



**MEILLEURS
ENSEMBLE**

TV5 unisTV

TV5

PORTÉE
HEBDOMADAIRE

1,4 M

D'ADULTES
AU QUÉBEC

EN SOIRÉE
AUDITOIRE MOYEN

32 000

TÉLÉSPECTATEURS

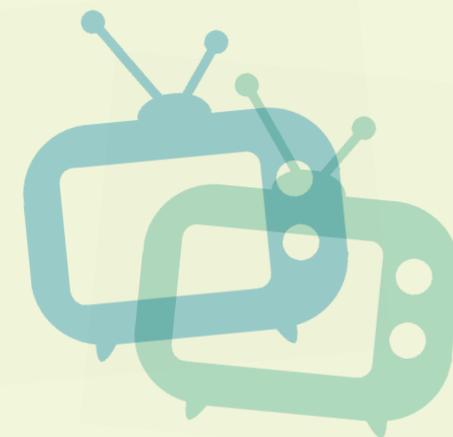
TAUX DE
NOTORIÉTÉ DE

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

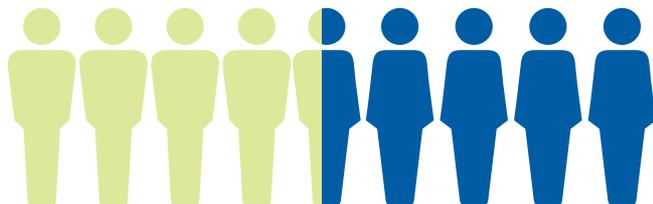
+18%

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

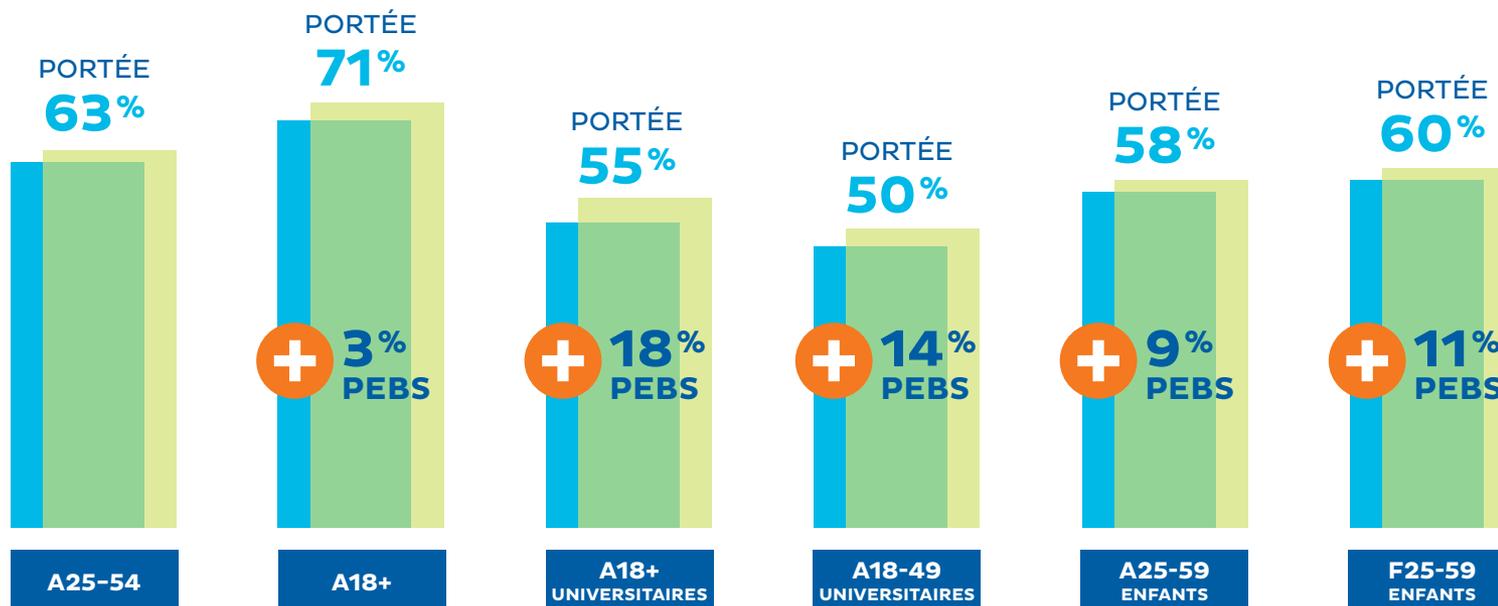
H18-34 = INDICE 126

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%