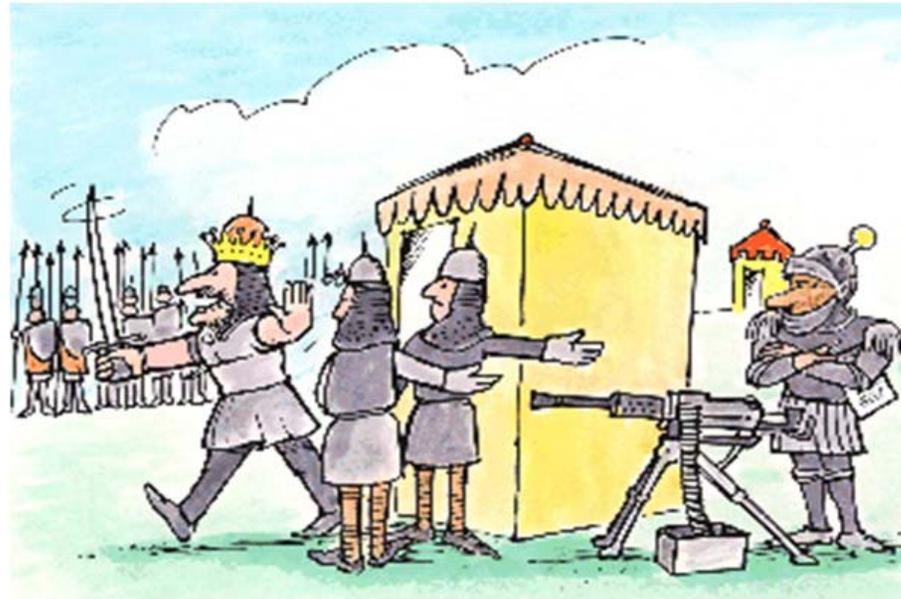




Pourquoi se tourner vers les journaux?



« Pas le temps de voir le vendeur;
j'ai une bataille à gagner! »



Pourquoi se tourner vers les journaux?

- ✓ Un lectorat puissant sur toutes les plateformes
- ✓ Les journaux incitent aux décisions d'achat
- ✓ La force du multimédia
 - ✓ Les imprimés
 - ✓ Le numérique
 - ✓ Les technologies mobiles

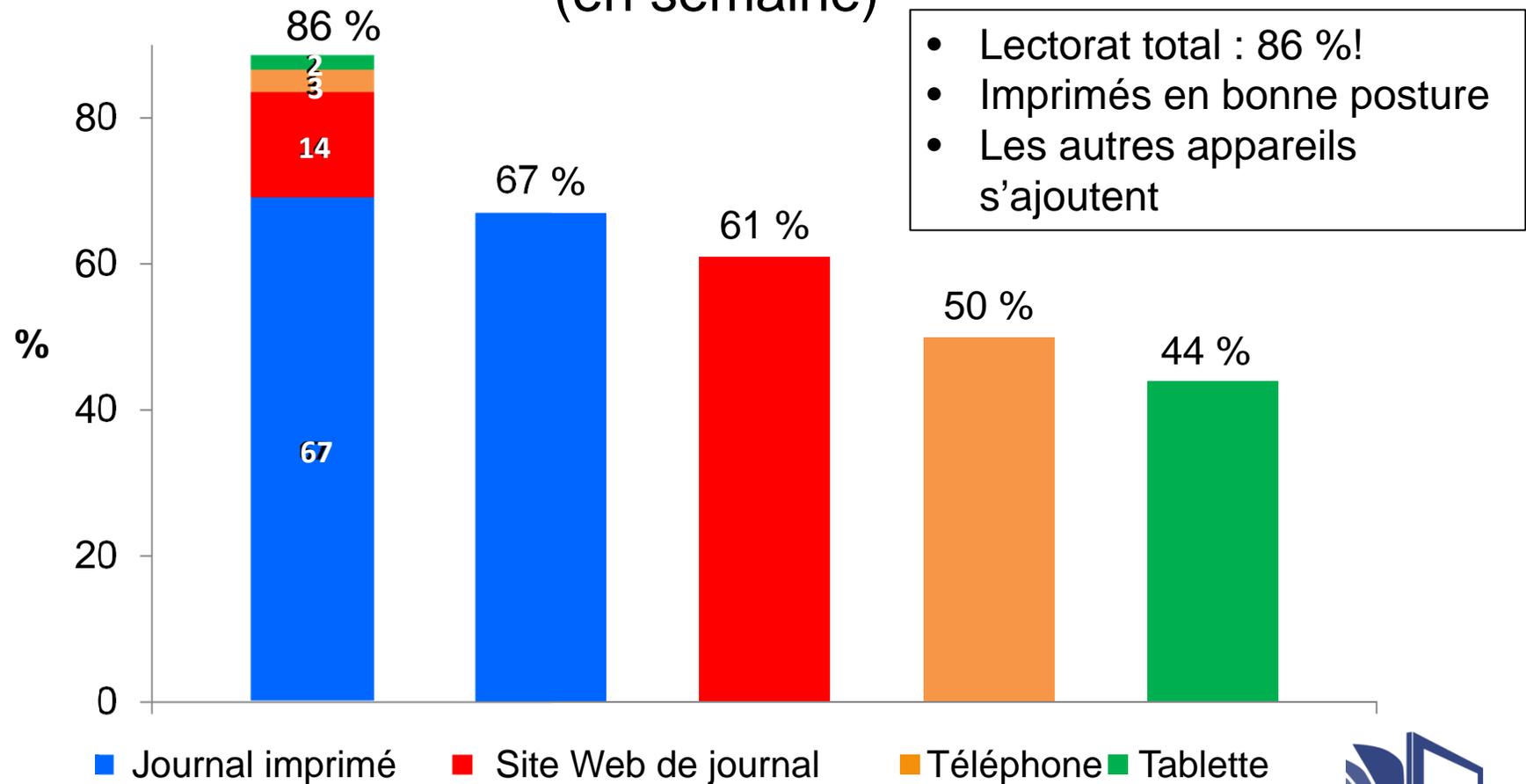


Lectorat des journaux sur toutes les plateformes





Lectorat des journaux – toutes plateformes (en semaine)

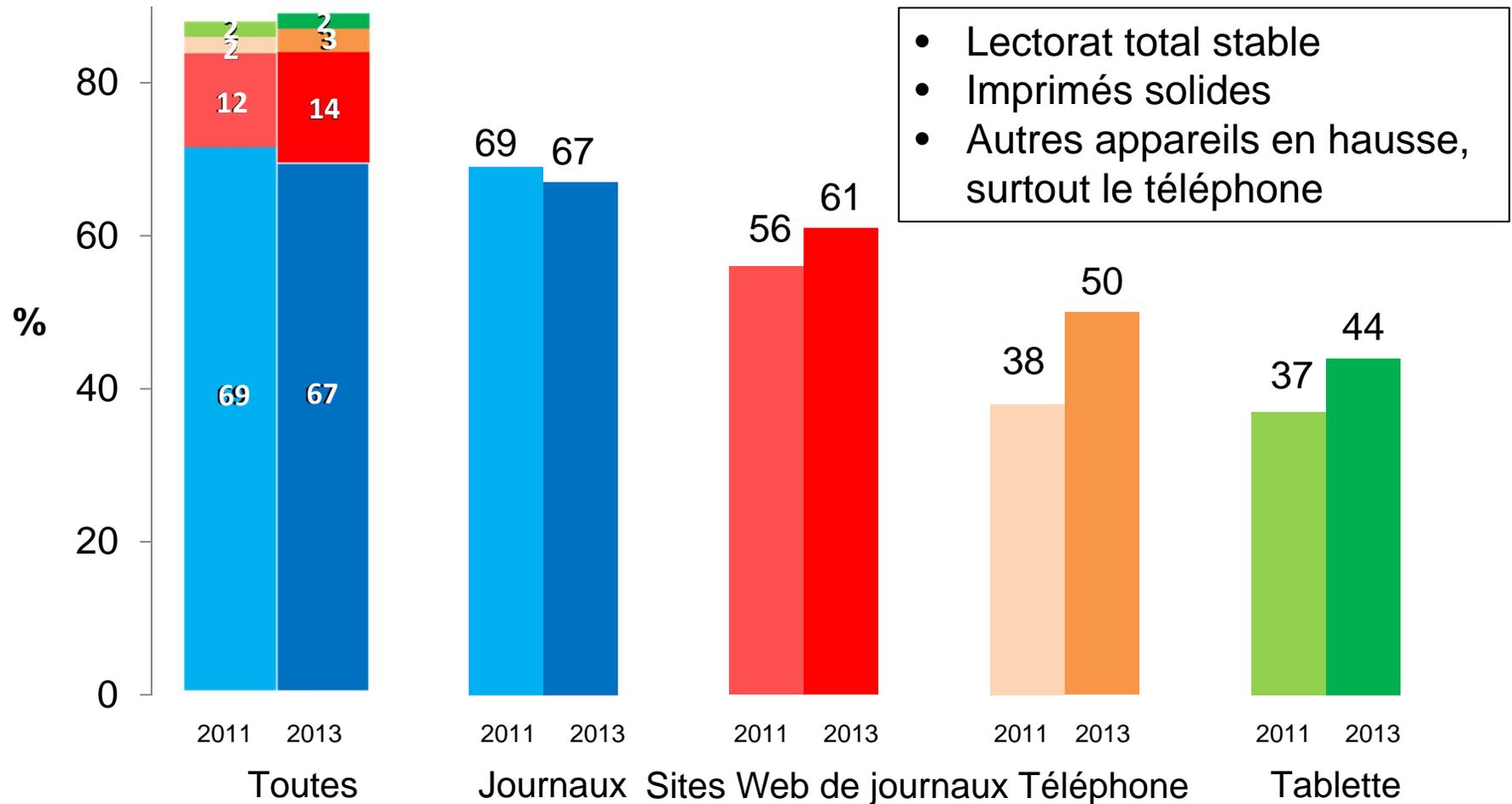




Lectorat des journaux - toutes plateformes

85 % 86 %

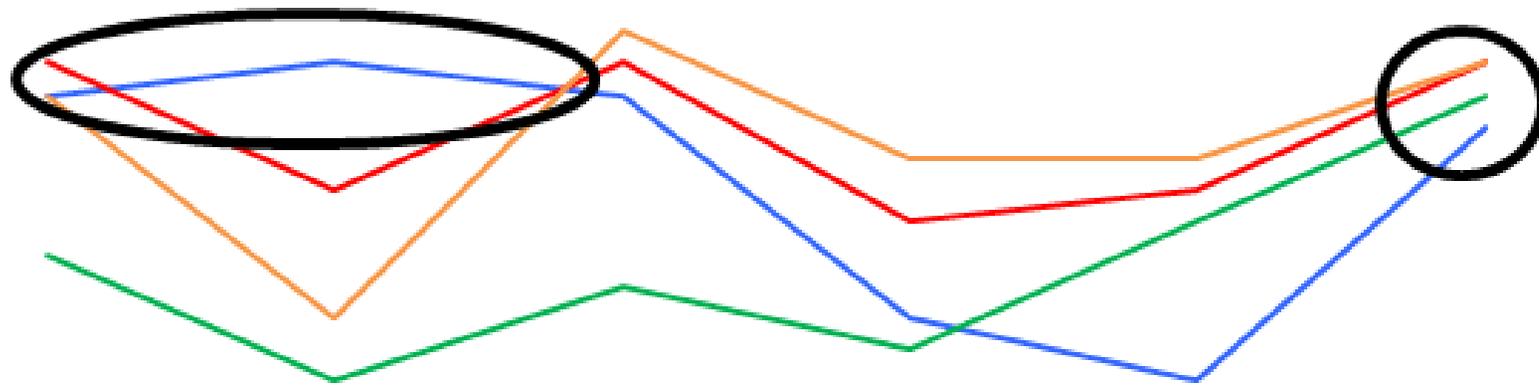
2011 contre 2013





Lectorat des journaux selon l'heure

- Imprimés – le matin et en soirée
- Tablettes – en soirée
- Web et téléphone – le matin, en milieu d'avant-midi et en soirée



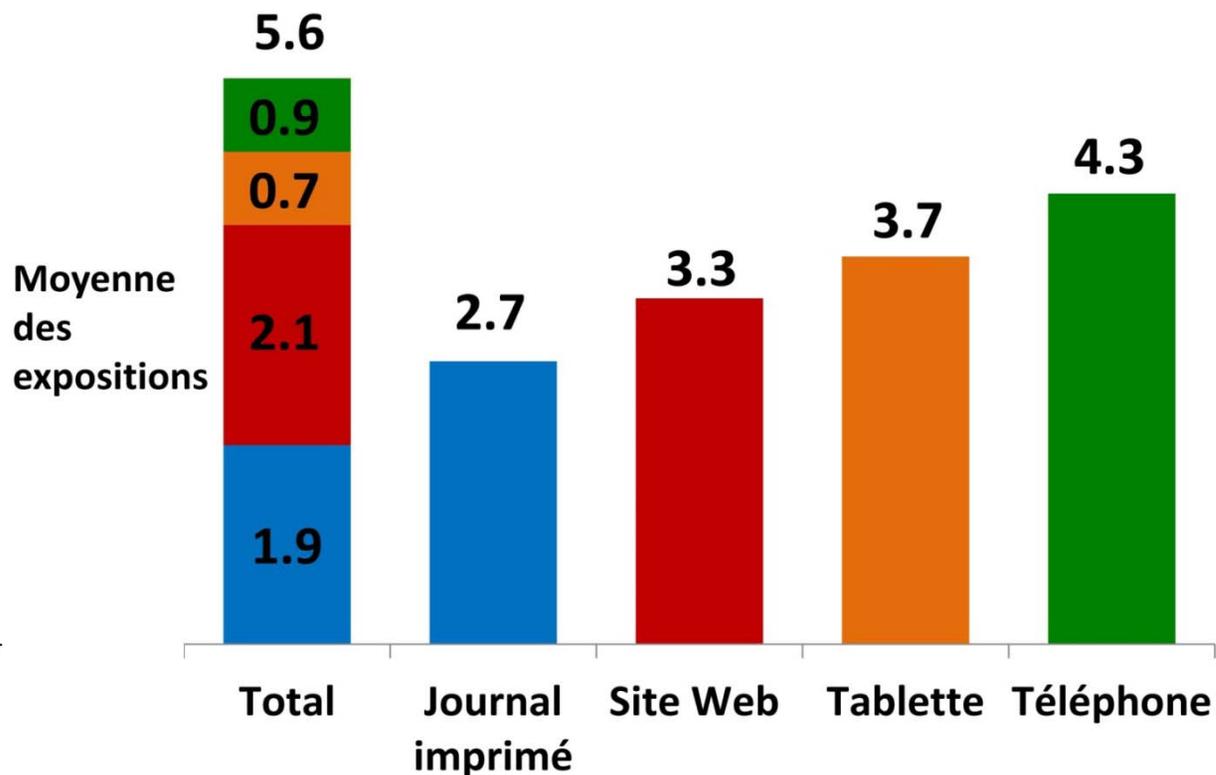
Tôt le matin Petit-déjeuner En avant-midi Repas du midi En après-midi En soirée

— Journal imprimé — Site Web de journal — Sur tablette — Sur téléphone



Les journaux consultés 6 fois par jour

- En moyenne, les Canadiens interagissent avec les journaux 5,6 fois par jour
- Les lecteurs d'imprimés* - lisent un journal 2,7 fois par jour
- Les lecteurs de sites Web* - lisent un journal 3,3 fois par jour
- Les lecteurs sur tablettes* - lisent un journal sur leur tablette 3,7 fois par jour
- Les lecteurs sur téléphone – lisent un journal sur leur téléphone 4,3 fois par jour



* Ces lecteurs ont pu lire sur d'autres plateformes

Totum Research;
Canadiens 18+, en
semaine, novembre 2012



Les journaux incitent aux décisions d'achat



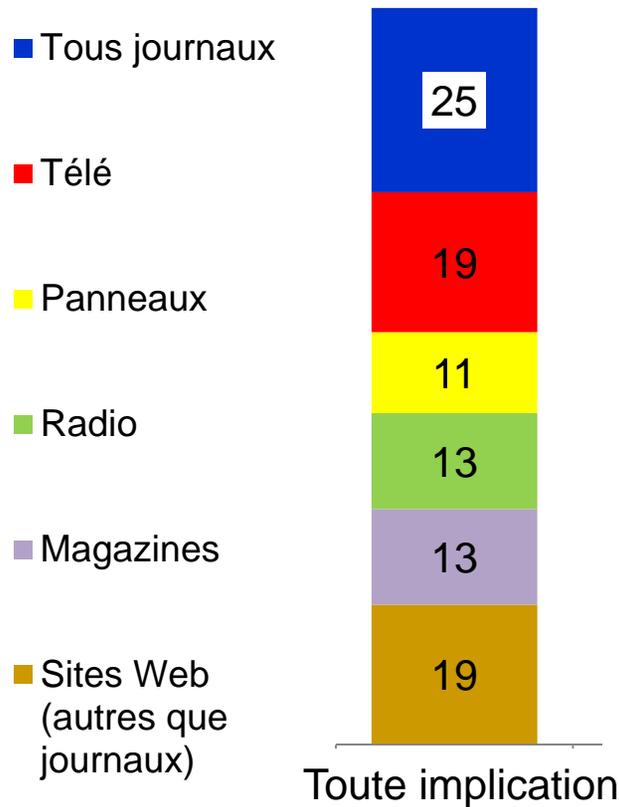


Source de recherche

Quand les Canadiens pensent acheter un produit ou un service, les journaux (imprimés ou électroniques) sont la source vers laquelle ils se tournent



Médias utilisés pour prendre des décisions d'achat

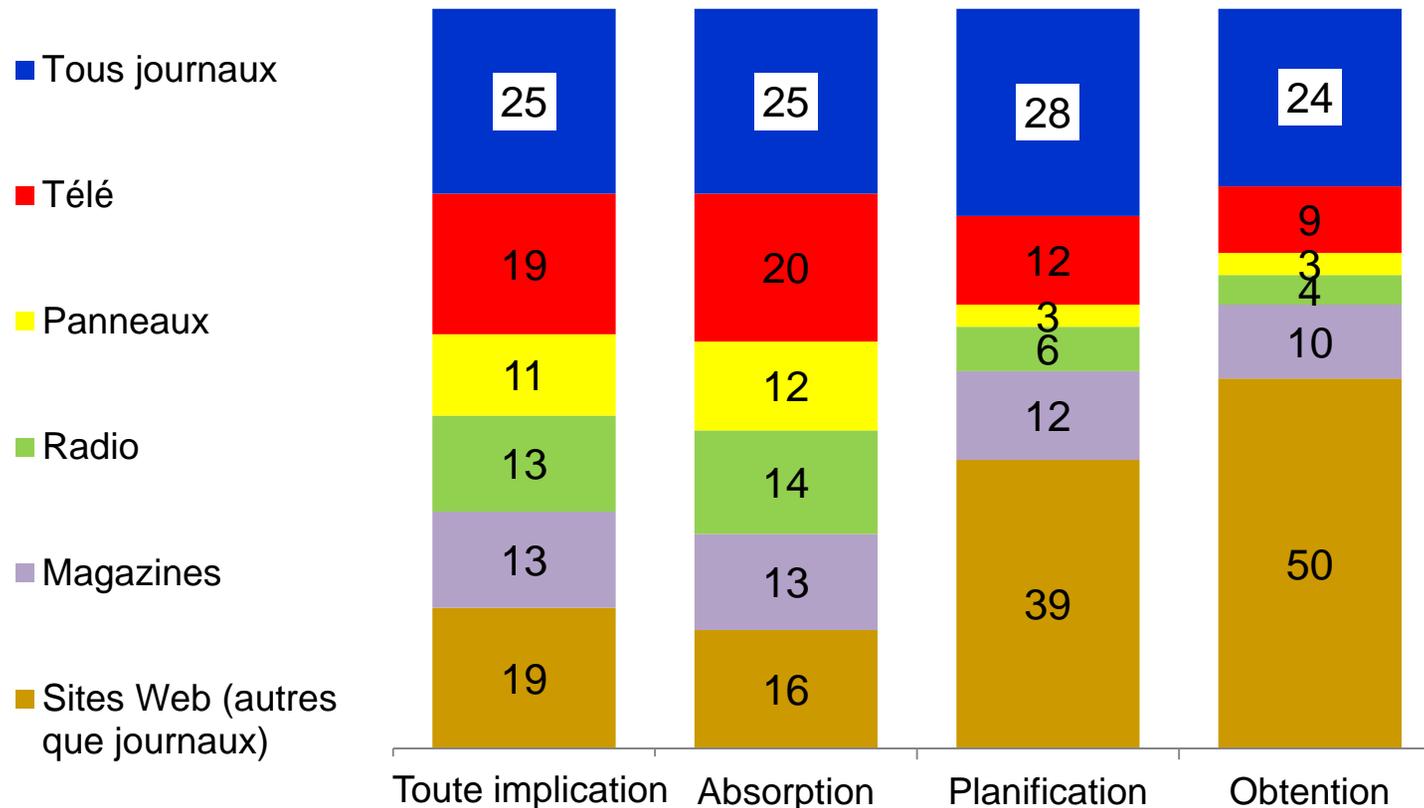


Les journaux sont la principale source pour les décisions d'achats



L'influence des journaux est forte à toutes les étapes

Médias utilisés pour prendre des décisions d'achat tout au long du processus



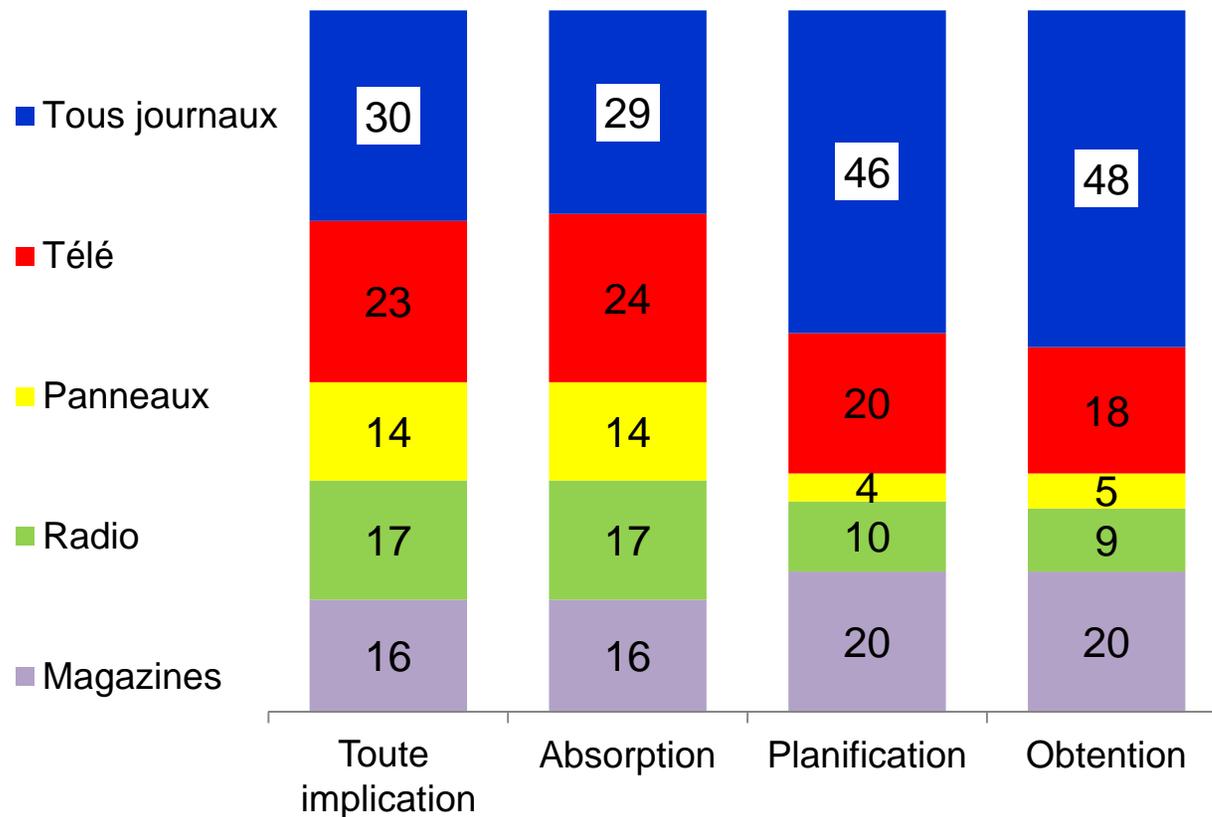
Totum Research; Canadiens 18+, Août 2013 (Tout engagement – utilisent les médias pour aider dans la prise de décision d'achat; *Absorption* : voient ou entendent occasionnellement de l'information sur des fournisseurs ou des marques dans les médias; *Planification* : Utilisent les médias pour rechercher des fournisseurs ou des marques; *Obtention*: Sont prêts à acheter et à utiliser les médias pour décider où et quelle marque acheter.



JOURNAUX CANADIENS



Médias utilisés pour prendre des décisions d'achat Médias traditionnels



Les journaux
influencent les
décisions d'achat
plus que tout
autre média
traditionnel

Leur influence
augmente
lorsqu'approche
le moment de
l'obtention

Totum Research; Canadiens 18+, Août 2013 (Tout engagement – utilisent les médias pour aider dans la prise de décision d'achat; *Absorption* : voient ou entendent occasionnellement de l'information sur des fournisseurs ou des marques dans les médias; *Planification* : Utilisent les médias pour rechercher des fournisseurs ou des marques; *Obtention*: Sont prêts à acheter et à utiliser les médias pour décider où et quelle marque acheter.



JOURNAUX CANADIENS



La force du multimédia

✓ **Les imprimés**



JOURNAUX CANADIENS



Pourquoi se tourner vers le journal imprimé?



Il dépasse les autres médias :

- ✓ On fait confiance à ses **publicités**
- ✓ On y **accepte mieux les publicités**



Les géants de l'industrie des produits emballés se tournent vers les journaux

Worried about frequent heartburn?
Not me.
I just take my Pre-coffee I-don't-want-heartburn pill, then my post-dinner I-already-have-heartburn-pill, and always carry antacids for random nacho-eating. **Nachos** can ruin anything.

Stop the Madness.

Prilosec
ONE PILL A DAY,
24 HOURS,
ZERO HEARTBURN.™

Not all heartburn medications are created equal. Prilosec is the only PPI that is shown to help prevent heartburn. Do not take for more than 14 days or take after having 2 consecutive ulcers, ulcers or bleeding in the stomach and

Marque : Prilosec, de Procter & Gamble

Situation : Testé dans des journaux américains – 4 fois, 11 journaux

Résultats : Croissance des ventes de 20 %

La suite : Utilisation des journaux au Canada pour les marques de P&G





« Dans les villes et villages où il y a un fort sentiment d'appartenance à la collectivité, il n'y a pas d'institution plus importante que le journal local. »

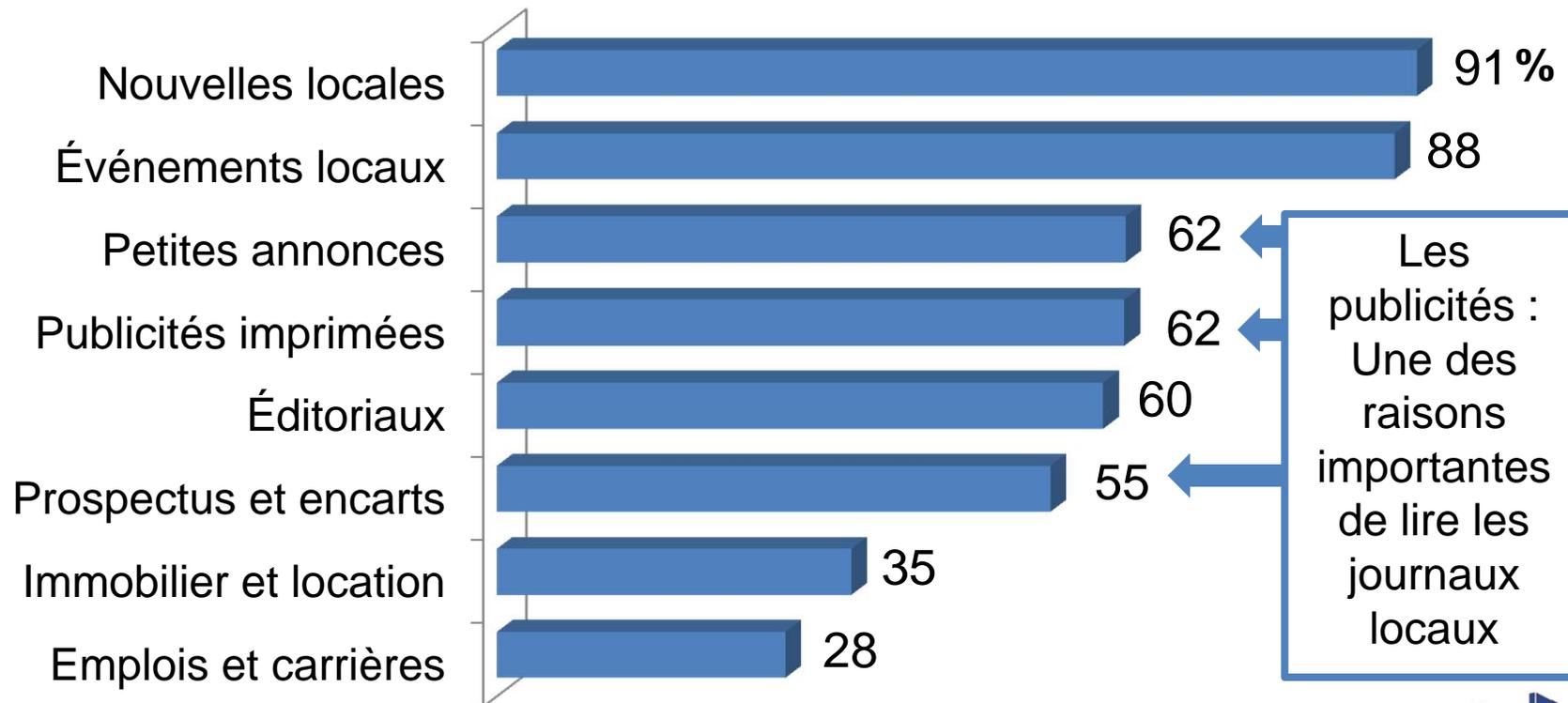
– Warren Buffett, Président du conseil, Berkshire Hathaway (numéro 4 sur la liste du magazine Forbes des milliardaires, avec 54 milliards de dollars)





S'impliquer localement

Pourquoi lire les journaux locaux?





85 % des Canadiens utilisent les prospectus – principalement les prospectus imprimés

	Utilisent les prospectus
SEULEMENT les prospectus imprimés	23 %
SEULEMENT les prospectus électroniques	6 %
Les deux	56 %
Total : Prospectus (tous)	85 %

- **90 %** des utilisateurs de prospectus électroniques **utilisent aussi la version imprimée**
- Les prospectus électroniques n'ajoutent que 7,5 %
- **Les prospectus imprimés** tiennent le haut du pavé





La force du multimédia

- ✓ Les imprimés
- ✓ **Le numérique**



JOURNAUX CANADIENS



ROGERS™ – EXPÉRIENCE INTERNET

*L'utilisent
aujourd'hui
pour:*



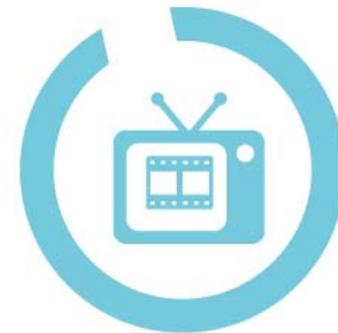
97%

Lire les nouvelles
quotidiennes



93%

Se renseigner
sur la santé et
les symptômes



92%

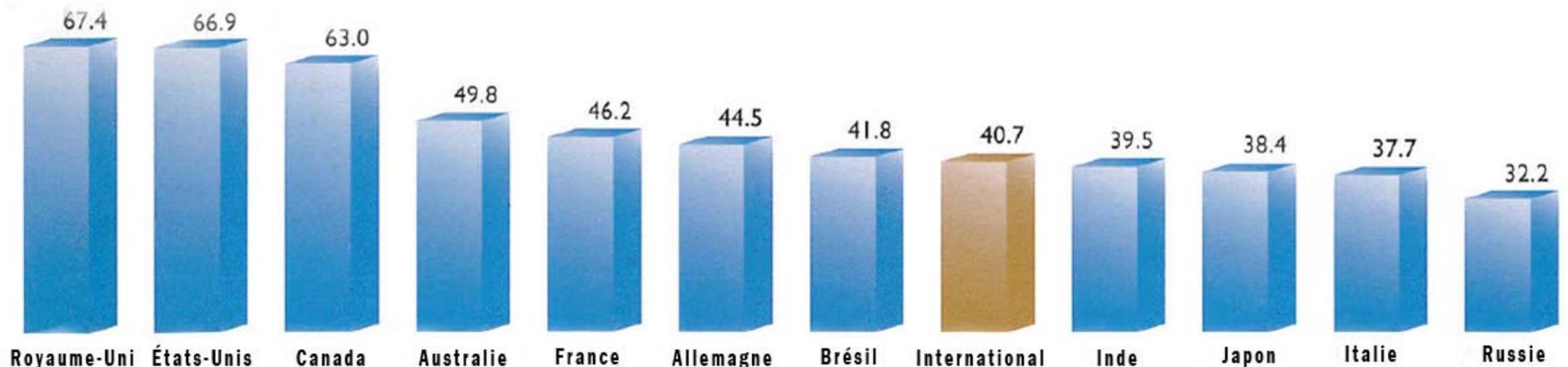
Regarder des
films et la télé





PORTÉE DES SITES WEB DE JOURNAUX - GRANDS MARCHÉS

% de la portée, âge de la population : 15 ans +

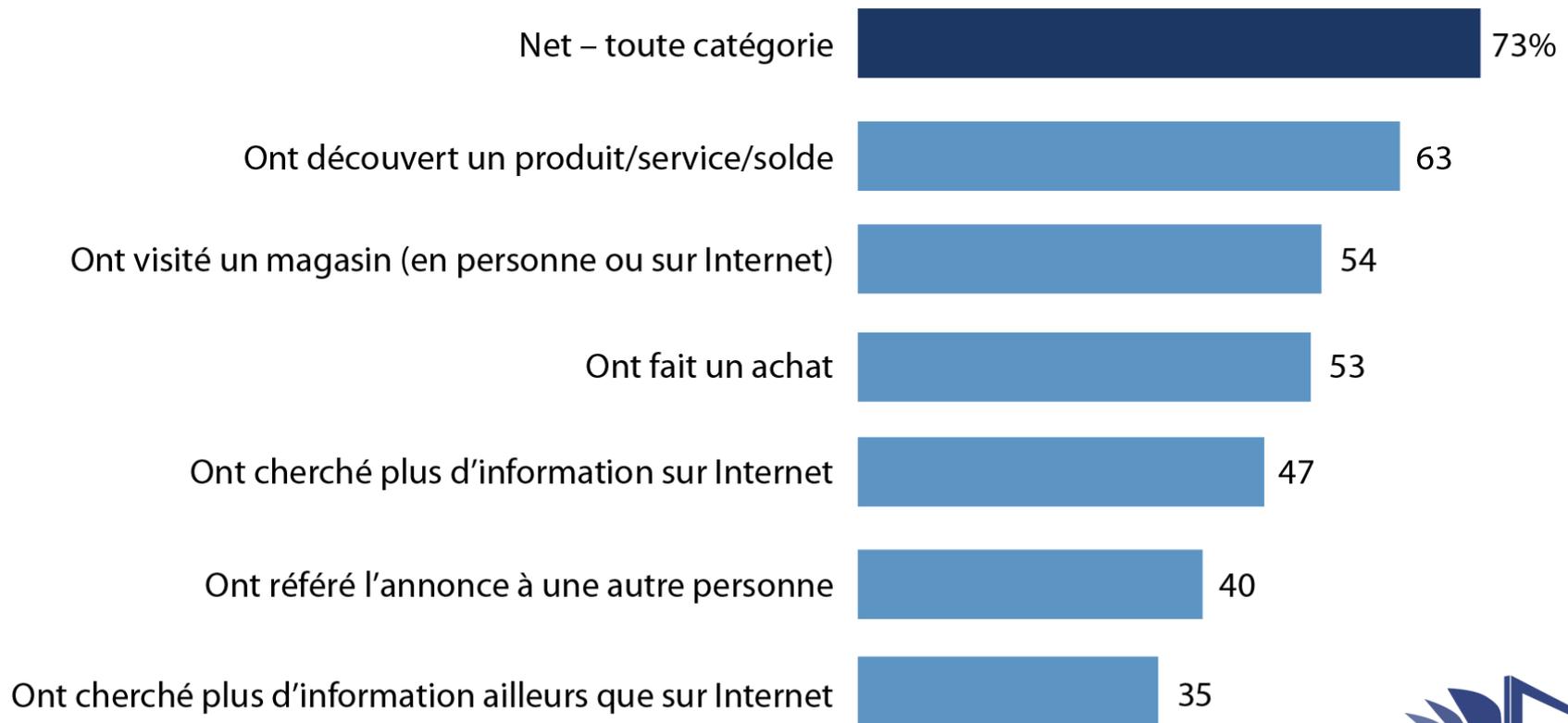




Les Canadiens font 44 % plus confiance aux publicités des sites Web de journaux qu'à celles sur les autres sites Web



73 % des Canadiens agissent après avoir vu une publicité dans le journal





La force du multimédia

- ✓ Les imprimés
- ✓ Le numérique
- ✓ **Les technologies mobiles**



JOURNAUX CANADIENS



Les utilisateurs des technologies mobiles sont d'avidés consommateurs de nouvelles

Les nouvelles : très populaires sur les tablettes

Et sur les téléphones intelligents

Pourcentage qui utilisent les tablettes et les téléphones intelligents pour :

	Chaque semaine	Chaque jour	Chaque semaine	Chaque jour
Envoyer ou recevoir des courriels	65%	44%	80%	61%
Lire les nouvelles	64	37	62	36
Jouer à des jeux	60	34	54	31
Utiliser les médias sociaux	56	34	62	46
Lire des livres	43	18	15	7
Regarder des films	38	12	31	8
Faire des achats	36	7	24	5
Lire des magazines	22	6	11	4





Le temps passé sur des applications de nouvelles est 31 % plus élevé que sur toute les autres applications :
4,2 minutes contre 3,2 minutes!





La réalité augmentée permet aux journaux et aux appareils mobiles d'être utilisés avec le journal pour ajouter à l'expérience

Turn this page into a living, breathing 3D suburb.

Walk the streets and meet the locals in the Cherryford Hill property market, right from this page. Simply use your iPhone® and follow the instructions below:

1. To download, search for 'CommBank 3D Reader' in the App Store®
2. Start the application, and point your iPhone at the image below.

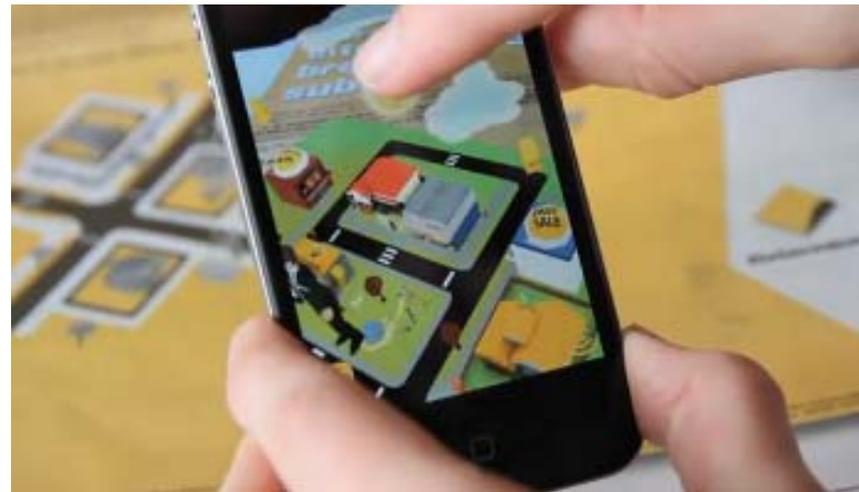
Experience this virtual world to get a feel for the key features of our Property Guide iPhone app.

Try it on your iPhone now.



Determined to be different.

Téléchargez l'application (p. ex. : Layar, Blippar), tenez le téléphone au-dessus de la publicité et recevez plus d'information – dans ce cas-ci, une visite du quartier.





Les journaux? Pourquoi pas!

- ✓ Un lectorat puissant sur toutes les plateformes
- ✓ Les journaux incitent aux décisions d'achats
- ✓ La force du multimédia
 - ✓ Les imprimés
 - ✓ Le numérique
 - ✓ Les technologies mobiles