

PRINTEMPS 2017  
MARCHÉ DE QUÉBEC

---

# NUMERIS SONDAGE RADIO

25/05/2017

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

# PARAMÈTRES

PRINTEMPS 2017

1. Période de sondage : 27 février au 23 avril 2017.
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



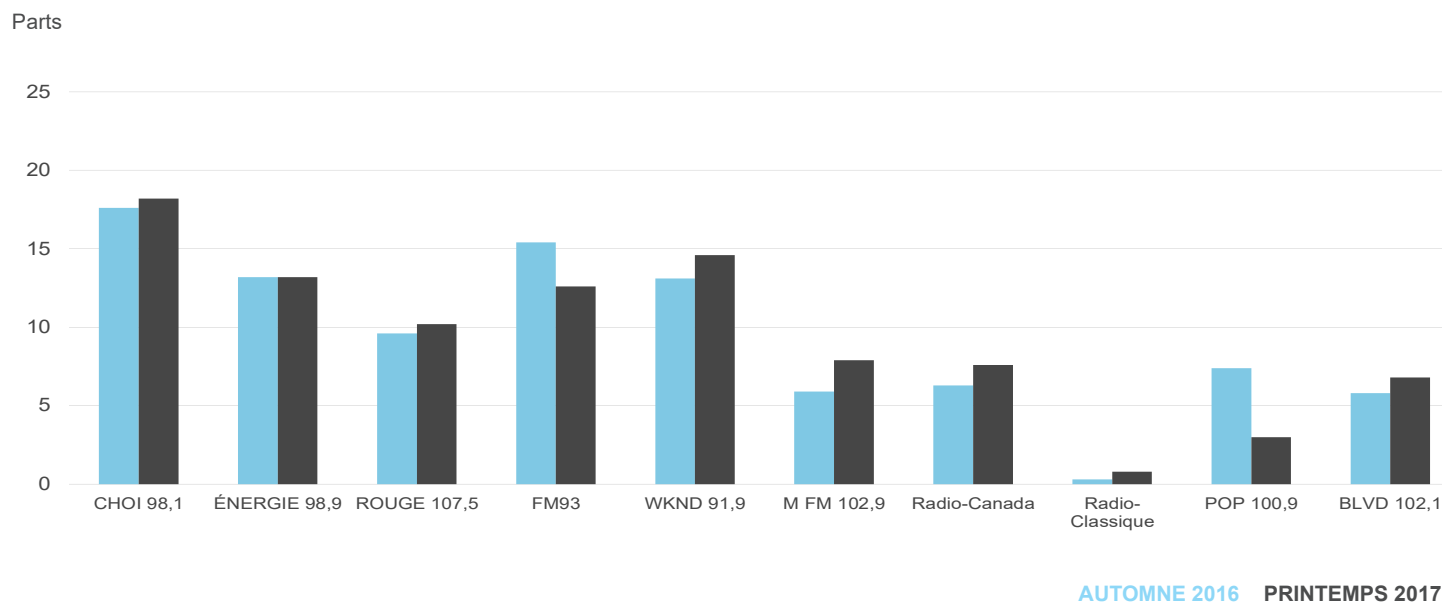
Plus grande diminution  
des parts

# FAITS SAILLANTS

—  
PRINTEMPS 2017

1. Dans l'actualité (ce qui a pu alimenter les stations de radio parlées) : Gabriel Nadeau-Dubois qui se joint à Québec Solidaire, les victoires d'Alex Harvey au Championnat du monde de ski de fond, météo : 300 véhicules restent coincés sur l'autoroute 13 sud, attentat de Londres, Bombardier : controverse sur les salaires des dirigeants.
2. Arrivée de la nouvelle station POP 100,9 sur la fréquence de Radio X2. Il était prévisible qu'il y aurait une perte importante de parts de marché puisque les cibles recherchées étaient très différentes. À notre avis, la campagne publicitaire (mise en marché) a été anémique et ne rejoignait pas la cible recherchée. Nous attendrons encore le temps de 2 sondages pour voir la tendance, car c'est un produit distinctif.
3. Pas vraiment de grand gagnant dans ce sondage mais, pour notre part, WKND le serait s'il faut en nommer un. WKND est une station qui continue de faire des gains de sondage en sondage. Elle est maintenant n°2 avec 14,6 parts en rotation 6a-8p auprès des A25-54. En F25-54, WKND domine aussi dans le déjeuner et le retour.
4. Le FM93 en perte de vitesse. Grand perdant du sondage, Gilles Parent perd 4,9 parts de marché en A25-54, 5,9 parts en F25-54 et 4,0 parts en H25-54. Le dîner avec Duhaime-Drainville continue à perdre des adeptes. Perte de 2,8 parts en A25-54, 4,5 parts en F25-54. Même *Bouchard en parle* est touché avec des pertes de 1,6 part en A25-54 et de 3,6 parts en H25-54.
5. CHOI FM a un très bon sondage. N°1 dans le déjeuner/dîner/retour/rotation en A25-54 et H25-54.
6. Rouge FM a un bon sondage en F25-54. Des gains de 4,9 parts le matin et de 3,6 parts dans le retour. Il est n°1 en F25-54 au dîner devant WKND, avec 8,7 parts de plus.
7. Déception et gains à Énergie. Dupont perd 2 parts le matin en A25-54 et 3,5 parts en F25-54. Étonnamment, *Éric et les fantastiques* augmente de 3 parts en A25-54, 2,2 parts en F25-54 et de 3,6 parts en H25-54.
8. BVLD a des gains sur un peu toute la grille. Arthur a perdu en F25-54, mais connaît une hausse de 7,4 parts en H25-54. Nathalie Normandeau a gagné des parts en H25-54 ans et en A25-54 ans. Le déjeuner avec Stéphane Gasse est relativement stable dans la plupart des groupes cibles, mais connaît une hausse de 2,1 auprès des H25-54.
9. M FM connaît également un bon sondage avec des gains auprès des F25-54 sur l'ensemble de sa grille.

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



### FAITS SAILLANTS

#### TOP 3



2,0 %  
M FM



4,4 %  
POP



19,0 %  
WKND  
- 0,3 part

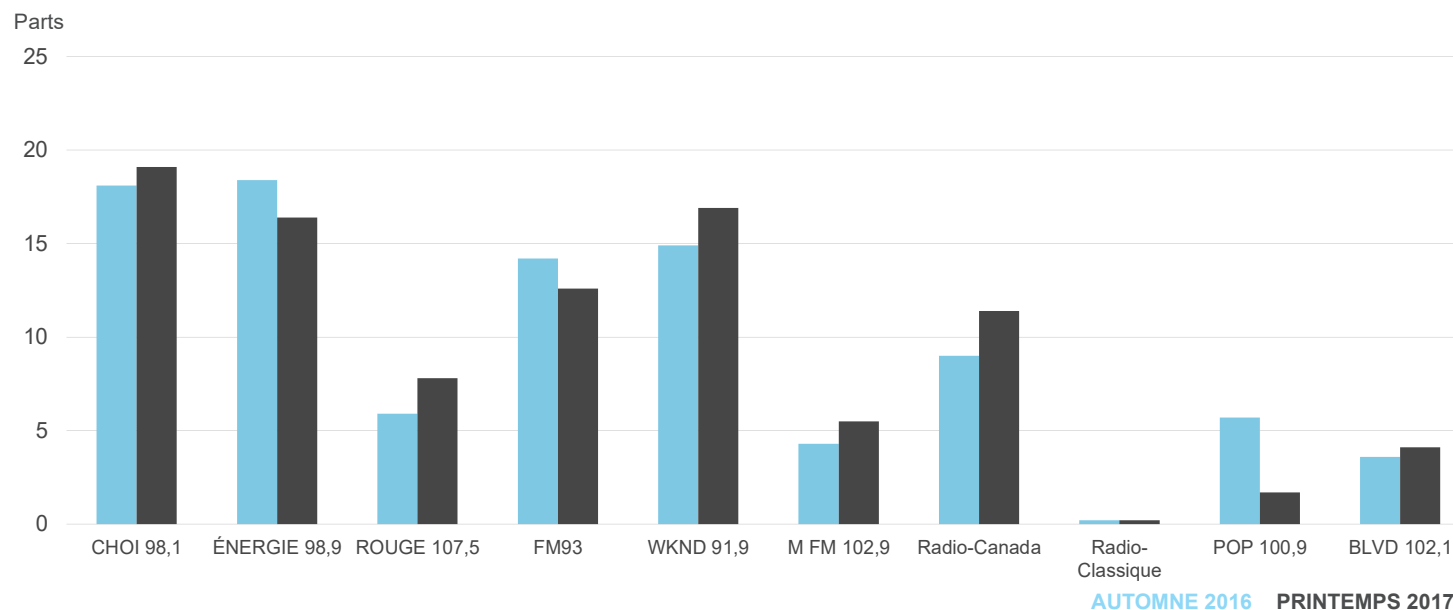


27,3 %  
CHOI  
+ 3,0 parts

#### NOTE

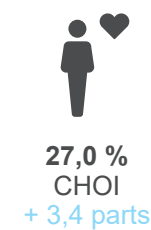
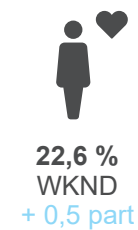
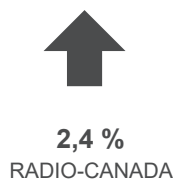
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages Numeris peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations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

 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**  
 **ADULTES 25-54 ANS**  
 **DÉJEUNER ➔ LUNDI AU VENDREDI ➔ 6H À 9H**



## FAITS SAILLANTS

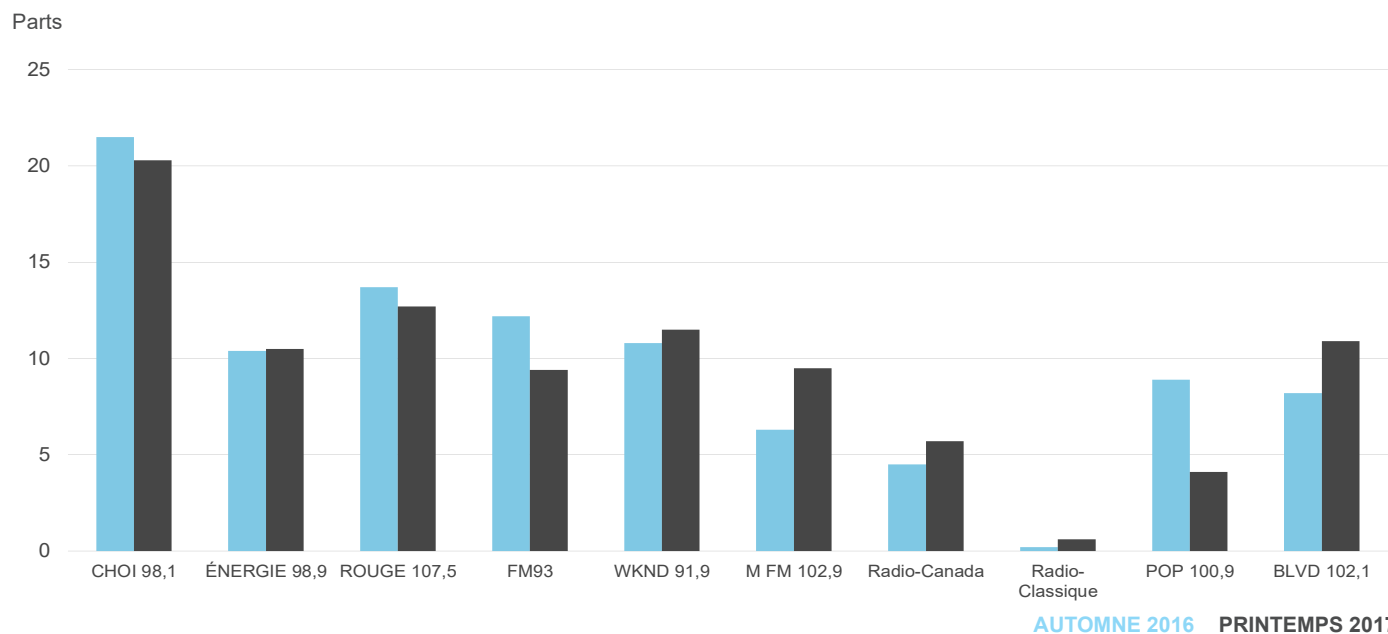
### TOP 3



### NOTE

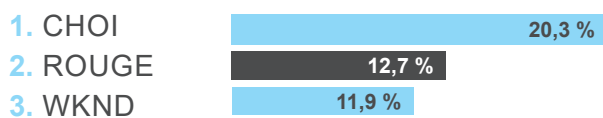
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages Numeris peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations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



3,2 %  
M FM



4,8 %  
POP



23,0 %  
ROUGE  
- 0,7 part



30,4 %  
CHOI  
- 1,5 part

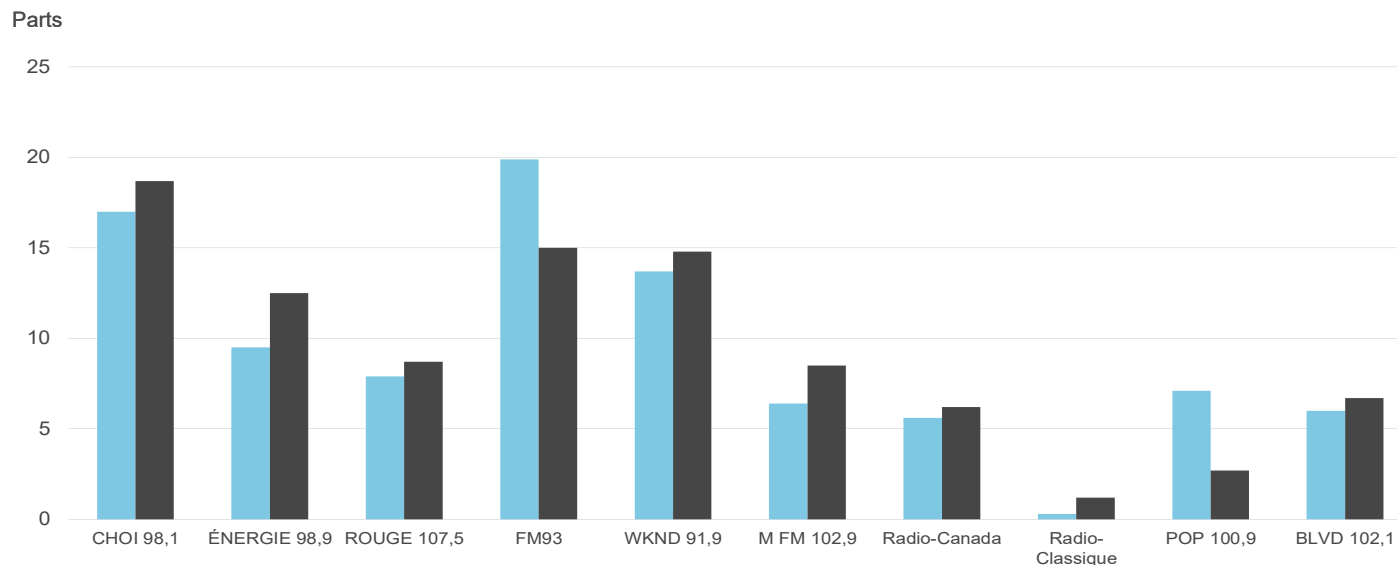
### NOTE

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

🕒 RETOUR ➡ LUNDI AU VENDREDI ➡ 15H À 18H



AUTOMNE 2016 PRINTEMPS 2017

FAITS SAILLANTS

TOP 3



3,0 %  
ÉNERGIE



4,9 %  
FM93



20,3%  
WKND  
+ 0,7 part



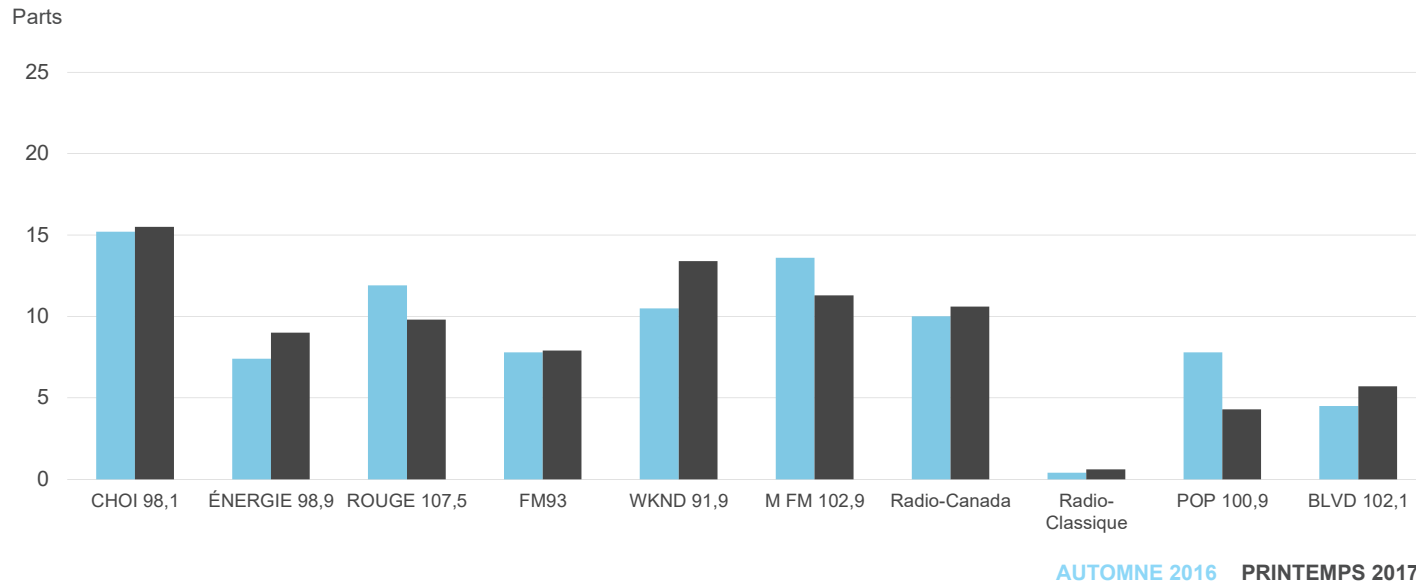
29,5 %  
CHOI  
+ 6,6 parts

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



2,9 %  
WKND



3,5 %  
POP



16,8 %  
WKND  
+ 1,7 parts



20,1 %  
CHOI FM  
+ 1,0 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 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.