

AUTOMNE 2017
MARCHÉ DE QUÉBEC



NUMERIS SONDAGE RADIO

30/11/2017

*des idées
bien placées*
BEEZ
CRÉATIVITÉ
MÉDIA

LA RADIO EST UNE VOIX QUI PARLE
À UNE OREILLE. C'EST PAR LES MOTS
SEULS QUE L'IDÉE FAIT SON CHEMIN
JUSQU'À L'ESPRIT DE L'AUDITEUR.

PUISQUE LES MOTS PORTENT LA PENSÉE,
IL N'Y A PAS D'INTERFÉRENCE ENTRE
LA PENSÉE EXPRIMÉE ET L'ESPRIT
QUI LA REÇOIT.





—

MICHÈLE COTTA

PARAMÈTRES

AUTOMNE 2017

1. Période de sondage : 4 septembre au 29 octobre 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.

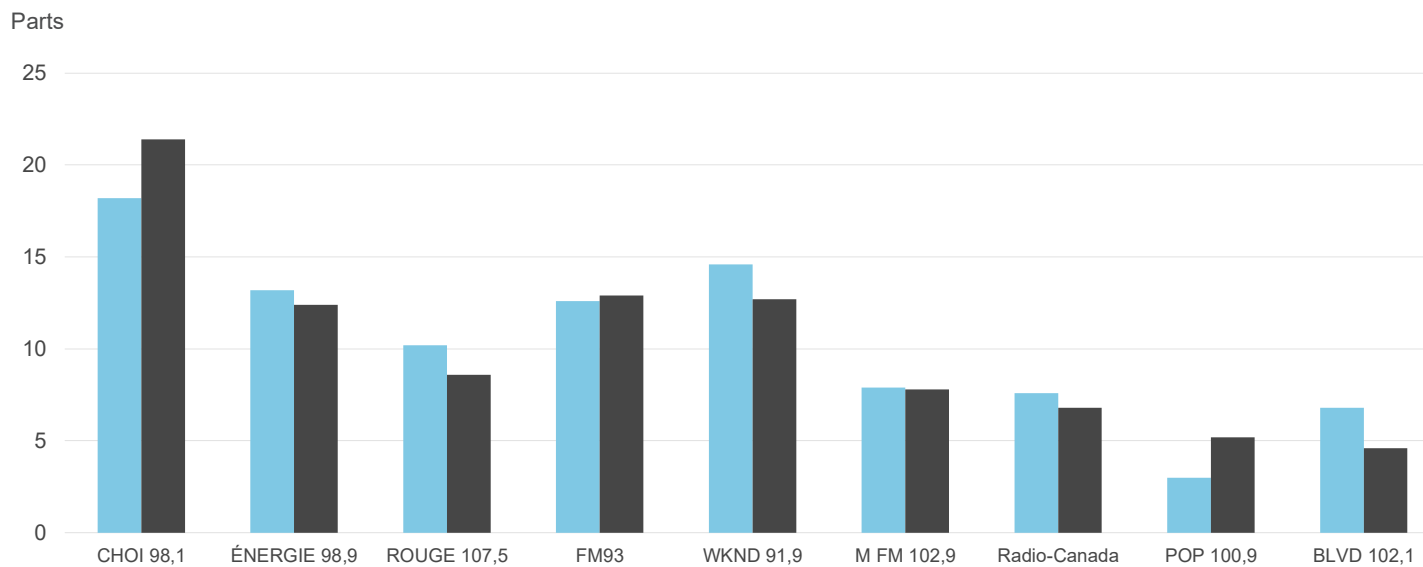
3. Légende :
 -  Station favorite chez les femmes
 -  Station favorite chez les hommes
 -  Plus grande augmentation des parts
 -  Plus grande diminution des parts

FAITS SAILLANTS

AUTOMNE 2017

1. Dans l'actualité (ce qui a pu alimenter les stations de radio parlées) : Les ouragans Irma et Harvey qui font des ravages, alerte Amber : Louka Frenette, Trump et ses nombreuses frasques, l'entente de 500 M\$ avec Netflix, saga Uber, fusillade à Las Vegas, la CAQ remporte Louis-Hébert, remaniement ministériel des libéraux, élections municipales, vague d'allégations d'inconduites sexuelles débutant avec Harvey Weinstein & Louis C.K., plus près de nous : Éric Salvail, Gilbert Rozon, Gilles Parent, Michel Brûlé, Michel Venne, etc.
2. Pas de grand gagnant dans ce sondage mais CHOI 98,1 le serait s'il faut en nommer un. Jeff Fillion a les gains les plus importants avec 7,4 parts en A25-54 ans et 7,1 parts en H25-54 ans. N° 1 dans le dîner/retour/rotation/week-end en A25-54 et n° 1 dans le déjeuner/dîner/retour/rotation/week-end en H25-54. On observe aussi des gains en F25-54 ans dans tous les blocs horaires.
3. Grand perdant du sondage : Rouge FM. Quelques changements sont survenus : changement de son, arrivée d'Hugo Langlois le matin, arrivée d'*Éric et les fantastiques*. Cela a occasionné une perte de 6,6 parts dans le déjeuner en F25-54 ans, de 8,5 parts en F25-54 ans dans le dîner, mais une augmentation de 4,1 parts en F25-54 ans dans le retour.
4. Deuxième sondage pour POP 100.9. Sondage positif pour eux. Des augmentations dans tous les groupes-cibles. Par contre, c'est le week-end que POP prend le plus son envol et on voit une tendance plus « homme » se dessiner au niveau de l'écoute.
5. WKND toujours n°1 en F25-54 ans dans le déjeuner et le retour. Par contre, de légères pertes dans presque l'ensemble de sa grille en A25-54 ans, F25-54 ans.
6. Énergie a un sondage plutôt stable. Cependant, en ce qui concerne le retour, on note des pertes de 3,7 parts en A25-54 ans et 6,4 parts en F25-54 ans. L'émission *Éric et les fantastiques* rejoignait davantage les femmes et celles-ci ont, en partie, suivi l'émission à Rouge FM.
7. BVLD a une stabilité avec Stéphane Gasse qui est constant de sondage en sondage. Arthur a perdu 4,3 parts en A25-54 ans et 8,2 parts en H25-54 ans. Nathalie Normandeau a aussi des pertes de 2,1 parts en A25-54 ans et de 4,2 parts en H25-54 ans.
8. Au FM93, c'est un sondage stable. Nous pourrions voir les effets du départ de Gilles uniquement au printemps. On sent que le virage 100 % talk le week-end n'a pas plu. Des pertes de 4,1 parts en A25-54 ans et de 5,6 parts en H25-54 ans le démontrent bien.
9. M FM gagne son pari en F25-54 ans. La station perd des parts un peu partout dans sa grille dans tous les groupes-cibles sauf en F25-54 ans, où la station est n° 1 dans le dîner et le week-end.
10. Premier sondage sans Radio-classique, qui a décidé de ne plus se faire sonder.

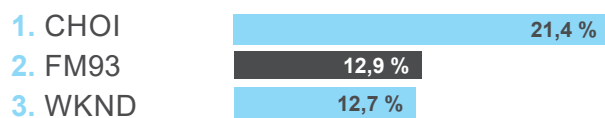
 **MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL**
 **ADULTES 25-54 ANS**
 **ROTATION → LUNDI AU VENDREDI → 6H À 20H**



PRINTEMPS 2017 AUTOMNE 2017

FAITS SAILLANTS

TOP 3



3,2 %
CHOI



2,2 %
BVLD



17,4 %
WKND
- 1,6 part



29,3 %
CHOI
+ 2,0 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.



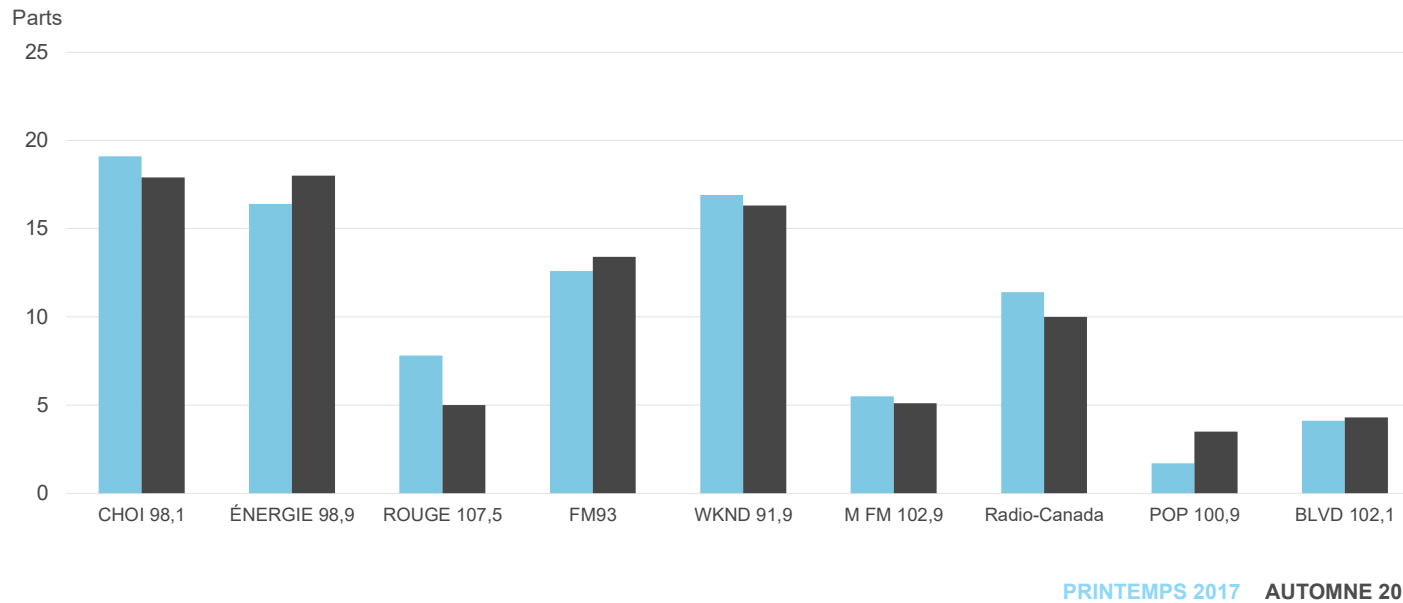
MARCHÉ QUÉBEC CENTRAL



ADULTES 25-54 ANS



DÉJEUNER → LUNDI AU VENDREDI → 6H À 9H



FAITS SAILLANTS

TOP 3



1,8 %
POP



2,8 %
ROUGE



22,1 %
WKND
- 0,5 part

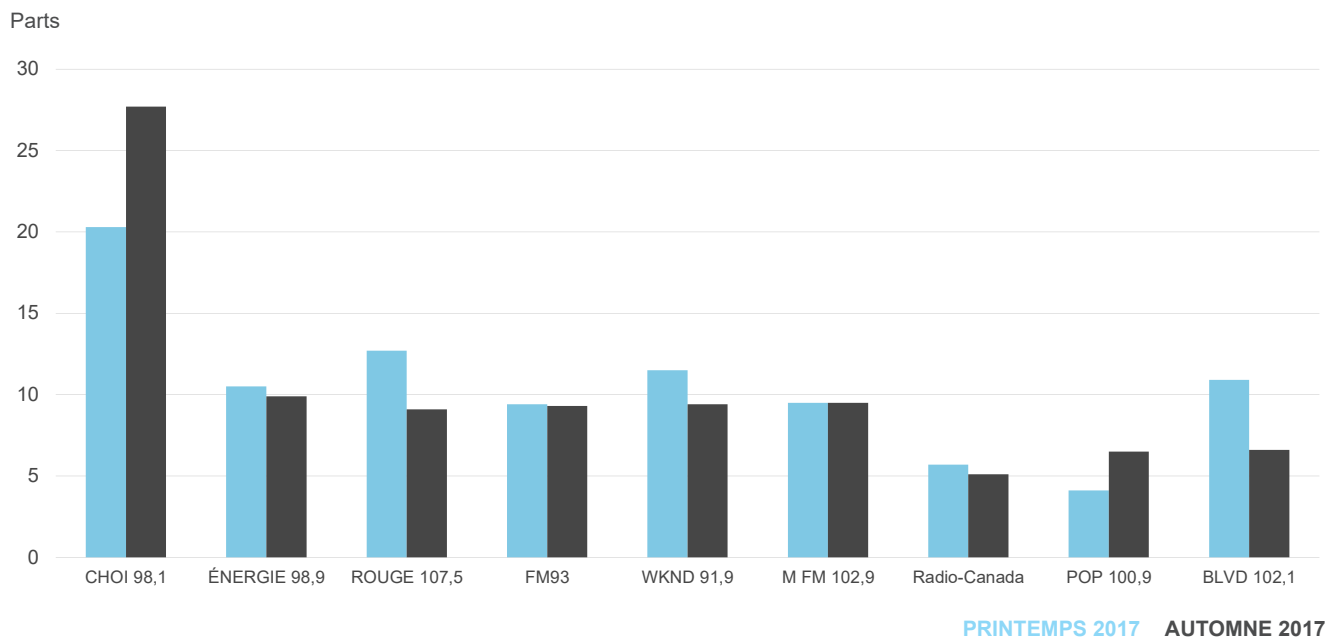


23,8 %
CHOI
- 3,2 parts

NOTE

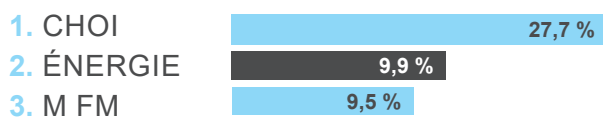
Tous les chiffres présentés dans cette analyse sont en parts de marché adultes 25-54 ans, le groupe cible d'achat et de négociation des tarifs de vos campagnes. Les sondages Numeris peuvent être traités en nombre d'auditeurs; ce sont des chiffres de portée. C'est pourquoi la position (rang) des stations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



7,4 %
CHOI



4,3 %
BVLD



16,5 %
M FM
+ 3,7 parts



37,5 %
CHOI
+ 7,1 parts

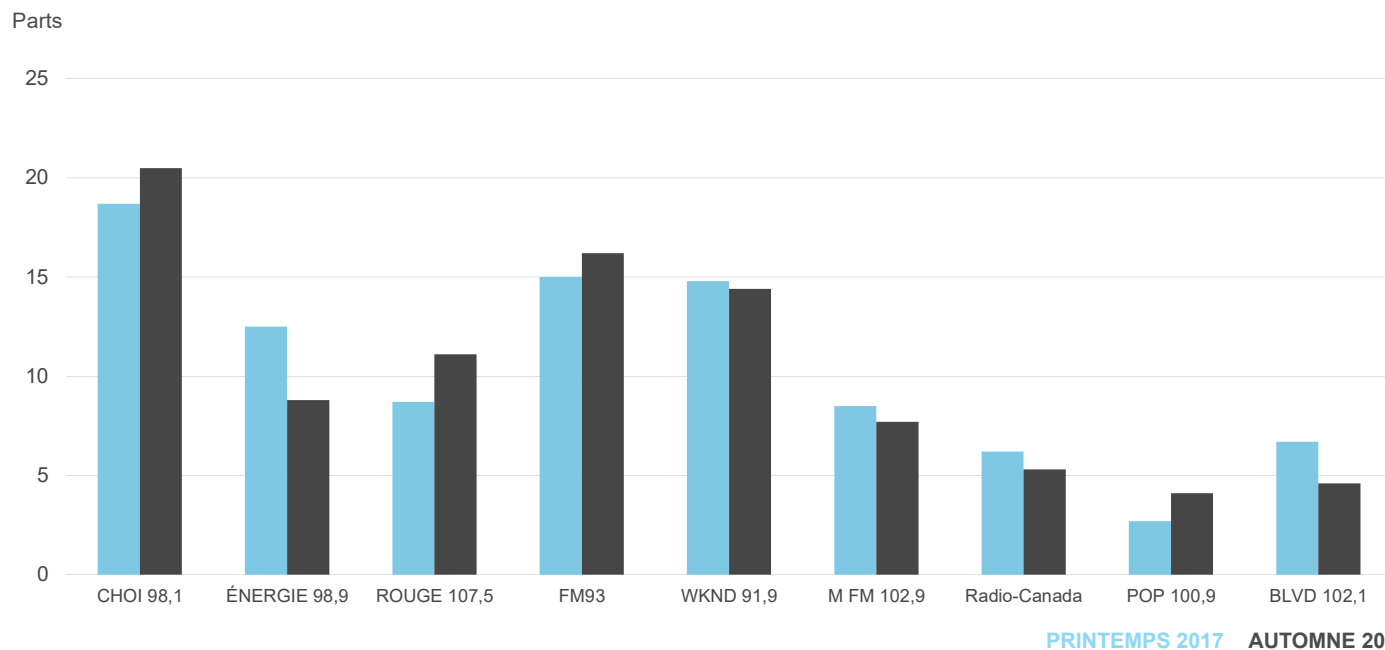
NOTE

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 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



2,4 %
ROUGE



3,7 %
ÉNERGIE



19,3 %
WKND
- 1,0 part

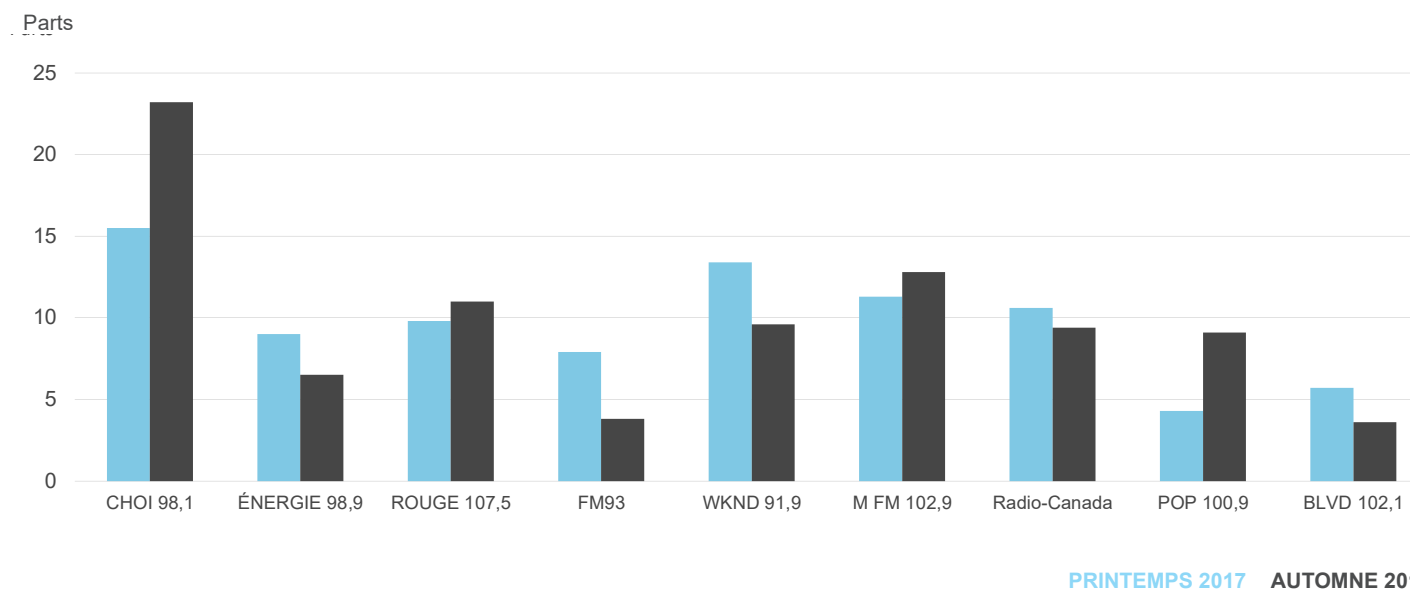


30,0 %
CHOI
+ 0,5 part

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**
 **ROTATION → WEEK-END → 8H À 18H**



FAITS SAILLANTS

TOP 3



7,7 %
CHOI



4,1 %
FM93



17,8 %
M FM
+ 5,8 parts



32,2 %
CHOI
+ 12,1 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 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.