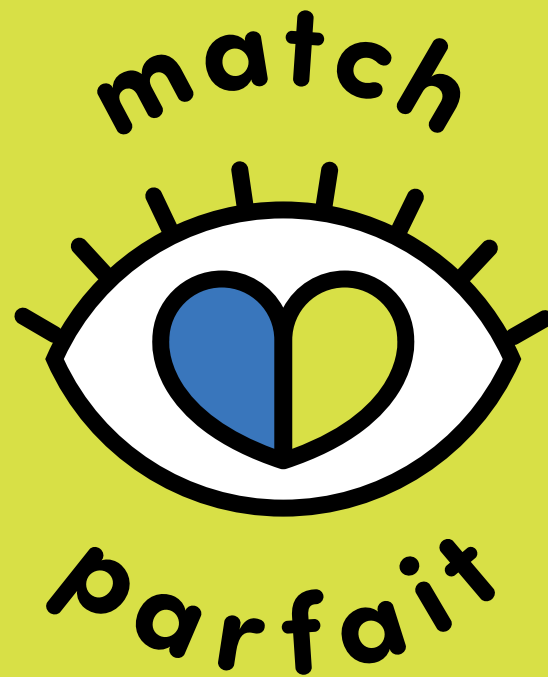


Trouvez votre

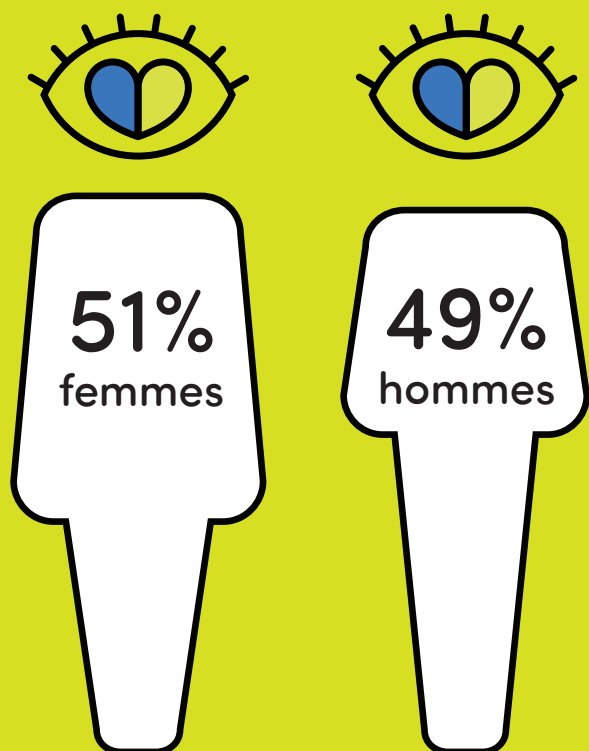


Meilleurs ensemble

unisTV

Portrait de nos chaînes

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



TV5

Portée
hebdomadaire moyenne :
1,4 million

Notoriété :
Connue mondialement,
la chaîne atteint
9 Québécois sur 10

En soirée :
Pointe d'auditoire jusqu'à
137 000 téléspectateurs

Auditoire moyen :
28 000 téléspectateurs

unisTV

Portée
hebdomadaire moyenne :
1,1 million

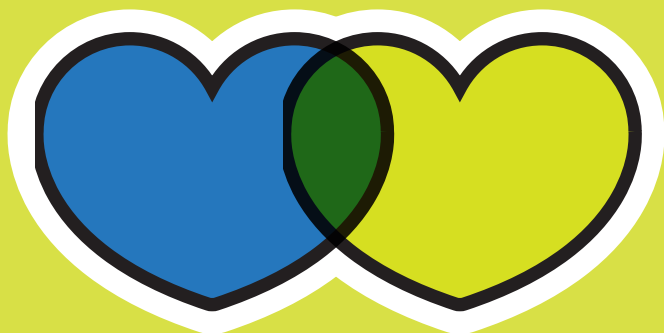
Notoriété :
En croissance
continue au Québec et
dans le Canada

En soirée :
Pointe d'auditoire jusqu'à
139 000 téléspectateurs

Auditoire moyen :
9 000 téléspectateurs

Profil de nos téléspectateurs

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



TV5

Foyer à
1 ou 2 personnes
i127

Habitent la
grande région de Montréal
i127

Universitaires
i239

Professionnels
et gestionnaires
i131

Bien nantis
(revenu familial 150 k\$ et plus)
i136

Forte concentration de
communautés culturelles
i184

Regardent peu les autres chaînes
i178
en soirée (A18+ universitaires)

unisTV

Foyer à
3+ personnes
i136

Familles
avec jeunes enfants
i140

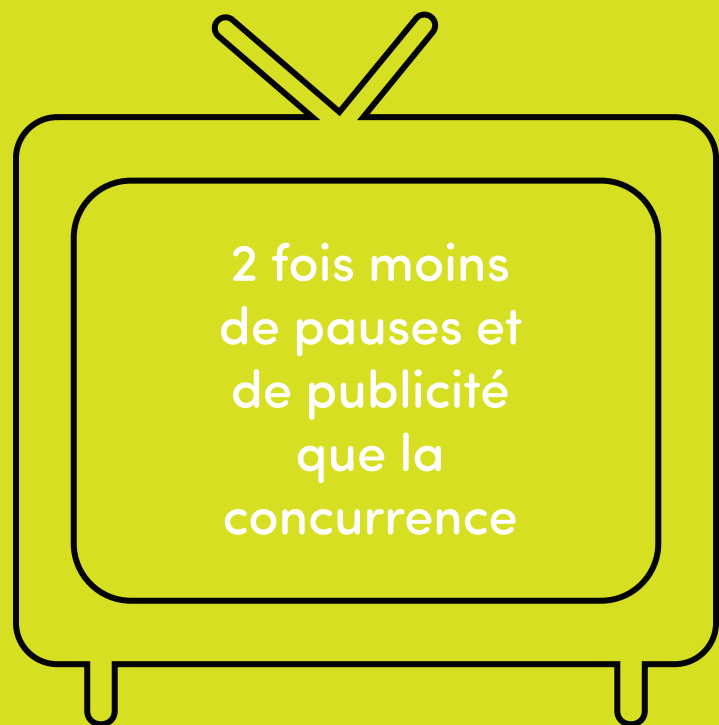
Jeunes professionnels
i124

Bien nantis
(revenu familial 150 k\$ et plus)
i115

A25-54 :
42 % de l'auditoire
i168

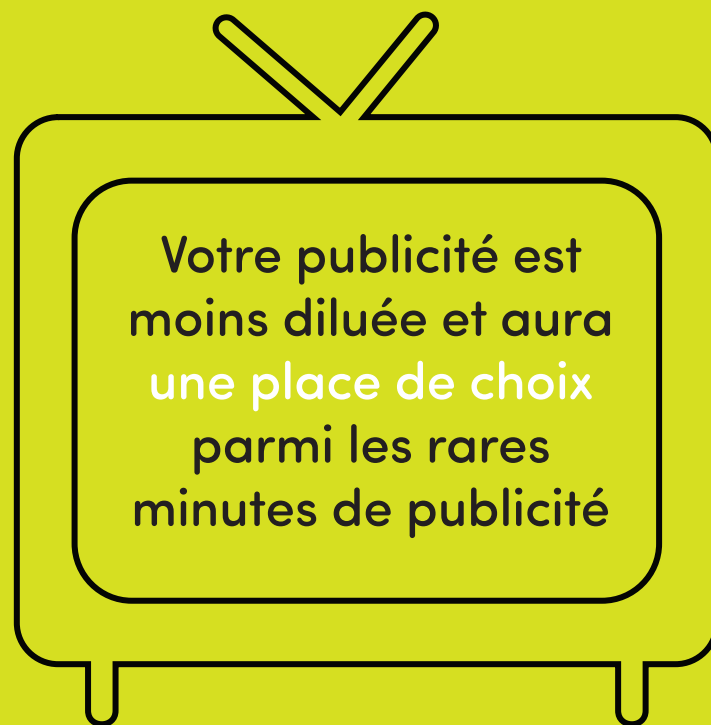
A18-49 :
38 % de l'auditoire
i176

Un environnement où vos publicités se démarquent



TV5

6 minutes/heures



univisTV

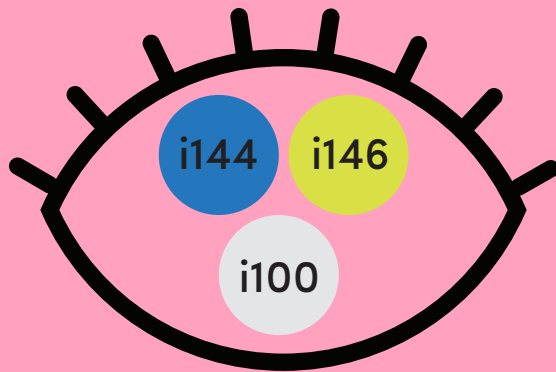
7 minutes/heures

Marché télé

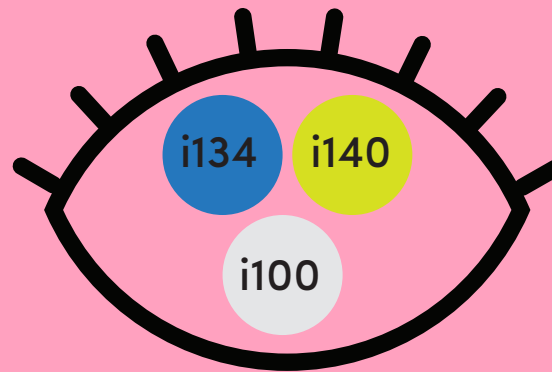
12 minutes/heures

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

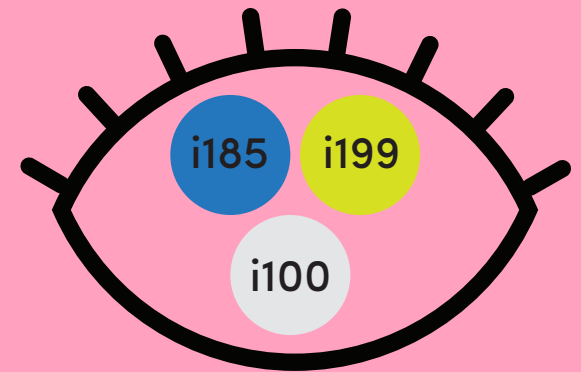
Perception de la publicité.



La publicité joue un rôle important en donnant de l'information au sujet des produits et services



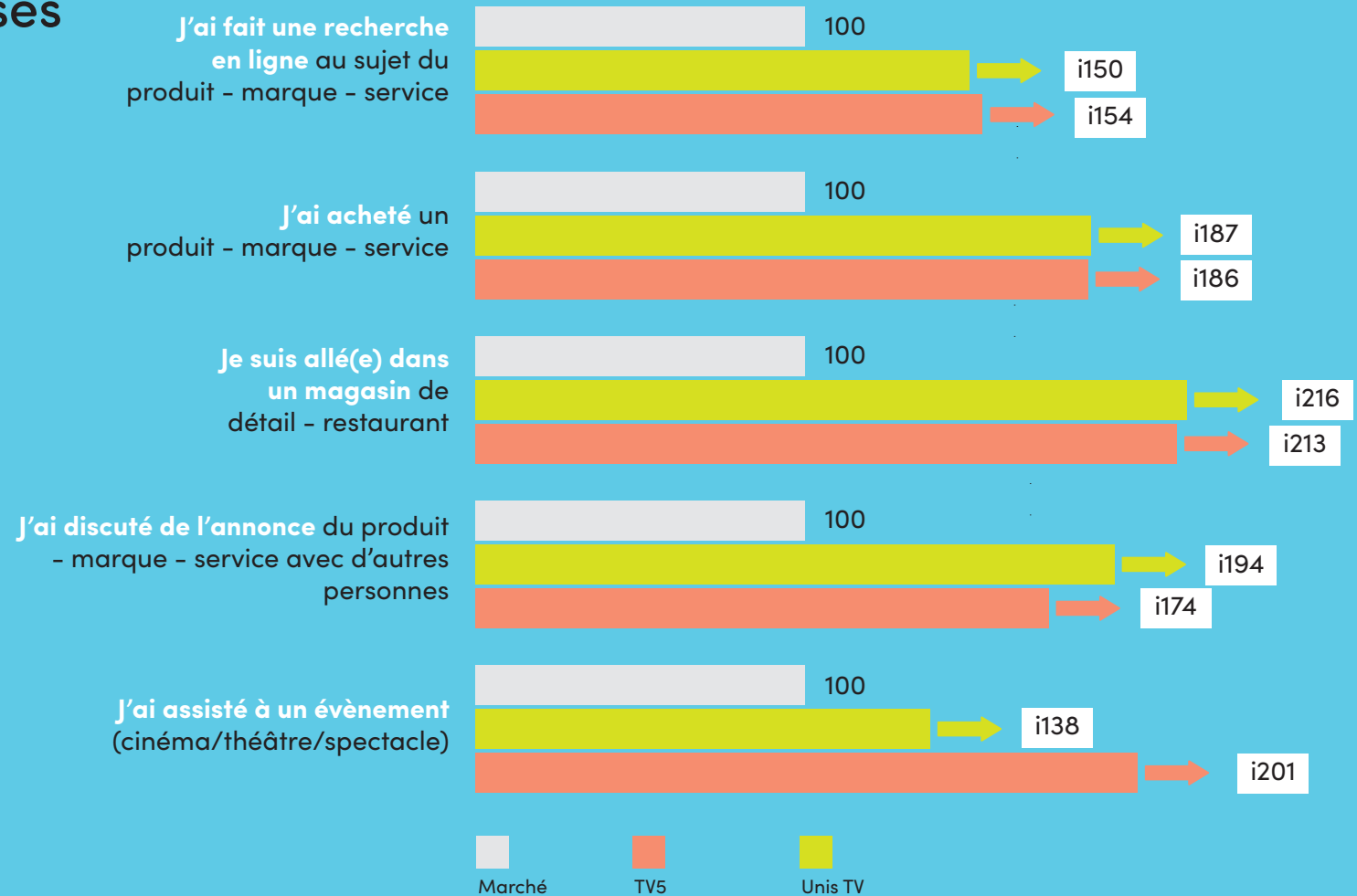
Je considère que la publicité est une bonne chose



La publicité influence mes décisions d'achat

Un environnement où vos publicités se transforment en actions

Actions entreprises après avoir vu une publicité.



Des téléspectateurs friands de tourisme local

La belle vie

Utilisent un site Web pour réserver ou planifier un voyage de vacances. **i137**

Planifient dépenser 2 000 \$ + pour leur prochain voyage au Canada. **i122**

Destinations visitées	Types de voyage
Québec i134	Avec enfants i207
Provinces de l'Atlantique i144	Culinaire, gastronomique i127
	Plein air, écotourisme i136
	En véhicule récréatif ou caravane i198

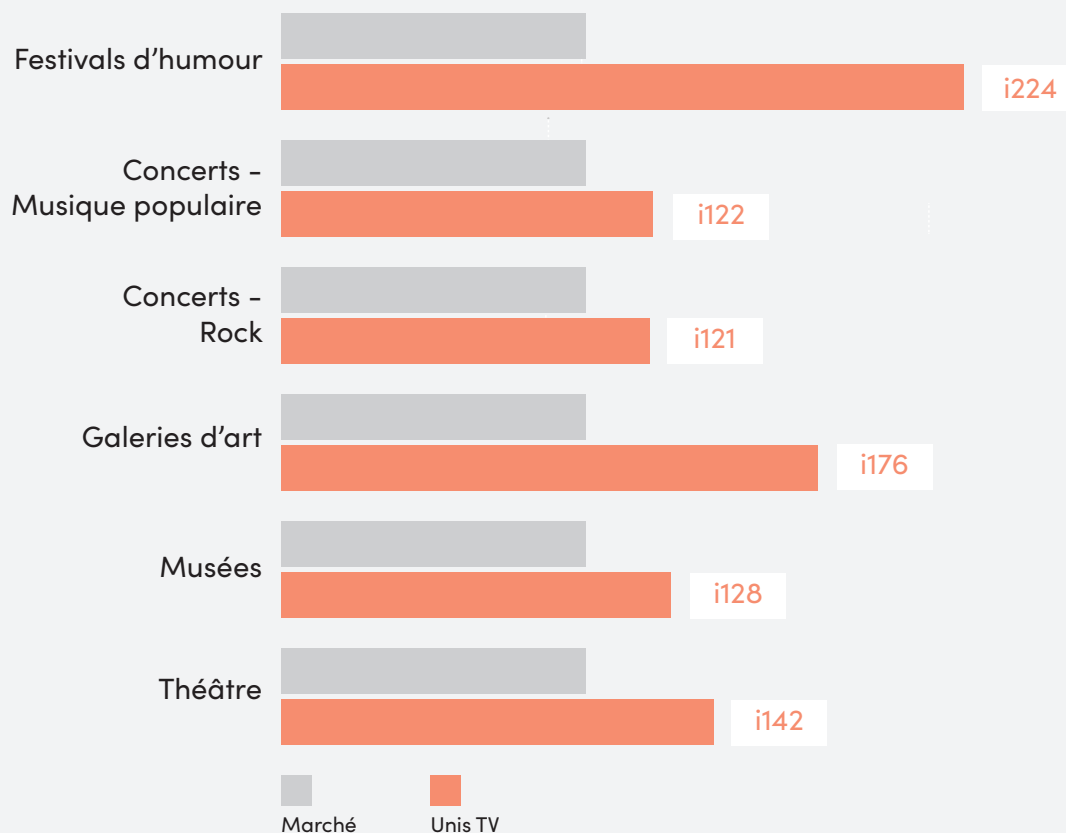
Source : Vividata, Aut.2020, Qc. Pop. franco; A25-54, F25-54



Un auditoire qui aime se divertir

Ça fait la job

A assisté à un évènement culturel **après avoir vu la publicité à la télévision. i174**



Source : Vividata, Aut.2020, Qc. Pop. franco; A18-34, A25-54, F25-54, 3-9 fois, 1-2 fois par année



Un auditoire de cinéphiles qui apprécie une grande variété de types de film

Cinéma

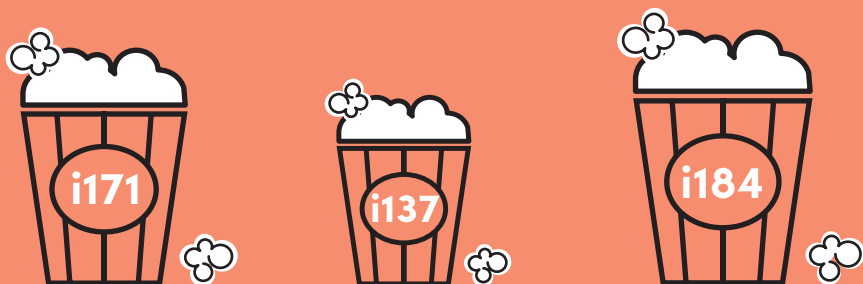
A vu 1 film ou plus en salle au cours des 12 derniers mois. i145



Étranger

Horreur

Dessins animés



Drame

Comédie

Famille - enfants

Source : Vividata, Aut.2020, Qc. Pop. franco; A18+, A18-34, A25-54, F25-54



Une consommation écoresponsable

C'est plus qu'un jardin

Je recherche les
boissons biologiques i147

Je juge que ça vaut la peine de
payer plus cher pour du bio **i141**

Je suis prêt(e) à payer plus cher
pour un **produit de qualité i130**

J'achète des produits en vrac
afin de **limiter le suremballage i130**

Je serais prêt(e) à payer plus cher pour des
produits qui ont été fabriqués et emballés dans le
respect de l'environnement i114

Je fais de mon mieux pour acheter de manière
éthique et responsable i119

Je fais des achats dans les magasins
d'alimentation naturelle i112

Un auditoire qui aime les animaux

Les diplômés Mira 2

Compte adopter **un nouvel animal** domestique dans les 12 prochains mois. **i141**

Plus de **50 %** de notre auditoire est **propriétaire d'un animal domestique**. **i128**

≥ 7 kg de nourriture pour chien **i198**

≥ 10 biscuits ou gâteries pour chien **i115**

Nourriture pour chat premium **i118**

Nourriture pour chat régulière **i152**

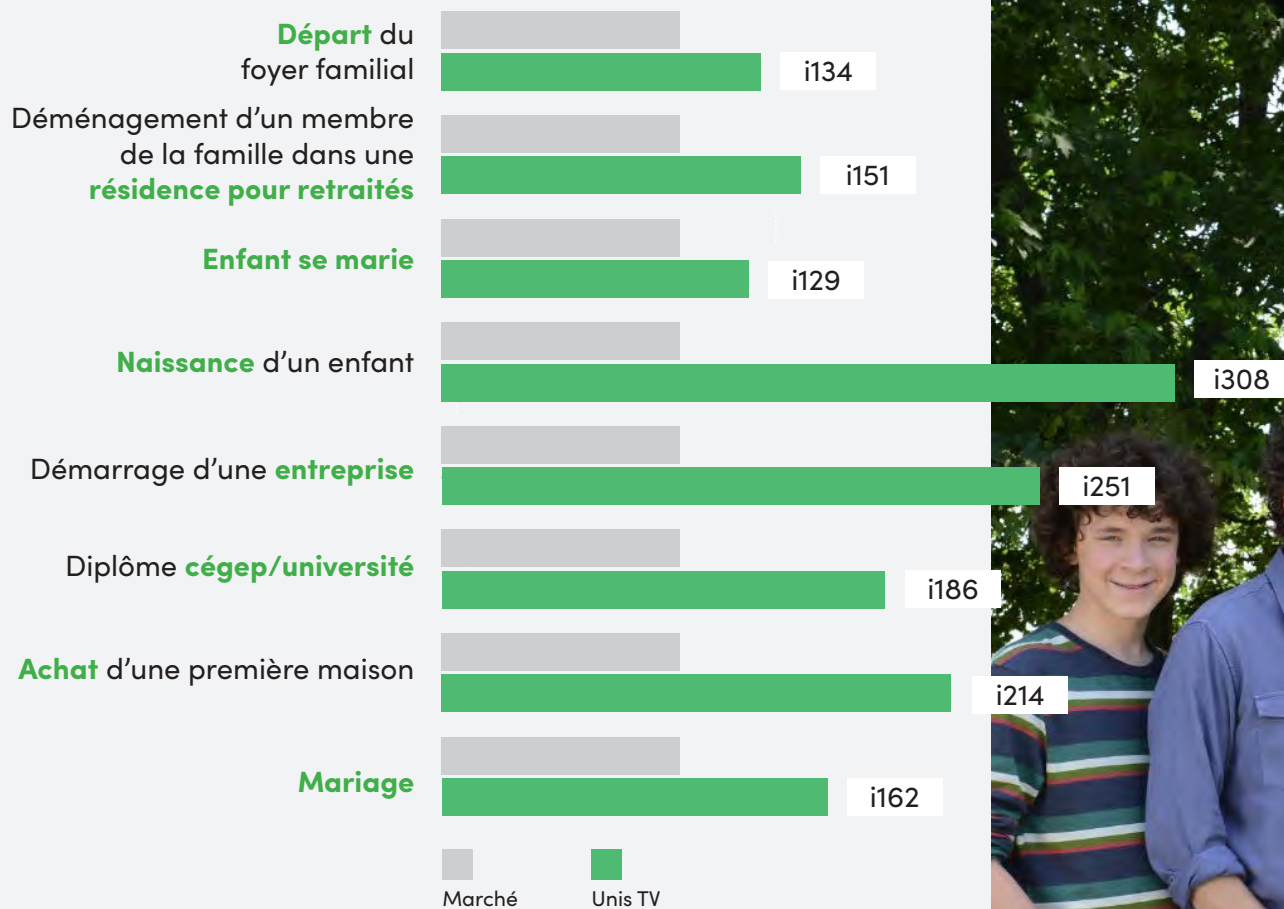
Source : Vividata, Aut.2020, Qc. Pop. franco; A18-34, F25-54



Un auditoire avec des projets

Les Parent

Dans les 12 prochains mois, ils prévoient :



Source : Vividata, Aut.2020, Qc. Pop. franco; A18-34, A25-54



Dossier : véhicule

À pleins gaz



Prochain véhicule
probablement
électrique



Prochain véhicule
probablement
hybride



Un membre
du ménage
possède une **moto**



Financement par
la **banque**

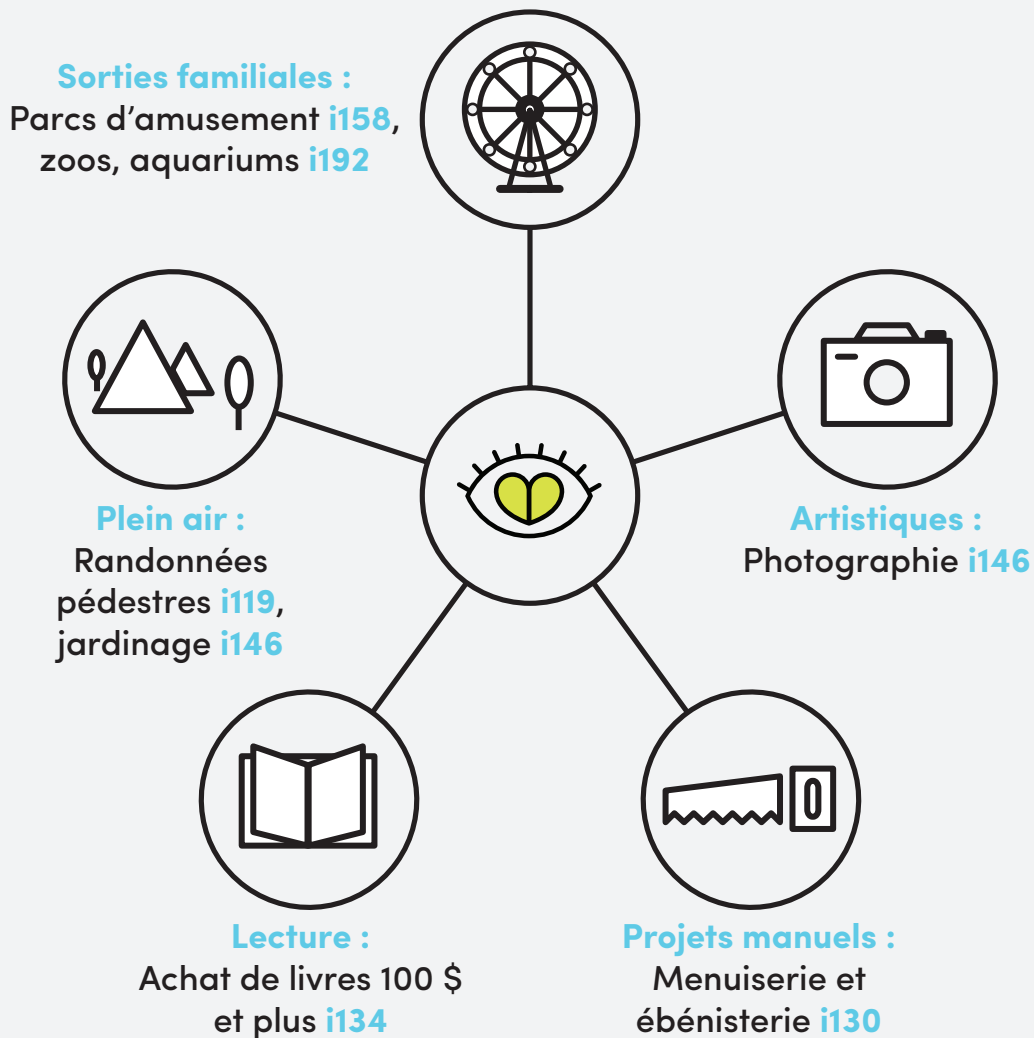


Prochain véhicule
probablement
d'**occasion** provenant
d'un **concessionnaire**



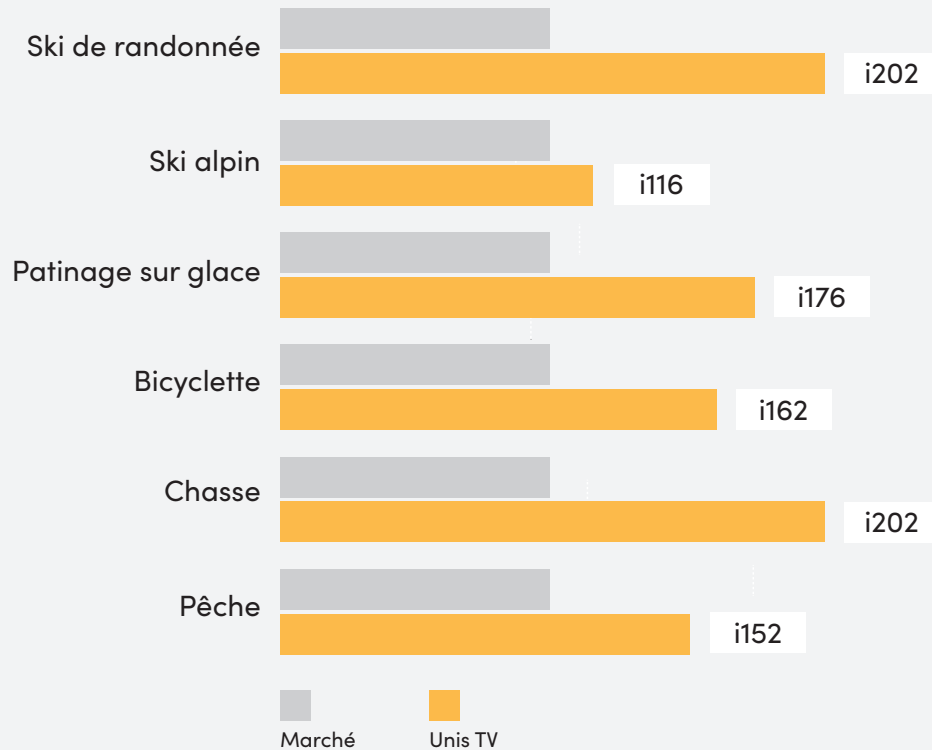
Des amateurs de loisirs variés

50 façons de tuer sa mère



Des amateurs de sports qui dépensent

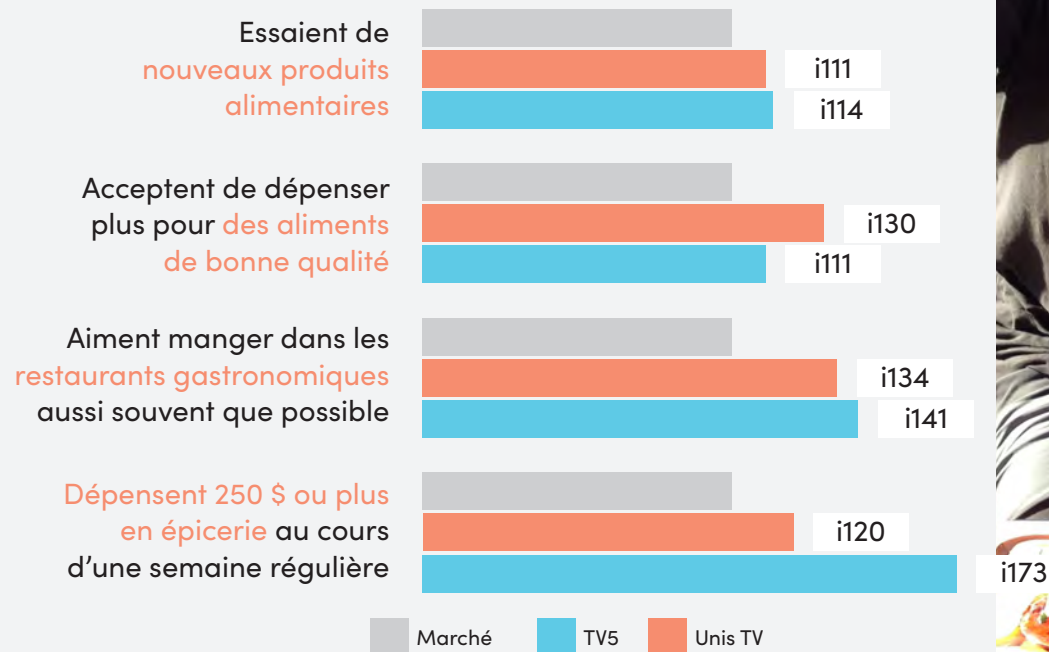
Pour pratiquer toutes ces activités, ils dépensent entre **500 \$ et 1 000 \$ pour des vêtements de sport. i187**



Des épicuriens

Bouffe en cavale

Grands adeptes de vin, les téléspectateurs des deux chaînes surindexent dans la consommation de vins provenant de 11 des 13 pays (incluant les vins canadiens).



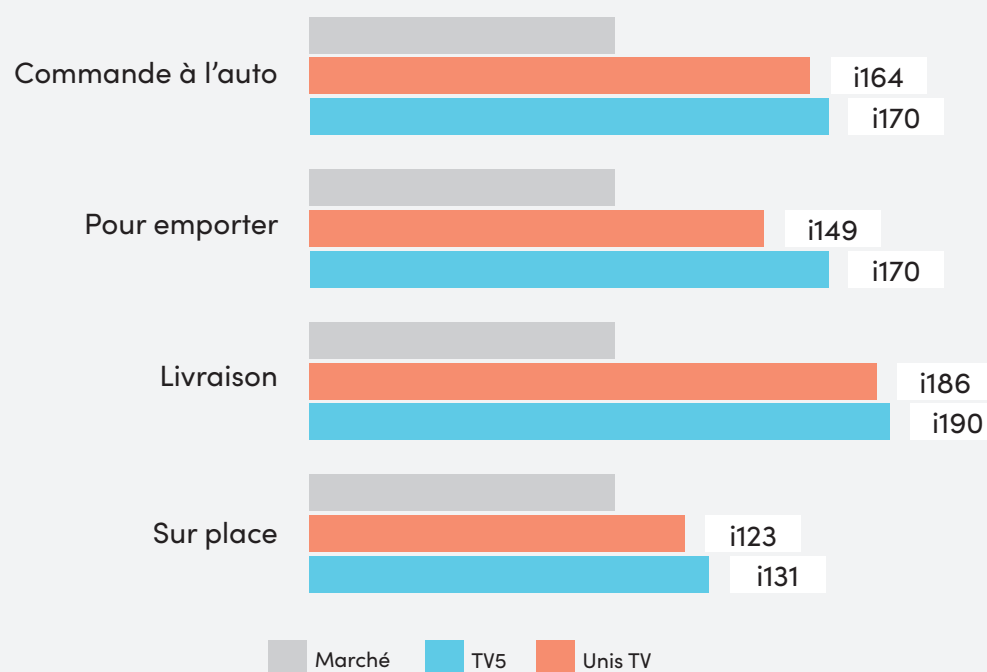
Source : Vividata, Aut.2020, Qc.
Pop. franco; A25-54, F25-54



Grands adeptes de restaurants

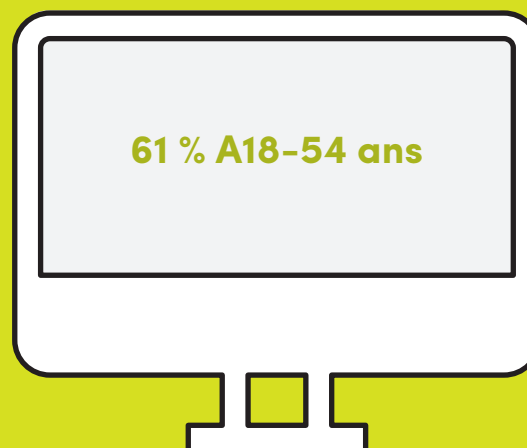
Sel et diesel

Ensemble, les A25-54 des deux chaînes surindexent sur 26 des 28 types de restaurants (incluant les services rapides).



Parce que les épicuriens peuvent aussi vouloir manger ce que les autres cuisinent !

Un environnement numérique francophone de qualité supérieure pour des utilisateurs exigeants.



Plateforme 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.

Produits offerts

- Publicité vidéo non-désactivable
- Billboard (statique ou animé)
- Bandeau sur vidéo
- Commandite d'émission avec lien vers votre site
- Commandite de collection thématique personnalisée

The screenshot displays a digital advertising platform interface. At the top, there is a large banner advertisement for 'Le Jour des 50' (The Day of 50) with a word cloud and the text: 'LE 22 AVRIL ET TOUS LES AUTRES JOURS, CHANGEONS NOS HABITUDES POUR UN AVENIR PLUS LUMINEUX.' Below the banner, a section titled 'SÉRIES À VOIR EN RAFALE →' (Series to watch in a row) features five video thumbnails: 'LES NEWBIES', 'FILE D'ATTENTE NOUVELLE SAISON', 'LES FLEURISTES', 'JENNY', and 'POLY'. Below this, a section titled 'LES COUPS DE COEUR DE MONDOU MONDE ANIMAL' (Mon Dou's Animal World Favorites) features five video thumbnails: 'LES SUPER POUVOIRS DU LAPIN', 'L'ACADÉMIE MIRA', 'LES DERNIÈRES GIRAFFES', 'UNE VIE DE CHIEN', and 'TIGRES'. The interface is clean and modern, with a dark background and light-colored text and images.

Une communauté engagée

Les téléspectateurs d'Unis TV sont les plus engagés du marché des chaînes spécialisées de divertissement.

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

 FACEBOOK

50 000 abonnés

Taux d'engagement :
4 %

245 000 de portée moyenne

73 % A18-54 ans

 INFOLETTRE

8 500 abonnés

Taux d'ouverture moyen :
32,8 %

Taux de clic : 12,8 %

 INSTAGRAM

5 000 abonnés

Taux d'engagement :
2,5 % A18-54 ans

89 % A18-54 ans

Sources : Numéris QcFranco A18+ universitaire,
31 août 2020 au 7 mars 2021

unisTV

MONDE DURABLE Citoyen 2.0



Partout au pays, des citoyens travaillent à créer un monde plus juste et durable. Ils repensent nos façons de collaborer, de nous éduquer, de consommer... Découvrez leurs initiatives inspirantes qui démontrent qu'un petit geste peut parfois mener à de grands changements. [Voyez tous les épisodes en ligne.](#)



unisTV Unis TV
@unisTV - Chaîne de télévision

Regarder la vidéo

Accueil À propos Vidéos Notes Plus

Créer une publication

À propos

Unis TV est une chaîne humaine et authentique. Elle est portée de sang et fait vivre des émotions en racontant les histoires gens inspirants de chez nous.

Des émissions aux couleurs d'ici, des émissions qui ont marqué, des émissions pour les grands et les plus petits. La nouvelle chaîne Unis offre une pro... Afficher la suite

51 316 personnes aiment ça, dont 26 de vos amis

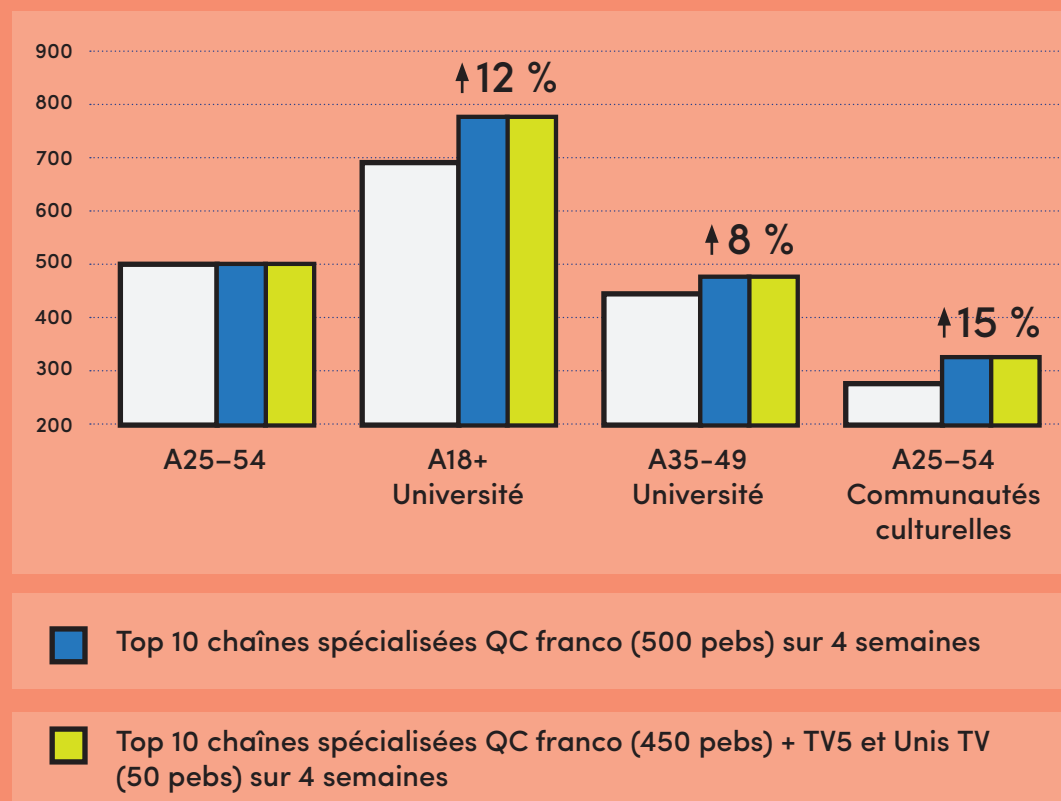
PUBLICATION ÉRIGÉE

Unis TV 10 avril, 10:00 - 10

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 (sans augmenter l'investissement).

Gains en poids publicitaire en ajoutant TV5 et Unis TV dans vos campagnes



Source : Numeris, Sondages TV, campagne d'une durée de 4 semaines : 11 janvier au 7 février 2021, Montréal franco., A25-54 ans, A18+ Universitaires, A35-49 ans Universitaires et A25-54 ans-communauté culturelle (première langue apprise, toutes autres langues que le français et l'anglais). 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 11 janvier au 7 février 2021 : RDS (5,7%), LCN (4,8%), RDI (3,0%), TVA Sports (2,4%), Séries+ (1,9%), addikTV (1,6%), Casa (1,5%), Canal D (1,4%), Prise 2 (1,4%) et Historia (1,4%). 500 Pebs distribués au prorata des parts de marché, 60% Daytime, 40% prime-time. Ajout de 30Peb pour TV5 et 20 pebs pour Unis TV.

Contactez-nous!

Équipe TV5 Québec Canada

Marie-Claude Fournier
Cheffe 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

Yanick Cole
Robert Cole Média
Ventes nationales télévision
514 823-4588
yanick@robertcolemédia.com

Guillaume Bédard
MediaTonik
Ventes nationales numériques
514 892-7725
guillaume@mediatonik.ca

TV5EspacePub.ca