



**MEILLEURS
ENSEMBLE**

TV5 unis^{TV}

unisTV

Augmentation marquée dans la dernière année

REJOINT
CHAQUE SEMAINE

1M

AU QUÉBEC

+13%

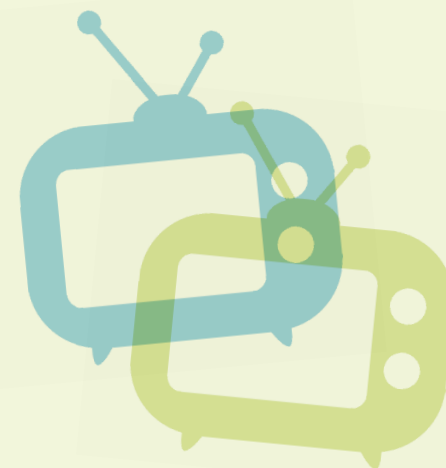
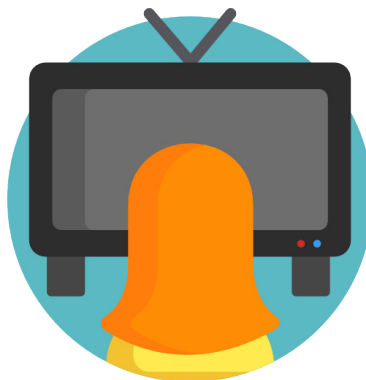
DE PORTÉE
HEBDOMADAIRE

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



Source : Numeris, Québec franco, du 3 septembre au 23 décembre 2018, lu.-di. 2a-2a A18+, A25-54 ans.
Profil basé sur l'auditoire moyen minute.

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



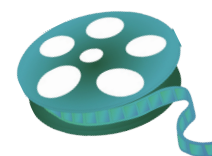
AUTOMOBILE

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



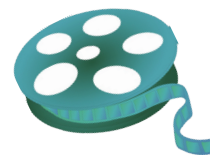
NOSTALGIE

Watatatow

INDICE 234

Chair de poule

INDICE 330



FICTION

Jenny

F18-49 = INDICE 431

Double identité

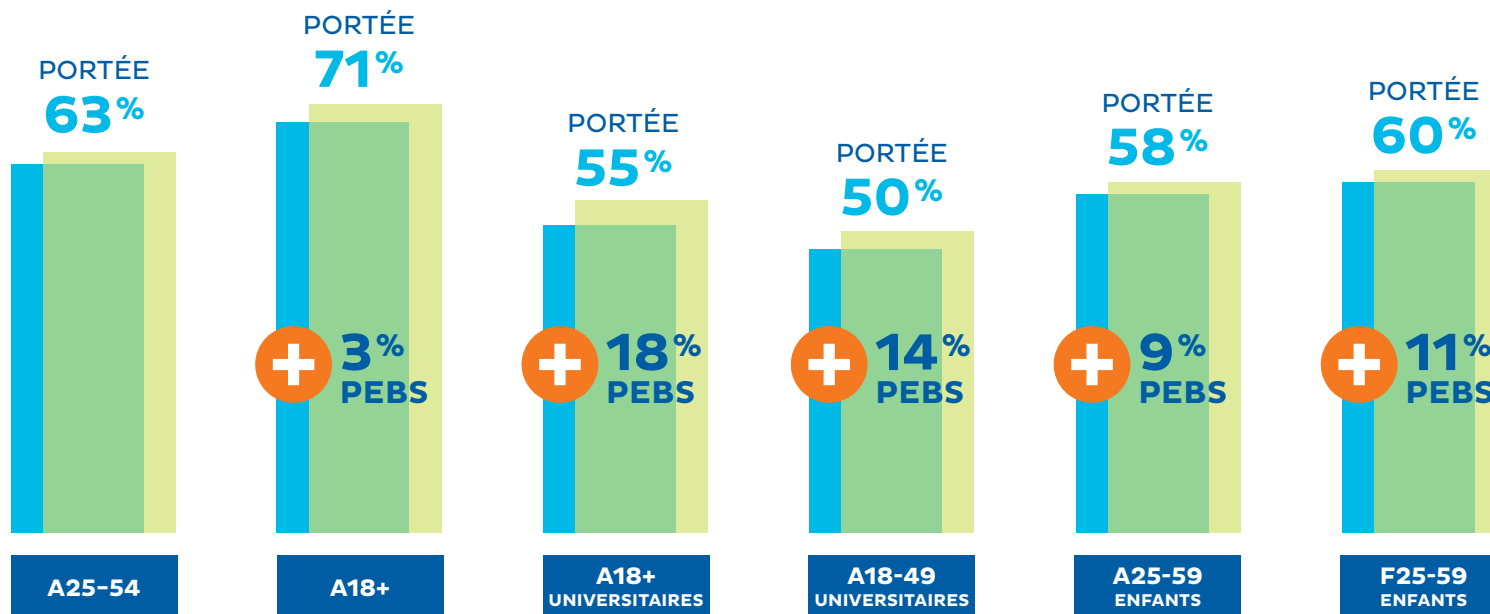
INDICE 236

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

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 DÉSACTIVABLE

TAUX D'ACHÈVEMENT
> 93%