

Télévision

Plusieurs nouveautés	46
Loin de s'essouffler, l'offre télévisuelle a continué de s'élargir, tant du côté des réseaux que des maisons de production. Et les revenus publicitaires progressent toujours.	
Données générales d'auditoire	47
Écoute de la télévision au Québec: parts de marché	49
Réseaux généralistes: profil des téléspectateurs	50
Réseaux généralistes: top des émissions	52
Réseaux spécialisés: auditoire et parts de marché	53
Profil des réseaux spécialisés et numériques	54
Données d'écoute en différé et modes de réception	55
Index des réseaux spécialisés	57
Index des réseaux généralistes	58

Télévision

PLUSIEURS NOUVEAUTÉS

Loin de s'essouffler, l'offre télévisuelle a continué de s'élargir, tant du côté des réseaux que des maisons de production. Et les revenus publicitaires progressent toujours.

Après les lancements de Mlle, TVA Sports et Sun News en 2011, plusieurs stations ont vu le jour durant la dernière année. En effet, RDS 2 a commencé à diffuser en octobre 2011, tandis que Rogers a lancé Sportsnews, chaîne sportive sans frais en Ontario et dans les provinces maritimes, en janvier 2011. De plus, par l'acquisition cet été de Métro 14 Montréal, Rogers a étendu le réseau CityTv au Québec. De son côté, Radio-Canada a lancé en mars Explora, chaîne consacrée à la science, l'environnement, la nature et la santé, qui devrait commencer à présenter du contenu original à partir de

l'automne, en plus de séries et de documentaires acquis à l'international.

TC Média a par ailleurs créé une maison de production en avril dernier dans le but d'avoir une offre télévisuelle pouvant être déclinée sur toutes ses plateformes. Son premier mandat a été la production des nouvelles à V. Cirrus Communications, Bubbles Télévision et La Boîte de Prod ont de leur côté fusionné pour former Attraction Images, appartenant au Groupe Attraction.

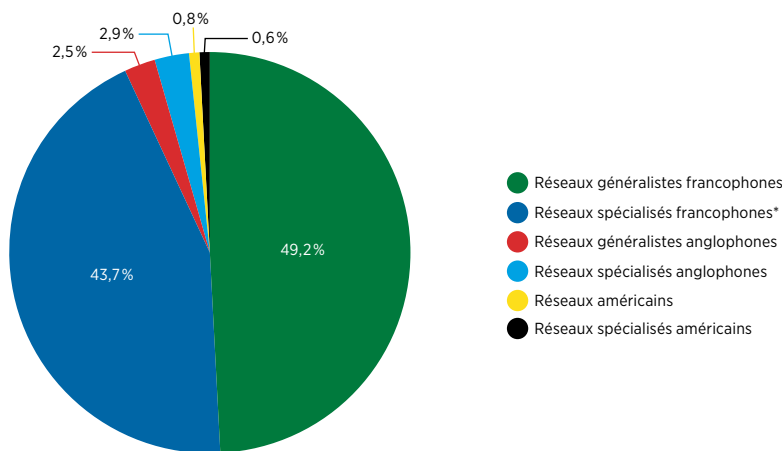
Selon un bilan du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) paru en mai dernier,

les services canadiens de télévision se portent bien: leurs revenus s'élèvent à 3,7 milliards\$, soit 7,9% de plus que l'année précédente. Cette augmentation peut être expliquée par une progression de 10,9% des recettes publicitaires et une hausse de 7% des abonnements. Les bénéfices ont également progressé de 0,4%.

Enfin, le 31 juillet dernier, Radio-Canada/CBC a finalement mis hors service son réseau de télévision analogique. La société d'état était le seul au pays à ne pas avoir cessé d'émettre en analogique en août 2011. •

01 Répartition de l'écoute au Québec francophone

Parts des heures d'écoute

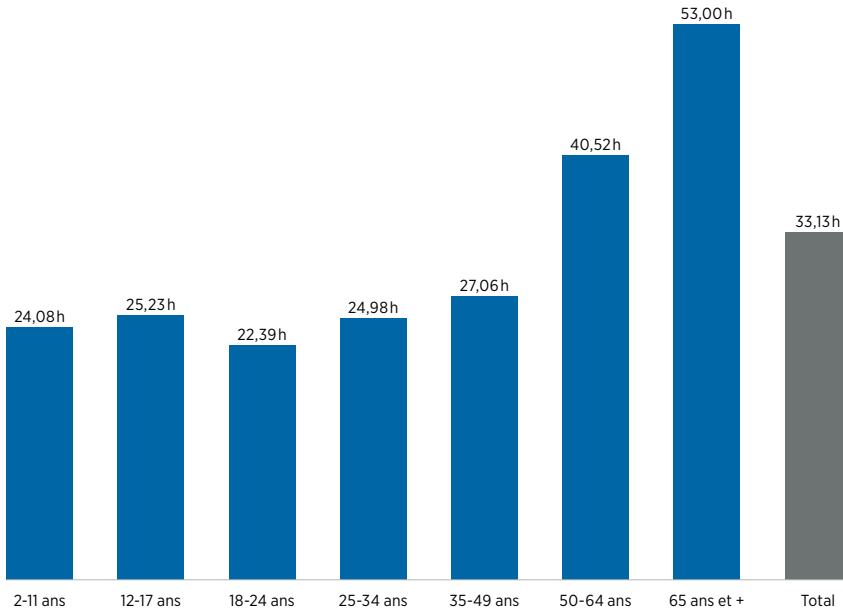


01 Les réseaux généralistes francophones demeurent les plus regardés, à 49,2%, alors qu'ils affichent une légère baisse de 0,8%. Les réseaux spécialisés francophones affichent pour leur part une hausse de 1,4% pour s'établir à 43,7%. Quant aux réseaux de langue anglaise, les généralistes (2,5%) et les spécialisés (2,9%) enregistrent respectivement une baisse de 0,2% et une hausse de 0,5%.

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
*Comprend réseaux spécialisés, numériques et payants

02 Écoute selon le groupe d'âge

Moyenne des heures d'écoute par semaine au Québec francophone*



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a

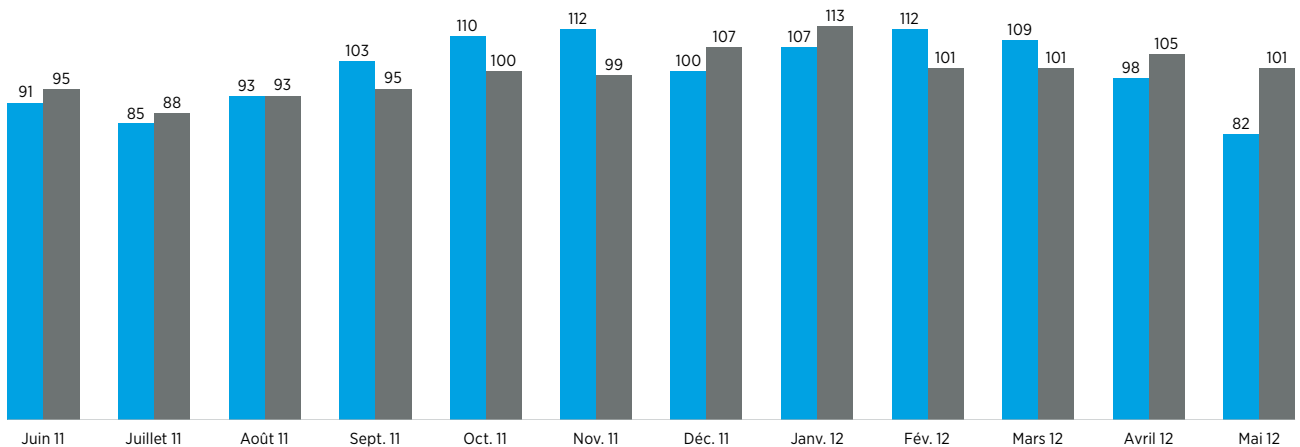
*Ces données regroupent l'écoute de toutes les réseaux, incluant les réseaux spécialisés, payants et numériques.

02 La moyenne des heures d'écoute par semaine a légèrement diminué depuis 2010, passant de 34,67 heures à 33,13 heures. Chez les moins de 49 ans, l'écoute demeure sous la moyenne québécoise. Elle atteint un sommet de 53 heures chez les 65 ans+. C'est chez les 2-11 ans et les 18-34 ans que la moyenne est la plus basse, avec moins de 25 heures, avec les 18-24 qui enregistrent la plus forte baisse (-4,96 heures), pour passer sous la barre des 25 heures. La seule tranche qui enregistre une hausse est les 25-34 ans, avec 0,62 heures de plus que l'an dernier.

03 Alors qu'en 2010, les réseaux généralistes au Québec dominaient d'octobre à mars, ils ont été devancés en décembre et janvier 2011. Ils ont en outre augmenté leur indice de juin à novembre, et subi des diminutions de décembre à mai. Les réseaux généralistes, quant à eux, n'ont augmentés qu'en décembre, janvier et mai.

03 Écoute par mois des réseaux généralistes et spécialisés (canadiens)

Indice d'écoute au Québec francophone



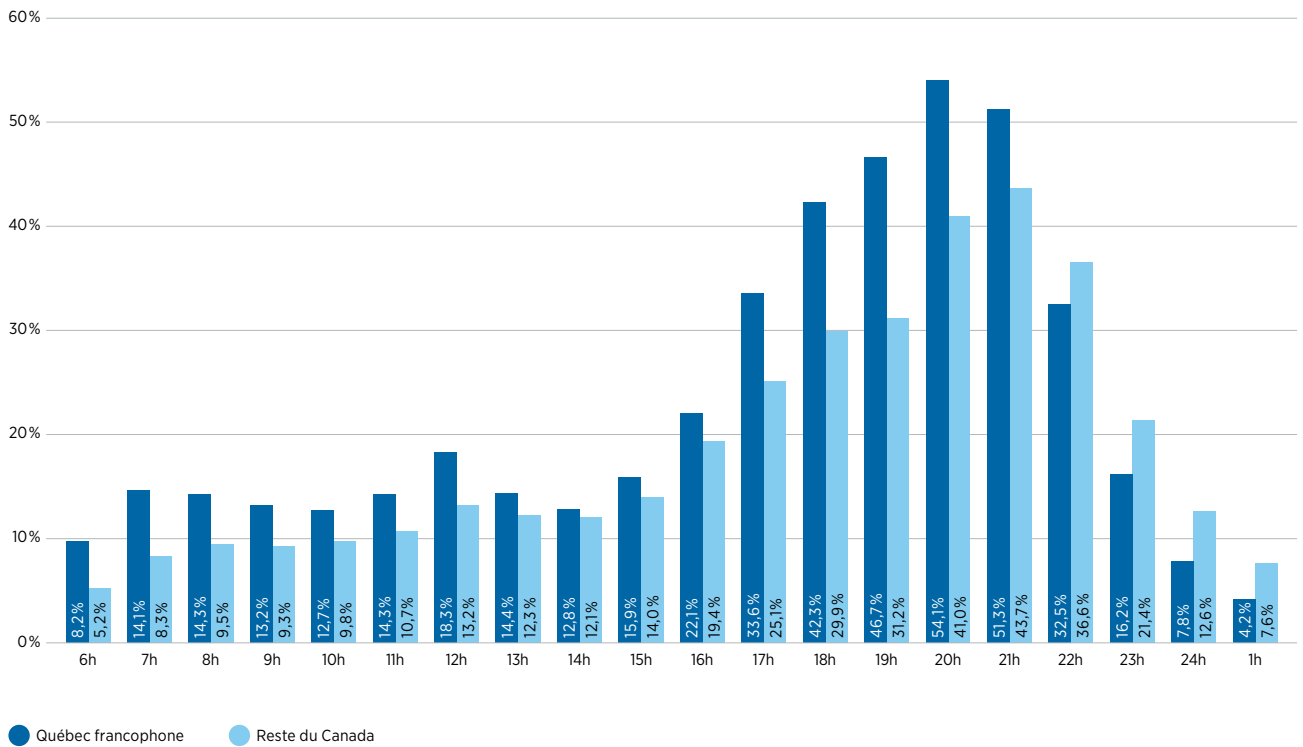
● Réseaux généralistes ● Réseaux spécialisés*

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, Juin 2011 à mai 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus, Heures d'écoute par jour

* Ne comprend pas les réseaux numériques et payants

04 Pourcentage de la population à l'écoute de la télévision

Par tranche d'heure, du lundi au vendredi entre 6h am et 2h am*



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Ven 6a-2a, 2 ans et plus, Cotes d'écoute
*Ces données regroupent l'écoute de toutes les réseaux, incluant les réseaux spécialisés, payants et numériques.

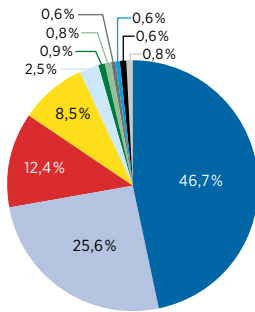
04 L'écoute augmente graduellement à partir de 14h pour tout le Canada. Au Québec, une moyenne de 45,4% de la population se trouve devant le petit écran entre 19h et 23h, avec un pic à 20h (54,1%). Dans le reste du Canada, aux mêmes heures, une moyenne de 36,5% de la population regarde la télévision, avec un pic à 21h (43,7%).

Écoute de la télévision au Québec : parts de marché

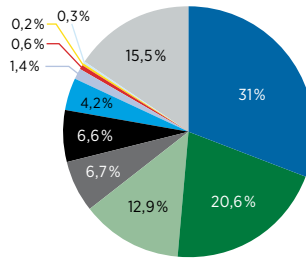
05 Parts d'écoute de la télévision au Québec

Dans les principaux marchés

Province de Québec francophone



Montréal anglophone



Source : Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
*Comprend les réseaux spécialisés, numériques, payants, français et anglais

05 Les chaînes spécialisées canadiennes démontrent une augmentation dans leurs parts d'écoute au Québec francophone et Montréal anglophone.

Dans la province de Québec francophone, Radio Canada est le réseau généraliste qui accuse la perte la plus importante, soit 14% de moins qu'en 2011. Du côté de Montréal anglophone, c'est CTV qui accuse la plus grande perte (-3,2%), ce qui représente 13% de moins. TVA enregistre un gain de 0,8%, pour 3% d'augmentation par rapport à l'an dernier et V poursuit sa progression avec des gains de 0,6%, ce qui représente 8% d'augmentation.

TVA a connu des augmentations dans les deux marchés (0,8% et 0,6%), alors que V, a fait un bond de 0,6% dans le Québec francophone.

06 TVA, qui demeure le réseau le plus regardé, a augmenté ses parts d'écoute dans tous les marchés. Ses meilleures parts d'écoute demeurent à Rivière-du-Loup et Rimouski/Matane/Sept-Îles. La SRC, pour sa part, perd des parts d'écoute partout au Québec. Des son côté, V voit ses parts d'écoute augmenter partout sauf à Québec, Rouyn, et Rimouski/Matane/Sept-Îles.

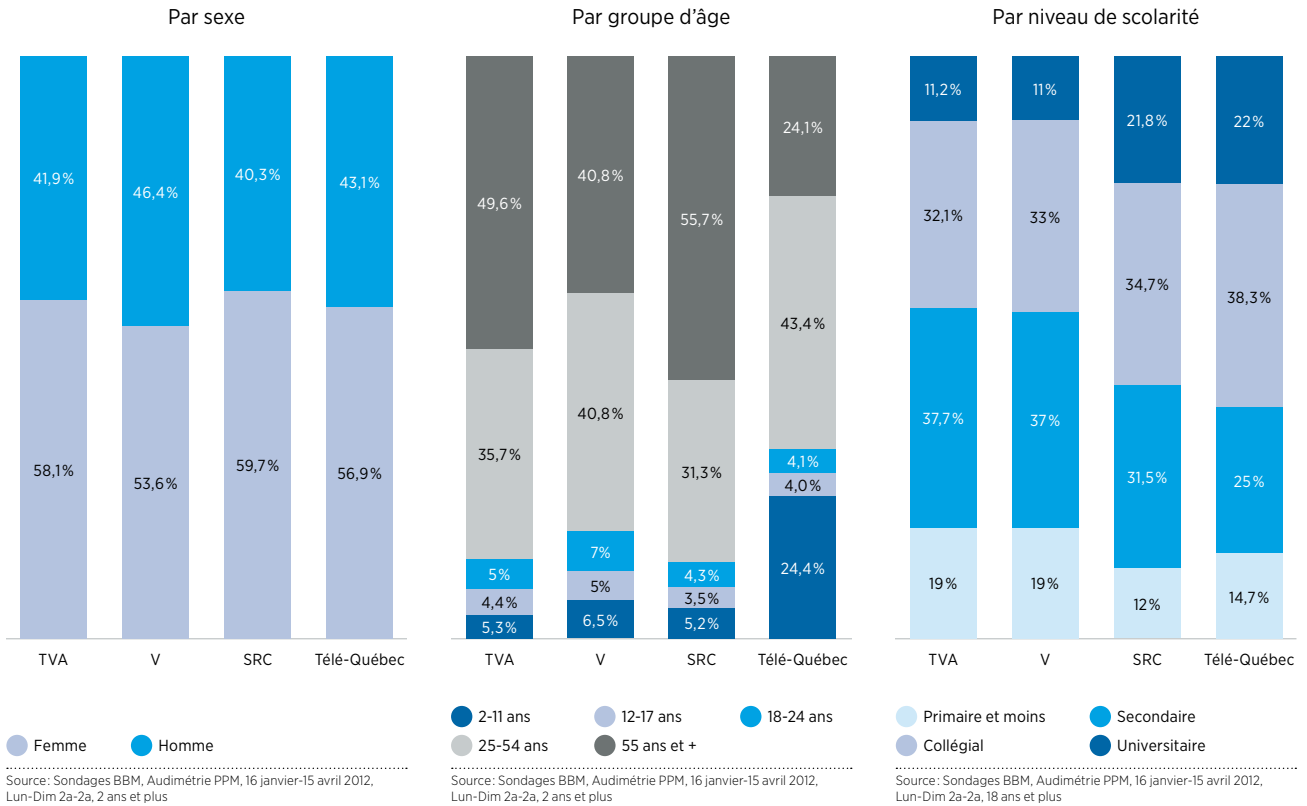
06 Parts d'écoute de la télévision pour les autres marchés du Québec

	RÉSEAUX SPÉCIALISÉS CANADIENS*	TVA	SRC	V	TÉLÉ-QUÉBEC	CTV	RÉSEAUX GÉNÉRALISTES AMÉRICAINS	RÉSEAUX SPÉCIALISÉS AMÉRICAINS	CBC	GLOBAL	AUTRES
Montréal franco ¹	47,9%	22,7%	13,1%	8,3%	2,7%	1,5%	1,1%	0,8%	0,5%	0,9%	0,5%
Québec ²	31,3%	34,6%	15%	6%	2,3%	0,4%	1,1%	0,5%	0,4%	0,4%	8%
Ottawa – Gatineau franco ²	33%	23,3%	15,1%	3,8%	1,8%	3,2%	2,8%	2,2%	1,3%	1,8%	11,7%
Sherbrooke ²	30,8%	35,6%	12,7%	7%	1,7%	1%	2,2%	0,6%	0,4%	0,5%	7,5%
Trois-Rivières ²	32,1%	37,6%	13,9%	8,2%	1,6%	0,3%	0,7%	0,3%	0,2%	0,2%	4,9%
Saguenay ²	30,3%	36,4%	15,8%	7,8%	2,2%	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%	0%	6,9%
Rouyn ²	34,4%	36,7%	13,4%	6,4%	1,5%	0,4%	0,8%	0,2%	0,3%	0,2%	5,7%
Rimouski/Matane/Sept-Îles ²	33,4%	38,8%	12,8%	5,4%	1,3%	0,2%	0,5%	0,2%	0,1%	0,1%	7,2%
Rivière-du-Loup ²	28,3%	42,5%	14,2%	7%	1,9%	0,1%	0,6%	0,2%	0,1%	0,1%	5%
Carleton ²	31%	30,1%	15,2%	6,4%	1,2%	3,4%	3,7%	2,1%	1,3%	0,8%	4,8%

Source¹ : Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
Source² : Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Printemps 2012, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus
*Comprend les réseaux spécialisés, numériques, payants, français et anglais

Réseaux généralistes : profil des téléspectateurs

07 Répartition des auditoires des réseaux généralistes au Québec francophone



07 Encore cette année, l'auditoire des réseaux généralistes demeure majoritairement féminin. Radio-Canada augmente encore sa proportion de femmes de 1,8%, pour s'établir à 59,7%. TVA reprend cette année sa deuxième place, grâce à une hausse de 1,5%. V demeure le réseau le plus regardé par les hommes, malgré une baisse de 2,2%.

La SRC a encore augmenté ses parts auprès des 55 ans+, passant de 54,3% à 55,7%. V perd des parts auprès des 12-17 ans (-2,4%) et des 18-24 ans (-2,1%), au profit des 55 ans et plus (+4,3%). Télé-Québec continue de se concentrer auprès des 25-54 ans (43,4%) et demeure le réseau qui attire la plus forte proportion de 2-11 ans, avec 24,4%. Les parts de TVA sont stables, alors que leur plus forte concentration est auprès des 55 ans et plus (49,6%).

L'auditoire de Télé-Québec compte toujours le plus haut taux d'universitaires, avec 22%. La SRC suit de près avec 21,8%.

08-A Top 10 des émissions – Automne 2011

Les émissions les plus regardées au Québec francophone

RANG	RÉSEAU	ÉMISSIONS RÉGULIÈRES	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)	RANG	RÉSEAU	ÉMISSIONS SPÉCIALES	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
01	TVA	On connaît la chanson	11	1887,9	01	SRC	Bye Bye 2011	1	3301,0
02	TVA	Occupation double au Portugal + Heure de vérité	10	1682,3	02	TVA	SP: Bloopers TVA	1	1739,8
03	SRC	Enfants de la télé	14	1578,8	03	SRC	SP: Infoman	1	1522,7
04	TVA	Occupation double au Portugal – mardi	10	1431,5	04	TVA	Fidèles au poste! La rentrée	1	1512,3
05	SRC	Tout le monde en parle	11	1371,8	05	TVA	Fidèles au poste! à Noël	1	1498,6
06	TVA	Occupation double au Portugal – lundi	11	1383,6	06	SRC	Gala de l'Adisq	1	1385,1
07	TVA	Les Auditions de Star Académie 2012	10	1370,0	07	SRC	Gala Prix Gémeaux	1	1321,8
08	TVA	Fidèles au poste!	9	1350,3	08	TVA	On connaît la chanson – Spécial artistes	1	1312,5
09	TVA	Yamaska	12	1232,3	09	TVA	Messmer: drôlement mystérieux	1	1296,7
10	TVA	La Promesse	13	1163,2	10	TVA	La Poule aux oeufs d'or – Gala country 2011	1	1199,5

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 1^{er} septembre-31 décembre 2011, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

08-B Top 10 des émissions – Printemps 2012

Les émissions les plus regardées au Québec francophone

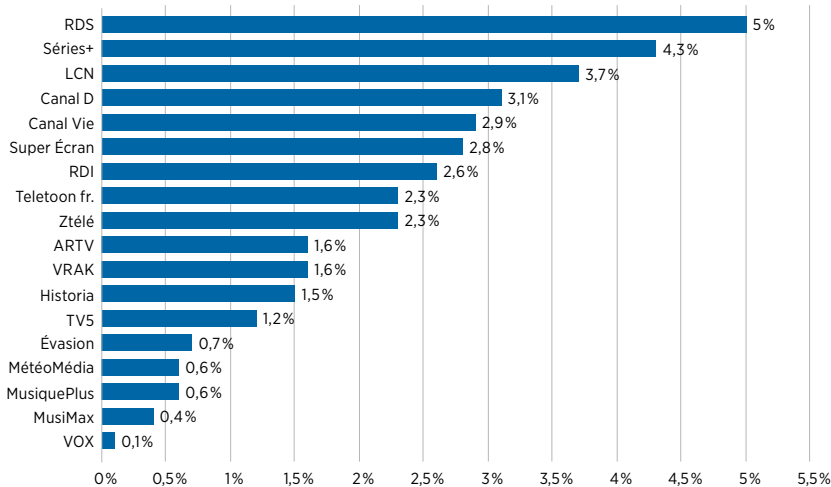
RANG	RÉSEAU	ÉMISSIONS RÉGULIÈRES	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)	RANG	RÉSEAU	ÉMISSIONS SPÉCIALES	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
01	TVA	Star Académie 2012 – le variété	10	2248,5	01	TVA	Gala Artis 2012	1	1929,2
02	TVA	Star Académie 2012 – quotidienne + collation grades	35	1408,5	02	TVA	Céline: 3 gars et un nouveau show	1	1869,4
03	SRC	Enfants de la télé	12	1392,1	03	TVA	Le Tapis rouge	1	1648,9
04	TVA	Toute la vérité	10	1294,3	04	SRC	Bye Bye 2011	1	1457,5
05	TVA	Yamaska	12	1212,0	05	TVA	Célébration 2012	1	1207,0
06	TVA	O'	10	1127,0	06	TVA	Accès VIP	1	1123,3
07	SRC	Tout le monde en parle	13	1123,1	07	TVA	SP: Bloopers TVA	1	1089,0
08	TVA	Destinées	14	1115,1	08	TVA	L'Événement JMP 2011	1	1074,5
09	TVA	Fidèles au poste!	9	1107,1	09	TVA	L'Événement JMP	1	1035,3
10	TVA	LOL :-)	13	1105,0	10	TVA	La Poule aux oeufs d'or – Spécial Gala 2012	1	1012,4

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 1^{er} janvier-30 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

Réseaux spécialisés : auditoire et parts de marché

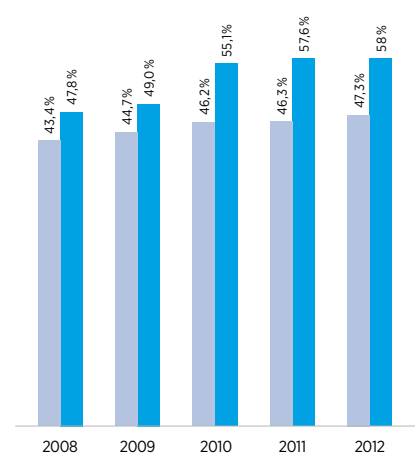
09 Parts de marché des réseaux spécialisés français*

Québec francophone



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
* Ne comprend pas les réseaux numériques

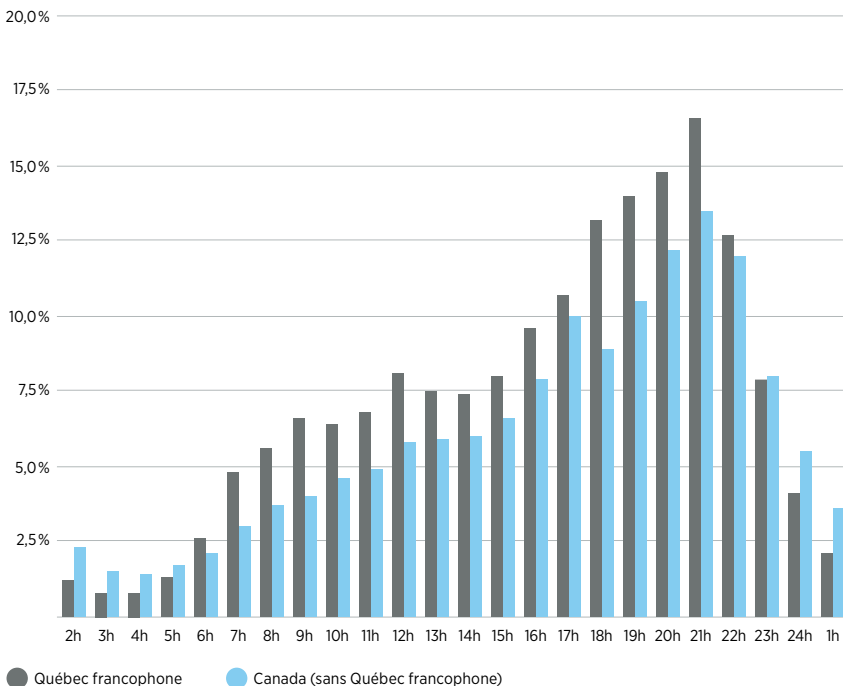
10 Évolution des parts des réseaux spécialisés, numériques et payants (canadiens et américains)



● Québec francophone
● Canada (sans Québec francophone)

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM et BBM-NMR, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
* Changement de méthodologie de sondage en septembre 2009: Audimétrie PPM au lieu de Audimétrie BBM-NMR

11 Écoute des réseaux spécialisés canadiens* par tranche horaire



● Québec francophone ● Canada (sans Québec francophone)

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus, Cotes d'écoute
* Ne comprend pas les réseaux numériques et payants

09 RDS figure encore à la tête des parts de marché des réseaux spécialisés francophones, malgré une baisse de 0,9% par rapport à l'an dernier et de 2,1% depuis 2010. Séries+ grimpe de la quatrième à la deuxième position, grâce à une hausse de 1%, et Canal Vie passe de la septième à la cinquième position, s'accaparant 2,9% des parts de marché.

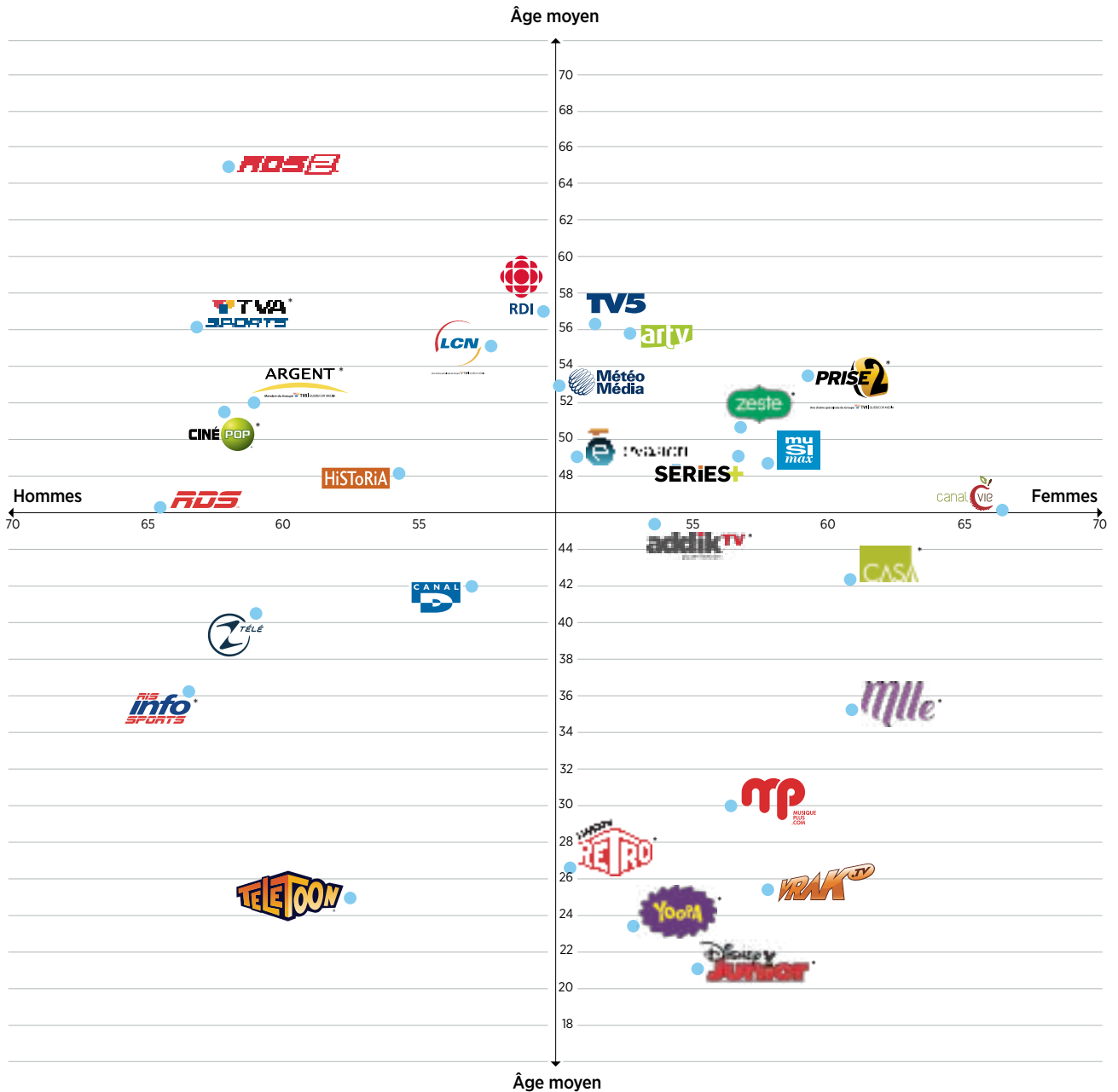
10 L'écoute des réseaux spécialisés, numériques et payants, a continué sa progression partout au Canada. Au Canada, elle a connu une légère augmentation de 0,4% par rapport à 2011, pour atteindre 58%, alors qu'au Québec, après être restée assez stable entre 2010 et 2011, elle a progressé de 1%.

11 Partout au pays, c'est de 21h à 22h que l'écoute des réseaux spécialisés est la plus forte, regroupant 16,6% de la population québécoise francophone, comparativement à 17,2% l'an dernier, et 13,5% du reste du Canada, une baisse de 0,4%. Au Québec, les réseaux spécialisés sont plus regardés entre 16h et 22h, alors que pour le reste du pays, ils le sont davantage entre 17h et 22h.

Profil des réseaux spécialisés et numériques

12 Profil des réseaux selon le sexe et l'âge

Québec francophone



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 16 janvier-15 avril 2012, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
*Réseaux numériques

12 Canal Vie est toujours le réseau au profil le plus féminin, alors que RDS est celui à la plus forte concentration d'hommes, devant RDS Info et TVA Sport. Disney Jr et Yoopa présentent les

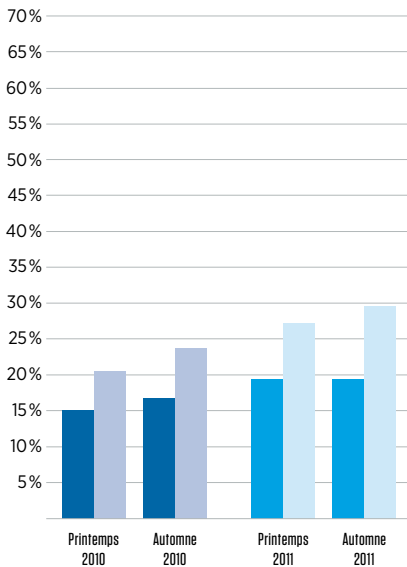
profils les plus jeunes, suivis de Télétoon, Vrak.tv et Télétoon Rétro. RDS2 présente, pour sa part, le profil le plus âgé, suivi de RDI. Télétoon Rétro et Prise 2 augmentent leur proportion de femmes,

alors que LCN augmente sa concentration d'hommes.

Données d'écoute en différé et modes de réception

13-A Enregistreurs numériques

Taux de pénétration des enregistreurs numériques personnels (PVR)

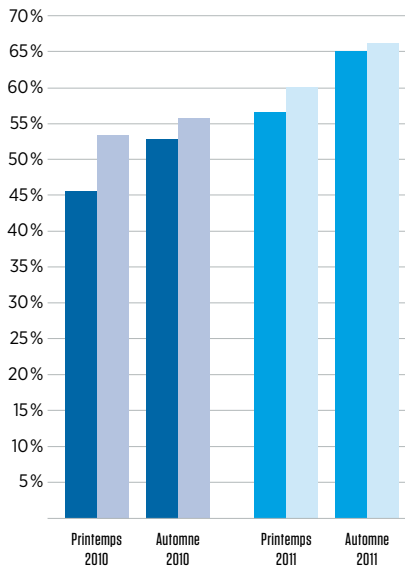


● Québec francophone ● Reste du Canada

Source: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Printemps 2010 à automne 2011, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus, pourcentage de portée

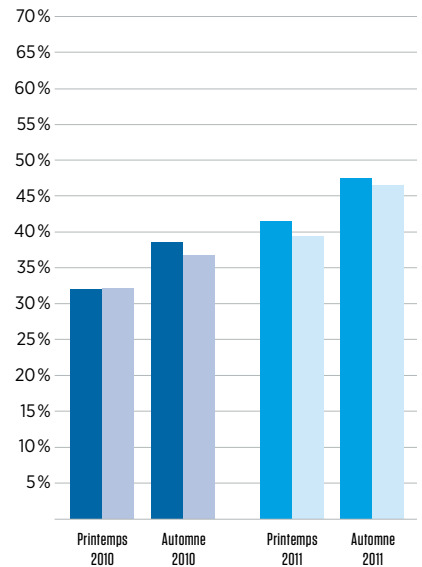
13-B Téléviseurs HD

Taux de pénétration des téléviseurs prêts pour la haute définition

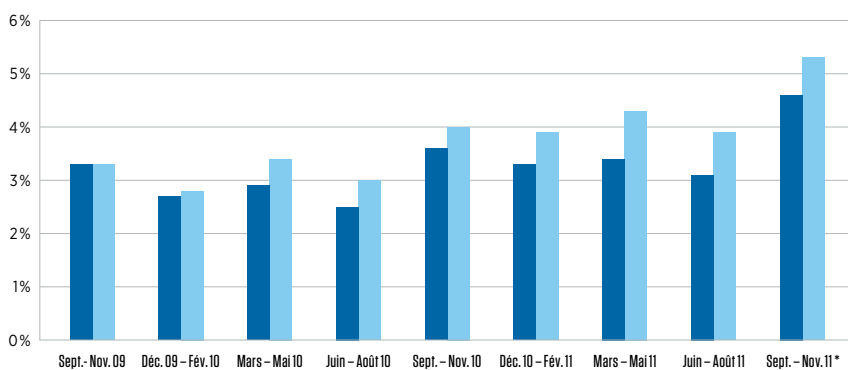


13-C Réception HD

Taux de pénétration des téléviseurs HD reliés à un récepteur de signaux HD



14-A Pourcentage des heures de l'écoute en différé attribuée à une émission

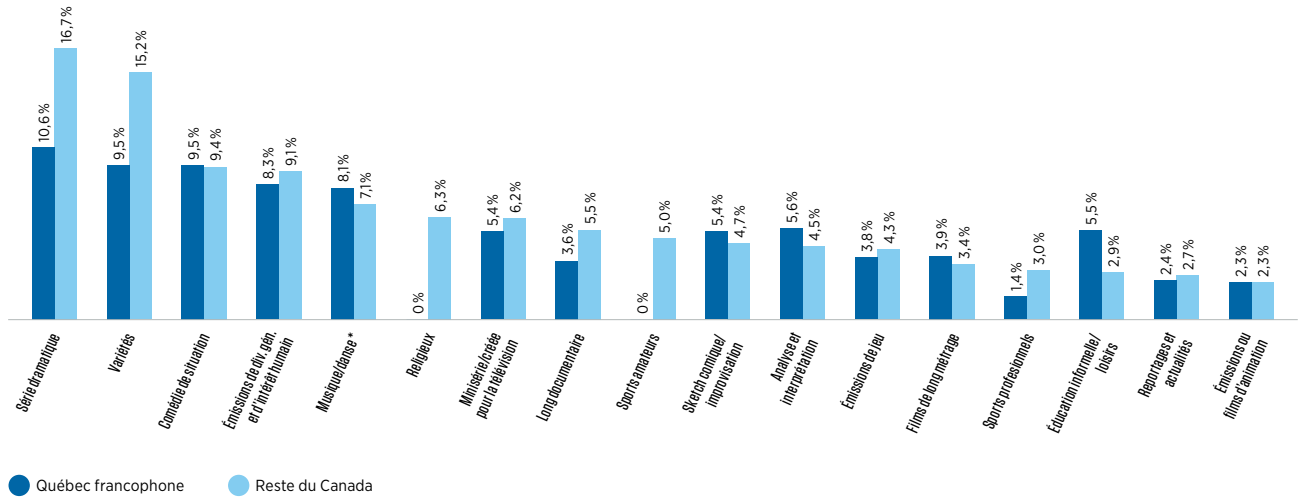


● Québec francophone ● Reste du Canada

Source: Sondages BBM, % Moyenne des heures/capita, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus, Heure de la station
*1^{er} au 13 novembre 2011

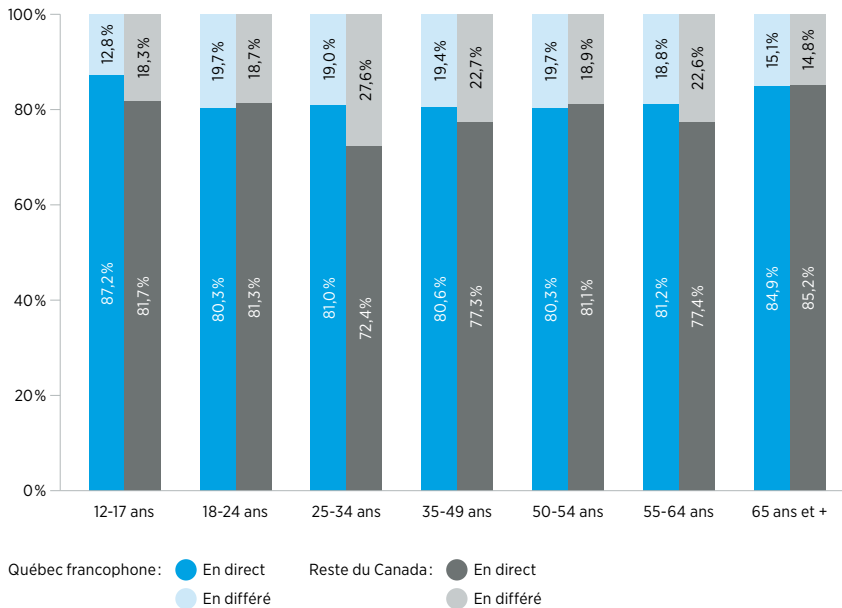
13 L'enregistreur numérique est de plus en plus populaire, avec une hausse de 5,8% entre les automnes 2010 et 2011, pour se chiffrer à 29,6%, au Canada. Le Québec a connu une augmentation de 2,7% pour se chiffrer à 19,5%. Pour cette même période, l'on observe également, dans l'ensemble du Canada, une hausse du nombre de personnes qui possèdent des téléviseurs prêts pour la haute définition (66,1%) et des téléviseurs reliés à un récepteur de signaux HD (46,4%).

14-B Pourcentage AMM (Auditoire moyen par minute)



Source: Panel PPM de Sondages BBM - 13 septembre 2010 au 29 mai 2011, % AMM, A25-54, Lun-dim 18h-23h
* Autre que les émissions de vidéos musicales

14-C Pourcentage de l'écoute en direct et de l'écoute en différé selon l'âge en période de grande écoute



Source: Panel PPM de Sondages BBM, 29 août au 13 novembre 2011, % AMM, Lun-dim 20h à 23h, Heure de la station, ménages munis d'un ENP

14 L'écoute en différé attribuée à une émission a progressé depuis le début de l'année 2010 partout au pays. Le reste du Canada écoute plus les émissions en différé. Les mois d'été, l'écoute se fait plus en direct qu'en différé, la programmation étant la principale raison de cette variation.

Autant au Québec qu'au Canada, les séries dramatiques et variétés sont les genres d'émissions où l'écoute en différé est la plus forte. Au Québec, on remarque une moins grande différence entre les genres versus le reste du Canada.

Au Québec francophone, l'écoute se fait surtout en direct, ne descendant pas sous la barre des 80%. Les 18-24 ans et les 50-54 ans sont ceux qui écoutent le plus la télévision en différé, avec 19,7%. Au Canada, ce sont les 25-34 ans qui écoutent le plus la télévision en différé, avec 27,6%, suivis des 35-49 ans (22,7%).

Index des réseaux spécialisés

Bell Média

1755, boul.
René-Lévesque Est,
bur. 300
Montréal, Qc H2K 4P6
514 599-2244
rds.ca

Chaînes:

- RDS
- RDS Info
- RDS2

Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

1400, boul.
René-Lévesque Est,
17^e étage
Montréal, Qc H2L 2M2
514 597-4400
cbc.ca

Chaînes:

- Bold
- CBC News Network
- Documentary

Canal Savoir

2200, rue Sainte-
Catherine Est, 1^{er} étage
Montréal, Qc H2K 2J1
514 509-2222
canalesavoir.tv

Chaîne:

- Canal Savoir

Gay Globe Magazine – Le Point

C.P. 172, succ. Rosemont
Montréal, Qc H1X 3B7
514 728-6436
gayglobe.us

Chaîne:

- GGTV – Gay Globe TV

Les Chaînes Télé Astral

1800, av. McGill College,
bur. 1600
Montréal, Qc H3A 3J6
514 939-5000
astral.com

Chaînes:

- Canal D
- Canal Vie
- Historia
- MusiMax
- MusiquePlus
- Séries+
- VRAK TV
- Ztélé

Pelmorex Communications

2655, Bristol Circle
Oakville, On L6H 7W1
905 829-1159
rdevost@pelmorex.com

Chaîne:

- MétéoMédia

Radio-Canada

1400, boul.
René-Lévesque Est
Montréal, Qc H2L 2M2
514 597-4683
radio-canada.ca

Chaînes:

- ARTV
- Explora
- RDI

Réseau TVA

1600, boul. de
Maisonnette Est
Montréal, Qc H2L 4P2
514 526-9251
tva.canoe.ca

Chaînes:

- AddikTV
- Argent
- CASA
- LCN - Canal nouvelles
- TVA
- Mlle
- Prise2
- Sun News
- Télé-Achats
- TVA Sports
- Yoopa

Serdy Média

6, boul. Desaulniers,
bur. 500
Saint-Lambert, Qc
J4P 1L3
450 672-0052
evasion.tv / zeste.tv

Chaînes:

- Évasion
- Zeste

Télétoon

1800, av. McGill College,
bur. 1600
Montréal, Qc H3A 3J6
514 939-5001
teletoon.com

Chaîne:

- Télétoon

TV5

1755, boul.
René-Lévesque Est,
bur. 101
Montréal, Qc H2K 4P6
514 522-5322
tv5.ca

Chaîne:

- TV5

Vidéotron

612, rue Saint-Jacques
Montréal, Qc H3C 4M8
514 985-8408
voxtv.ca

Chaîne:

- VOX

EN THÉRAPIE

CET AUTOMNE

TV5

LUNDI MARDI MERCREDI JEUDI VENDREDI

FRANÇOIS PAPIREAU ÉLISE GUILBAULT NACHA LIPONCHIK
PASCALE BUSSIÈRES ALEXANDRE GOYETTE BÉNÉDICTE DÉCARY
SÉBASTIEN RICARD LAURIE FORTIN-BABIN

Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

1400, boul.
René-Lévesque Est,
17^e étage
Montréal, Qc H2L 2M2
514 597-4400
cbc.ca

Réseau National:
CBC Television

Chaîne:
CBMT-TV
Montréal
514 597-4400

Radio-Canada

1400, boul.
René-Lévesque Est
Montréal, Qc H2L 2M2
514 597-4683
radio-canada.ca

Chaînes:
CBAFT
Moncton
506 853-6730

CBFT
Montréal
514 597-4683

CBOFT – CBLFT
Ottawa / Toronto
613 288-6286

CKRN
Rouyn-Noranda
418 762-0744

CKRT
Rivière-du-Loup
418 867-1341

CKSH
Sherbrooke
819 620-0000

CKTM
Trois-Rivières
819 377-1441

CKTV
Jonquière
418 542-9998

CBVT – CJBRT
Québec / Est du
Québec
418 656-8276

Réseau CTV

1205, av. Papineau
Montréal, Qc H2K 4R2
514 273-6311
montreal.ctv.ca

Chaîne:
CTV Montréal
Montréal
514 273-6311

Réseau TVA

1600, boul. de
Maisonnette Est
Montréal, Qc H2L 4P2
514 526-9251
www.tva.canoec.ca

Chaînes:
TVA Carleton
Carleton
418 364-3344

TVA Est du Québec
Rimouski
418 722-6011

TVA Québec
Québec
418 688-9330

TVA Rivière-du-loup
Rivière-du-loup
418 867-1341

TVA Saguenay –
Lac-Saint-Jean
Chicoutimi
418 549-2576

TVA Sherbrooke
Sherbrooke
819 565-7777

TVA Trois-Rivières
Trois-Rivières
819 376-8880

RNC Media

1, Place Ville-Marie,
bur. 1523
Montréal, Qc H3B 2B5
514 866-8686
rncmedia.ca

Chaînes:
CFEM-TV (TVA)
Rouyn-Noranda
819 762-0744

CFGs-TV (V)
Gatineau
819 770-1040

CFVS-TV (V)
Rouyn-Noranda
819 762-0744

CHOT-TV (TVA)
Gatineau
819 770-1040

CKRN-TV (SRC)
Rouyn-Noranda
819 762-0744

Shaw Media

1010, rue Sainte-
Catherine Ouest,
bur. 200
Montréal, Qc H3B 5L1
514 525-1133
shawmedia.ca

Chaîne:
Global Montréal CKMI
Montréal
514 525-1133

Télé-Québec

1000, rue Fullum
Montréal, Qc H2K 3L7
514 521-2424
telequebec.tv

Chaînes:
CIVA-TV
Val-d'Or
819 874-5132

CIVB-TV
Rimouski
418 727-3743

CIVC-TV
Trois-Rivières
819 371-6752

CIVG-TV
Sept-îles
418 964-8240

CIVK-TV
Carleton
418 364-7025

CIVM-TV
Montréal
514 521-2424

CIVO-TV
Gatineau
819 772-3471

CIVQ-TV
Québec
418 643-5303

CIVS-TV
Sherbrooke
819 820-3436

CIVV-TV
Saguenay
418 695-8152

V Interactions

85, rue Saint-Paul Ouest
Montréal, Qc H2Y 3V4
514 390-6100
viele.ca

Chaînes:
CFAP-TV
Québec
418 624-2222

CFGs-TV
Gatineau
819 770-1040

CFJP-TV
Montréal
514 390-6100

CFKM-TV
Trois-Rivières
819 377-6053

CFKS
Sherbrooke
819 565-9232

CFRS-TV
Jonquière
418 542-4551

CFTF-TV
Rivière-du-Loup
418 862-2909

CFVS
Rouyn
819 825-9994