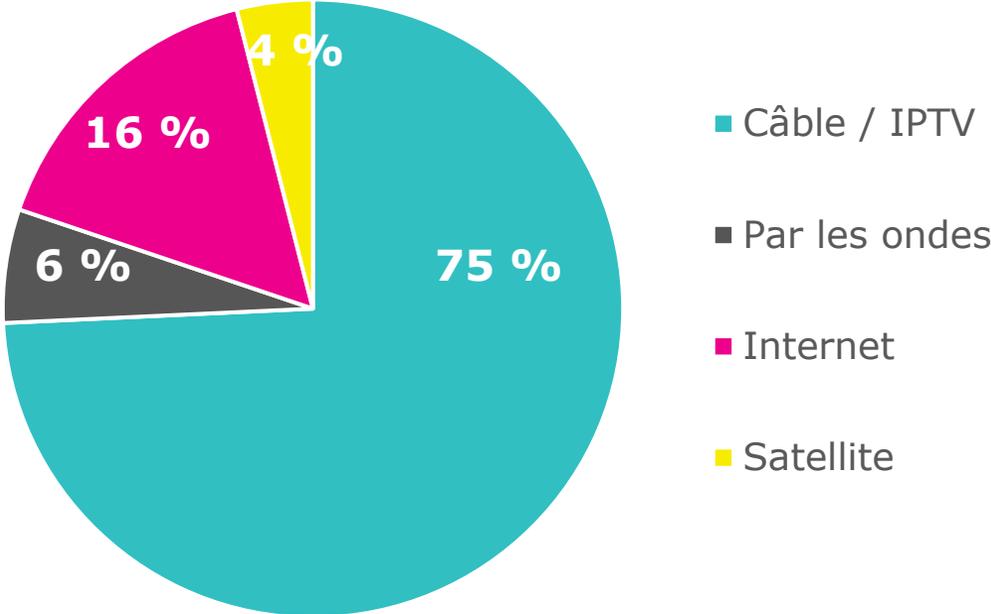
Q: Attribuez une note de confiance aux médias suivants, 5 étant le niveau le plus élevé et 1 le niveau le plus faible

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



Source: Numeris Universe Estimates: Janvier 2025 Mise à jour du type de réception – Panel TV PPM, Québec franco, personnes 2+



enfin

Les Québécois sont passionnés par la télévision:

Ils regardent près de 26 heures par semaine (18+), 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 « aider à choisir ce qu'ils achètent. »

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 | 2023-09-18 à 2024-05-26



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

