

The image features two overlapping circles. The left circle is dark blue and contains the text 'TV5' in white. The right circle is light teal and contains the text 'unisTV' in white. The overlapping area between the two circles is a bright orange color.

TV5 unisTV

**LÀ OÙ NOS CHEMINS
SE CROISENT**

PORTRAIT DE NOS CHAÎNES

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

| | TV5 | unisTV |
|-----------------------------|---|---|
| Portée hebdomadaire moyenne | 1,2 million | 1 million |
| Pointe d'auditoire | Jusqu'à 144 000 téléspectateurs | Jusqu'à 136 000 téléspectateurs |
| Notoriété | Connue mondialement, la chaîne atteint 97 % au Québec | La chaîne atteint 91 % au Québec |
| Femmes / Hommes | 46 % 54 % | 53 % 47 % |

Source: Numeris, Québec franco, du 29 août 2022 au 1er avril 2023, Lu-di 2a-2a.

TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

PORTRAIT DE NOS TÉLÉSPECTATEURS

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

Source : Numeris, Québec franco, du 29 août 2022 au 1^{er} avril 2023, Lu-di 2a-2a. Basé sur l'auditoire moyen minute. / Vividata, Hiver 2022, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A25-54

| TV5 | | unisTV | |
|--|------|--|------|
| Foyer de 1 à 2 personnes | | Foyer à 3+ personnes | i133 |
| Habitent la grande région de Montréal | i209 | Familles | i188 |
| Universitaires | i209 | PCP (professionnels, cadres, propriétaires...) | i162 |
| Revenu familial 100 000 \$ et plus | i135 | Revenu familial 100 000 \$ et plus | i143 |
| Forte concentration de communautés culturelles | i141 | A25-54: 51,1 % de l'auditoire | i187 |
| Regardent peu les autres chaînes en soirée | | Top 3 des plus fortes concentrations d'A18-49 | |

TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

VOS PUBLICITÉS SE DÉMARQUENT

Presque

2X
moins

de pauses/publicité
que la concurrence

Votre publicité est
moins diluée et aura

**une place
de choix**

parmi les rares 7 minutes
de publicité par heure

TV5

7 minutes/heure

unisTV

8 minutes/heure

Marché télé

12 minutes/heure

TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

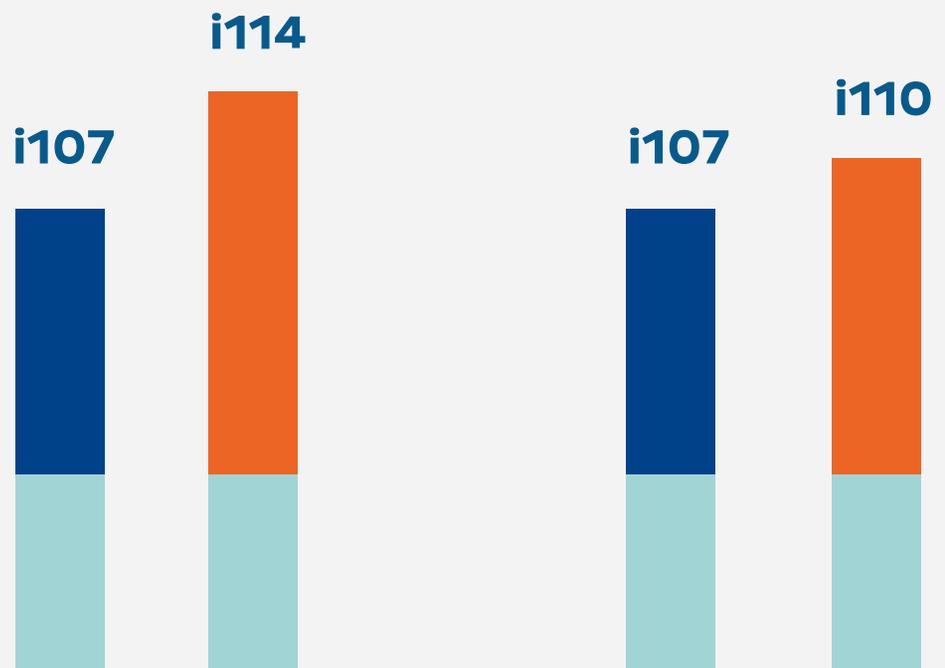
PERCEPTION DE LA PUBLICITÉ

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

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

- Marché
- TV5
- Unis TV



Source: Vividata, Hiver 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-54



TV5

**PROFIL D'AUDITOIRE :
TÉLÉVISION**

ACTIONS ENTREPRISES APRÈS AVOIR VU UNE PUBLICITÉ

Un environnement où vos publicités se transforment en actions



J'ai visité le site de l'annonceur
i138



**J'ai discuté de l'annonce
du produit / marque/service
avec d'autres personnes**
i137



**J'ai recommandé le produit /
marque / service**
i127



Source: Vividata, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-54

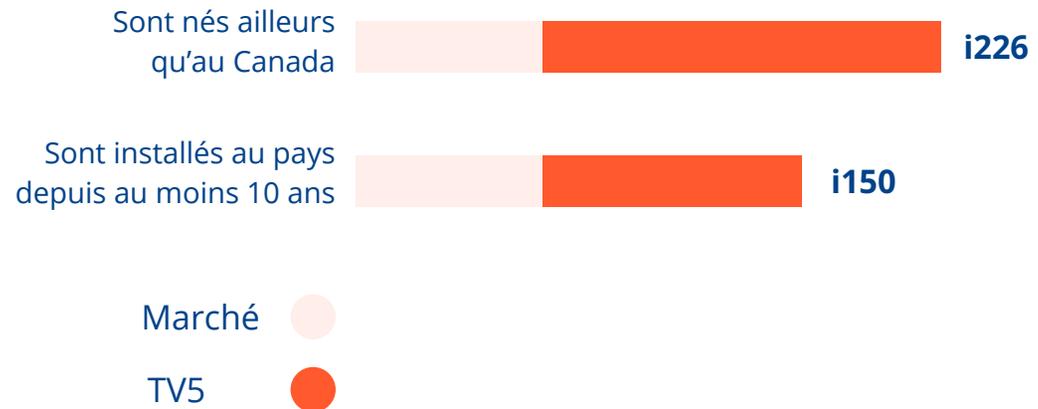
TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT



COMMUNAUTÉS CULTURELLES

Les nouveaux arrivants représentent un grand potentiel pour les annonceurs qui cherchent à étendre leur marché et à fidéliser de nouveaux consommateurs.




 TV5 est la chaîne avec **LA** plus forte concentration de **communautés culturelles**.

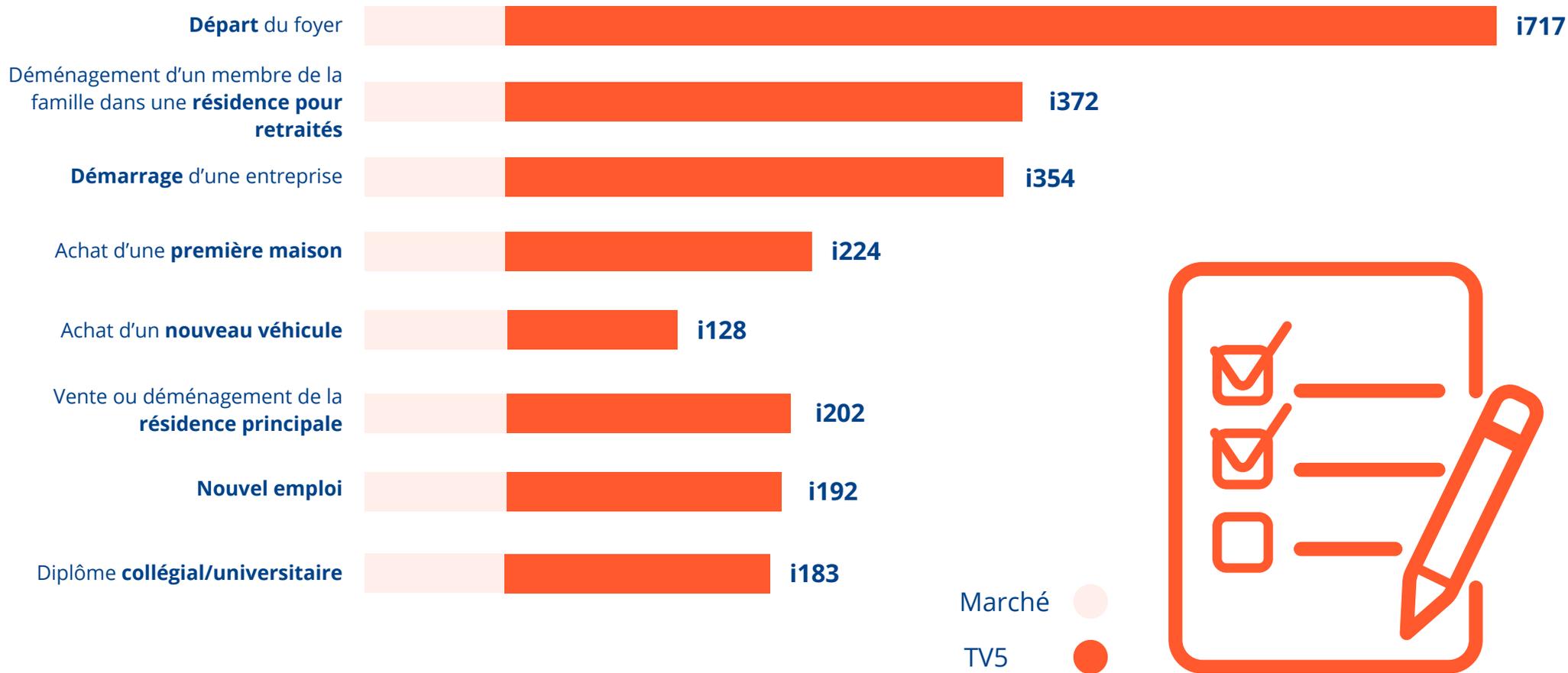
Source : Vividata, Hiver-Printemps 2022, Automne 2022, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A25-54



UN AUDITOIRE AVEC DES PROJETS



Dans les 12 prochains mois, ils prévoient :



Source : Vividata, Printemps 2022, Automne 2022, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18+, A18-34, A18-49, A25-49, A25-54



LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UNE CONSOMMATION ÉCORESPONSABLE

Un auditoire sensible à l'environnement



Est très **préoccupé(e)** par les effets de la pollution sur notre **planète**



Est prêt(e) à faire des **compromis** dans son style de vie si c'est **mieux pour l'environnement**



Achète des produits en vrac afin d'**éviter le suremballage**



Juge que ça vaut la peine de **payer plus cher pour du bio**



Fait de son mieux pour acheter de manière **éthique et responsable**



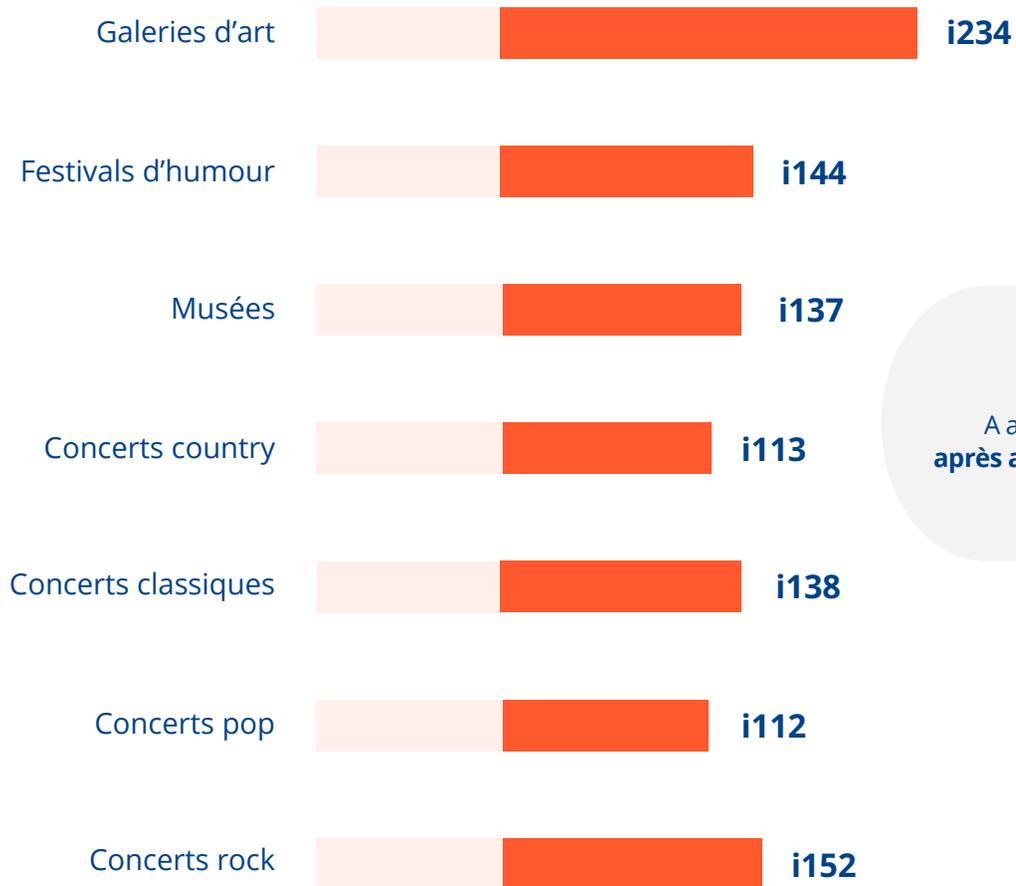
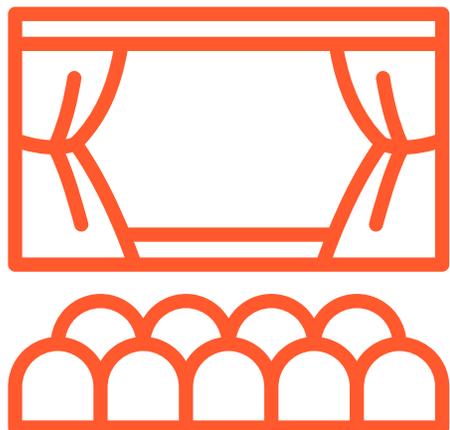
S'efforce de **recycler**



Marché 
TV5 

Source : Vividata, Automne 2022, Hiver 2023, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, F25-54

UN AUDITOIRE QUI AIME SE DIVERTIR



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

i161

Marché 
TV5 

Source : Vividata, Automne 2022, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, A18-49, A25-54, F25-54

UN AUDITOIRE QUI VOYAGE



Planifient un **voyage en avion** au cours des 12 prochains mois

i137



Budget prévu prochain voyage : **3 000 \$ et plus**

i143

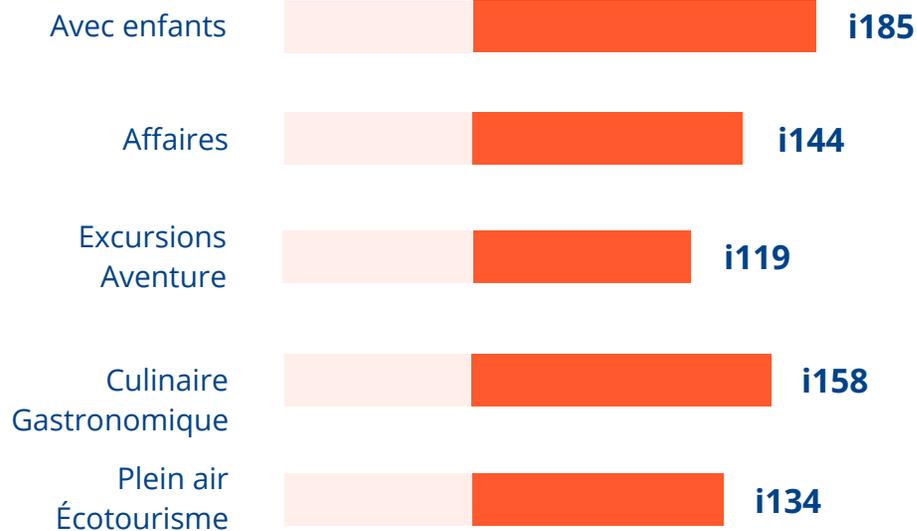
Durant leurs voyages, les téléspectateurs de TV5 optent pour des activités sportives.



Au Canada
i110



À l'international
i140



Marché 
TV5 

Source : Vividata, Printemps 2022, Automne 2022, Hiver 2023, Automne 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, A18-49, A25-54, F25-54

TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UN AUDITOIRE AMATEUR DE SPORT, PLEIN AIR ET CUISINE



\$
Ils **dépensent 1 000 \$ et plus** en équipements et vêtements de sport
i189

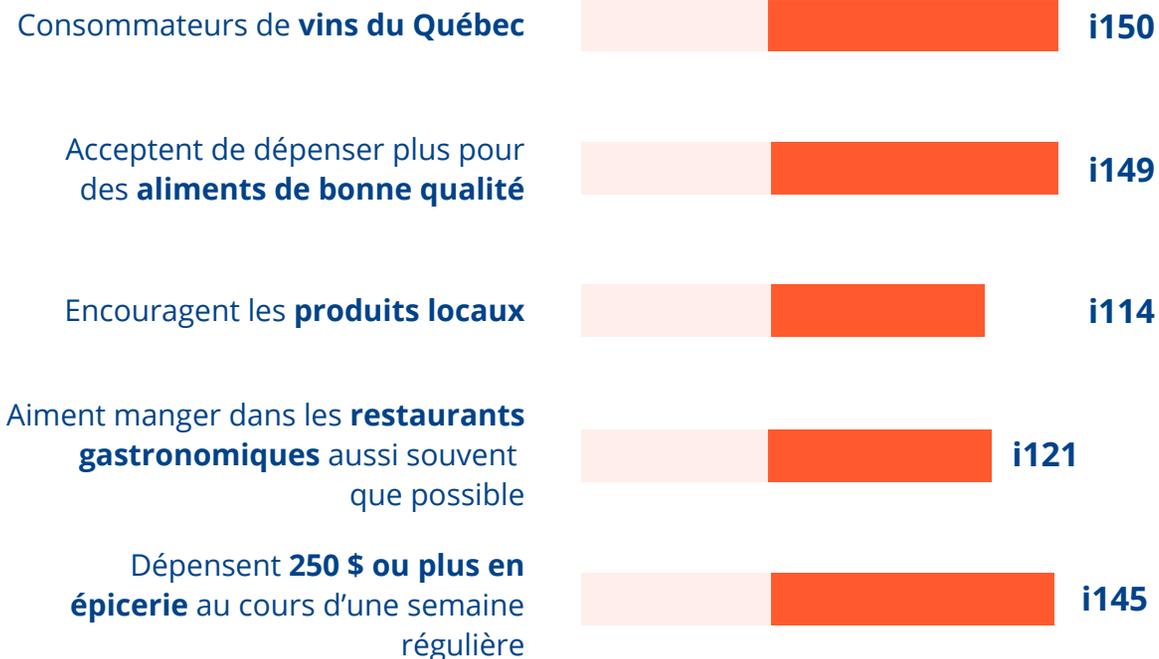
Marché 
TV5 

Source : Vividata, Automne 2022, Hiver 2022, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18+, A18-34, A25-54, F25-54



LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UN AUDITOIRE D'ÉPICURIENS FERVENTS D'ACHAT LOCAL



Marché 
TV5 

Source : Vividata, Automne 2022, Automne 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, A25-54, F25-54



PROFIL D'AUDITOIRE : TÉLÉVISION

ACTIONS ENTREPRISES APRÈS AVOIR VU UNE PUBLICITÉ

Un environnement où vos publicités se transforment en actions



**J'ai visité le site de
l'annonceur i162**



**J'ai acheté un produit /
marque / service
i191**



**Je suis allé(e)
dans un magasin de
détail / restaurant
i160**



**Je suis allé(e)
dans un magasin de
détail / restaurant
i160**



**J'ai discuté de l'annonce
du produit / marque/service
avec d'autres personnes
i171**



Source: Vividata, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-54

Source: Vividata, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-54

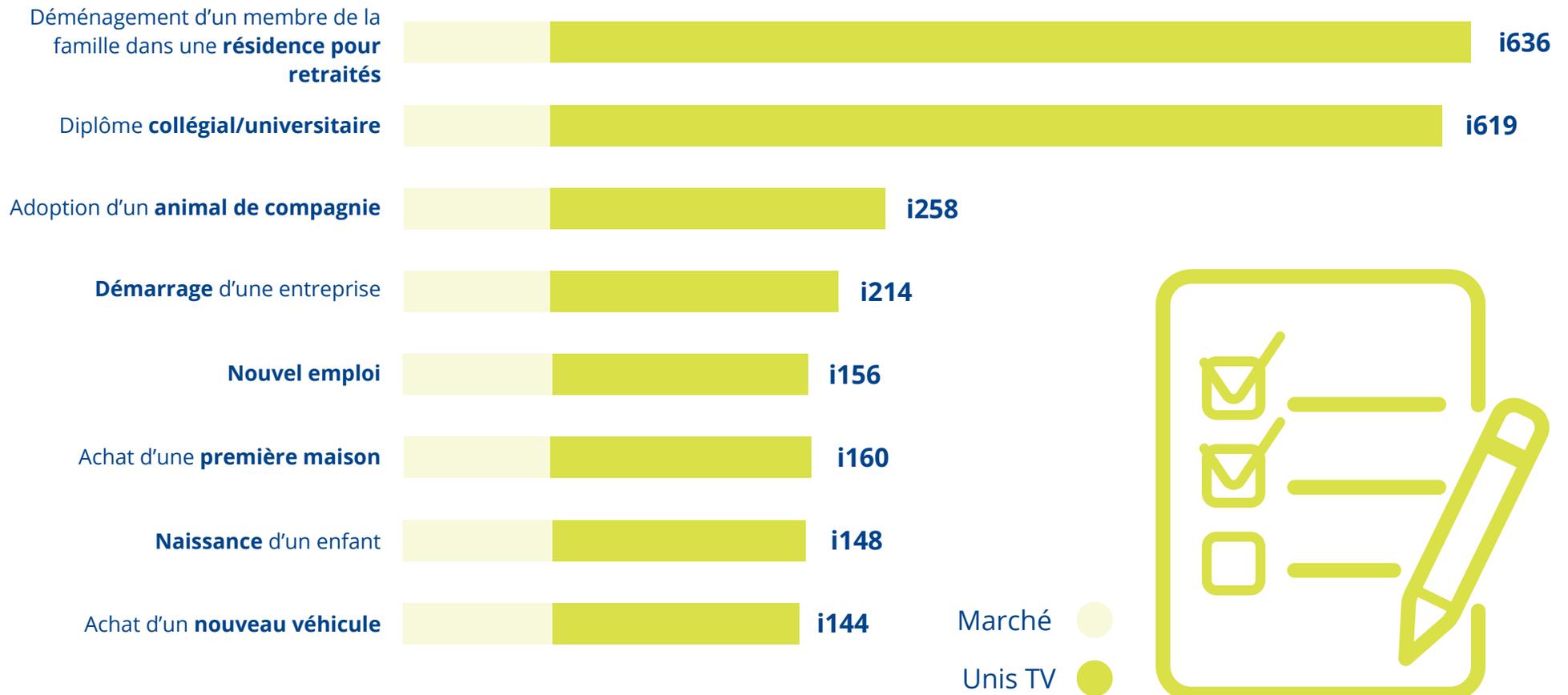


LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UN AUDITOIRE AVEC DES PROJETS



Dans les 12 prochains mois, ils prévoient :



Source : Vividata, Printemps 2022, Automne 2022, Printemps 2023 , Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18+, A18-34, A18-49, A25-54, F25-54

UNE CONSOMMATION ÉCORESPONSABLE

Un auditoire sensible à l'environnement



Est prêt(e) à faire des **compromis** dans son style de vie si c'est **mieux pour l'environnement**



Juge que ça vaut la peine de **payer plus cher pour du bio**



Fait de son mieux pour acheter de manière **éthique et responsable**



Achète des produits en vrac afin d'**éviter le suremballage**



S'efforce de **recycler**



Marché

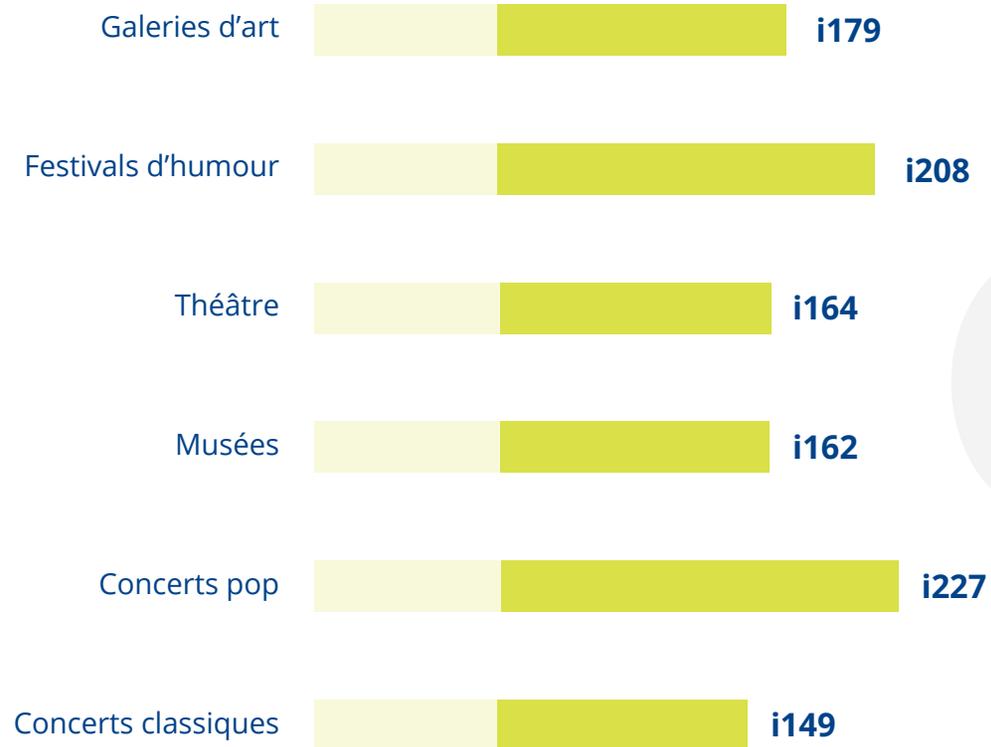
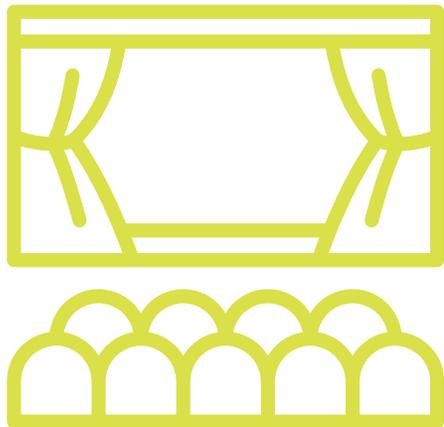
Unis TV

Source : Vividata, Hiver 2023, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, A25-54, F25-54



LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UN AUDITOIRE QUI AIME SE DIVERTIR



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

i161

Marché

Unis TV

Source : Vividata, Automne 2022, Hiver 2023, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18-34, A18-49, A25-54

UN AUDITOIRE FRIAND DE TOURISME LOCAL



Utilisent un site Web pour réserver ou planifier un voyage de vacances

i200



Budget prévu prochain voyage : **2 000 \$ et plus**

i189



Futures destinations :



Québec

i148



Ontario

i191

Plein air
Écotourisme



Avec enfants



Culinaire
Gastronomique



Voyages sportifs locaux



Marché

Unis TV

Source : Vividata, Hiver 2022, Printemps 2022, Automne 2022, Automne 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18+, A18-34, A18-49, A25-54, F25-54

UN AUDITOIRE AMATEUR DE SPORT, PLEIN AIR ET JARDINAGE



Exercice à la maison  **i156**

Course à pied  **i215**

Randonnée pédestre  **i138**

Camping  **i140**

Jardinage  **i129**



Nos téléspectateurs pratiquent un sport ou font de l'exercice **au moins une fois par semaine**

i129



Ils **dépensent 1 000 \$ et plus** en équipements et vêtements de sport

i168

Marché 

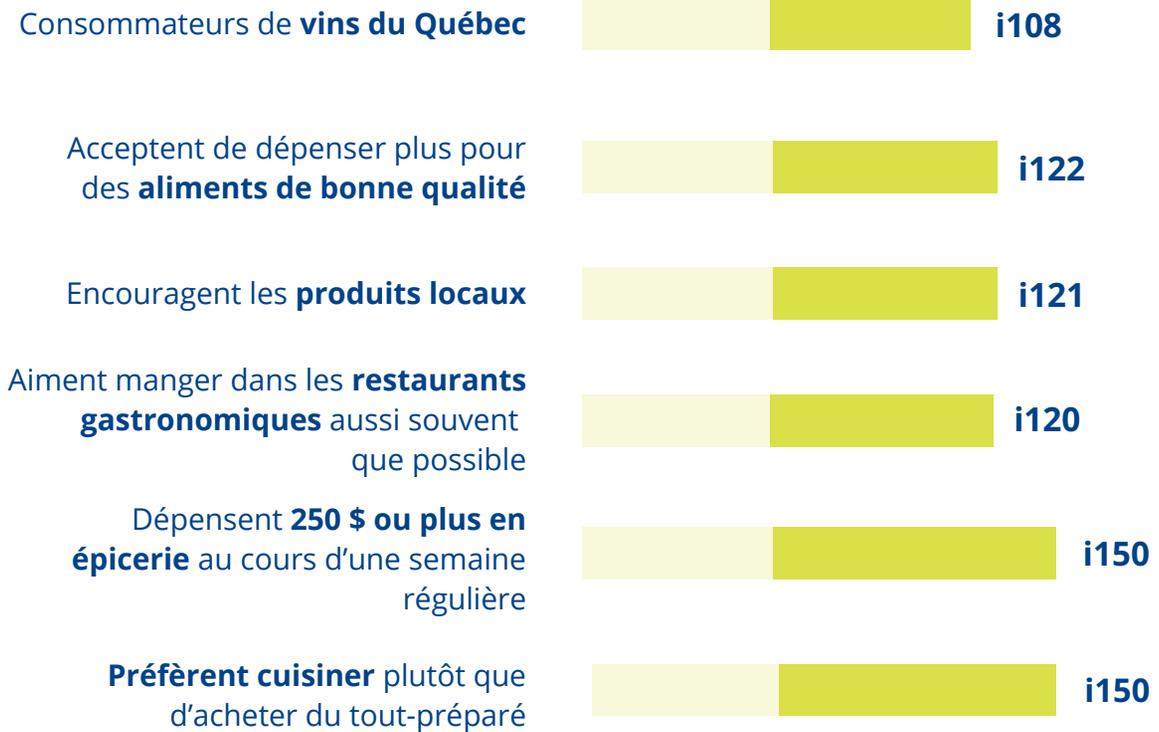
Unis TV 

Source : Vividata, Hiver 2022, Printemps 2022, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A25-54, F25-54

UN AUDITOIRE D'ÉPICURIENS QUI ACHÈTE LOCAL



Grands adeptes de vin, les téléspectateurs des deux chaînes surindexent dans la consommation de vins, y compris les vins canadiens !



Marché

Unis TV

Source : Vividata, Hiver 2022, Printemps 2022, Automne 2022, Printemps 2023, Qc. Pop. franco., pondération sur la population; A18+, A18-34, A25-54, F25-54



VOLET NUMÉRIQUE

tv5unis.ca

Une plateforme
de visionnement
où le contenu est
au premier plan



LE CONTENU AU PREMIER PLAN

Une plateforme peu encombrée de publicités.

Vos publicités se retrouvent dans :

- Un environnement épuré
- Un environnement crédible et pertinent
- Du contenu de qualité
- Un environnement 100 % francophone

 **>1,7 million**
pages vues par mois

 **352 000**
visionnement par mois

 **29 min**
durée moyenne
de visionnement

 **190 000**
visiteurs uniques
par mois

 **>433 500**
sessions par mois

 **>1 800h**
contenu vidéo disponible



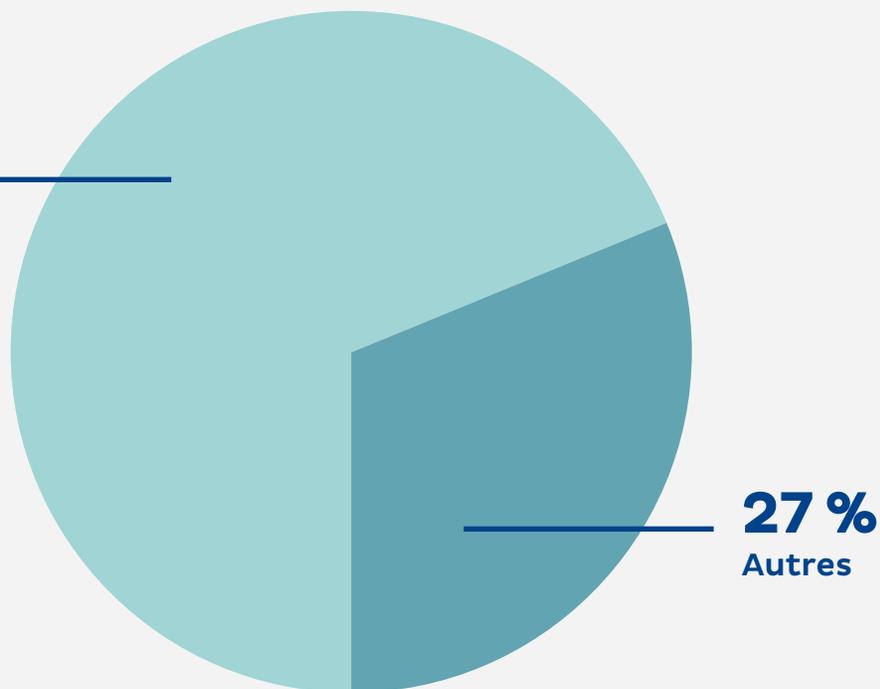
Source: Google Analytics/Piano Analytics du 1 septembre 2022 au 22 mars 2023

PLATEFORME NUMÉRIQUE

Profil d'utilisateur équilibré

Femmes **52 %**
Hommes **48 %**

73 %
de nos utilisateurs ont entre
18 et 54 ans



D'où viennent les utilisateurs ?

Québec **83 %**

Ontario **9 %**

Nouveau-Brunswick **3 %**

Colombie-Britannique **2 %**

Alberta **1 %**

Autres **2 %**

Source : Google Analytics/Piano Analytics du 1 septembre 2022 au 22 mars 2023

PLATEFORME NUMÉRIQUE

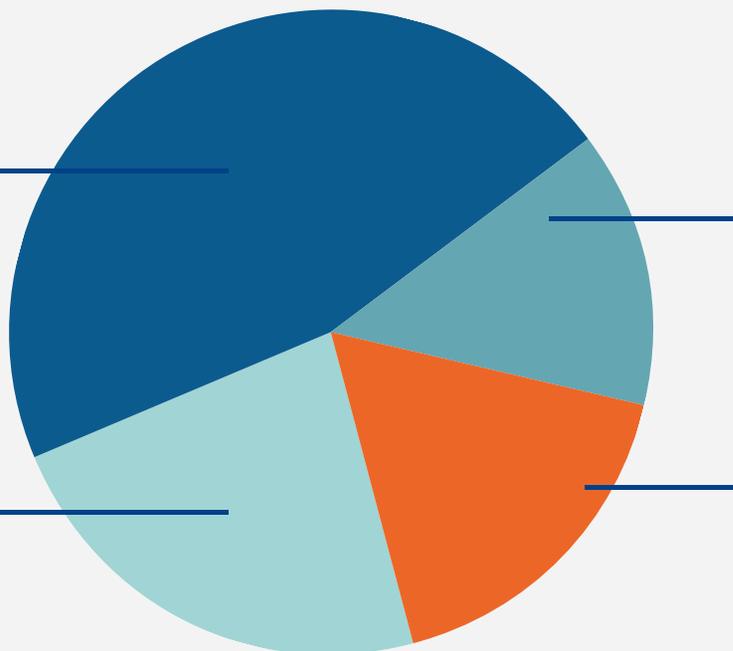
Des utilisateurs (Web et apps)



46 %
Ordinateur
de bureau



23 %
Téléphone
mobile



14 %
TV



17 %
Tablette

Systèmes d'exploitation utilisés (Web et apps)

Android
27 %

Windows
24 %

iOS
22 %

macOS
17 %

Autres
3 %



Source : Google Analytics/Piano Analytics du 1 septembre 2022 au 22 mars 2023

TV5 unisTV

LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

PLATEFORME NUMÉRIQUE

Top 5 thématiques



**Offre
cinéma**

>99 000
branchements
sur la période

73 %
18-54 ans



**Séries à voir
en rafale**

>650 000
branchements
sur la période

42 %
33-55 ans



**Périmètre des
fictions
policières**

>315 000
branchements
sur la période



**Séries
documentaires**

>75 000
branchements
sur la période

65 %
18-54 ans



**Voyager de
chez soi
(regroupement)**

>195 000
branchements
sur la période

46 %
25-44 ans

Source : Google Analytics/Piano Analytics du 1 septembre 2022 au 22 mars 2023

PLATEFORME NUMÉRIQUE

Formats publicitaires classiques

Pre-roll

Placement premium 10 s, 15 s, 30 s



Non désactivable

Taux d'achèvement moyen de **93%**

Marché **80%**

Maximum de 3 publicités par segment

Marché **1%**

Taux de clic moyen **1,8%**

Billboard

970 x 250



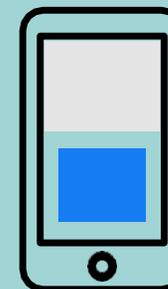
Intégrez vos marques à la page d'accueil, aux pages d'émissions et aux grilles horaires.

Une solution flexible et économique !

Taux de clic moyen **0,3%**

Big box sur mobile

300 x 250



Intégrez vos marques sur le mobile.

Taux de clic moyen **0,3%**

PLATEFORME NUMÉRIQUE



Commandite d'une collection thématique en page d'accueil

Logo du client sur la collection de contenus en page d'accueil

Pre-roll sur les contenus thématiques

Billboard sur la page de la collection thématique

Mise en évidence de la collection en haut de la page d'accueil pendant 1 semaine



*Durée de la commandite variable

Formats publicitaires d'impact

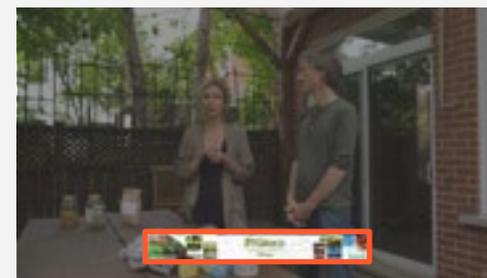


Bandeaux overlay sur vidéo

Durée fixe de 45 s

Non désactivable

Cliquable



* Desktop 728 x 90, tablette 480 x 70, mobile 300 x 30



Publicités sur pauses vidéo

Plein écran avec transparence sur pause vidéo



UNE COMMUNAUTÉ ENGAGÉE

Les téléspectateurs de TV5 sont les plus engagés du marché des chaînes spécialisées de divertissement.

Infolettre

79 000
abonnés

39 %
taux
d'ouverture

8,8 %
taux de clic



TV5



216 000
abonnés

77 %
de A18-54 ans



10 700
abonnés

80 %
de A18-54 ans



unisTV



58 000
abonnés

73 %
de A18-54 ans



6 600
abonnés



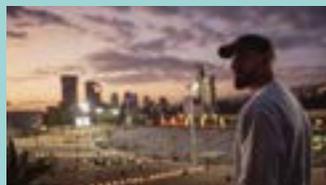
UN CONTENU DE QUALITÉ

NOUVEAUTÉS
TV5



Sous contrôle

Dans cette comédie politique, Léa Drucker incarne Marie Tessier, 45 ans, une directrice d'ONG nommée ministre des Affaires étrangères le jour où cinq Européens, dont deux Français, sont pris en otage au Sahel. En faisant de cette crise une affaire personnelle, Marie va franchir rapidement toutes les lignes rouges en s'efforçant de donner l'impression que tout est sous contrôle.



Demain l'Afrique

Raed Hammoud nous fait découvrir une grande ville d'Afrique en compagnie de quelques-uns des individus phares de la nouvelle génération qui l'habitent et l'animent. Il nous emmène à la rencontre de ces jeunes gens qui font une différence dans leur domaine respectif.



Le monde est à nu!

Série qui offre un regard sur les peuples du monde à travers le prisme de la nudité. À chaque épisode, l'animateur visite un pays différent et part à la rencontre de ses habitants afin de nous dévoiler le rapport qu'ils entretiennent individuellement et collectivement à la nudité.



La guerre des trônes : la véritable histoire de l'Europe Saison 6

Avec la participation exceptionnelle de Stéphane Plaza dans le rôle d'un révolutionnaire parisien, cette saison 6 de la « Guerre des Trônes » (1756-1788) éclaire l'une des périodes les plus tumultueuses de notre histoire grâce à des séquences de fiction en costumes et décors d'époque, enrichies de véritables dialogues historiques.



Mystères d'archives

Serge Viallet analyse les archives connues ou inédites des petites et grandes palpitations du 20^e siècle. Ces images et sons fourmillent d'informations invisibles au premier abord. Gros plans sur des détails, ralentis, révélations hors-champ : ces enquêtes captivantes apportent une nouvelle compréhension d'événements gravés dans nos mémoires.



La beauté autrement

Peut-on accepter une femme en chaise roulante dans un concours de beauté? Un homme peut-il être couronné roi du bal? À quoi ressemble un défilé en prison haute sécurité? Les concours traditionnels de beauté comportent des normes strictes, mais certains défient ces normes pour promouvoir la diversité et l'inclusion. Ces concours atypiques pourraient-ils changer notre perception de la beauté?

UN CONTENU DE QUALITÉ



RETOURS
TV5



Connexion sauvage

Dans « Connexion sauvage », la vétérinaire Claudia Gilbert sillonne le monde pour aller à la rencontre de ceux et celles qui ont développé une relation touchante et exceptionnelle avec des animaux sauvages.



Espèces d'ordures Saison 2

Dans dix des plus grandes villes des cinq continents, Frédéric Choinière met en lumière les initiatives les plus vertes, les plus innovatrices et les plus efficaces pour contrôler la prolifération des déchets.



Immigrant de souche Saison 2

Raed Hammoud sillonne le Québec pour aller à la rencontre d'immigrants qui ont fait le choix de s'établir en région. Ces individus remarquables nous racontent leur histoire et nous montrent comment ils contribuent à enrichir leur coin de pays.



Les 100 lieux qu'il faut voir Saison 7

Balades inoubliables en France, pour les amoureux de nature, les passionnés d'histoire et de vieilles pierres ou les gourmands à la recherche de produits authentiques.



Échappées belles

Trois animateurs proposent des rencontres, des reportages et des découvertes tout autour du globe. Le trio d'animateurs donne à voir, à connaître et à comprendre la culture d'un pays à travers ses habitants, son histoire et ses paysages.



Secrets d'Histoire

Présentée par Stéphane Bern, la série « Secrets d'Histoire » met en lumière la vie et le parcours parfois surprenant d'une personnalité qui a marqué l'Histoire, à l'aide de reportages, d'images d'archives et d'interventions de spécialistes.



Des racines et des ailes

Une émission consacrée au patrimoine, à l'histoire et à la connaissance, qui conjugue proximité et ouverture sur le monde. Les reportages font appel à des passionnés, professionnels de la culture ou acteurs de leur propre histoire.



En marge du monde Saison 3

L'artiste Samian va à la rencontre de gens qui ont choisi de vivre en marge du système social actuel ou qui ont adopté un mode de vie singulier.



LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT

UN CONTENU DE QUALITÉ

NOUVEAUTÉS
unisTV



FEM

Zav, un jeune musicien hyperpop de 16 ans, rêve de percer dans l'industrie de la musique. Depuis longtemps, Zav remet en question son identité de genre, mais intérieurement, puisqu'il craint les répercussions de ces questionnements sur ses relations avec sa famille et sa petite communauté franco-ontarienne. Sa quête musicale et sa vie en ligne lui permettent d'explorer anonymement sa féminité et d'exprimer sa dysphorie, mais sa deuxième vie ne pourra rester cachée éternellement.



Béliveau

Symbole de réussite, le gentleman du hockey, vedette, homme d'affaires, mari et père de famille était admiré et respecté de tous. Constamment sous pression, cette légende du hockey dotée d'une force de caractère hors du commun a su se relever de nombreuses blessures. Entre 1950 et 1971, la série revisite les moments charnières de la carrière de Jean Béliveau, ce héros national natif de Victoriaville.



De la terre à la table

Porté par son grand rêve de souveraineté alimentaire, Jean-Martin Fortier déménage ses pénates à Stanbridge East, dans les Cantons de l'Est, pour réaliser le projet le plus ambitieux de sa carrière : la création d'une table fermière sur les terres du Old Mill, véritable monument historique construit en 1849. Son but : créer un laboratoire de culture locale capable de subvenir entièrement aux besoins du restaurant, et ce, toute l'année durant. Parviendra-t-il à concrétiser un projet à la hauteur de ses ambitions?



Classe de chefs

Cette série documentaire d'observation de 10 épisodes pénètre à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie de Québec (ITHQ) en début d'année scolaire et accompagne les étudiants de trois cohortes durant leur parcours dans le programme Cuisine et gastronomie.

UN CONTENU DE QUALITÉ

RETOURS
unisTV



C'est plus qu'un jardin Saison 4

Nous retrouvons Édith Cochrane, Emmanuel Bilodeau et leur famille, alors qu'ils se lancent dans un nouveau projet et poursuivent leur quête vers l'autosuffisance!



La belle vie Saison 4

À bord de son van, Julien Roussin Côté sillonne le Canada à la rencontre de gens qui vivent pleinement tout en possédant moins. Des histoires inspirantes d'individus, de familles et de communautés qui ont fait le choix de vivre autrement.



Vie de vet Saison 2

« Vie de vet » suit le Dr Raymond Plasse et son équipe dans les journées folles d'un hôpital vétérinaire, où les petits bonheurs suivent les grands drames. La série nous présente une galerie de personnages colorés à deux et à quatre pattes!



Scoop Saison 4

Une lutte féroce oppose L'Express à son nouveau rival, Le Scoop. Les journalistes des deux quotidiens se lancent dans une impitoyable course aux meilleurs reportages.



Coeur de trucker Saison 2

La télé-réalité « Coeur de trucker » offre la chance à des camionneurs et camionneuses de rencontrer des célibataires qui n'ont pas peur de l'amour à distance! Ils et elle partent sur les routes du pays en quête de l'âme soeur.



Ça fait la job Saison 5

« Ça fait la job » est un jeu qui prouve qu'il est possible d'avoir du plaisir en travaillant! Chaque semaine, du lundi au jeudi, Samuel Chiasson reçoit trois artistes qui s'affrontent pour tester leurs connaissances de quatre métiers.



La guerre du web Saison 2

Jonathan Roberge reçoit deux personnalités qui s'affrontent dans un duel sympathique qui consiste à présenter leurs trouvailles faites sur le web. L'absurde et l'incroyable se côtoient dans cette compétition amicale et amusante!

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
Ventes locales et créativité média
514 522-5322, poste 122 • 514 710-2098
annie-claude.gauthier@tv5.ca

Guerline Brice
Coordonnatrice aux ventes
514 522-5322, poste 206
ventes-sales.tv5.unis@tv5.ca

Estelle Mottin
Coordonnatrice en créativité média
514 522-5322, poste 188
tv5unis.espacepub@tv5.ca

Clément Schluck
Coordonnateur aux ventes numériques
514 522-5322, poste 192
ventesnumeriques.tv5.unis@tv5.ca

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

Martin Déziel
MediaTonik
Ventes nationales numériques
514 929-4458
martin@mediatonik.ca

TV5espacepub.ca



LÀ OÙ NOS CHEMINS SE CROISENT