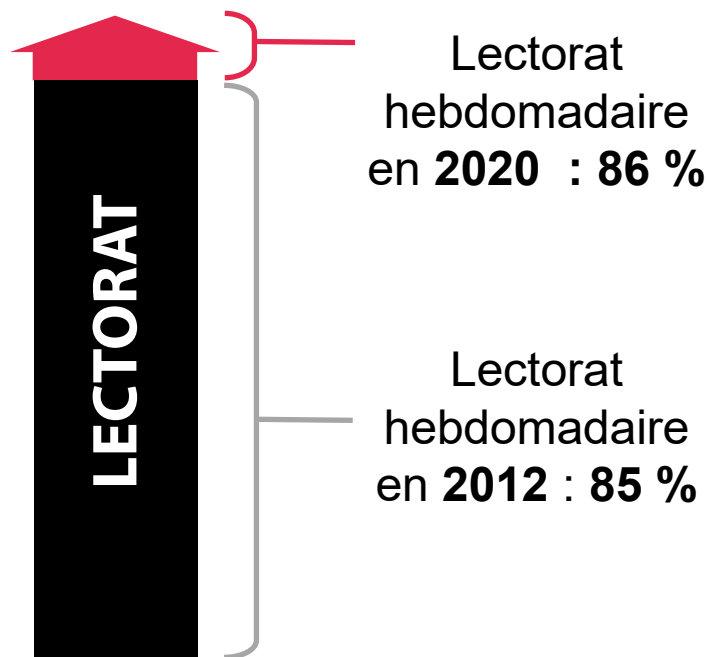


Dix vérités à transmettre sur Twitter

février 2021

1 Près de neuf Canadiens sur dix lisent un journal chaque semaine.

L'accès aux plateformes numériques n'a fait qu'accroître l'accès au contenu de nouvelles. Plus de Canadiens que jamais lisent les journaux en format imprimé ou numérique.



**Près de neuf
Canadiens sur
dix**

**Canadiens (86 %) lisent
leurs journaux chaque
samaine en 2020.**



2 Les lecteurs choisissent de lire leur contenu de nouvelles sur diverses plateformes.



82 % des lecteurs de journaux imprimés les lisent aussi sur une plateforme numérique.



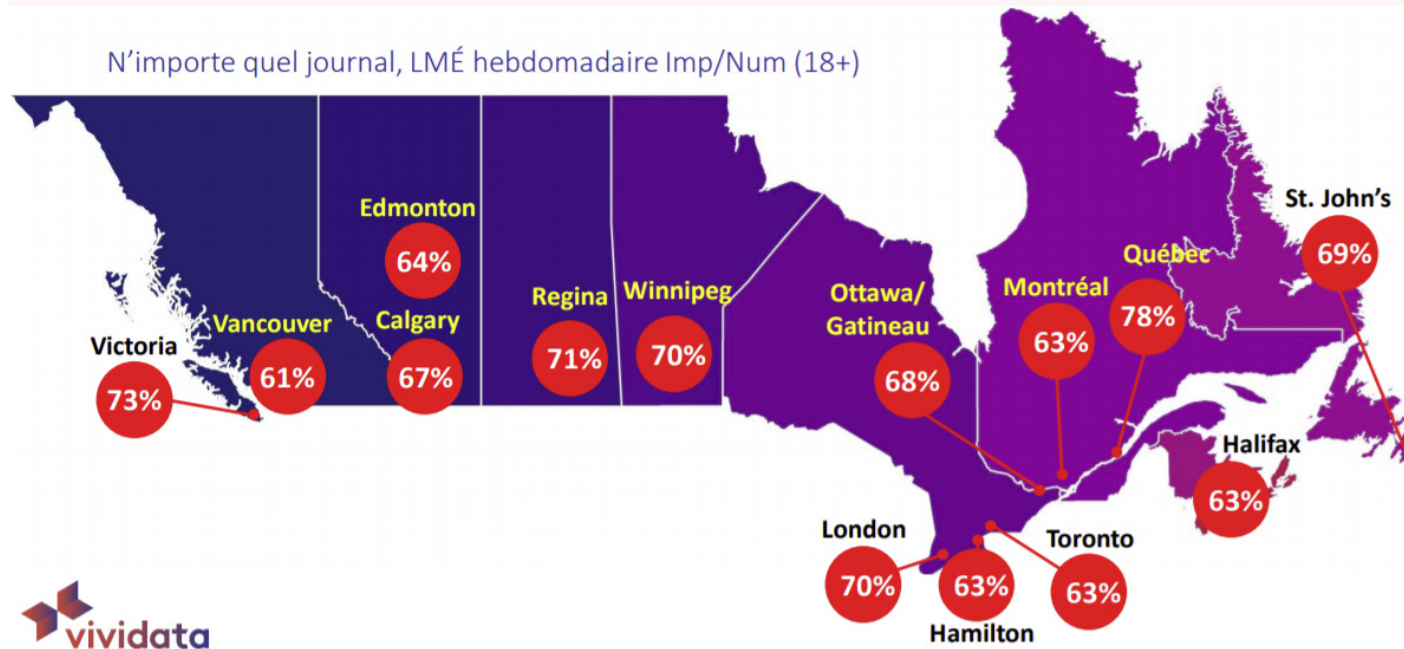
70 % des lecteurs sur une plateforme numérique lisent aussi le journal imprimé.

3

Chaque semaine, les quotidiens rejoignent 3 adultes sur 5 partout au Canada.

La portée la plus élevée se trouve dans la ville de Québec (78 %), à Victoria (73 %) et à Regina (71 %).

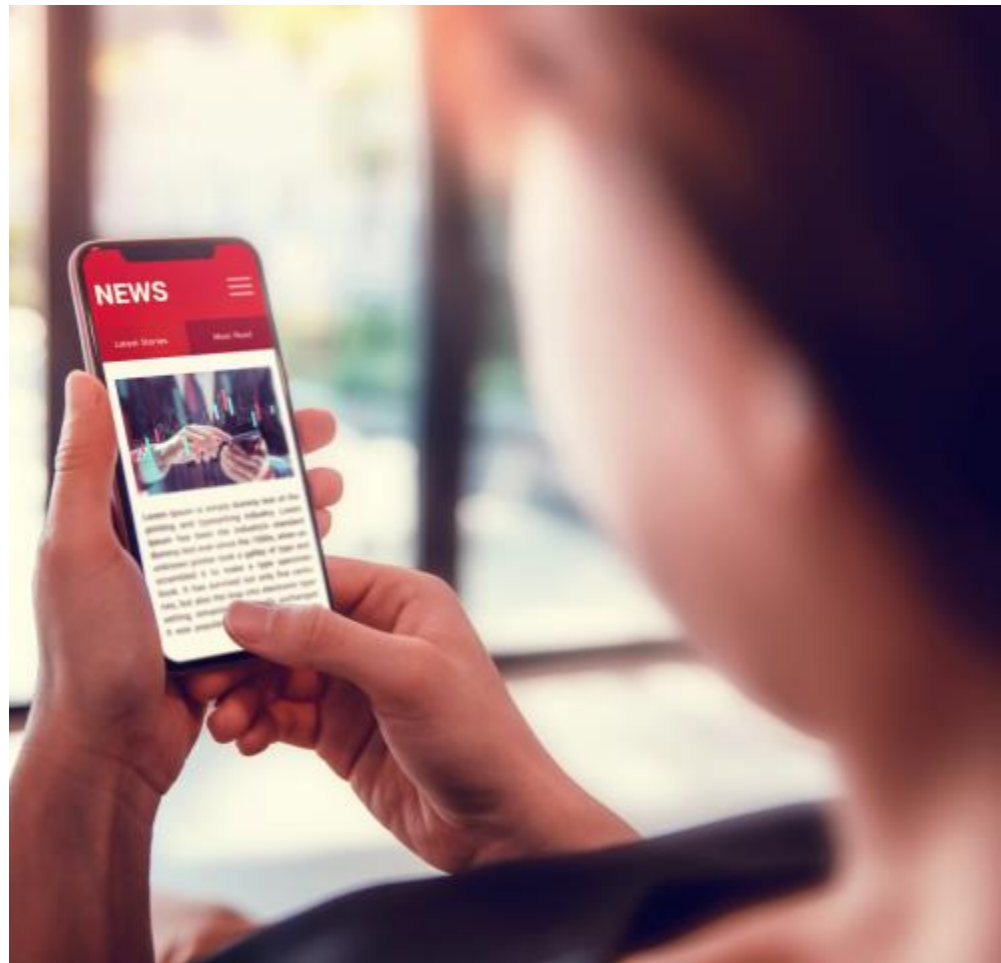
Sur une base hebdomadaire, **les marques de journaux** rejoignent 3 sur 5 adultes à travers le pays.



④ Les jeunes adultes lisent les journaux différemment des adultes plus âgés.

Huit milléniaux sur dix (79 %) utilisent leur téléphone pour lire les nouvelles et se tenir au courant de l'actualité.

Et près de la moitié d'entre eux lisent aussi les journaux imprimés.



5 Un journalisme fiable est essentiel.

Huit Canadiens sur dix (82 %) croient qu'un journalisme fiable fait partie essentielle d'une société démocratique; ils s'inquiètent aussi des répercussions des fausses nouvelles et du fait que celles-ci puissent être utilisées comme armes.

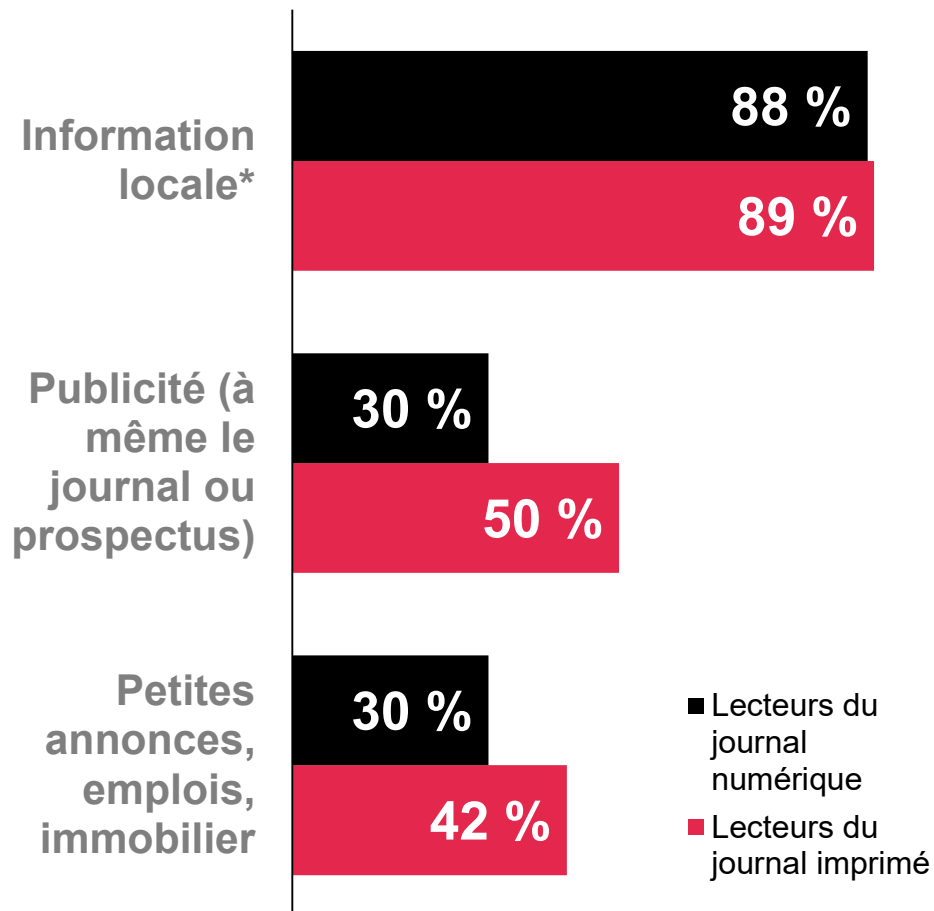


⑥ L'information locale est la principale raison qui pousse les lecteurs à se tourner vers les journaux régionaux.

Neuf lecteurs de journaux imprimés sur dix (89 %) les lisent pour l'information locale.

La publicité incite à la lecture chez les lecteurs de journaux imprimés.

- La moitié d'entre eux (50 %) les lisent pour la publicité à même le journal ou les prospectus;
- 42 % les lisent pour les petites annonces, les offres d'emplois et l'immobilier.



7 Près de la moitié des lecteurs de journaux régionaux imprimés les lisent pour les prospectus.

Huit lecteurs de journaux imprimés sur dix (77 %) utilisent les prospectus pour planifier leurs achats d'épicerie.

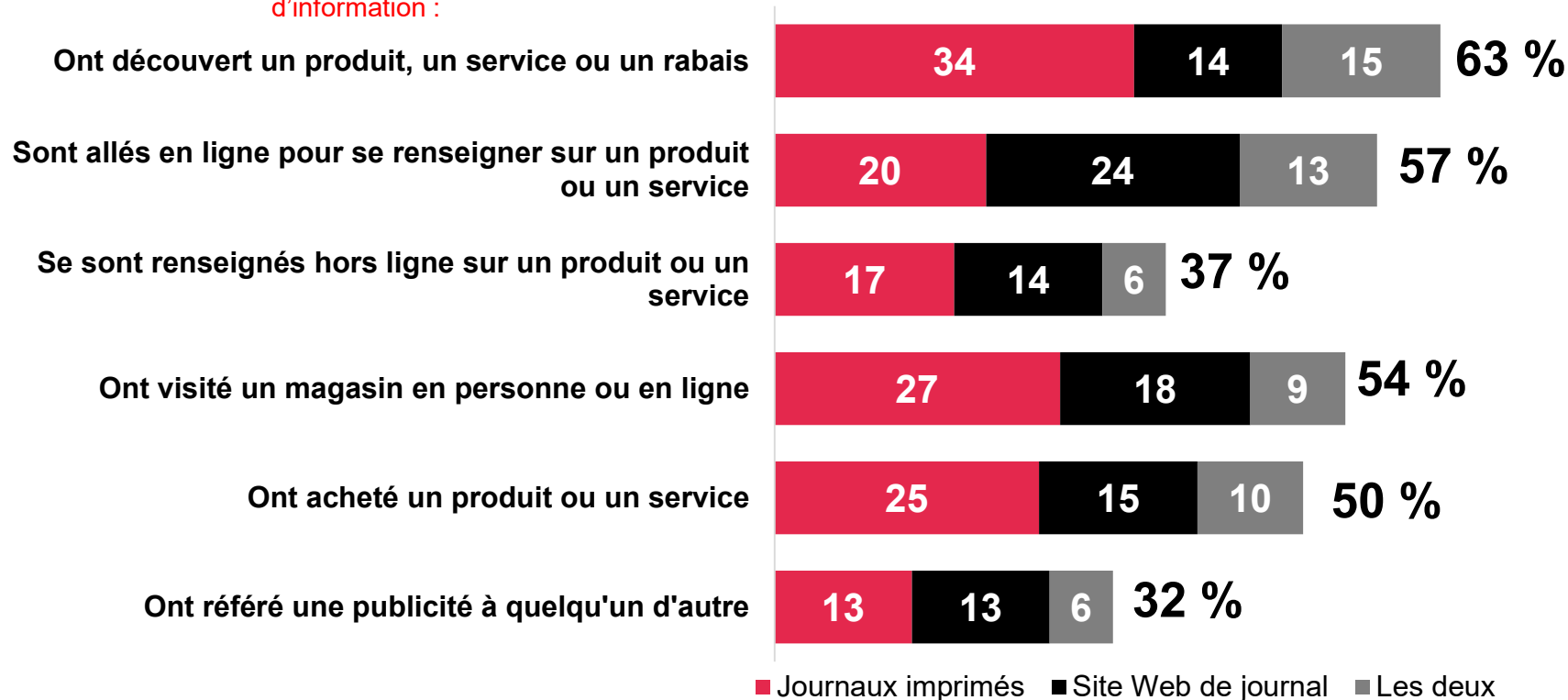
Les prospectus sont aussi utilisés pour se renseigner sur les divertissements et les restaurants (56 %), la santé et les soins personnels (53 %) et pour les achats de vêtements (51 %).



8 Les publicités dans les médias d'information incitent à l'action.

Après avoir été exposés à une publicité dans un média d'information, **57 % des Canadiens** sont allés en ligne pour trouver plus d'information sur un produit ou un service et plus de la moitié d'entre eux (54 %) ont visité un magasin.

Gestes posés après avoir été exposés à des publicités dans les médias d'information :

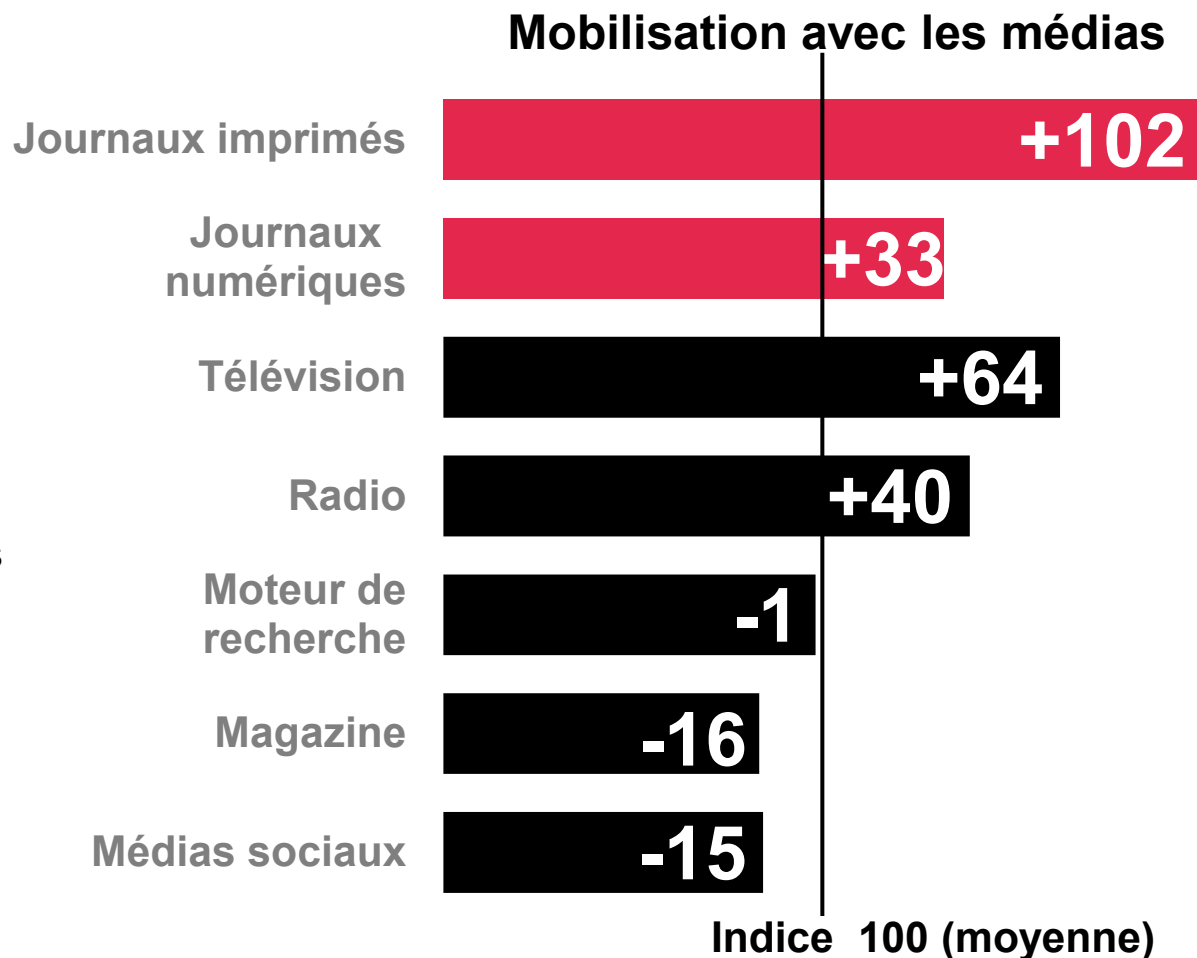


9 Lorsqu'ils lisent un journal, les Canadiens lui accordent toute leur attention.

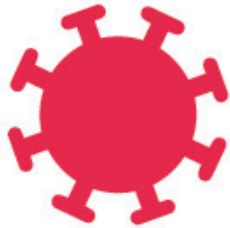
Les journaux imprimés obtiennent un pointage de 102 % au-dessus de la moyenne en matière de mobilisation, soit le pointage le plus élevé de tous les médias mesurés.

La mobilisation peut être divisée parmi d'autres médias (*télévision, radio, magazines, moteurs de recherche*).

Les médias sociaux ont obtenu un pointage de 15 % en bas de la moyenne en matière de mobilisation.



10 Les journaux sont un service essentiel.



La pandémie de COVID-19 a clairement prouvé aux Canadiens qu'ils se fient aux médias d'information.

Un tiers d'entre eux ont ainsi commencé à lire les journaux imprimés ou numériques, et plus de quatre d'entre eux sur dix ont l'intention de continuer à lire les journaux dans la même mesure une fois que le coronavirus aura disparu.



Dix vérités à transmettre sur Twitter

Pour plus d'information, consultez le site www.mediasdinfo.ca