



MEILLEURS
ensemble

unisTV

PORTRAIT DE NOS CHÂÎNES

Accessibles dans tous
les foyers câblés du Canada :
plus de 10 millions

50 %
hommes

50 %
femmes

TV5

PORTÉE
HEBDOMADAIRE
MOYENNE
1,4 million

NOTORIÉTÉ
Connue
mondialement,
la chaîne atteint
95 % au Québec

EN SOIRÉE
Pointe d'auditoire
jusqu'à **110 000**
télé spectateurs

Auditoire moyen
26 000
télé spectateurs

unisTV

PORTÉE
HEBDOMADAIRE
MOYENNE
1,2 million

NOTORIÉTÉ
Toujours
en croissance :
63 % au Québec

EN SOIRÉE
Pointe d'auditoire
jusqu'à **100 000**
télé spectateurs

Auditoire moyen
7 300
télé spectateurs

PROFIL DE NOS TÉLÉSPECTATEURS

Complémentaires par leurs différences, nos deux chaînes rejoignent un auditoire recherché des annonceurs.

TV5

- Foyer à **1 ou 2 personnes** i135
- **62%** habitent la grande région de Montréal
- Universitaires i173
- Professionnels accomplis
- **Bien nantis** i140
(revenu familial **150k \$ et plus**)
- Forte concentration de **communautés culturelles**
- **Regardent peu les autres chaînes en soirée** i125

Source : Numéris 2+, 18+, LD 2a-2a, LD 18h-24h, sept-déc 2019, A35-49, A18+, chaînes spécialisées divertissement, vividata A25-54, f25-54

unisTV

- Foyer à **3+ personnes** i192
- Familles
- Universitaires i175
- Jeunes professionnels
- **Bien nantis** i140
(revenu familial **125k \$ à 150k \$**)
- **A25-54 : 43 % de l'auditoire** i139
- **Top 5 des plus fortes concentrations d'A18-34 et A18-49**

Un environnement
où vos publicités
se **démarquent**

TV5	6 minutes/heure
Unis TV	6 minutes/heure
Marché télé	12 minutes/heure

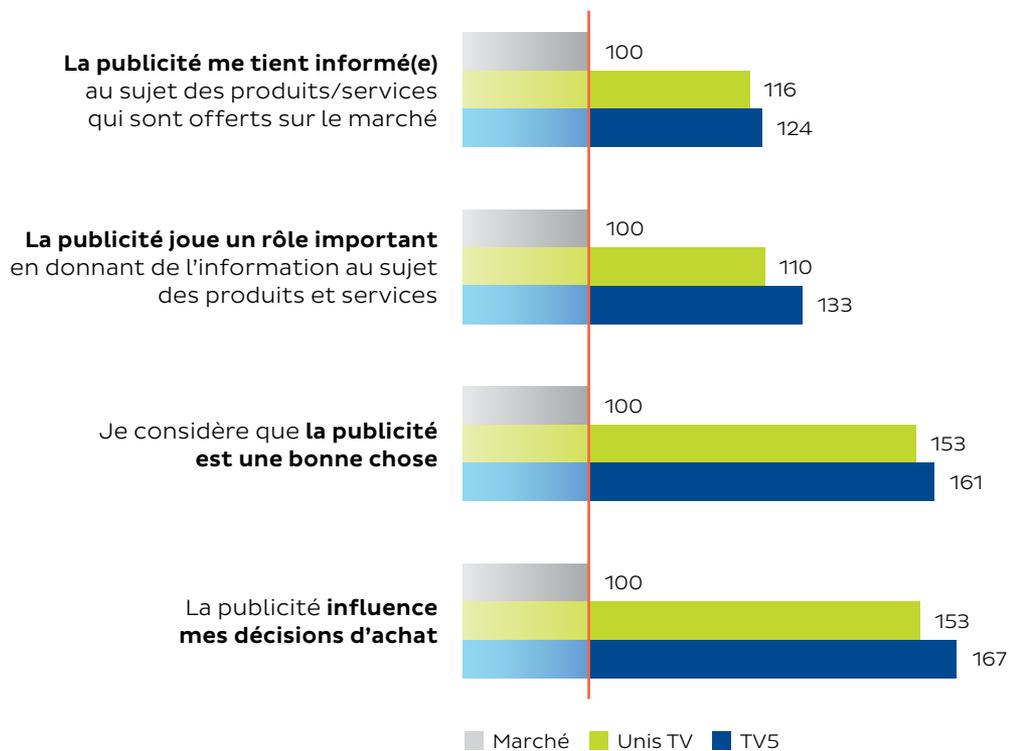
**2 fois
moins**
de pauses/publicité
que la concurrence

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



Un environnement où vos **publicités** sont **bien perçues** par l'auditoire

PERCEPTION DE LA PUBLICITÉ

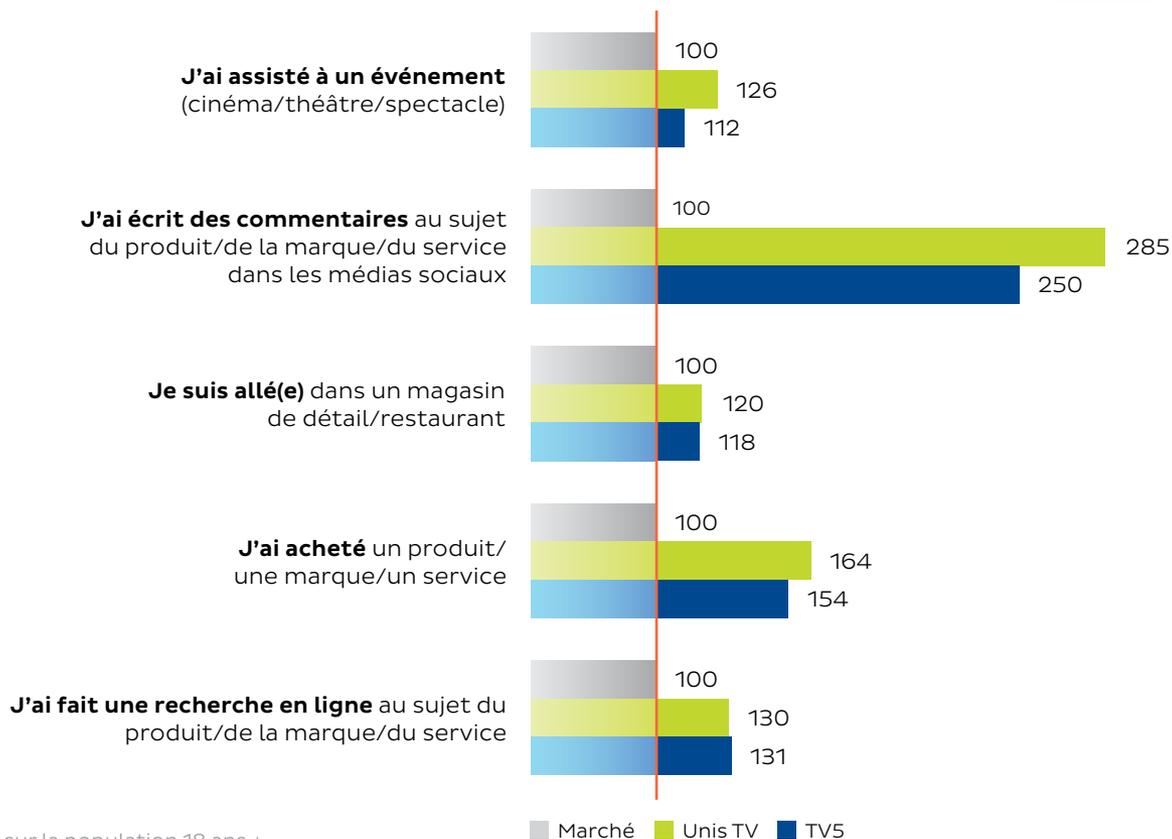




Un environnement où vos **publicités** se transforment en **actions**



ACTIONS ENTREPRISES APRÈS AVOIR VU UNE PUBLICITÉ



Des téléspectateurs friands de **tourisme local**

DESTINATIONS VISITÉES

Ouest
Canadien
i237

Ontario
i118

Québec
i123

Provinces
de l'Atlantique
i148

Planifient dépenser
2 000 \$ +
pour leur prochain
voyage au Canada
i134

Voyage
de 8 nuitées
ou plus
i139



LA BELLE VIE AVEC GO-VAN

Utilisent site Web pour réserver ou planifier

Compagnie aérienne spécifique i132

Hôtel spécifique i138

Service de partage d'hébergement i152

Types de voyage

Avec enfants i169

Ski i149

Culinaire, gastronomique i151

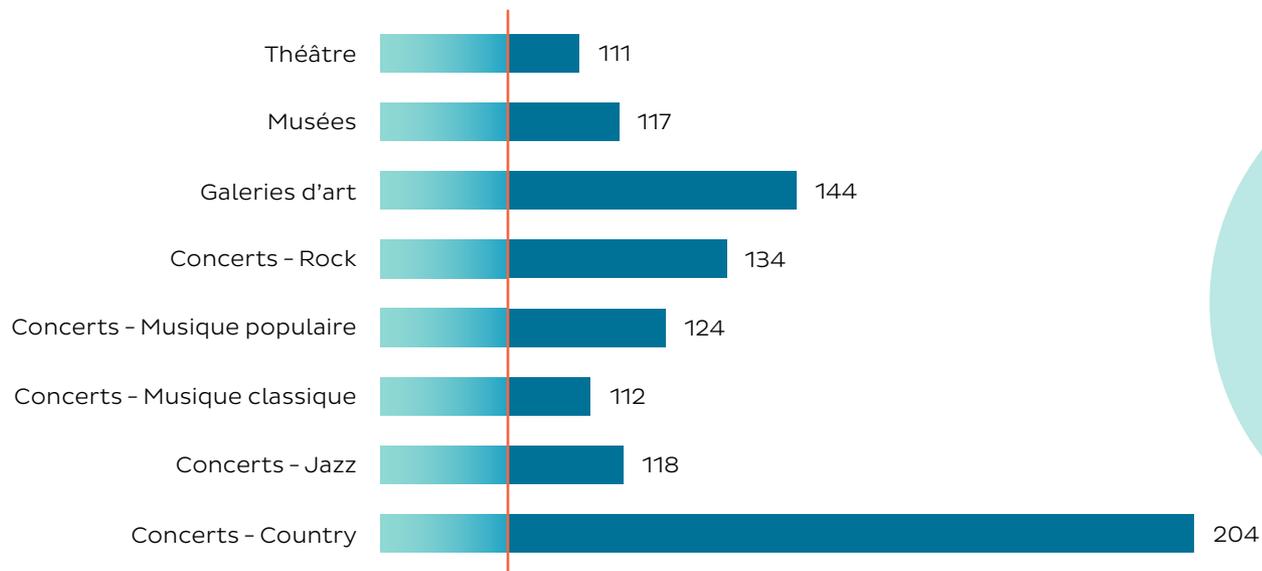
Plein air, écotourisme i116

En véhicule récréatif ou caravane i126



TRAIT D'HUMOUR

Un auditoire qui aime se divertir

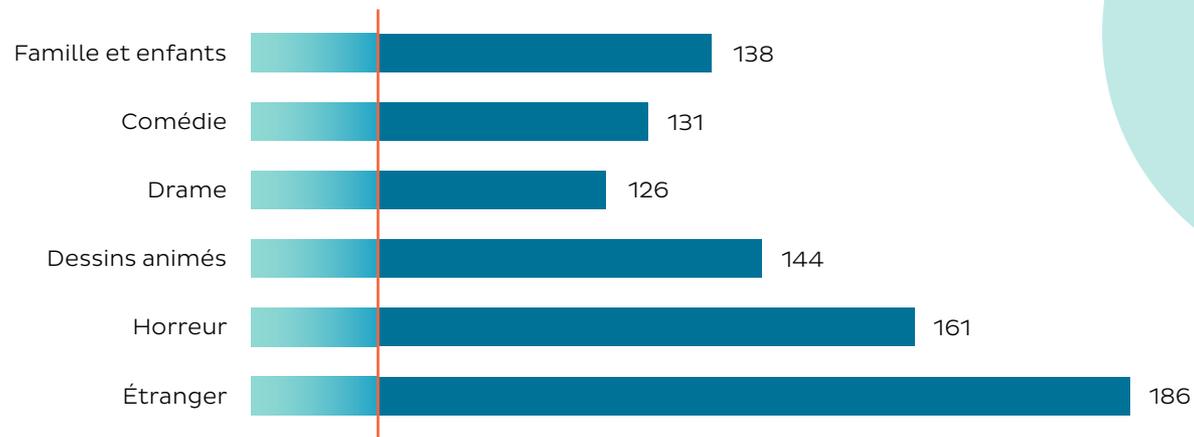


A assisté à un événement culturel après avoir vu la publicité à la télévision

i144

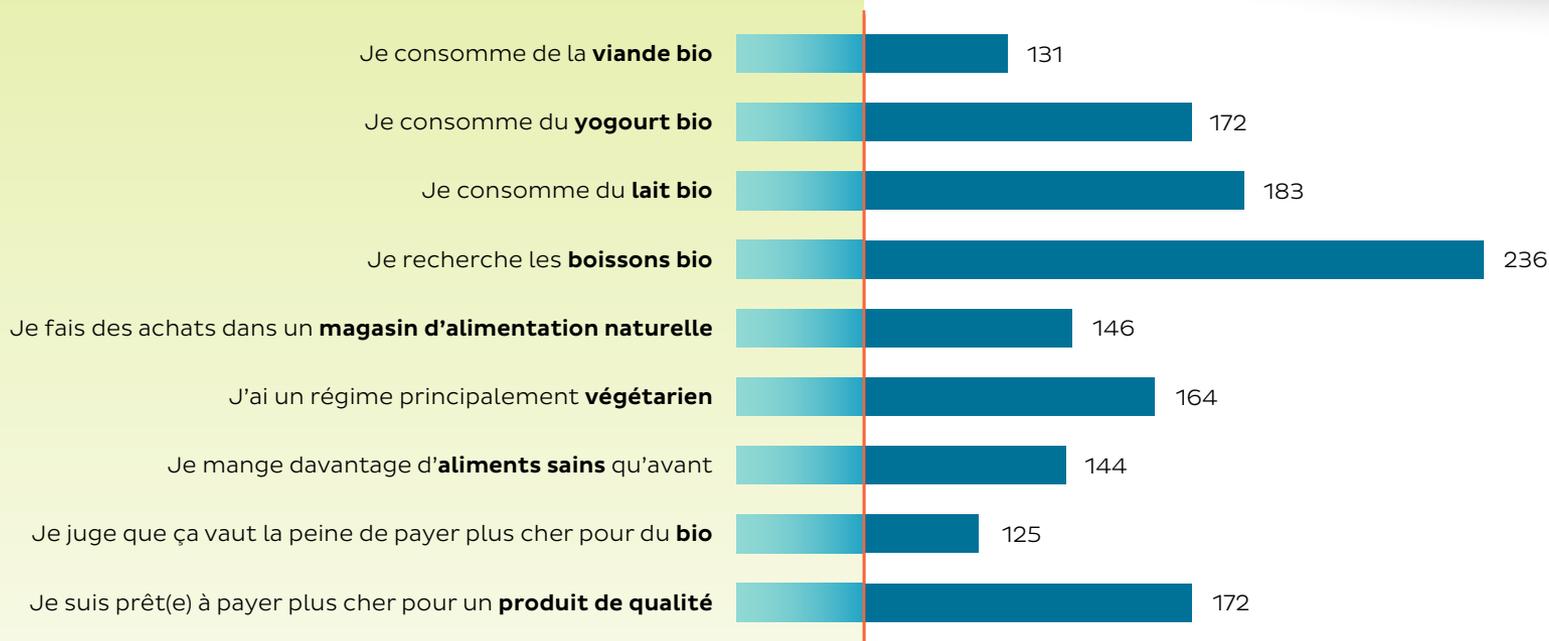


Un auditoire de cinéphiles



A vu
1 film ou plus
en salle
au cours du
dernier mois
i126

Une consommation écoresponsable



Un auditoire qui aime les animaux

Unis TV rejoint plus de **525 000 téléspectateurs** qui sont propriétaires d'un animal de compagnie

Cela représente **18%** des propriétaires d'animaux du Québec

≥ 7 kg de nourriture pour CHIEN	i127
≥ 10 biscuits ou gâteries pour CHIEN	i144
≥ 1 kg de nourriture pour CHAT	i222
Nourriture pour CHAT premium	i187
Nourriture CHAT régulière	i182



Dossier financier de nos téléspectateurs



REER : place **10 000 \$ et plus** chaque année

i130

Planifie l'obtention d'une **marge de crédit** au cours des 12 prochains mois

i151

A **changé d'institution financière** dans la dernière année

i228

N'a **pas pris de mesures** pour avoir un revenu suffisant à la **retraite**

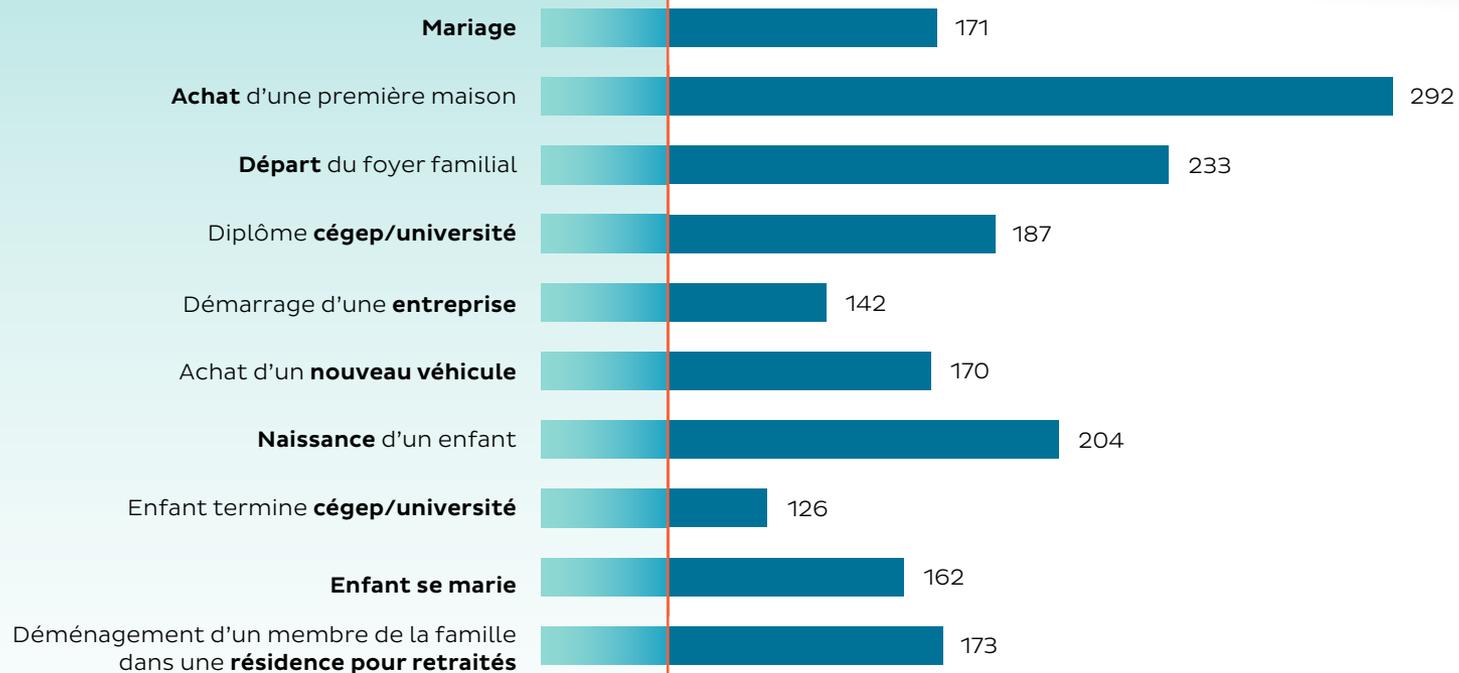
i201

Avec la **carte de crédit**, s'achète **des articles** qu'il ne pourrait pas se permettre autrement

i310

Un auditoire avec des projets

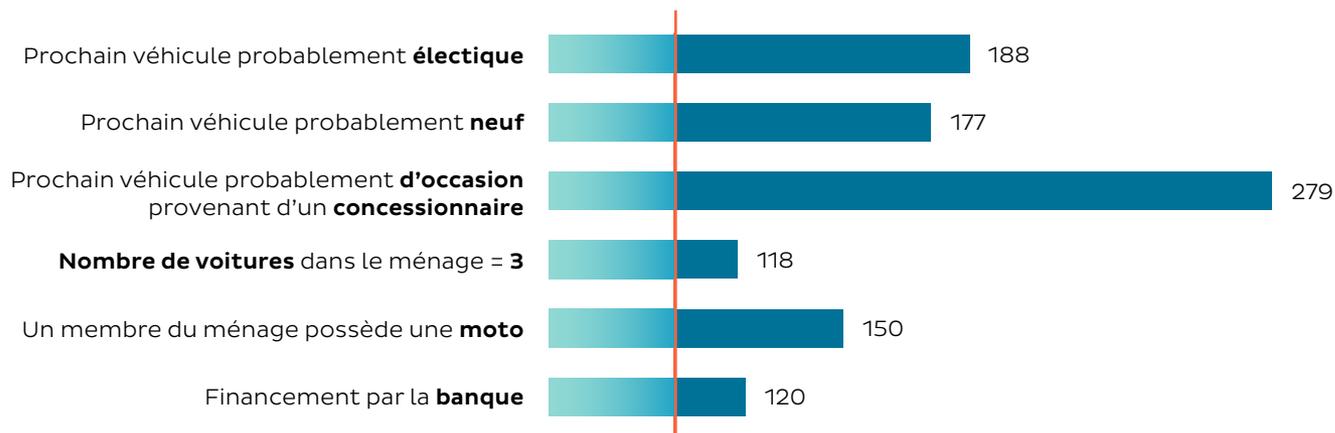
DANS LES 12 PROCHAINS MOIS, ILS PRÉVOIENT :



Le ménage prévoit faire l'acquisition d'un **nouveau véhicule** au cours des **12 prochains mois**
i168



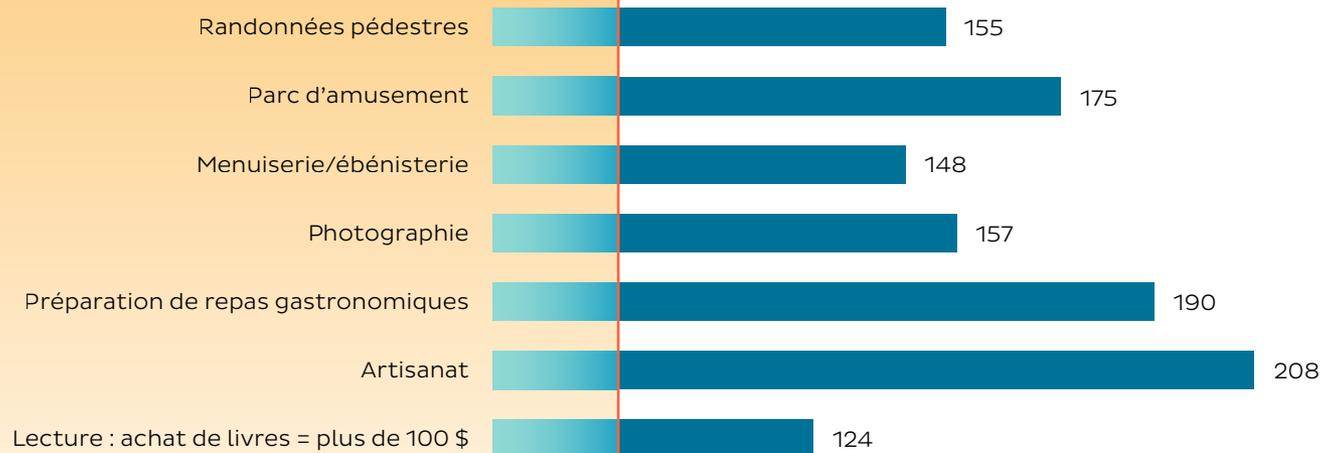
Dossier : véhicule





JEUNES CHEFS EN MISSION

Des amateurs de loisirs variés

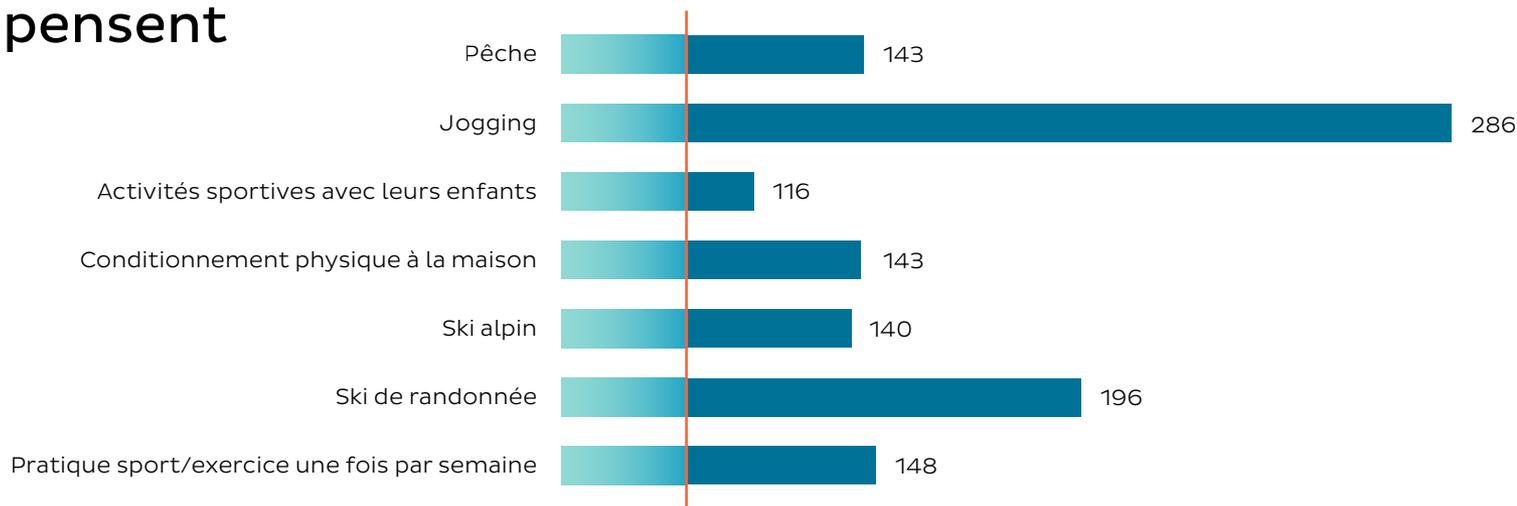


Pour pratiquer
toutes ces activités,
ils dépensent
**entre 500 \$ et 1 000 \$
pour des vêtements
de sport**

i114



Des amateurs de sports qui dépensent



Grands adeptes de vin, les téléspectateurs des 2 chaînes surindexent dans la consommation de vins provenant de **13 des 14 pays** (incluant les vins canadiens)



BOUFFE EN CAVALE

Des épicuriens

Dépensent 250 \$ ou plus en épicerie au cours d'une semaine régulière



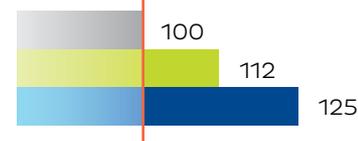
Préparent de la cuisine gastronomique



Acceptent de dépenser plus pour des aliments de bonne qualité



Essaie de nouveaux produits alimentaires

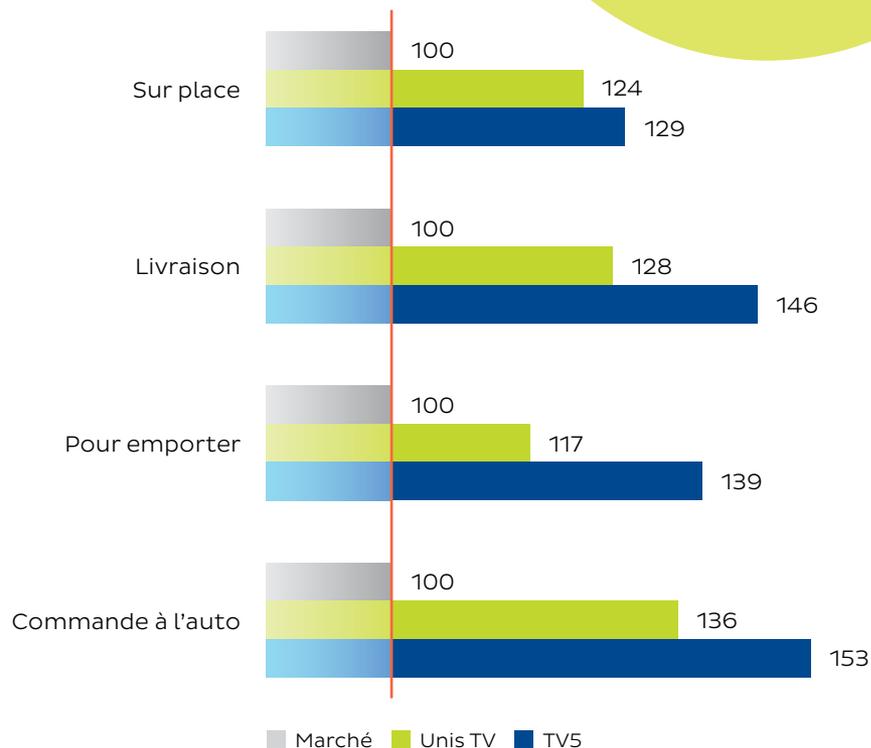


■ Marché ■ Unis TV ■ TV5

Grands adeptes de restaurants

Parce que les épicuriens, ça peut aussi vouloir manger ce que les autres cuisinent!

Ensemble, les **A25-54** des deux chaînes surindexent sur **28 des 31 types de restaurants** (incluant les services rapides)



SEL ET DIESEL

**Nouvelle
plateforme
numérique**
avec un grand inventaire
de contenus des
deux chaînes

93%
taux
d'achèvement
des publicités
vidéo

65%
A18-54 ans

Visibilité numérique

Créée selon les besoins des utilisateurs
avec des produits **répondant aux besoins
des annonceurs**, elle offre un **environnement
de qualité** avec peu d'encombrement publicitaire.

500 000
publicités vidéo
par mois

190 000
visiteurs uniques
par mois

PRODUITS OFFERTS

Publicité vidéo NON-DÉSACTIVABLE

Billboard (statique ou animé)

Commandite d'émission avec lien vers votre site

Bandeau sur vidéo

Commandite de collection thématisée personnalisée

NOUVEAUTÉS →



Sacré mois de mai
TVS - 52 min



Filles de moto
unisTV - 502



Seuls ensemble
TVS - 501



Le Louvre Abu Dhabi
TVS - 52 min



SÉRIES À VOIR EN RAFALE →



LES NEWBIES



FILE D'ATTENTE
NOUVELLE SAISON



LES FLEURISTES



JENNY



LES SUPER
POUVOIRS
DU LAPIN



L'ACADEMIE
MIRA



LES DERNIERES
GIRAFFES



UNE VIE
DE CHIEN



Visibilité multiplateforme

Les téléspectateurs de Unis TV figurent parmi **les plus engagés** du marché des chaînes spécialisées divertissement (Top 5).

Cette loyauté nous permet d'offrir des programmes publicitaires **multiplateforme performants**.

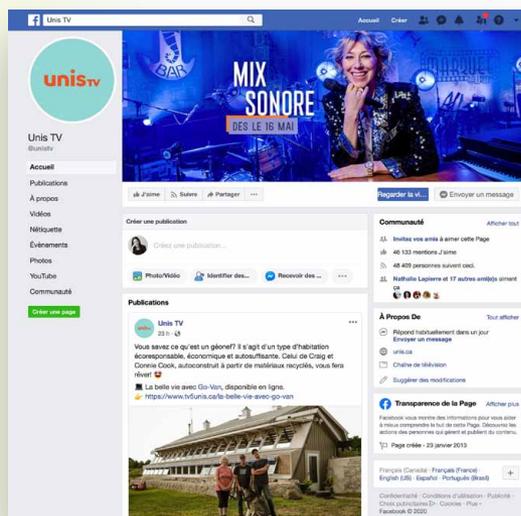


INFOLETTRE

4 900
abonnés

34 %
taux d'ouverture

2,9 %
taux de clic



FACEBOOK

44 000
abonnés

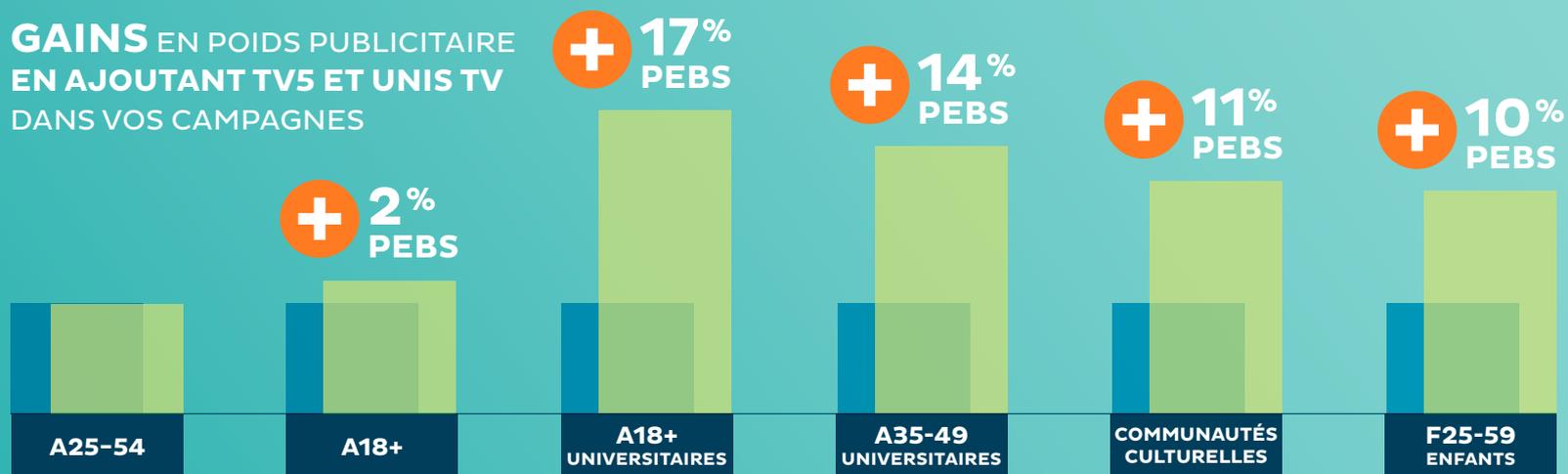
4 %
taux d'engagement

420 000
de portée moyenne

75 %
A18-54ans

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 POIDS PUBLICITAIRE 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, InfosystTV+, données PPM finales, campagne d'une durée de 4 semaines : 26 août au 22 septembre 2019, Montréal franco.
 *A25-54 ans, A18 ans+, A18 ans+ avec une formation universitaire ou plus, A35-49 avec une formation universitaire ou plus, dont la première langue apprise n'est ni le français, ni l'anglais, A25-59 ans & Présence d'enfants <18 ans au foyer. Daytime : Lu.-di 06h-18h / Primetime : Lu.-di 18h-24h.
 Top 10 des chaînes spécialisées détenant les parts les plus élevées au Québec Franco auprès des A25-54 ans, lu.-di. 2a-2a, du 2 au 29 septembre 2019 : RDS (5,1%), LCN (3,5%), Séries+ (3,3%), RDI (2,3%), Canal D (1,9%), Z (1,9%), Historia (1,8%), Canal Vie (1,7%), addik TV (1,7%), Max (1,6%).

Du contenu de qualité
en 2020-2021

NOUVEAUTÉS

Des soirées
100 %
productions
locales



Les diplômés Mira



50 façons de tuer sa mère
avec Anaïs Favron



Encrés dans la peau



Mystères des lacs



Citoyen 2.0



Du contenu de qualité
en 2020-2021

GRANDS RETOURS

Des soirées
100 %
productions
locales



La galère



Louis et la faune urbaine



Trait d'humour



Watatatow





CONTACTEZ-NOUS

Équipe TV5 Québec Canada

Marie-Claude Fournier

Chef des ventes

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

Annie-Claude Gauthier

Spécialiste en créativité média
et en ventes directes

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

Julie Szajkovits

Coordonnatrice publicitaire

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

Charlotte Lecomte

Coordonnatrice publicitaire

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 télévision

Yanick Cole

Robert Cole Média

514 823-4588
yanick@robertcolemédia.com

Ventes nationales numériques

Guillaume Bédard

MediaTonik

514 892-7725
guillaume@mediatonik.ca