



PRINTEMPS 2015  
MARCHÉ DE QUÉBEC

---

# NUMERIS SONDAGE RADIO

28/05/2015

LA RADIO, LE SEUL LIEN TÉNU,  
PRÉCIS, PERMANENT, ENTRE CELUI  
QUI PARLE DANS LE MICRO ET CELUI QUI  
L'ÉCOUTE, C'EST LE FILET DE LA VOIX  
ET DE LA MUSIQUE, QUI COULE.

—

MICHÈLE COTTA

# FAITS SAILLANTS

—  
PRINTEMPS 2015

1. Dans l'actualité durant la période de sondage (ce qui a pu alimenter les stations de radio parlées) : La course à la chefferie du PQ, les manifestations étudiantes, la saga des poubelles (Régis Labeaume), les séries éliminatoires avec le CH.
2. Stéphane Dupont laisse la case horaire du midi à CHOI 98,1 pour le show du matin à NRJ 98,9. Son arrivée est bénéfique pour NRJ qui augmente significativement en adultes et en hommes 25-54 ans. Jeff Fillion profite de l'engouement pour revenir aux mêmes résultats que lors de son premier sondage.
3. Le show du matin à CHOI est durement touché en baissant de moitié en part de marché et Carl Monette qui se joint à l'équipe pour chausser les souliers laisser vacants par Stéphane Dupont ne fait pas le poids. Le retour aussi perds des parts, mais pas autant que le matin et le midi.
4. L'arrivée du duo Normandeau-Duhaime au FM93 donne elle belle augmentation à la station et permet à Gilles Parent de faire des gains .
5. M FM 102,9 concentre sa programmation sur 3 animateurs seulement (outre Gilles Parent le WE) : Joanne Boivin en matinée, Robert Ross en PM et Yvon Delisle le WE. M FM a un sondage stable sauf le week-end où on peut voir une petite augmentation.
6. Arrivée à WKND de Catherine Bachand dans l'équipe du matin change la dynamique de l'émission et leur apporte des gains en femmes 25-54 ans.

## NOTE

Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.



Station favorite  
chez les femmes



Station favorite  
chez les hommes

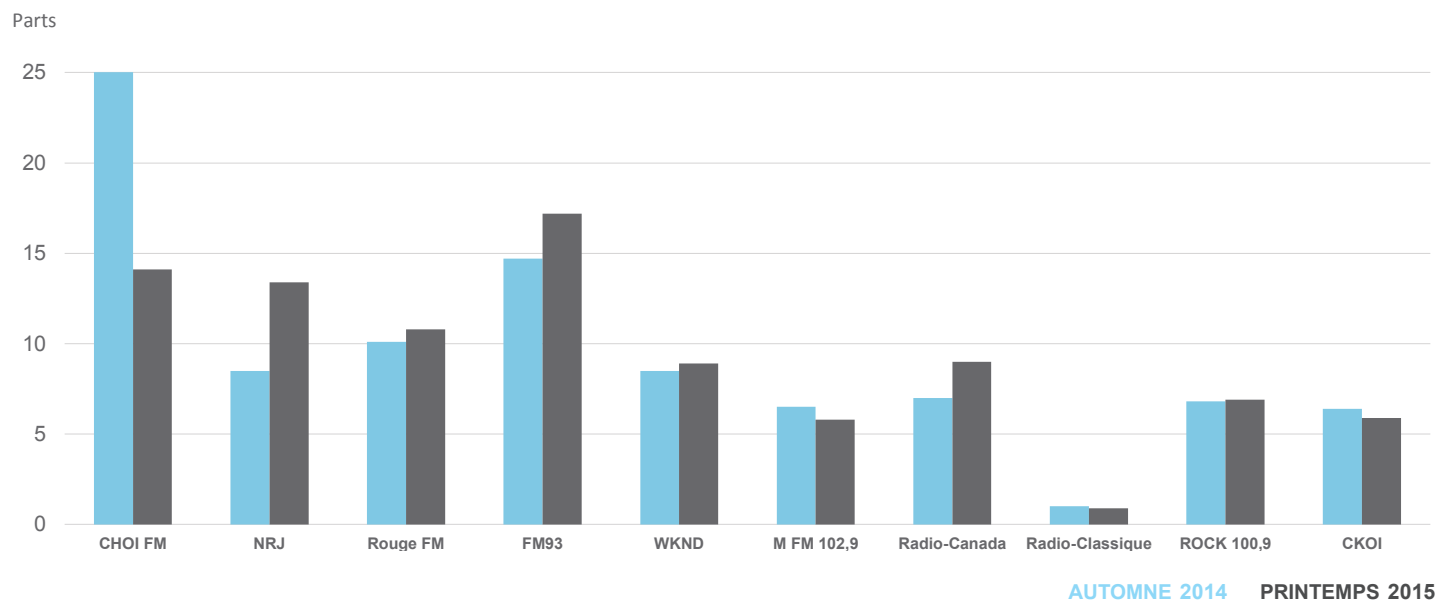


Plus grande augmentation  
des parts



Plus grande diminution  
des parts

 MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL  
 ADULTES 25-54 ANS  
 ROTATION → LUNDI AU VENDREDI → 6H À 20H



## FAITS SAILLANTS

### TOP 3



4,9 %  
NRJ



11,1 %  
CHOI FM



17,1 %  
Rouge FM  
- 1,8 parts

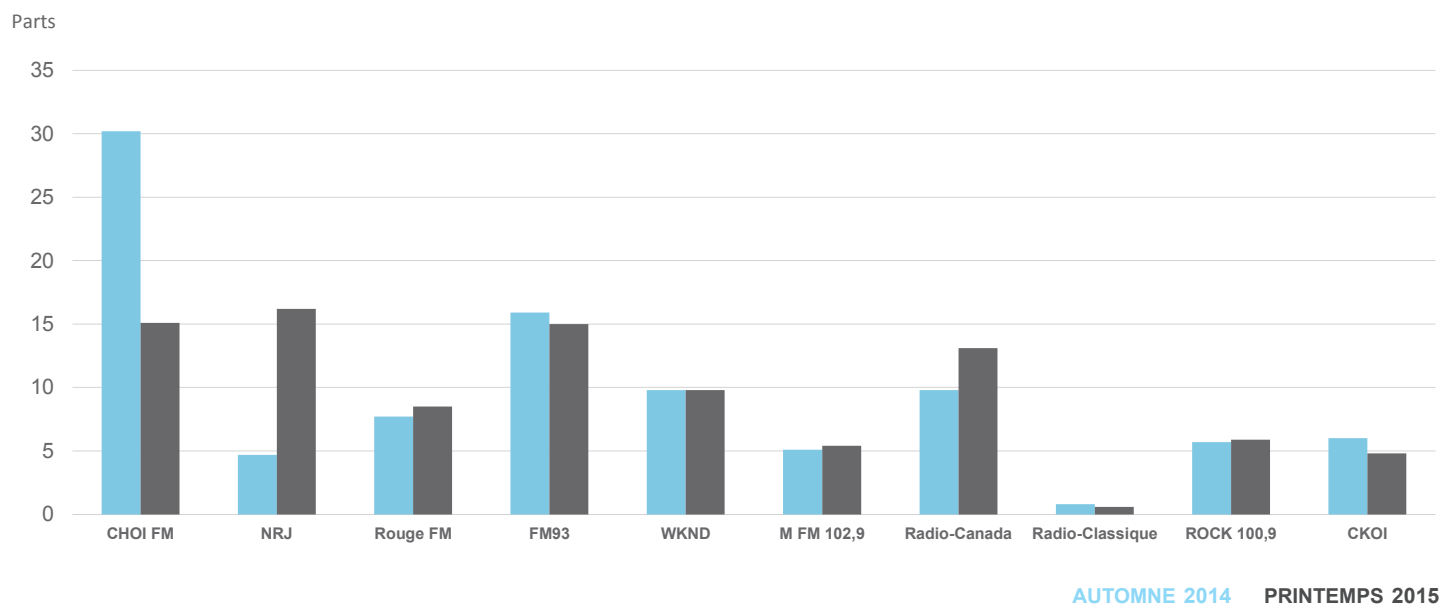


18,7 %  
CHOI FM  
- 13,2 parts

### NOTE

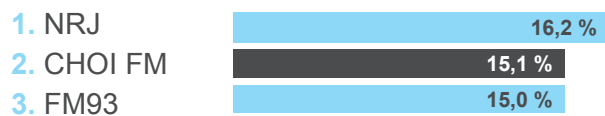
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.

 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**  
 **ADULTES 25-54 ANS**  
 **DÉJEUNER ➔ LUNDI AU VENDREDI ➔ 6H À 10H**



## FAITS SAILLANTS

### TOP 3



11,5 %  
NRJ



15,1 %  
CHOI FM



16,0 %  
WKND  
+ 4,1 parts



20,0 %  
CHOI FM  
- 17,0 parts

### NOTE

Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.



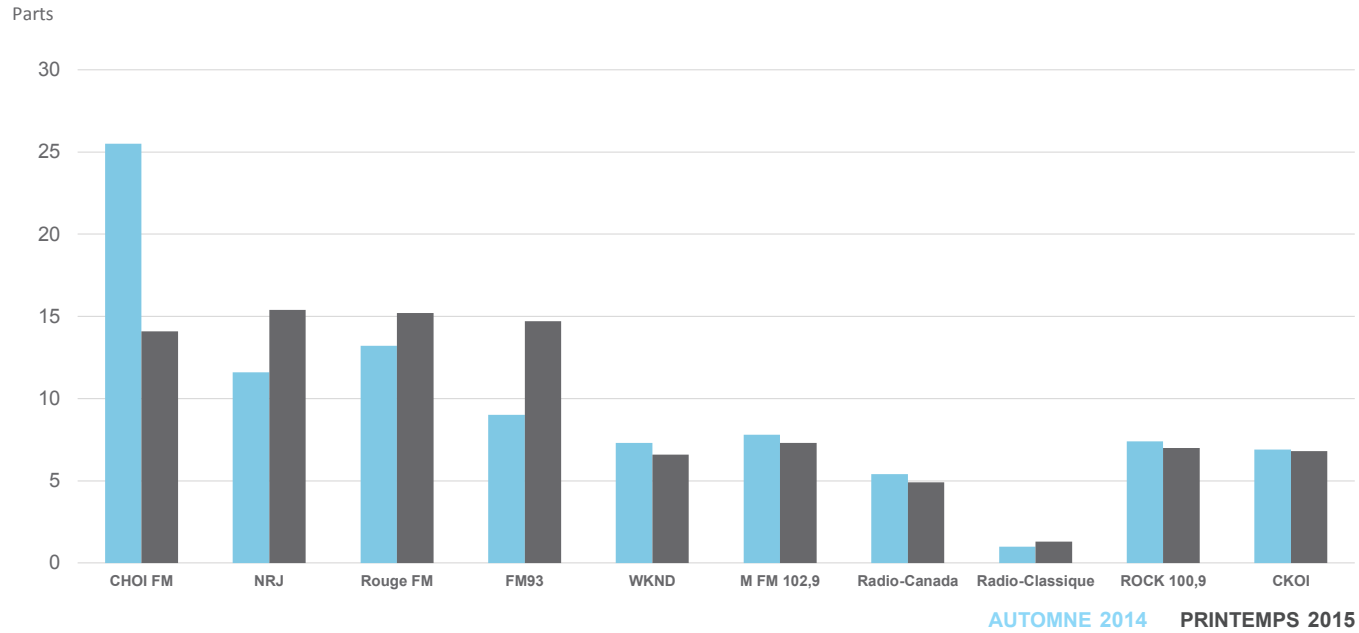
## MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL



ADULTES 25-54 ANS



DÎNER → LUNDI AU VENDREDI → 10H À 15H



### FAITS SAILLANTS

#### TOP 3



5,7 %  
FM93



11,4 %  
CHOI FM



25,2%  
Rouge FM  
+ 0,1 parts

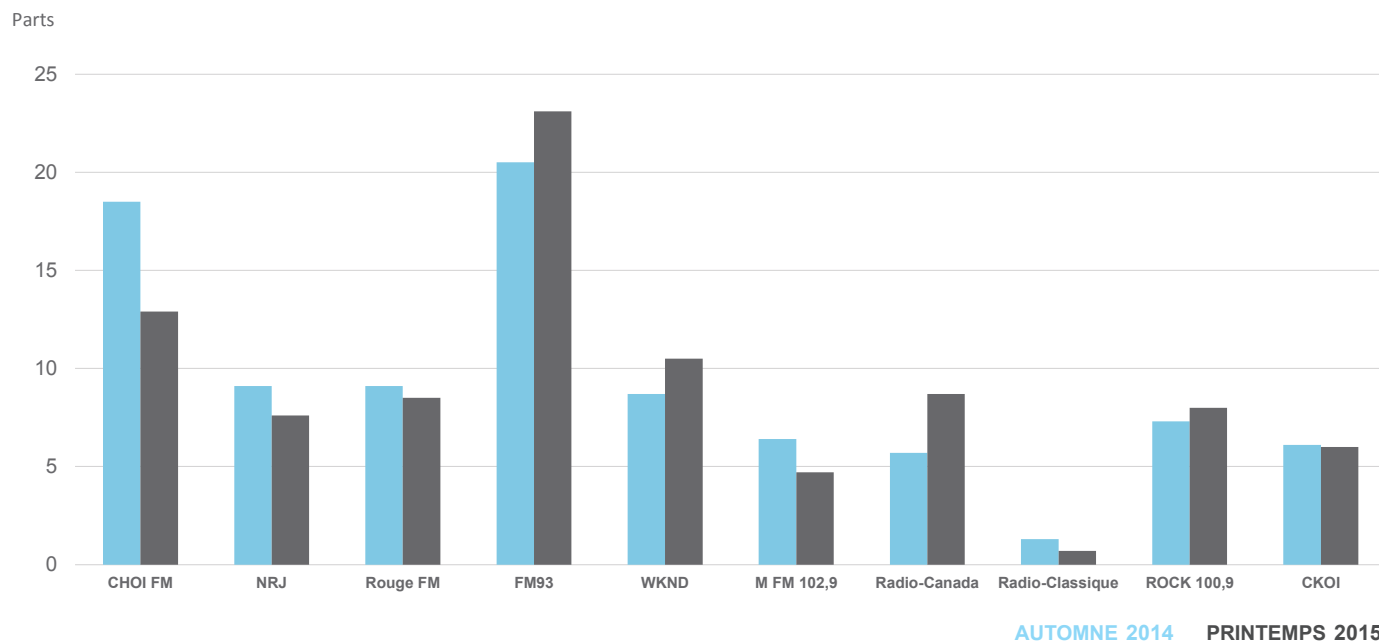


19,8 %  
NRJ  
+ 8,4 parts

#### NOTE

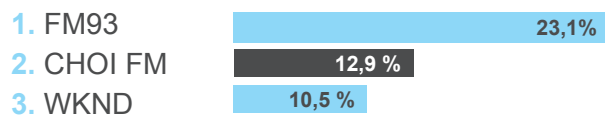
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.

 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**  
 **ADULTES 25-54 ANS**  
 **RETOUR ➔ LUNDI AU VENDREDI ➔ 15H À 20H**



## FAITS SAILLANTS

### TOP 3



2,6 %  
FM93



5,6 %  
CHOI FM



18,1 %  
FM93  
+ 1,3 parts

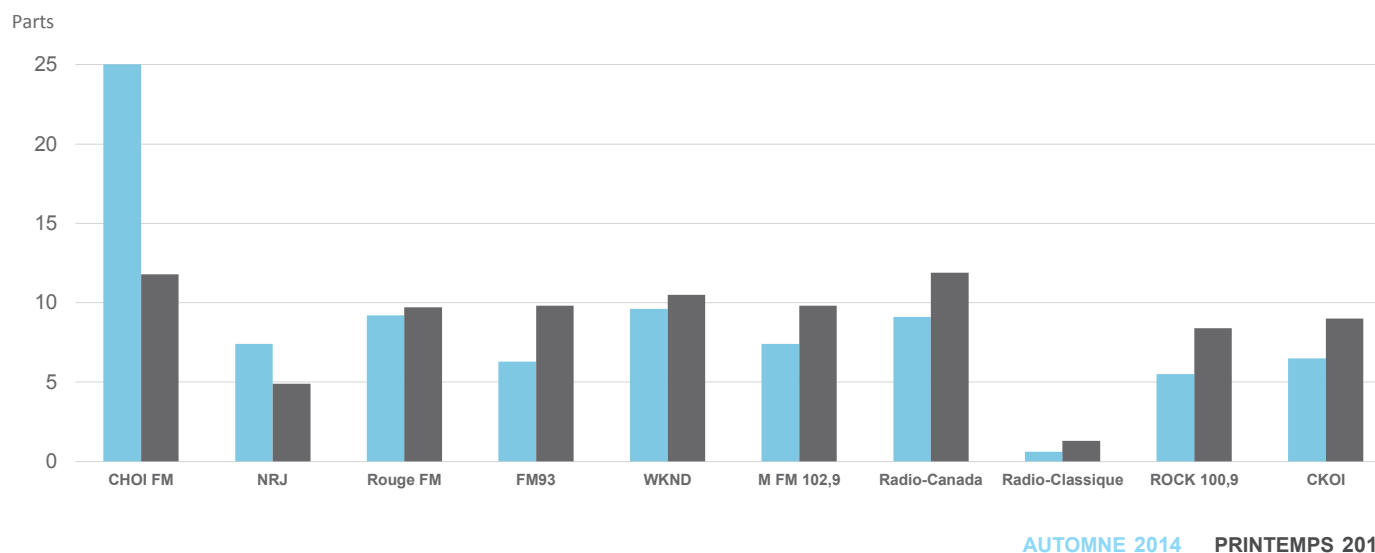


27,2 %  
FM93  
+ 4,1 parts

### NOTE

Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.


 MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL  
 ADULTES 25-54 ANS  
 ROTATION ➔ WEEK-END ➔ 8H À 18H





## FAITS SAILLANTS


### TOP 3

1. RADIO-CAN	11,9 %
2. CHOI FM	11,8 %
3. WKND	10,5 %

  
 2,9 %  
 ROCK 100.9

  
 13,6 %  
 CHOI FM

  
 14,3 %  
 WKND  
 + 1,8 parts

  
 14,4 %  
 CHOI FM  
 -16,8 parts

### NOTE

Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages BBM peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations peut changer selon la méthode d'analyse.