

Kit média

TV5 unisTV



Rejoignez 30% des francophones au pays

TV5 Unis, ce sont 3 millions de francophones et nouveaux arrivants au Canada

Contactez-nous

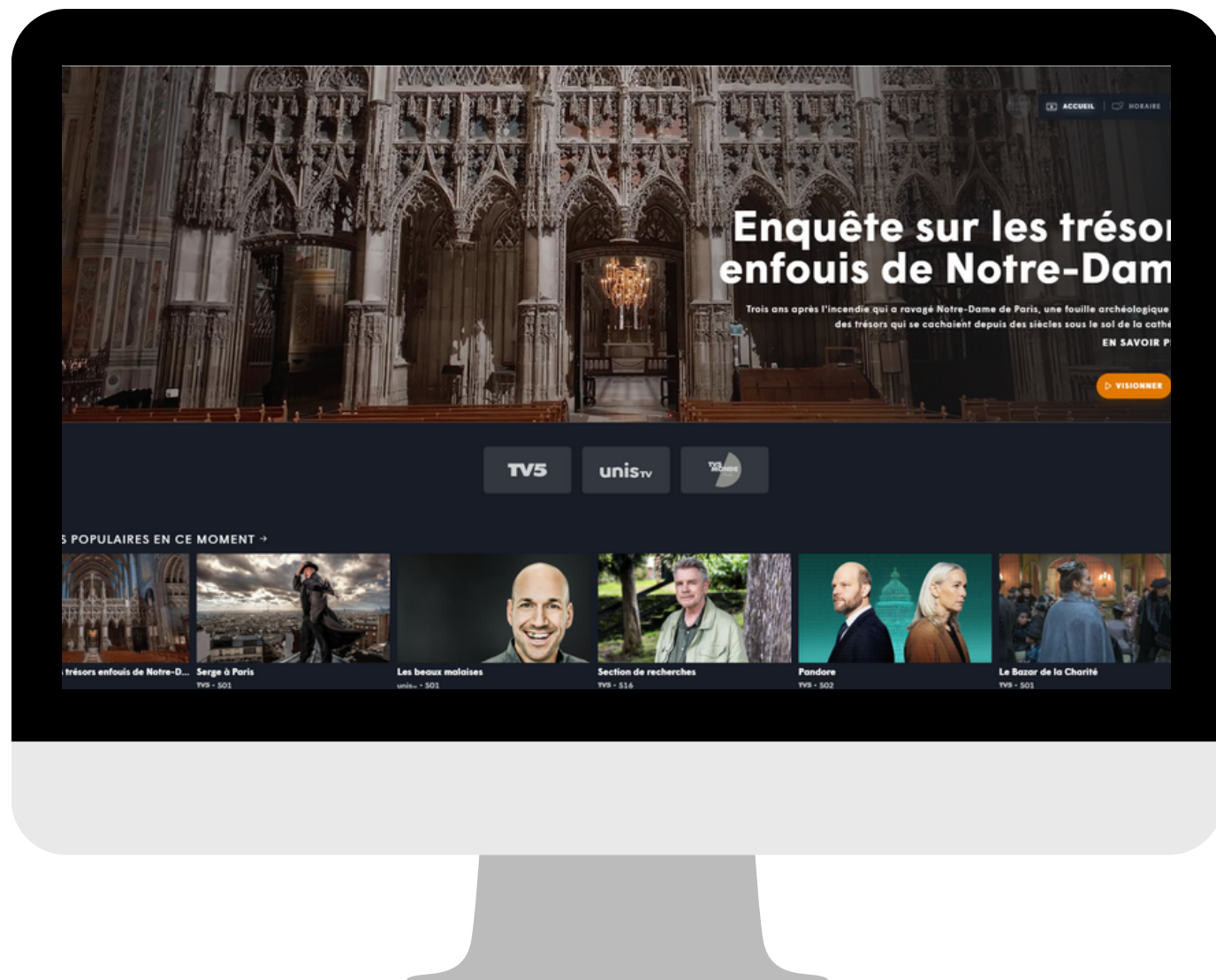
Parlez aux nouveaux arrivants

TV5 rejoint 3 fois plus de nouveaux arrivants et de Canadiens nés à l'étranger que le marché et Unis TV 2 fois plus.





Les contenus des chaînes TV5 et Unis TV sont disponibles en rattrapage et/ou en première diffusion sur nos différentes plateformes numériques.



Vos publicités se retrouvent dans :

- Un environnement épuré
- Un environnement crédible et pertinent
- Du contenu de qualité
- Un environnement 100 % francophone

Près de 5 millions de lecture par an

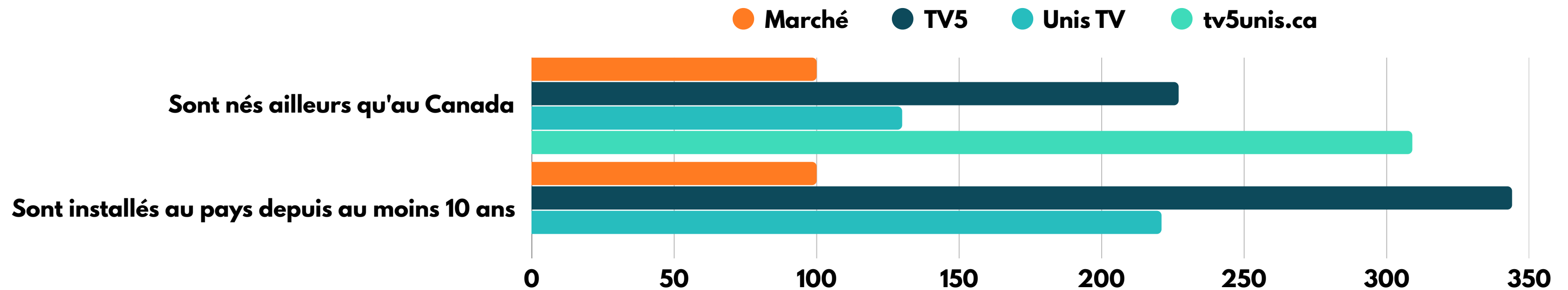
Public cible 18-54 ans

Près de 2 millions de visiteurs par an

Présente en visionnement web, iOS, Android, Roku, FireTV, AppleTV et AndroidTV

Fondée en 1988, TV5 diffuse des contenus de ses chaînes partenaires de langue française et des productions originales.

Elle est la chaîne qui permet de rejoindre le plus de nouveaux arrivants francophones au Canada.



Immigrants de souche, TV5

Intérêts de l'auditoire par thématiques



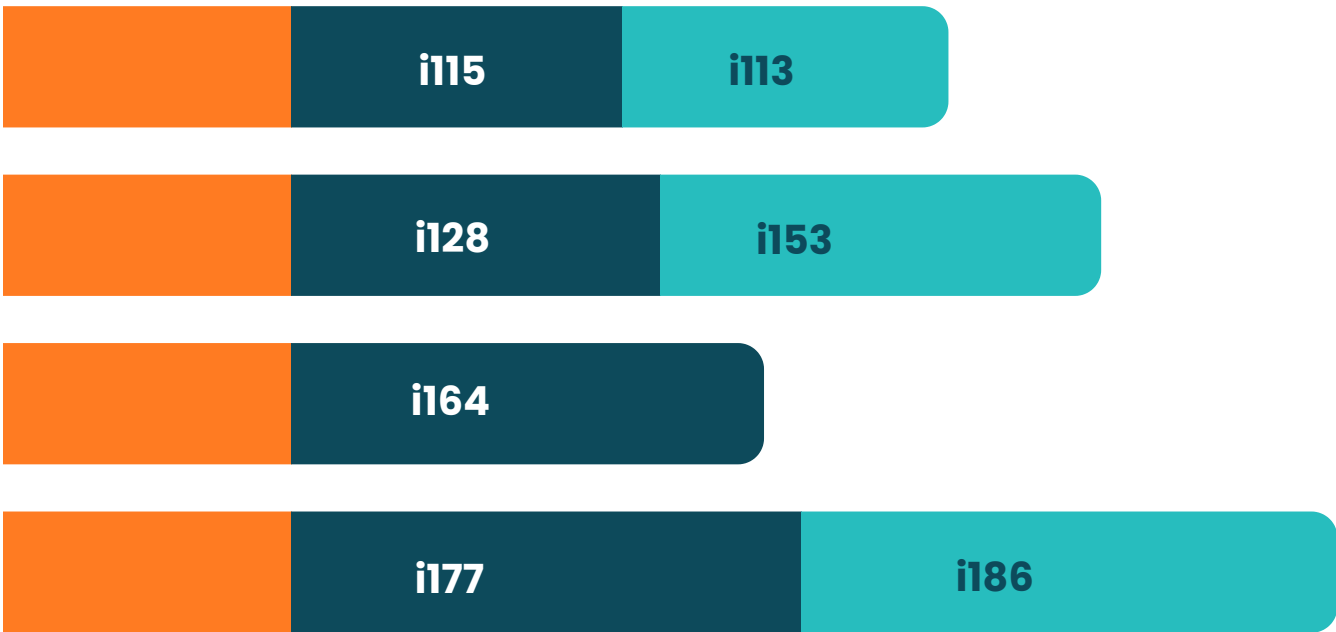
UN AUDITOIRE AVEC DES REVENUS CONFORTABLES ET ÉDUQUÉ FINANCIÈREMENT

A déjà pris des mesures pour s'assurer un **revenu suffisant à la retraite**

250 000 \$+ d'économies totales

A l'intention de **changer d'institution bancaire**

Prend rarement une décision financière sans **consulter un expert**



Marché

TV5

Unis TV



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

UN AUDITOIRE AVEC DES REVENUS CONFORTABLES ET DES PROJETS PLEIN LA TÊTE

D'ici les 12 prochains mois...

Revenus familiaux

60 000–100 000 \$



150 000 \$ et plus



De futures acquisitions

Planifie d'obtenir une **hypothèque**



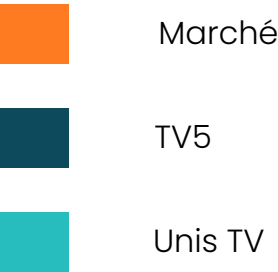
Acquérir un nouveau **véhicule hybride ou électrique**



Acheter une **première maison**



Faire **des rénovations**



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90–110), indice positif (>110).

UN AUDITOIRE PASSIONNÉ DE VOYAGES

Les téléspectateurs de TV5 sont plus friands de voyages en avion, d'excursions et d'expériences gastronomiques, alors que l'auditoire d'Unis TV privilégie les vacances de plein air, la visite de parcs nationaux et le tourisme local.

Planifient un **voyage en avion** d'ici les 12 prochains mois

Voyagent généralement avec **ses enfants**

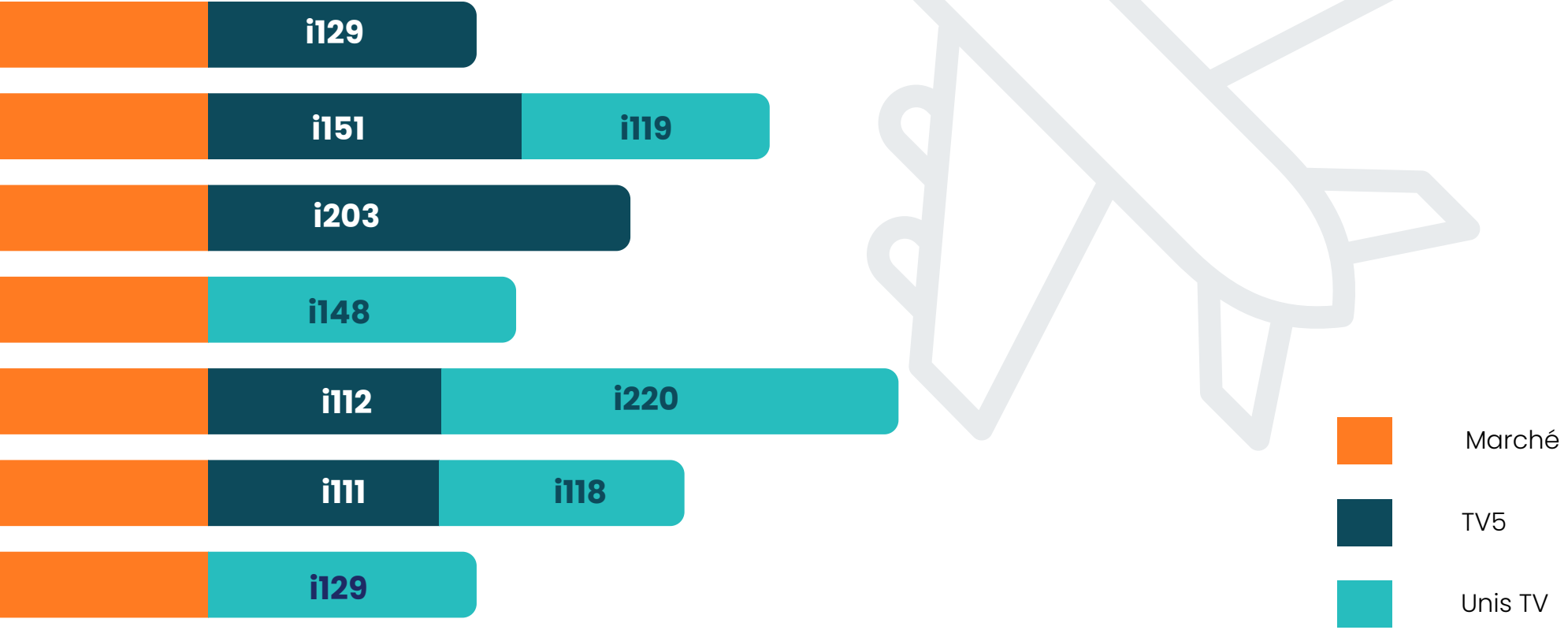
Budget prévu du prochain voyage : **3 000 \$ et plus**

Budget prévu du prochain voyage : **500-1 000 \$**

Privilégient les voyages de **plein air ou l'écotourisme**

Utilisent un site web ou **une agence de voyage** pour planifier ou réserver ses voyages

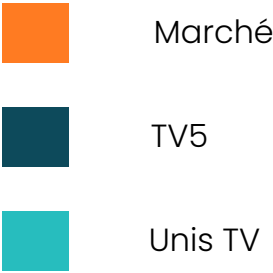
Prévoient **visiter le Canada** au cours de ses prochaines vacances



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

UN AUDITOIRE FRIAND DE CULTURE

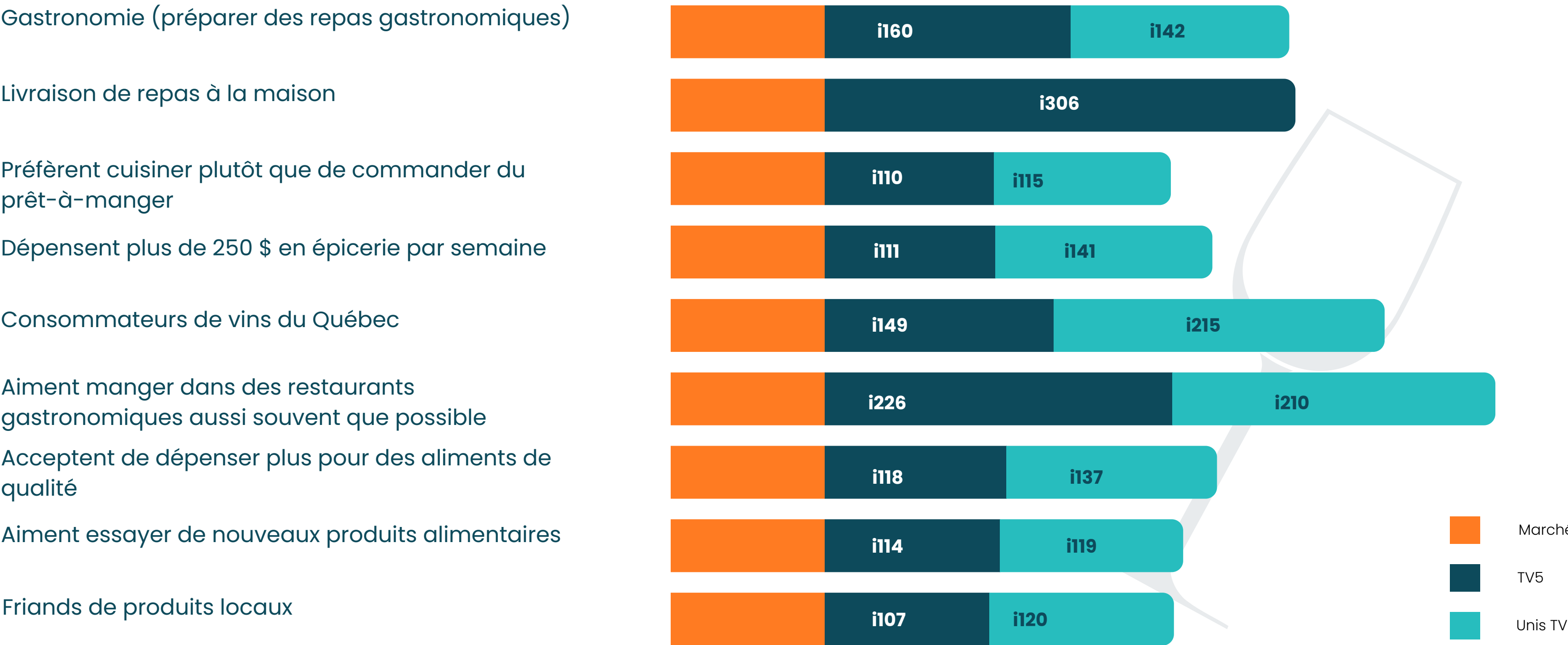
Des musées aux concerts, nos téléspectateurs ont une forte propension à se rendre à un événement culturel après avoir vu sa publicité à la télévision (**i217** pour TV5 et **i201** pour Unis TV).



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

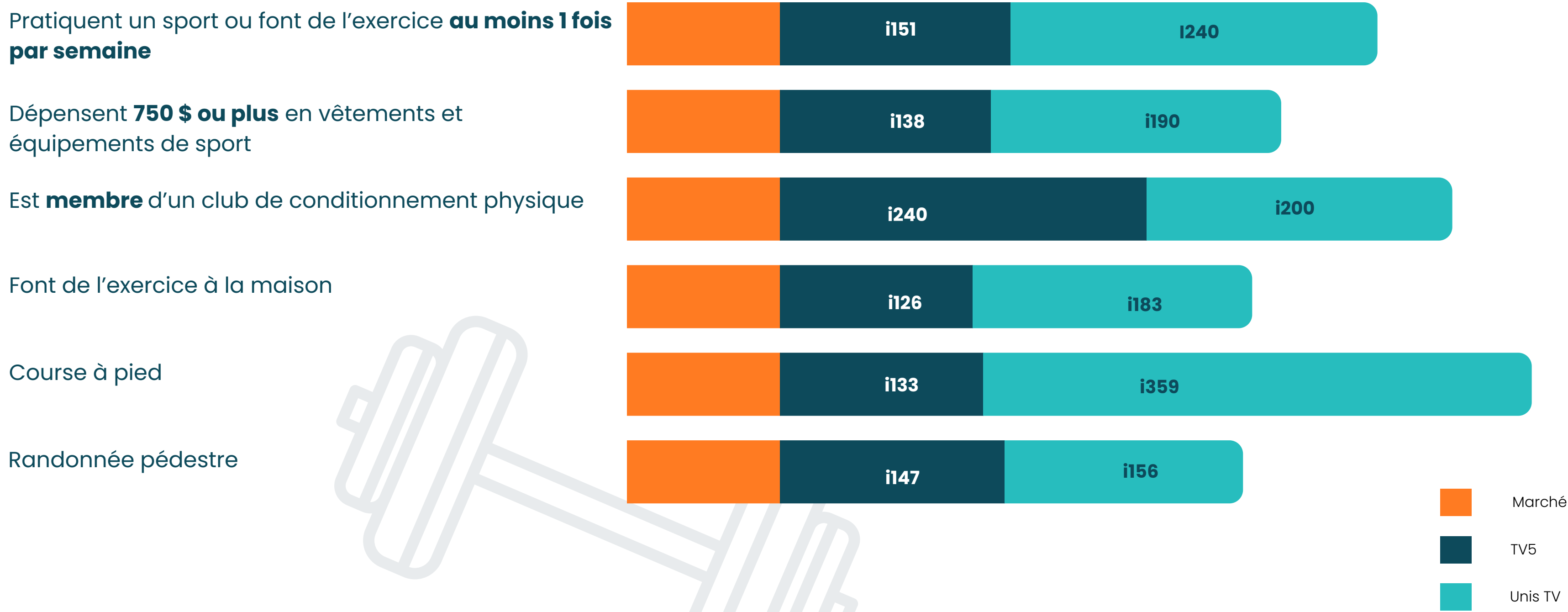
UN AUDITOIRE ÉPICURIEN

Nos téléspectateurs sont de bons vivants. Principale différence entre TV5 et Unis TV, du fait de la composition du foyer, les repas sont plus gastronomiques et livrés à la maison pour TV5.



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

DES TÉLÉSPECTATEURS EN FORME

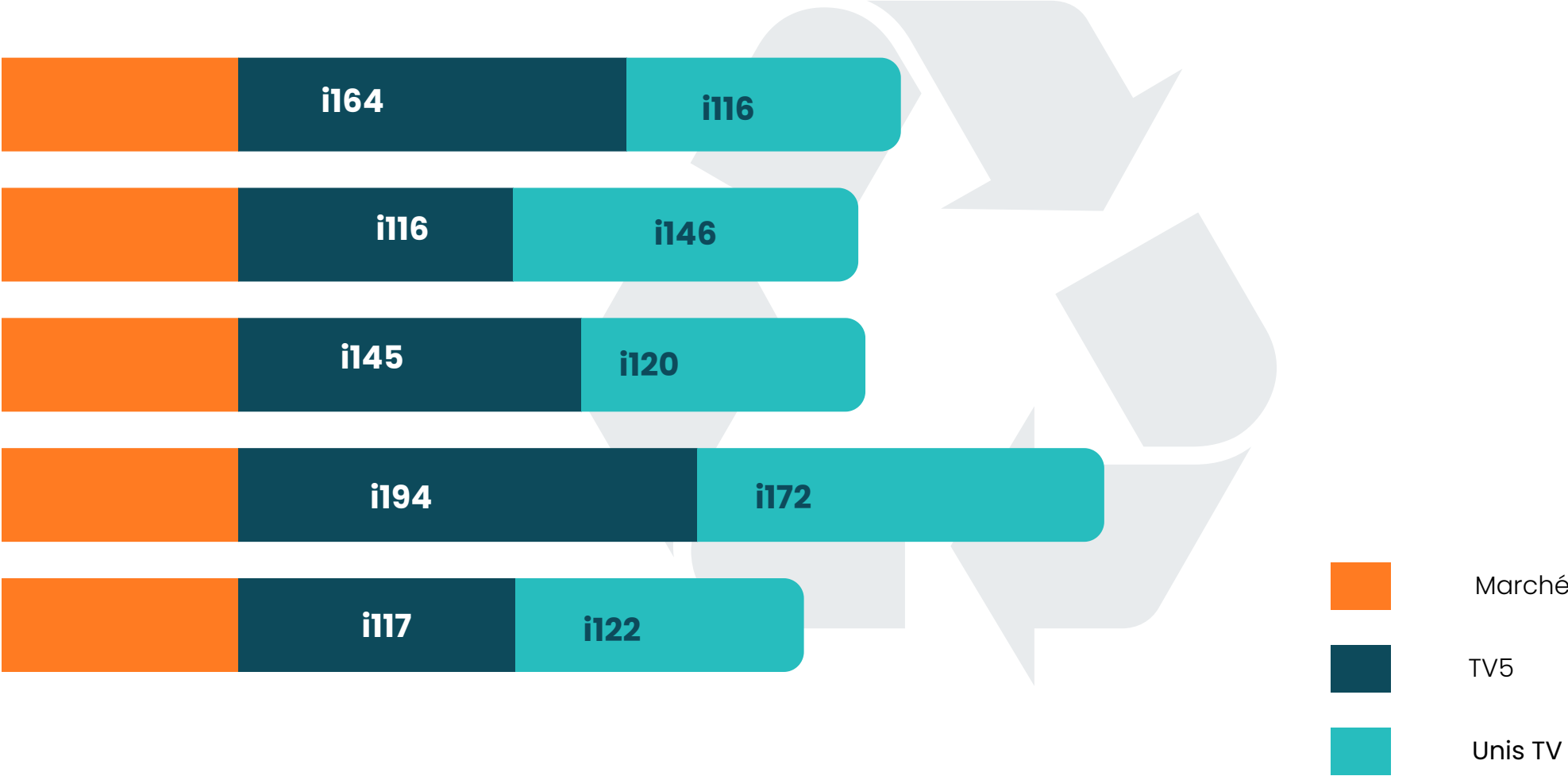


Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

UN AUDITOIRE SENSIBLE À SA CONSOMMATION ET À L'ENVIRONNEMENT

Les téléspectateurs de TV5 et Unis TV sont très sensibles à la protection de l'environnement. En témoigne leur intérêt pour certains contenus sur le sujet, comme *Climat d'urgence*.

- Sont prêts à faire des **compromis dans leur style de vie** si c'est mieux pour l'environnement
- Jugent que cela vaut la peine de **payer plus cher pour du bio**
- Font de leur mieux pour acheter de manière **éthique et responsable**
- Achètent des **produits en vrac** pour éviter le suremballage
- S'efforcent de **recycler**



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

DES PROPRIÉTAIRES D'ANIMAUX DE COMPAGNIE

Nos téléspectateurs prennent soin de leurs animaux et sont très friands de contenus animaliers (documentaires et magazines). L'auditoire d'Unis TV surindexe également en nourriture premium pour chat (i129).

A un chien



A un chat



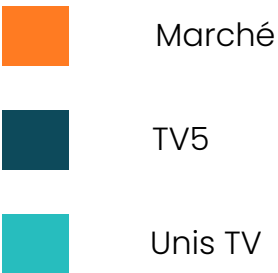
A au moins **deux animaux** de compagnie : un chat et un chien



Achète plus de **4 kg** de nourriture pour chien par **semaine**

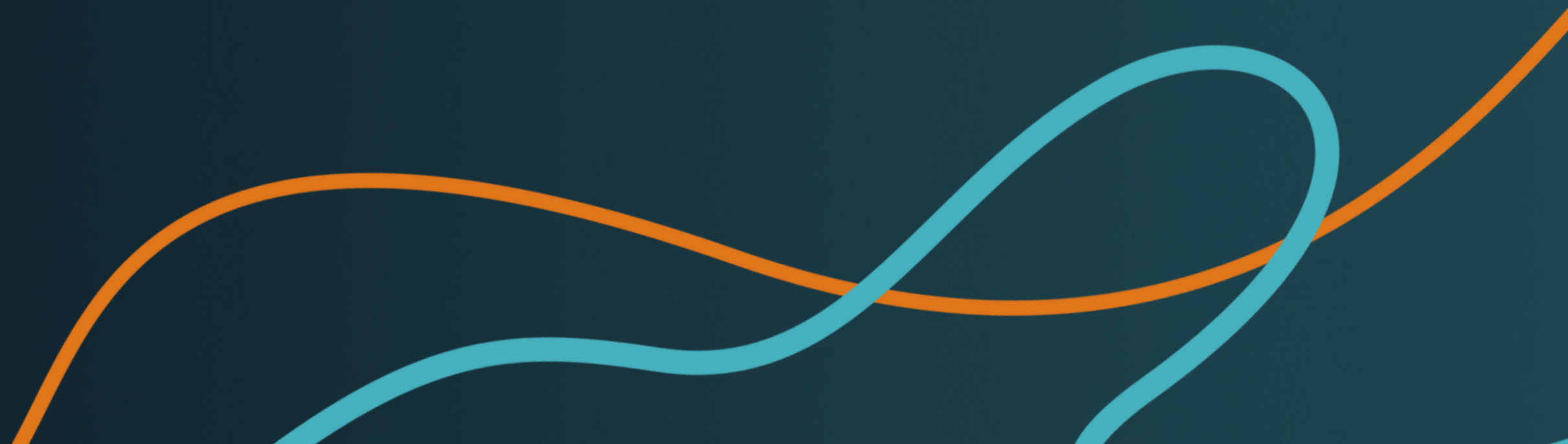


Achète plus de **2 kg** de nourriture pour chat **par semaine**



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

**Pourquoi annoncer chez
nous?**



Vos publicités performent



Taux de performance moyen des
campagnes linéaires

116%



Taux de visionnement des publicités vidéos

96%

**Annoncez dans un univers
premium**

VOS PUBLICITÉS SE DÉMARQUENT DANS NOTRE ENVIRONNEMENT PREMIUM

Presque

2x
moins

de pauses/publicité
que la concurrence

Votre publicité est moins
diluée et aura

**une place
de choix**

parmi les rares 7 minutes
de publicité par heure

TV5

7 minutes/heure

unisTV

8 minutes/heure

Marché télé

PLUS de 12 minutes/heure

VOS PUBLICITÉS ONT UN IMPACT POSITIF

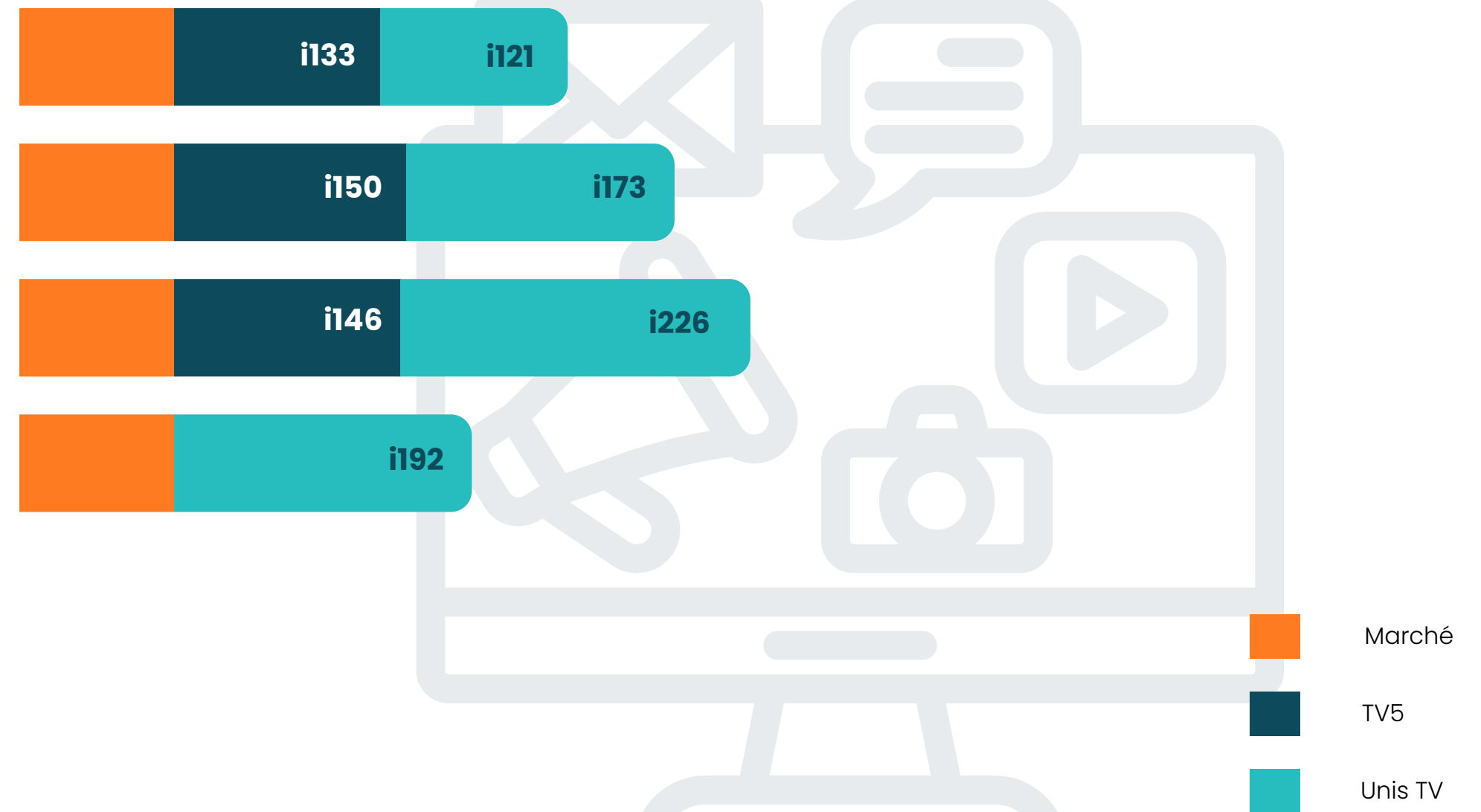
En télévision linéaire

Je porte attention aux publicités

J'ai visité le site de l'annonceur après avoir vu la pub

J'ai recommandé le produit/marque/service après avoir vu la pub

J'ai acheté un produit/service après en avoir vu la pub



Définition de l'index: Propension inférieure ou supérieure à la moyenne de la population à avoir les caractéristiques analysées (population = 100). Plus l'indice est élevé, plus la tendance est marquée. Indice négatif (<90), indice neutre (90-110), indice positif (>110).

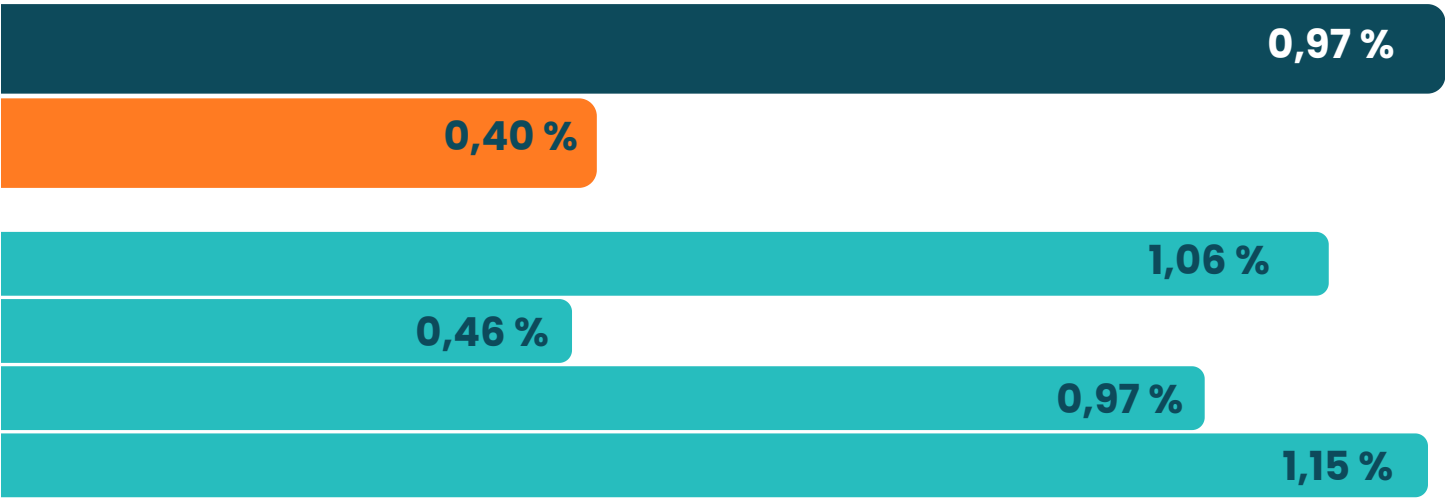
Source: Numeris, Quebec franco, du 8 août 2023 au 17 mars 2024, Lu-di 2a-2a, Vividata, Hiver 2024, Québec franco, pondéré sur la pop. F25-54, A18-34

VOS PUBLICITÉS SONT OPTIMISÉES ET PERFORMANTES

En numérique

Taux de clic moyen de nos formats publicitaires

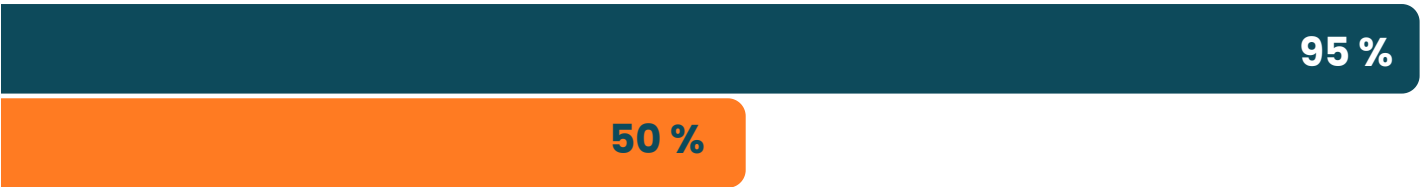
- Big Box
- Billboard – bandeau 970 x 250
- Vidéo 640 x 480
- Pub sur pause



Taux de complétion des vidéos en CTV



Taux d’impressions visibles (*viewability*) des publicités vidéos



Benchmark

TV5Unis

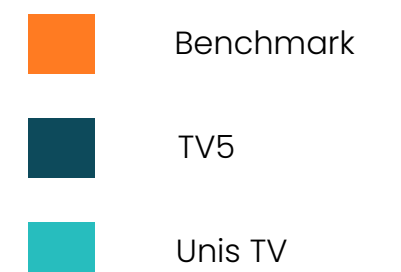
Les benchmarks sont issus de l’IAB Canada, DoubleVerify et du Media Rating Council.

Source: Global Benchmark Report, Innovid IAB, May 2022 - Piano Analytics Jan-Dec 2024 - Google AdManager Jan-dec 2024

VOS PUBLICITÉS SONT OPTIMISÉES ET PERFORMANTES

En linéaire

Taux de performance moyenne des publicités linéaires

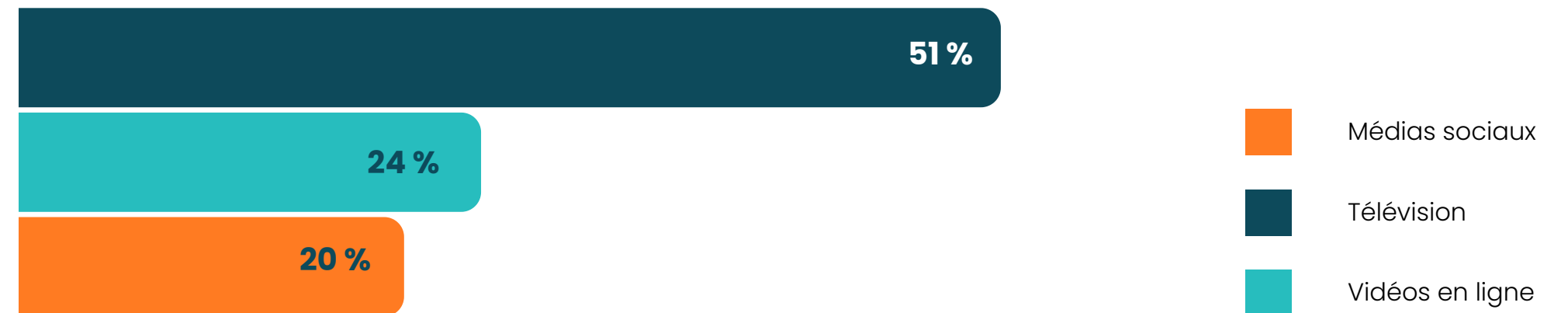


Les benchmarks sont issus de l'IAB Canada, DoubleVerify et du Media Rating Council.

Source: Global Benchmark Report, Innovid IAB, May 2022 - Piano Analytics Jan-Dec 2024 - Google AdManager Jan-dec 2024

INVESTIR EN PUBLICITÉ TÉLÉ, C'EST PAYANT

Les Canadiens sont plus attentifs aux publicités à la télé

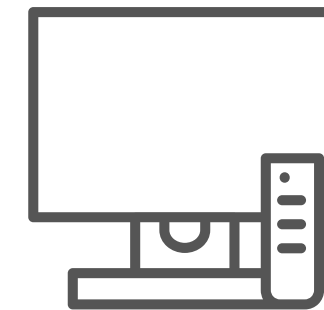


Mais le numérique est important car la télévision en améliore le rendement!

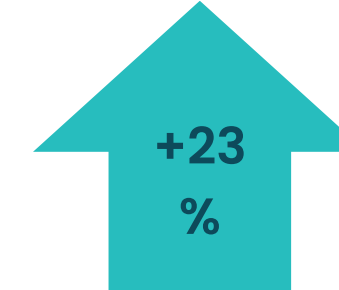
L'effet de halo de la télé augmente le rendement en capital investi (RCI) des ventes de la publicité numérique de 19 %.



RCI numérique seul



RCI ajusté à la télé





Merci