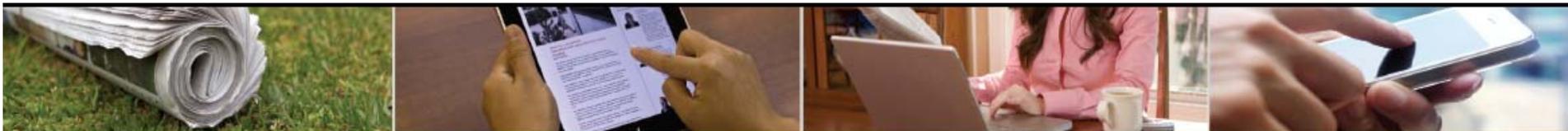


Les journaux canadiens

Toute la vérité



Vérités intéressantes sur les journaux canadiens

Les grands axes :

- **Les journaux sur toutes les plateformes**
- **Les journaux imprimés**
- **L'environnement**
- **Les sites Web de journaux**

VÉRITÉ #1



Les journaux sur toutes les plateformes



85 % des adultes canadiens ont lu un journal imprimé, en ligne, sur tablette, liseuse ou appareil mobile dans la dernière semaine.



Les journaux sur toutes les plateformes



Il y a plus de gens qui lisent un journal chaque semaine (toutes plateformes confondues) qu'il y en a qui utilisent Internet chaque mois.



Les journaux sur toutes les plateformes

Chez les Canadiens dans la dernière semaine :

- **7 sur 10 ont lu un journal imprimé;**
- **5 sur 10 ont lu un site Web de journal;**
- **4 sur 10 ont lu un journal sur une tablette ou une liseuse;**
- **4 sur 10 ont lu un journal ou un titre sur leur téléphone mobile.**



Les journaux sur toutes les plateformes



**Plus de Canadiens que d'Américains
lisent des journaux imprimés et en ligne
chaque semaine.**

**77 % au Canada – en hausse
69 % aux États-Unis – en baisse**



Les imprimés : parlons chiffres



Le Canada compte 122 quotidiens et plus de 1100 journaux régionaux.

Il y a 21 % plus de quotidiens et de journaux régionaux imprimés au Canada aujourd'hui qu'en 1970.



Les imprimés : parlons chiffres

Le fildefériste au-dessus des chutes du Niagara a été vu par 3,9 millions de téléspectateurs (un nombre plus élevé que ceux qui ont regardé la finale de la coupe Stanley).



Les journaux imprimés du Canada font de chaque jour un événement puisqu'ils livrent 12 millions de lecteurs.



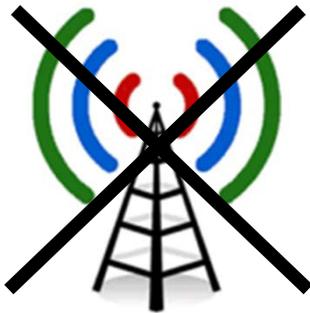
Les imprimés : l'engagement

**L'imprimé demeure le premier choix
des lecteurs de journaux puisque
73 % des adultes lisent une édition
imprimée chaque semaine.**





Les imprimés : l'engagement



Plus de 2,2 millions de Canadiens n'écoutent pas la radio commerciale; deux de ces Canadiens sur trois sont des lecteurs de journaux.



Les imprimés : la confiance

ACCEPTÉ

La publicité dans les journaux est la forme de publicité la mieux acceptée si on la compare à la publicité extérieure, à celle de la radio, des magazines, de la télévision et d'Internet.



Les imprimés : la confiance



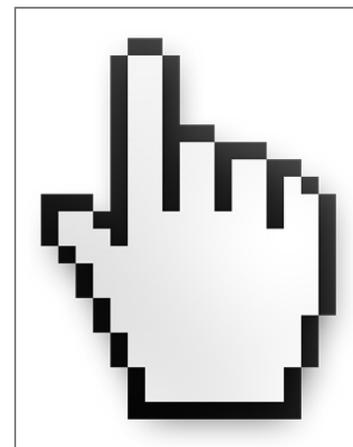
Crédibles

**Les publicités dans les journaux sont
considérées les plus crédibles
(si on les compare à celles des autres médias).**



Les imprimés : l'action

**4 adultes sur 5 ont posé un geste
(découpé un coupon, fait un achat, visité un site) après avoir vu une publicité dans un journal
au cours du dernier mois.**





Les imprimés : l'action

Plus de consommateurs utilisent les codes QR dans les journaux ou les magazines que dans toute autre source.

© 2012 Microsoft Corporation

MicroMétéo™ est votre prévision personnalisée! Vous trouverez la météo au kilomètre près de l'endroit où vous vous trouvez, ou celle de l'endroit où vous allez. Exclusivement sur MétéoMédia.

Allez à meteomedia.com ou téléchargez l'application

À la recherche de la musique d'ici
Le pianiste Alain Lebovre donne vie aux compositions de François Dumipierre sur son nouvel album, *scz 16*

MIXTE
Produit en France
FSC
FSC® C211325



L'environnement

Les journaux sont des champions du recyclage – ils sont recyclés à 80 % (jusqu'à 97 % en Ontario) – soit plus que n'importe quel autre produit.





L'environnement

Les journaux utilisent des encres végétales et ont éliminé les COV (composés organiques volatils) nocifs de leur production.



Encres Sun Chemical



L'environnement

Les journaux utilisent du papier recyclé et du papier vierge provenant des déchets de scieries (bois de construction).





Les sites Web de journaux : parlons chiffres

3 millions de pages vues
sur YouTube représenterait
un succès unique.



Pour les sites Web de journaux, c'est le mardi.





Les sites Web de journaux : parlons chiffres

Lire les nouvelles sur Internet est une activité importante pour les Canadiens puisque les seules activités auxquelles ils s'adonnent davantage sur Internet sont la lecture du courriel et le furetage.





Les sites Web de journaux : la confiance

**Les sites Web de journaux sont considérés
comme les sources de nouvelles en ligne
les plus crédibles
(contre 3 % pour Facebook; 0,2 % pour Twitter).**





Les sites Web de journaux : la confiance



73 % des Canadiens disent obtenir le plus souvent leurs nouvelles sur les sites Web de journaux (contre 31 % pour Facebook et 11 % pour Twitter.



Les sites Web de journaux : l'engagement

**Les sites Web de journaux canadiens
sont consultés plus souvent que ceux
des chaînes de télévision ou de radio, ou
ceux des magazines.**





Les sites Web de journaux : l'engagement



**En ligne, les consommateurs
répondent davantage aux
publicités dans les journaux
locaux et par courriel.**



Les sites Web de journaux : l'action

Les sites Web de journaux livrent la marchandise :

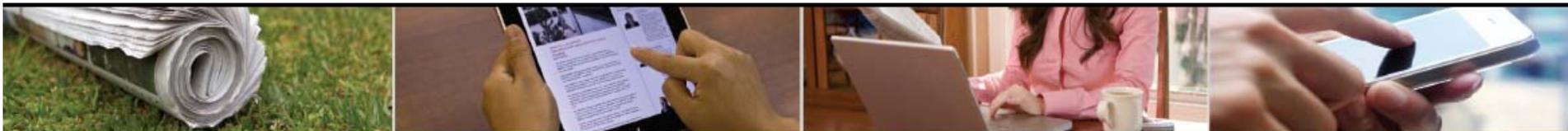
- **20 % des visiteurs sont des utilisateurs uniques (comparé aux autres sites);**
- **Ces utilisateurs uniques cliquent 4 fois plus souvent sur les annonces!**
- **Et les visiteurs uniques ont 16 % plus tendance à agir après avoir vu une publicité dans le dernier mois.**



Les sites Web de journaux : l'action

Les consommateurs agissent après avoir vu une publicité numérique sur un site de journal – 66 % d'entre eux ont posé un geste sur une publicité dans le dernier mois.





En conclusion

« *Un mensonge voyage autour du monde pendant que la vérité met encore ses bottes.* »
- **Winston Churchill**



**En fait, la vérité est que
Les Canadiens aiment leurs journaux et s'y réfèrent
tout au long de la journée, et sur
toutes leurs plateformes.**



NEWSPAPERS CANADA
JOURNAUX CANADIENS