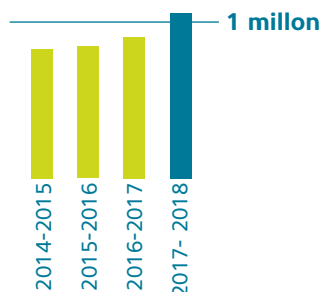


The logo features the text 'uniSTV' in a white, bold, sans-serif font. The 'i' has a white dot. The text is centered within a large, light green triangle that points downwards. This green triangle is partially overlapped by a larger, dark teal triangle that also points downwards, positioned to the right and slightly below the green one. Scattered around these main shapes are several smaller triangles in both light green and dark teal colors, some pointing up and some down, creating a dynamic, abstract composition.

uniSTV

# LA CROISSANCE SE POURSUIT

## Portée hebdomadaire d'Unis TV



↑ **39 %** Auditoire moyen / minute

Près de **80 K** Pointe d'auditoire

## Parts de marché auprès des A25-54



↑ **40 %** Durée hebdomadaire d'écoute / téléspectateurs auprès des A25-54

Source : Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 18 mars 2018), A25-54, A18+, T2+.



UN  
ENVIRONNEMENT  
QUI SE  
DÉMARQUE

Sur le forfait de base

**de tous les  
câblodistributeurs  
canadiens**

Peu d'encombrement publicitaire

**Moyenne de 6 min/h  
de temps publicitaire**

# UN PROFIL RECHERCHÉ

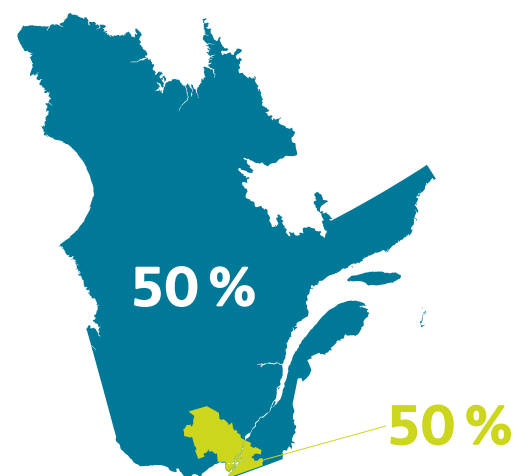
- **43 %** a un revenu familial de **60 K et +**  
**INDICE 116**
- **50 %** a un diplôme d'études supérieures  
**INDICE 135**

**39 %**  
en **A18-49**  
**INDICE 150**

**50 %**  
Femmes

**50 %**  
Hommes

- **Familles**  
Enfant de moins 18 ans au foyer **INDICE 159**
- **Emploi**  
**Professionnels, cadres, travailleurs autonomes, propriétaires d'entreprise** **INDICE 150**
- **Lieu de résidence**
  - **50 %** grande région de Montréal
  - **50 %** reste du Québec



**Source :** Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+, T2+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)



# LES TÉLÉSPECTATEURS REGARDENT UNIS TV POUR...

- Rester connecté sur la réalité, la nature et les gens
- La diversité des sujets traités
- L'accessibilité des sujets, la convivialité dans l'approche des émissions
- Garder le contact avec la francophonie canadienne d'un bout à l'autre du pays

Source : Étude interne, perceptions TV5 / UNIS TV, Callosum, Aut. 2017.

# ACHATS : ALIMENTATION

**36 %** des téléspectateurs  
dépendent **150 \$ ou plus**  
en épicerie

**INDICE 112**

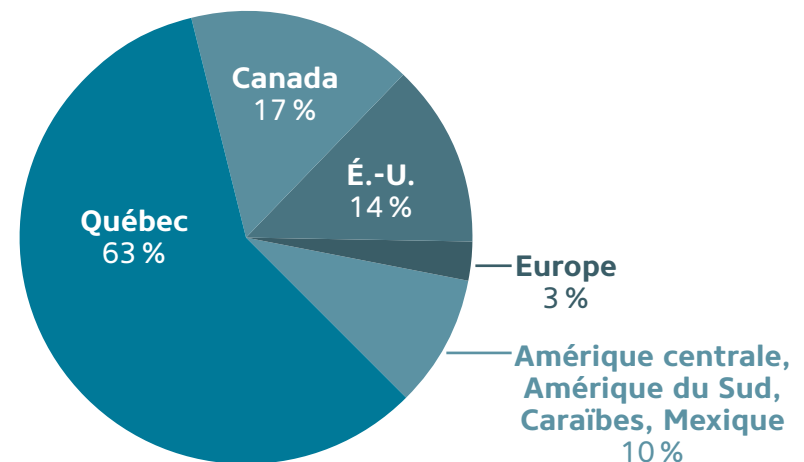
## Restaurants fréquentés au cours du dernier mois

- **76 %** restauration rapide **INDICE 111**
- **73 %** restaurant familial **INDICE 108**
- **62 %** resto-café **INDICE 111**
- **51 %** livraison/pour emporter **INDICE 110**
- **36 %** bar ou pub **INDICE 142**

**Source :** Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)

# DES TÉLÉSPECTATEURS QUI SILLONNENT NOTRE CONTINENT

Les téléspectateurs d'Unis TV ont  
voyagé en Amérique du Nord et ailleurs

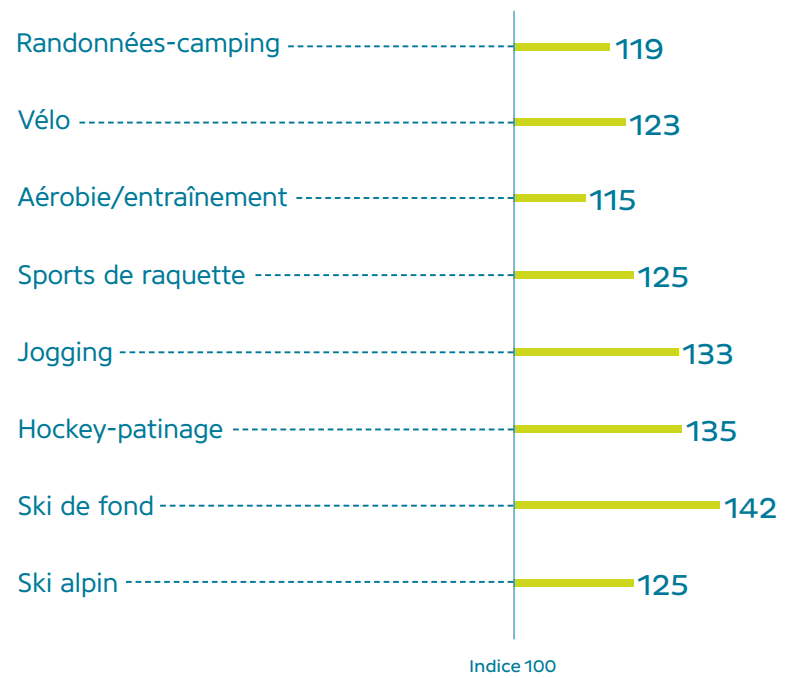


Source : Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)





# DES GENS QUI BOUGENT



**Source :** Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)



# UN AUDITOIRE QUI AIME SE DIVERTIR



Source : Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)

# FINANCES ET TRANSACTIONS BANCAIRES

Les téléspectateurs d'Unis TV sont  
ouverts aux **changements** et aux  
**nouveautés** dans le domaine bancaire

- **31 %** font leurs transactions bancaires sur leur téléphone **INDICE 125**
- **31 %** ont un prêt automobile **INDICE 112**
- **33 %** ont une hypothèque **INDICE 103**

Source : Numeris, Québec franco, Lu-di 2a-2a, année télévisuelle à ce jour (28 août 2017 au 25 mars 2018), A18+.  
\*Composition calculée à partir de la portée 5 minutes consécutives (Auditoire moyen trop restreint pour la stabilité d'un profil)

# OFFRE MULTIPLATEFORME

## Facebook

- **62 % femmes** | **38 % hommes**
- **Taux d'engagement 4 % (marché 1,5 %)**
- Portée moyenne **585 k personnes/mois**
- **35 k adeptes**
- **60 % 18-44 ans**

## unis.ca

- **61 % femmes** | **39 % hommes**
- **170 k pages vues/mois**
- **61 % 18-44 ans**
- **47 k visiteurs uniques/mois**

## Infolettre

- **66 % femmes** | **34 % hommes**
- **Taux d'ouverture 34 %**
- **Taux de clics 2,9 %**
- **3,5 k abonnés**
- **39 % 25-54 ans**
- **52 envois par année**

# OFFRE MULTIPLATEFORME

## Pré-rolls

- **54 k** vidéos vues par mois
- **Vidéo non désactivable**
- **Taux de clics 30 %** supérieur à celui du marché
- 54 % des visiteurs visionnent un vidéo
- Durée moyenne de visionnement : **21 minutes**

## Bannières

- **Taux de clics 4 fois** supérieur à celui du marché

**64 %** font des recherches de produits/services sur leur mobile et/ou ordinateur

INDICE 115

Les téléspectateurs d'Unis TV sont réceptifs aux publicités de type « appel à l'action » : bandeaux promotionnels, concours, etc...

## TV5 QUÉBEC CANADA

**MARIE-CLAUDE FOURNIER**  
**Chef des ventes et du service  
à la clientèle**

514 522-5322, poste 132  
marie-claude.fournier@tv5.ca

**ANNIE-CLAUDE GAUTHIER**  
**Spécialiste en créativité média  
et en ventes directes**

514 710-2098  
514 522-5322, poste 122  
annie-claude.gauthier@tv5.ca

**JULIE SZAJKOVITS**  
**Coordonnatrice aux ventes publicitaires**

514 522-5322, poste 188  
ventes-sales.tv5.unis@tv5.ca

**AUDREY FISETTE**  
**Coordonnatrice aux ventes publicitaires**

514 522-5322, poste 192  
ventes-sales.tv5.unis@tv5.ca

**MARC LEGOUT**  
**Technicien au routage**

514 522-5322, poste 129  
traffic-instructions.tv5.unis@tv5.ca

## VENTES NATIONALES **TÉLÉ**

**ROBERT COLE MEDIA**

**YANICK COLE**

514 823-4588  
yanick@robertcolemedia.com

## VENTES NATIONALES **NUMÉRIQUES**

**MEDIATONIK**

**NICOLAS FAUCHER**

514 887-9575  
nicolas@mediatonik.ca