



**MEILLEURS
ENSEMBLE**

TV5 unisTV

TV5

PORTÉE
HEBDOMADAIRE

1,4 M

D'ADULTES
AU QUÉBEC

EN SOIRÉE
AUDITOIRE MOYEN

32 000

TÉLÉSPECTATEURS

TAUX DE
NOTORIÉTÉ DE

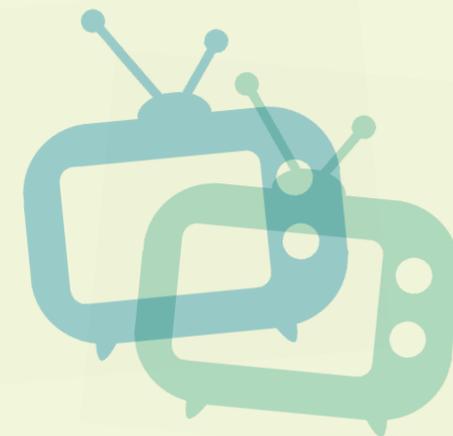
94%

ACCESSIBLE DANS
TOUS LES FOYERS
CÂBLÉS DU PAYS :
PLUS DE

10 MILLIONS

POINTES
D'AUDITOIRE DE

196 000



Source : Numeris, Québec franco, A18+, lu.-di. 2a-2a et *lu.-di. 18h-24h, Aut.18 (27 août-30 déc.).
Notoriété : Sondage omnibus, Léger marketing, décembre 2018

Un profil d'auditoire en constante progression

TV5

Augmentation marquée dans la dernière année

AUDITOIRE
FEMME

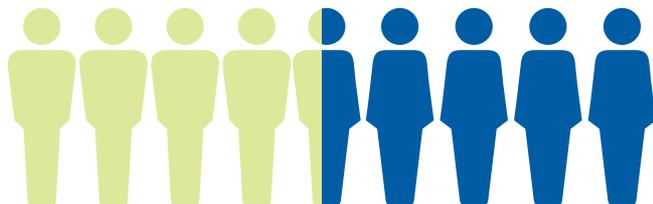
+18%

AUDITOIRE
A35-49

+77%

AUDITOIRE
A18-49

+38%



HOMME

48%

FEMME

52%

Un auditoire recherché

TV5

Parce que chaque produit a son public et que les produits n'ont pas tous la même cible, **nous avons un contenu pour rejoindre chacun des groupes cibles.**

Les adultes 25-54 ans, une génération active et présente sur TV5

65%

**SONT L'ACHETEUR
PRINCIPAL**

INDICE 160



71%

**ONT UN REVENU
FAMILIAL DE
60 000 \$ ET +**

INDICE 127



22%

**ONT DES ENFANTS
DE 12-17 ANS AU FOYER**

INDICE 130



Les adultes 25-54 ans une cible recherchée

TV5

En 2018-2019, **les adultes 25-54 ans**, ont été **sur-représentés** entre autres dans ces émissions :



QUIZ

**Tout le monde
veut prendre
sa place**

F25-54 = INDICE 293

**Questions pour
un champion**

F25-54 = INDICE 128



DÉPASSEMENT DE SOI

100 jours

H25-54 = INDICE 142



AVENTURE/VOYAGE

Les flots

F25-54 = INDICE 140



ANIMALIER

Une saison au zoo

A25-54 = INDICE 140



DÉCOUVERTE

**Des bateaux
et des hommes**

H25-54 = INDICE 211



**DOCUMENTAIRE
HISTORIQUE**

H25-54 = INDICE 150



GOURMAND

Mixeur

A25-54 = INDICE 167

Les milléniaux

une cible recherchée

TV5

Les « **milléniaux** » sur TV5 ne sont pas qu'une génération. Ils sont le reflet d'une attitude d'ouverture, d'une volonté de découverte et d'une responsabilité envers le futur. **Nos contenus les rejoignent avec des sujets nichés et une vision qui les touchent.**

En 2018-2019, **les adultes 18-34 ans** ont été **sur-représentés** entre autres dans ces émissions :



FAMILLE ET VOYAGE
Partir autrement en famille

H18-34 = INDICE 315



DÉPASSEMENT DE SOI
100 jours

A18-34 = INDICE 198



AVENTURE/VOYAGE
Les flots

F18-34 = INDICE 236

64%

DES ADULTES 18-34
TÉLÉSPECTATEURS
DE TV5 ONT DES
ENFANTS DE MOINS
DE 12 ANS AU FOYER

INDICE 178



Les milléniaux

une cible présente

TV5

En 2018-2019, **les adultes 18-34 ans** ont été **sur-représentés** entre autres dans ces émissions :



DOCUMENTAIRE

Animalier

A18-34 = INDICE 110

Histoire

H18-34 = INDICE 113

Consommation

A18-34 = INDICE 132



SPORT

Championnats du samedi

H18-34 = INDICE 503



DIVERTISSEMENT

Variétés

H18-34 = INDICE 144

Vivement dimanche

H18-34 = INDICE 209



FICTION

Cut

A18-34 = INDICE 159

Cinéma

A18-34 = INDICE 129

Le chalet

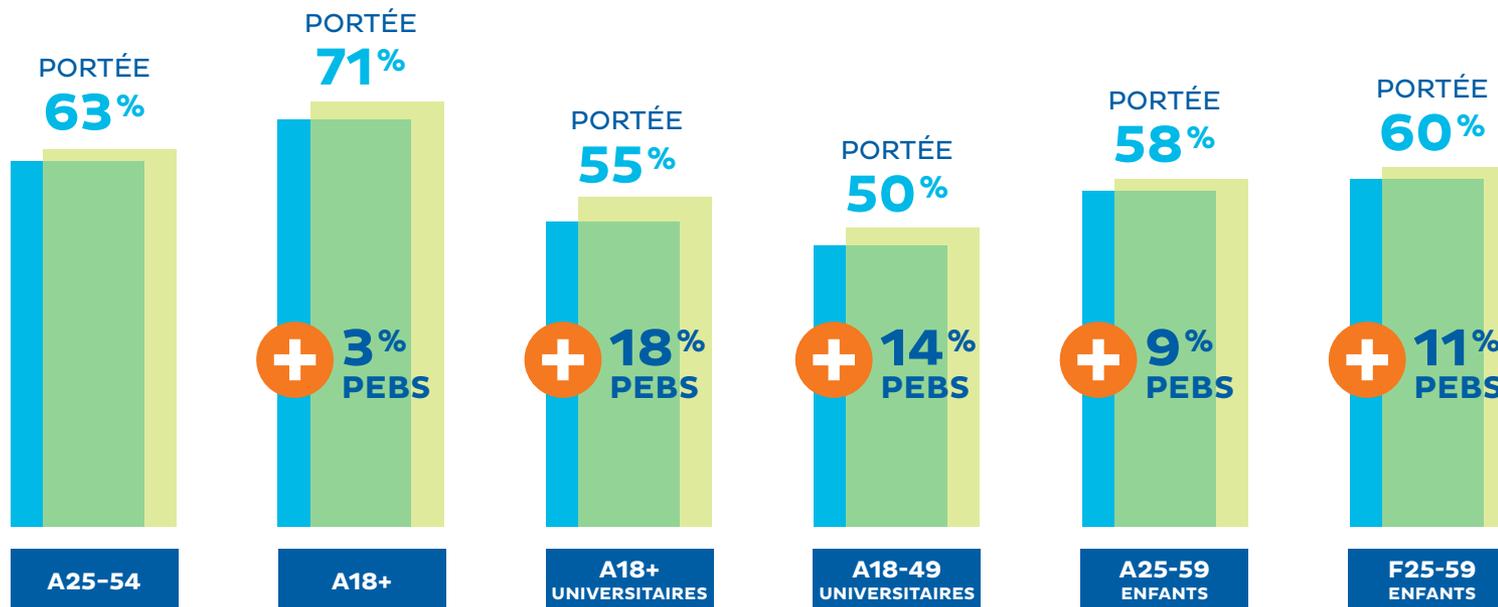
H18-34 = INDICE 126

TV5 et Unis TV, ensemble

pour rejoindre vos cibles et optimiser vos campagnes

Incluez TV5 et Unis TV à un achat de 500 pebs A25-54 du top 10 des chaînes spécialisées sur 4 semaines, pour **générer un gain en portée et en pebs** sur les cibles secondaires suivantes (sans augmenter l'investissement) :

Gains en portée en ajoutant TV5 et Unis TV dans vos campagnes



■ Top 10 chaînes spécialisées Qc franco (500 pebs) sur 4 semaines

■ Top 10 chaînes spécialisées Qc franco (450 pebs) + TV5 et Unis TV (50 pebs) sur 4 semaines

Source : Numéris, Sondages TV, InfosystV+, données PPM finales, campagne d'une durée de 4 semaines : 27 août au 23 septembre, Montréal franco. Primetime : lu.-di. 18h-24h / Daytime (lu.-di. 06h-18h). Top 10 des chaînes spécialisées détenant les parts les plus élevées au Québec Franco auprès des A25-54 ans, lu.-di. 2a-2a, du 27 août au 23 septembre 2018 distribué à chaque chaîne au prorata de l'importance de sa part de marché : LCN (3,9 %), RDS (3,7 %), Séries+ (3,5 %), Canal Vie (2,4 %), Canal D (2,3 %), Casa (2,0 %), Z (1,8 %), addikTV (1,7 %), Prise 2 (1,6 %), Histoire (1,4 %). 60 % jour / 40 % soirée, marché Montréal franco.

Un environnement recherché

TV5

Associez-vous à une chaîne reconnue, dans un environnement aux contenus de qualité et peu encombré.

TV5 offre un inventaire publicitaire **2 fois moins élevé** que la concurrence.

Votre publicité est moins diluée
et aura une **place de choix** parmi les rares
6 minutes de publicité/heure.



En évitant de **sur-solliciter** notre auditoire, celui-ci est **plus réceptif**. Votre message aura donc **davantage d'impact**.



38%

CONSIDÈRENT
LA PUBLICITÉ
COMME UNE
BONNE CHOSE

INDICE 121

Un environnement recherché (suite)

TV5

Pour rejoindre **un autre auditoire**
avec des **habitudes télé différentes** :

EN POINTE
(18 H À 00 H)

83%

DE L'ÉCOUTE SE FAIT
EN DIRECT
SUR TV5

INDICE 117



ÉCOUTE DE JOUR
(6 H À 18 H)

**FORTE
PROPORTION**

DES A25-54
SE RETROUVENT
SUR TV5

INDICE 157



Offre multiplateforme

TV5



FACEBOOK

203 K
ADEPTES

TAUX D'ENGAGEMENT
4%

PORTÉE MOYENNE
MENSUELLE :
700 K VISITEURS



INFOLETTRE HEBDOMADAIRE

TAUX D'OUVERTURE
30,5%

TAUX DE CLIC :
3,5%

16,5 K
ABONNÉS



TV5.CA (PRE-ROLL, BANNIÈRES)

55% FEMME **45%** HOMME

69%
A18-54 ANS

VIDÉO NON DÉSACTIVABLE

TAUX D'ACHÈVEMENT
> 93%

unisTV

Augmentation marquée dans la dernière année

REJOINT
CHAQUE SEMAINE

1M

AU QUÉBEC

+13%

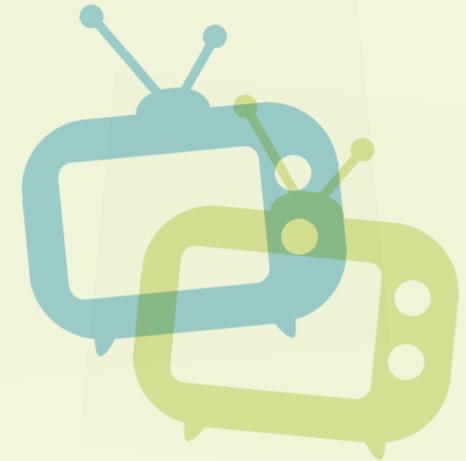
DE PORTÉE
HEBDOMADAIRE

AUDITOIRE
MOYEN MINUTE

+18%

NOTORIÉTÉ

+63%



ACCESSIBLE DANS
TOUS LES FOYERS
CÂBLÉS DU PAYS :

PLUS DE

10 MILLIONS

Source : Numeris, Québec franco, 2 ans+,
lu.-di. 2a-2a, Aut.18 (27 août-30 déc.).
Notoriété : Sondage omnibus,
Léger marketing, décembre 2018
vs Saine Marketing janvier 2017

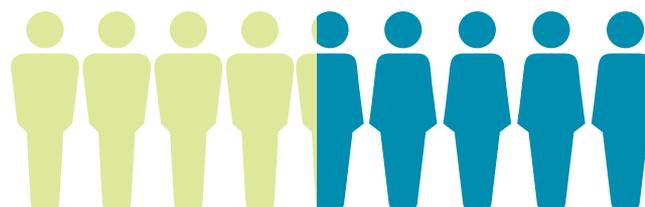
Un profil d'auditoire en constante progression

unisTV

+18% AUDITOIRE
FEMME

+29% AUDITOIRE
A18-34

+26% AUDITOIRE
F25-54



HOMME | FEMME
47% | **53%**

F18-34
CONCENTRATION **DEUX FOIS PLUS**
GRANDE QUE DANS L'UNIVERS TÉLÉ

INDICE 195

Source : Numeris, Québec franco, du 27 août au 30 décembre 2018, lu.-di. 2a-2a et Ven.19h-22h, T2+ et A18+.

Basé sur l'auditoire moyen minute

Source : Numeris, Québec franco, du 3 septembre au 23 décembre 2018, lu.-di. 2a-2a A18.

Profil basé sur l'auditoire moyen minute.

Un auditoire recherché

unisTV

Parce que chaque produit a son public et que les produits n'ont pas tous la même cible, **nous avons un contenu pour rejoindre chacun des groupes cibles.**

Les adultes 25-54 ans sur Unis TV, une génération de **grands consommateurs**

66%
ONT DES
ENFANTS DE
MOINS DE 18 ANS

INDICE 150



UNE FEMME EST
À LA TÊTE DE
44%
DES FOYERS

INDICE 108



33%
OCCUPENT
DES FONCTIONS
DE COLS BLANCS

INDICE 128



Les adultes 25-54 ans, une cible recherchée

unisTV

En 2018-2019, les adultes **25-54 ans** ont été **sur-représentés** entre autres dans ces émissions :



HUMOUR

Trait d'humour

INDICE 155

Les Newbies

INDICE 179



SÉRIE DOCUMENTAIRE

Les fermiers

INDICE 123

Filles de moto

INDICE 238



ANIMALIER

*Louis et la
faune urbaine*

INDICE 117

*L'académie
Mira*

INDICE 132



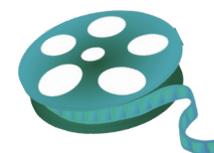
AUTOMOBILE

À pleins gaz

INDICE 211

*Histoires
de chars*

INDICE 176



FICTION

File d'attente

INDICE 145

Mauvais karma

INDICE 195

Les adultes 18-49 ans, une cible recherchée

unisTV

Les « **milléniaux** » et les **X** sont présents sur Unis TV.
Ils trouvent dans nos contenus l'authenticité, l'engagement
et l'accessibilité qu'ils cherchent tant.

Les adultes 18-49 ans, une génération en pleine croissance

PLUS DE LA MOITIÉ
ONT UN REVENU
FAMILIAL
SUPÉRIEUR À

60 000 \$



74%

ONT UN
EMPLOI



32%

SONT L'ACHETEUR
PRINCIPAL



63%

ONT DES ENFANTS
DE MOINS DE 12 ANS
AU FOYER

INDICE 141



Les adultes 18-49 ans, une cible recherchée

unisTV

En 2018-2019, les adultes **18-49 ans** ont été **sur-représentés** entre autres dans ces émissions :



HUMOUR

Trait d'humour

INDICE 232

Les Newbies

INDICE 210



SÉRIE DOCUMENTAIRE

Les fermiers

INDICE 182

Filles de moto

INDICE 194



ANIMALIER

*Hôpital
vétérinaire*

INDICE 168

*L'académie
Mira*

INDICE 186



NOSTALGIE

Watatatow

INDICE 234

Chair de poule

INDICE 330



FICTION

Jenny

F18-49 = INDICE 431

Double identité

INDICE 236

Un environnement recherché

unisTV

Associez votre marque à un contenu de qualité dans un environnement peu encombré.

Votre publicité est **moins diluée** et aura une place de choix parmi les rares **6 minutes de publicité/heure.**



En évitant de **sur-solliciter** notre auditoire, celui-ci est **plus réceptif**. Votre message aura donc **davantage d'impact**.

38%

CONSIDÈRENT LA PUBLICITÉ
COMME **UNE BONNE CHOSE**

INDICE 121

NOS TÉLÉSPECTATEURS

A25-54

SE DISENT
**INFLUENCÉS PAR
LA PUBLICITÉ DANS
LEURS DÉCISIONS
D'ACHAT**

INDICE 123



Un environnement recherché (suite)

unisTV

Pour rejoindre **un autre auditoire**, qui regarde **à un autre moment** :



ÉCOUTE DE JOUR
(6 H À 18 H)

**FORTE
PROPORTION**

DES A25-54
SE RETROUVENT
SUR UNIS TV

INDICE 123

75%

DE L'ÉCOUTE
DES **A18 ANS+**
SE FAIT
EN DIRECT
SUR UNIS TV



LORS DE L'ÉCOUTE DES
ÉMISSIONS ENREGISTRÉES

91%

DES TÉLÉSPECTATEURS
D'UNIS TV **N'AVANCENT PAS**
LES PAUSES PUBLICITAIRES

INDICE 123

Offre multiplateforme

unisTV



FACEBOOK

40 K ADEPTES

TAUX D'ENGAGEMENT
3,5%

PORTÉE MOYENNE
MENSUELLE :
600 K VISITEURS



INFOLETTRE HEBDOMADAIRE

TAUX D'OUVERTURE
34%

TAUX DE CLIC :
2,7%

3,5 K
ABONNÉS



UNIS.CA (PRE-ROLL, BANNIÈRES)

65 K
VISITEURS UNIQUES
MENSUELLEMENT

77% A18-54 ANS

VIDÉO NON DÉACTIVABLE

TAUX D'ACHÈVEMENT
> 93%