



AUTOMNE 2016  
MARCHÉ DE QUÉBEC

---

# NUMERIS SONDAGE RADIO

01/12/2016

LA RADIO MARQUE  
LES MINUTES DE LA VIE;  
LE JOURNAL, LES HEURES;  
LE LIVRE, LES JOURS



JACQUES DE LACRETELLE

# PARAMÈTRES

AUTOMNE 2016

1. Période de sondage : 5 septembre au 30 octobre 2016.
2. 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 Numeris 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.

3. Légende :



Station favorite  
chez les femmes



Station favorite  
chez les hommes



Plus grande augmentation  
des parts



Plus grande diminution  
des parts

# FAITS SAILLANTS

AUTOMNE 2016

1. Dans l'actualité (ce qui a pu alimenter les stations de radio parlées) : Uber réussit à faire une entente avec Québec, la course à la chefferie du PQ, la présidentielle américaine fait couler beaucoup d'encre, l'annonce de vagues d'agressions sexuelles à l'Université Laval et le député libéral Gerry Sklavounos, qui est accusé d'agressions sexuelles.
2. Le retour de Jeff Fillion sur les ondes de CHOI 98,1 a eu un effet positif sur toute la grille. #1 auprès des A25-54 ans en rotation 6a-8p. #1 auprès des H25-54 ans déjeuner, dîner et retour. Augmentation auprès des F25-54 dans le déjeuner et dans le retour. Excellent sondage !
3. Le départ de Jeff Fillion à Energie 98,9 se fait sentir malgré tout. Dupont est # 1 dans le déjeuner et Jérôme Landry a gagné des parts le midi auprès des A25-54. Beaucoup se demandaient si l'émission d'Éric et les fantastiques était pour séduire Québec dans le retour, mais c'est avec la plus grosse baisse en parts de marché auprès des A25-54 ans qu'elle fait son entrée.
4. Au FM93, on surveillait l'arrivée de Bernard Drainville avec Éric Duhaime. Ils ont subi une légère diminution en A25-54 ans et en H25-54 ans. Leur plus grosse perte est auprès des femmes. Gilles Parent est le grand gagnant du sondage au FM93 avec des augmentations dans tous les groupes-cibles.
5. WKND continue sa lancée auprès des F25-54 ans avec des hausses dans tous les blocs horaires. # 1 dans le déjeuner et dans le retour, la station talonne Rouge FM qui est #1 dans la journée. WKND réussit aussi à être dans le top 3 auprès des A25-54 avec son déjeuner/retour.
6. À Rouge FM, c'est un sondage décevant. L'arrivée de Philippe Lapeyrie le matin et Marie-Claude Barrette dans le retour n'a pas changé la donne. Mis à part le jour, où il y a des gains, le déjeuner et le retour subissent des pertes.
7. Arthur et Normandeu ont-ils déchaîné les cotes d'écoute à BVL D? Arthur a fait sentir son arrivée avec des hausses intéressantes dans la plupart des groupes-cibles. Nathalie Normandeu a gagné des parts en H25-54 ans et en A35-64 ans. Le déjeuner avec Stéphane Gasse est relativement stable dans la plupart des groupes-cibles.
8. M FM a fait plusieurs changements dans sa grille. Cela lui a permis de gagner des parts ici et là, et plus particulièrement le weekend en A25-54 ans et en F25-54 ans.



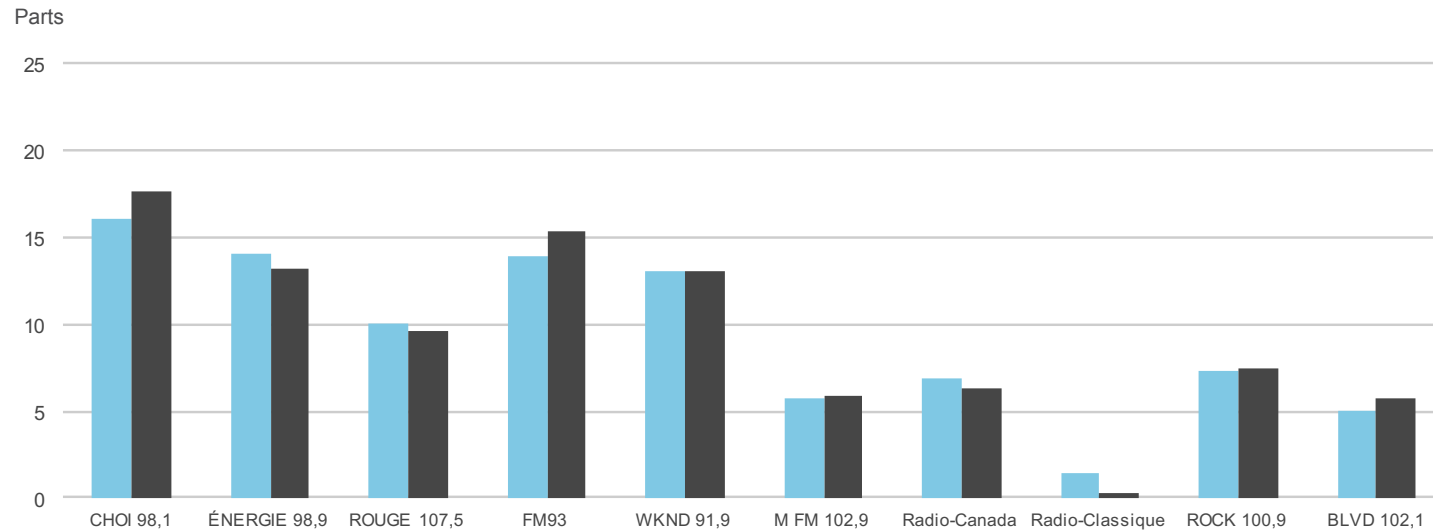
MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL



ADULTES 25-54 ANS



ROTATION → LUNDI AU VENDREDI → 6H À 20H



PRINTEMPS 2016 AUTOMNE 2016

### FAITS SAILLANTS

#### TOP 3



1,6 %  
CHOI



1,1 %  
Radio-Classique



19,3 %  
WKND  
+ 2,1 parts

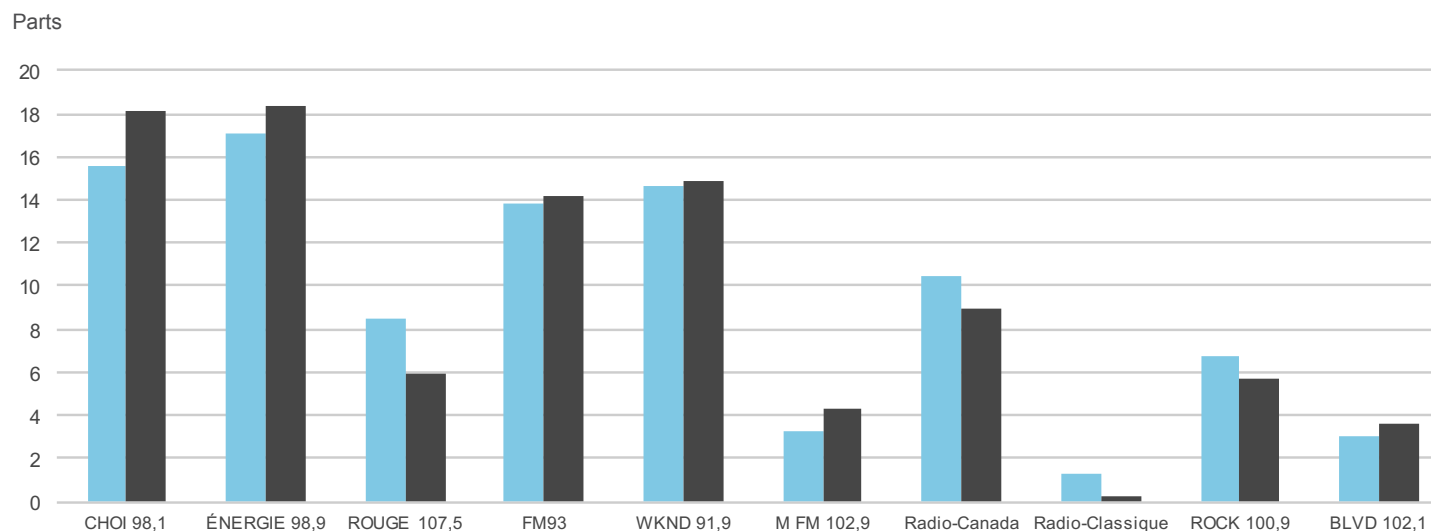


24,3 %  
CHOI  
+ 2,4 parts

#### 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 Numeris 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 9H**



PRINTEMPS 2016 AUTOMNE 2016

## FAITS SAILLANTS

### TOP 3



2,5 %  
CHOI



2,6 %  
ROUGE



22,1 %  
WKND  
+ 1,3 part

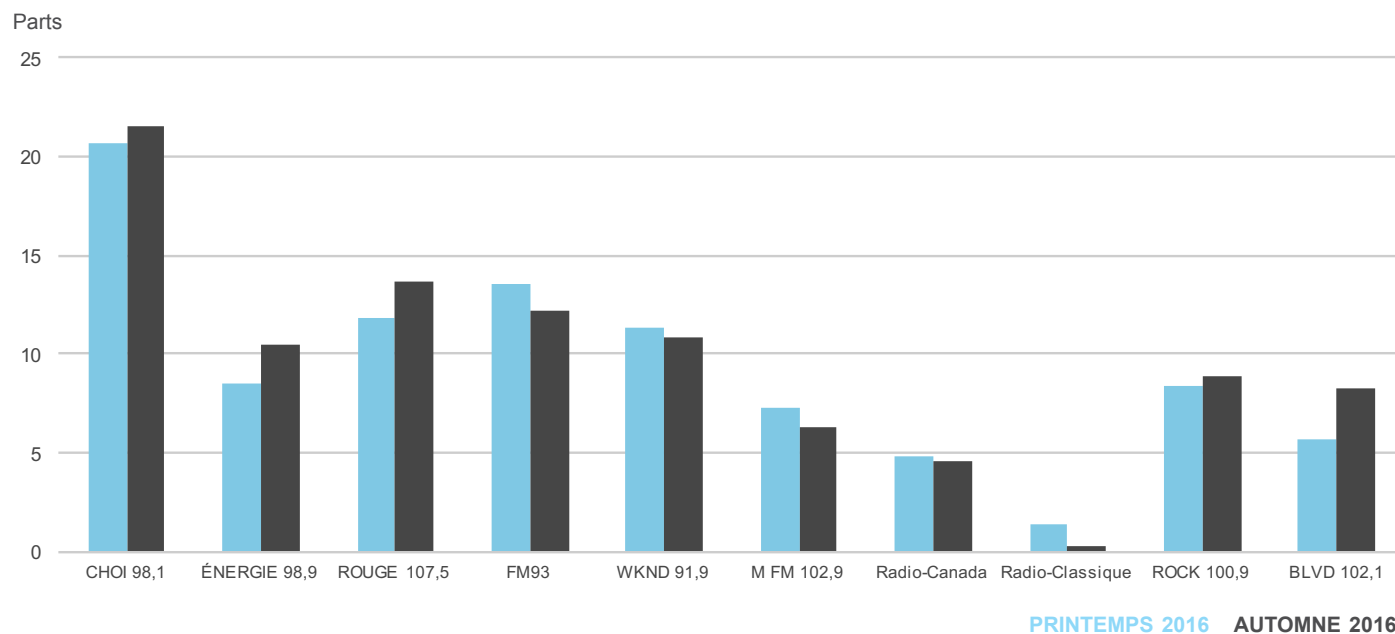


23,6 %  
CHOI  
+ 1,8 part

### NOTE

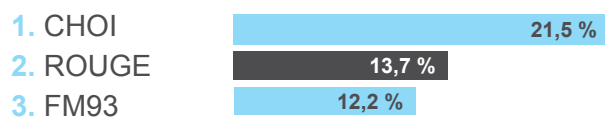
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages Numeris peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations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

 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**  
 **ADULTES 25-54 ANS**  
 **DÎNER → LUNDI AU VENDREDI → 11H À 14H**



## FAITS SAILLANTS

### TOP 3



2,6 %  
BLVD



1,3 %  
FM93



23,7 %  
ROUGE  
+ 2,5 parts



31,9 %  
CHOI  
+ 4,3 parts

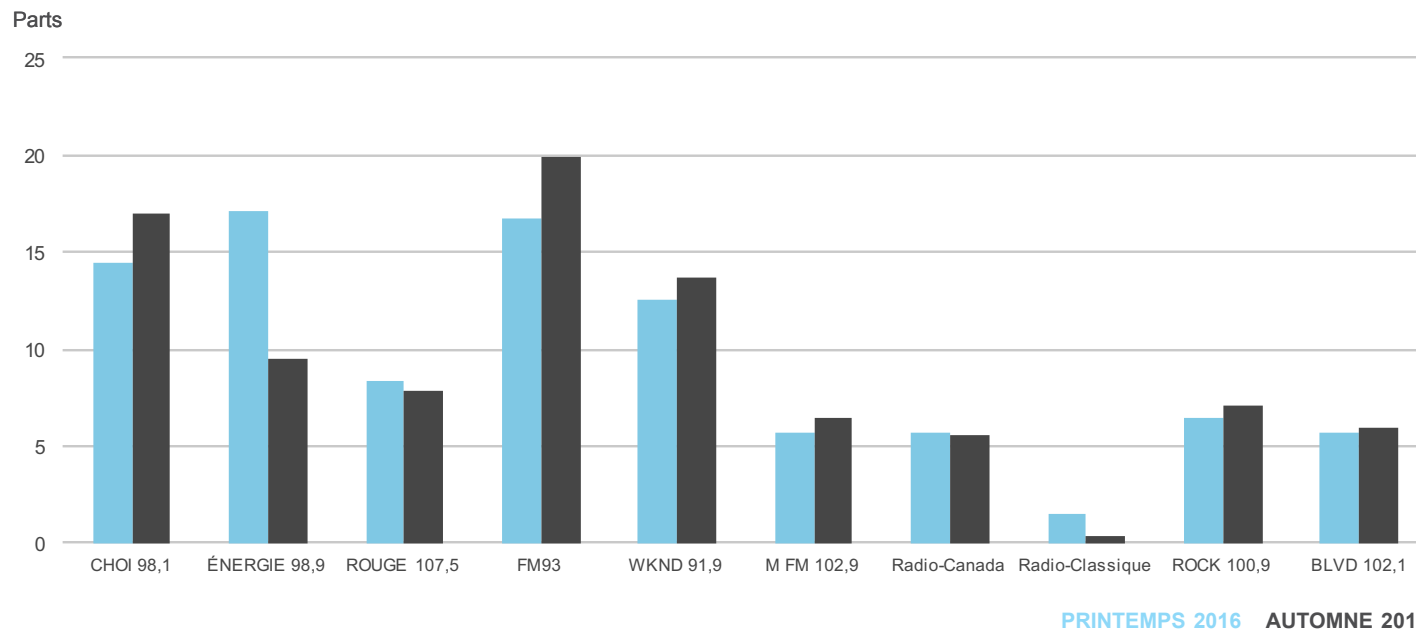
### NOTE

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 Numeris 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 18H



FAITS SAILLANTS

TOP 3



3,2 %  
FM93



7,6 %  
ÉNERGIE



19,6 %  
WKND  
+ 2,4 parts



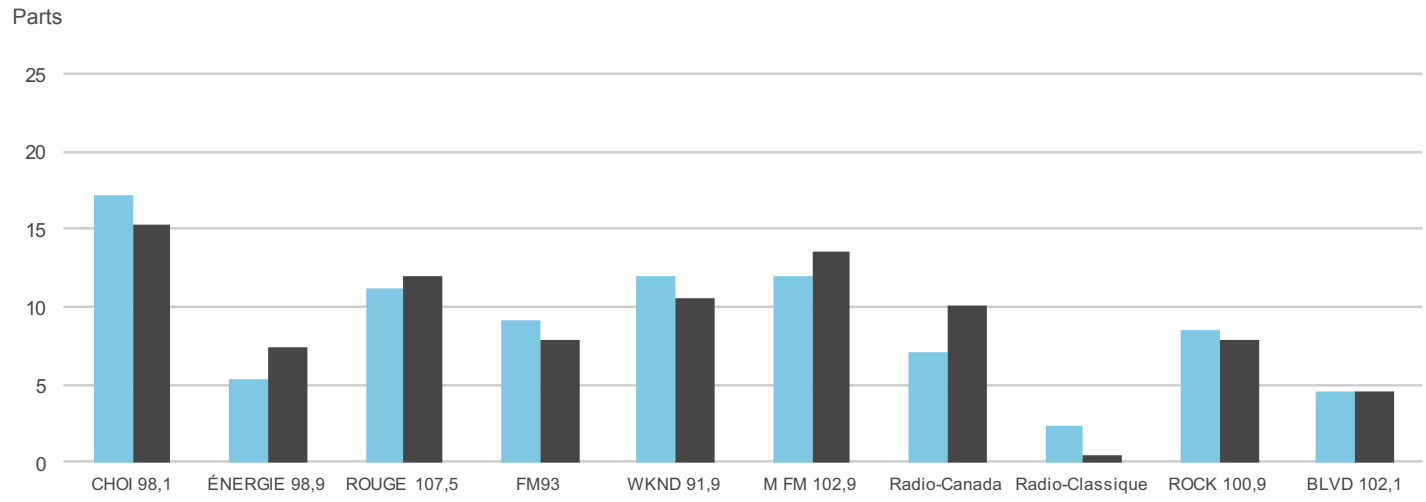
22,9 %  
CHOI  
+ 3,2 parts

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.



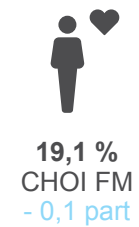
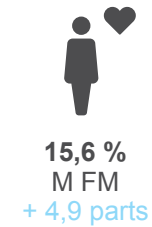
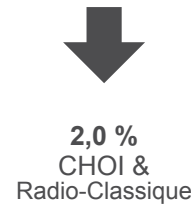
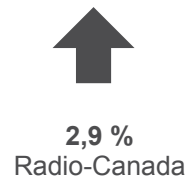
 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**  
 **ADULTES 25-54 ANS**  
 **ROTATION → WEEK-END → 8H À 18H**



PRINTEMPS 2016    AUTOMNE 2016

**FAITS SAILLANTS**

**TOP 3**



**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.