



**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%**

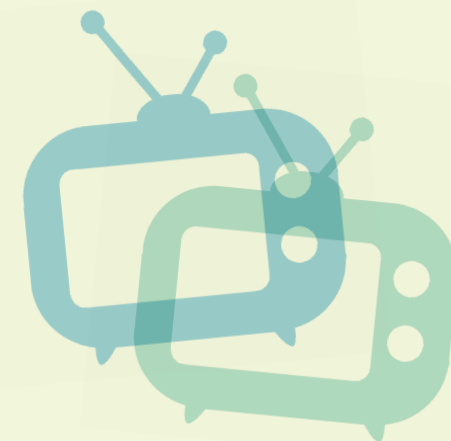
ACCESSIBLE DANS  
TOUS LES FOYERS  
CÂBLÉS DU PAYS :

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

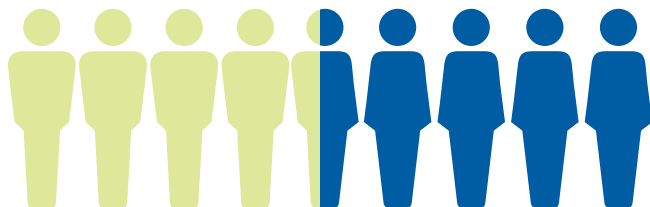
**+18%**

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



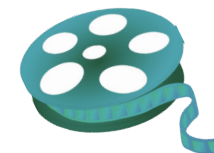
### DIVERTISSEMENT

#### Variétés

H18-34 = INDICE 144

#### Vivement dimanche

H18-34 = INDICE 209



### FICTION

#### Cut

A18-34 = INDICE 159

#### Cinéma

A18-34 = INDICE 129

#### Le chalet

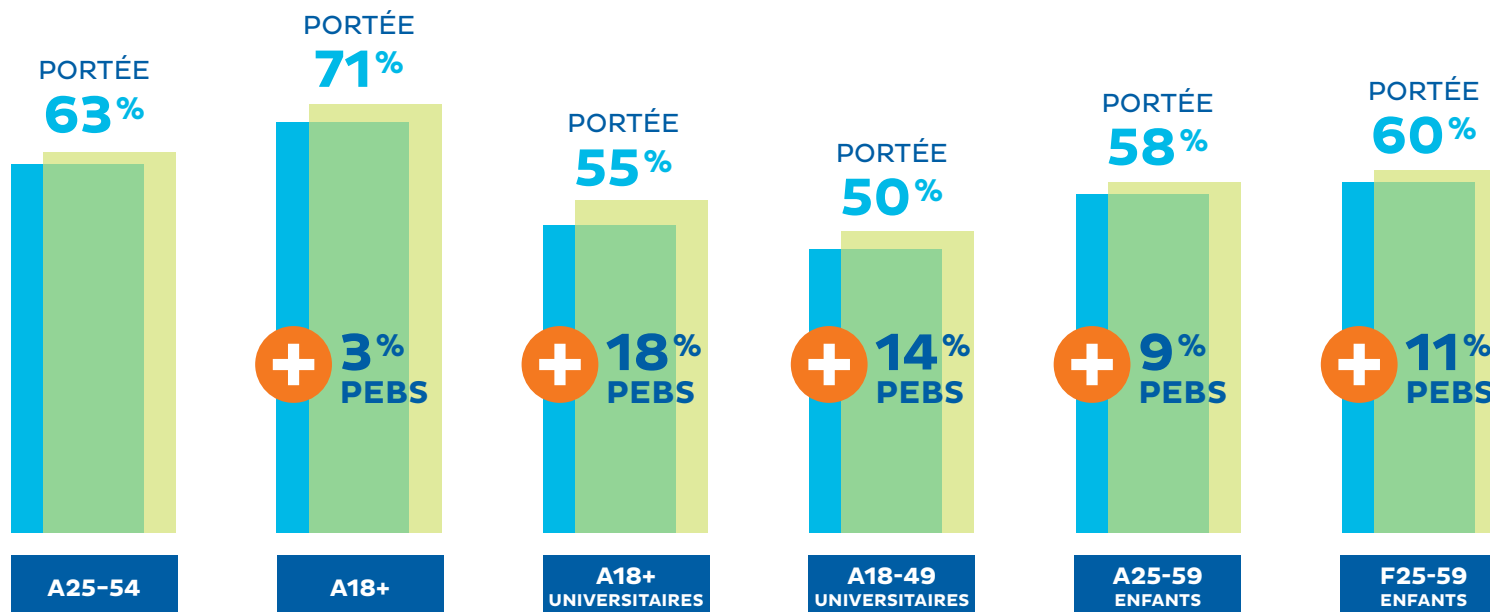
H18-34 = INDICE 126

# 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

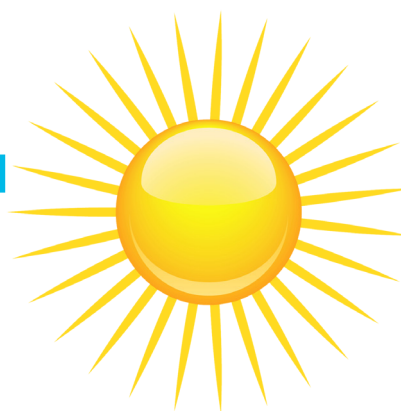


**ÉCOUTE DE JOUR**  
(6 H À 18 H)

**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%

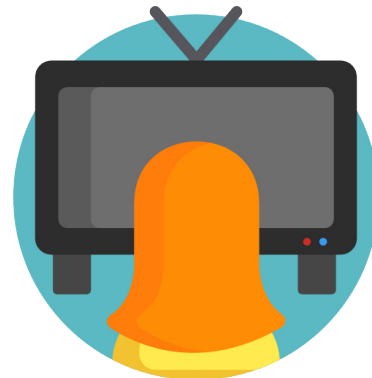
DE PORTÉE  
HEBDOMADAIRE

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



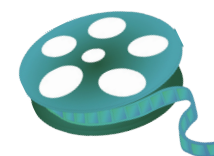
## AUTOMOBILE

*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



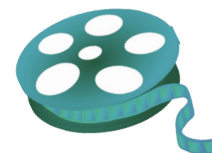
**NOSTALGIE**

*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%**