

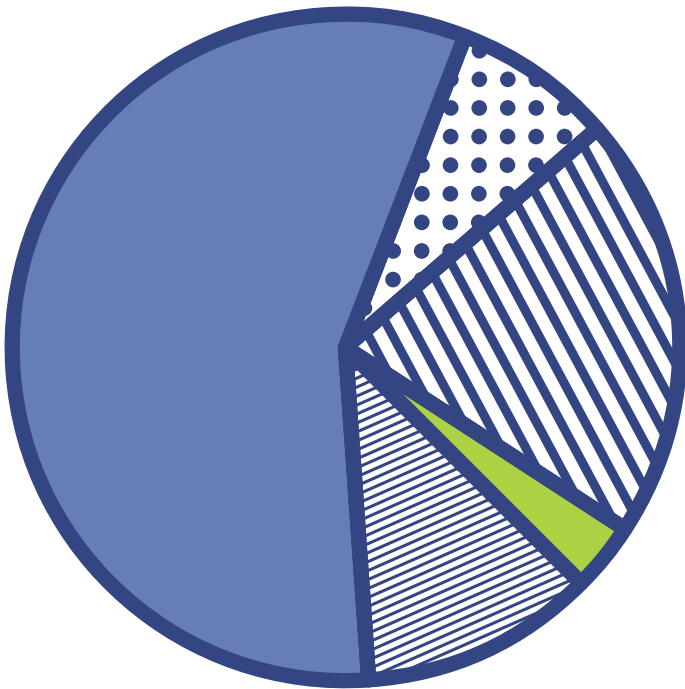


LES JOURNAUX RÉGIONAUX: UNE INDUSTRIE D'UN MILLIARD DE DOLLARS

En 2014, le total des revenus de publicité des journaux régionaux au Canada s'élevait à **968 millions \$**; ces derniers faisaient aussi état d'un autre **90 millions \$** en revenus connexes.



GRANDES LIGNES DU RAPPORT DES REVENUS



Publicité imprimée

934 961 000 \$

97% du total des revenus de publicité

Les revenus de publicité imprimée représentaient la majeure partie (97%) des revenus avec 935 millions \$. La majeure partie (71%) des revenus des journaux régionaux provenait de la publicité locale et de détail.

En 2014, la publicité en ligne (incluant le mobile) se chiffrait à 32 773 000 \$ et représentait 3% de tous les revenus. La publicité mobile est encore émergente dans les journaux régionaux; en 2014 elle représentait 228 000 \$.

Publicité locale / de détail
551 784 000 \$

Publicité nationale
110 082 000 \$

Encarts/Prospectus
198 955 000 \$

Petites annonces
74 140 000 \$

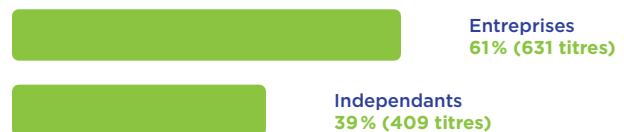
Publicité en ligne
32 773 000 \$

EN JUIN 2014, LE CANADA COMPTAIT

1040 TITRES DE JOURNAUX RÉGIONAUX

ET 1145 ÉDITIONS ÉTAIENT
PUBLIÉES.

Propriété des journaux régionaux



Les journaux régionaux appartenant à des propriétaires indépendants représentent 39% de tous les titres; 61% sont dans les mains de groupes ou de chaînes de journaux appartenant à des entreprises.

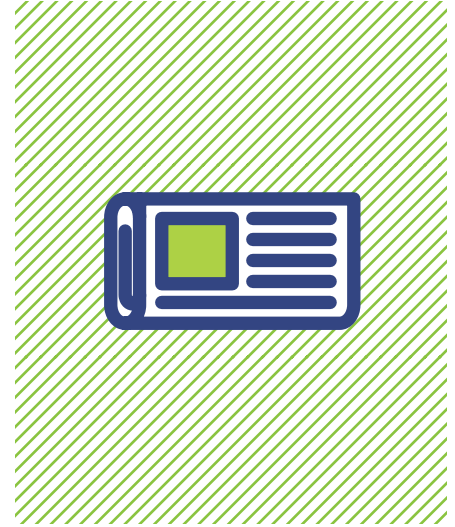




20,6 MILLIONS D'EXEMPLAIRES FURENT DISTRIBUÉS CHAQUE SEMAINE

APERÇU DE L'INDUSTRIE DES JOURNAUX RÉGIONAUX

La diffusion des journaux régionaux est demeurée stable de 2012 à 2014, et plus de **20,6 millions d'exemplaires ont été distribués en moyenne chaque semaine**. Les journaux à diffusion contrôlée (distribution gratuite) représentaient **96 % de tous les journaux régionaux distribués au pays**.



VOLUME NET EN PUBLICITÉ AU CANADA CINQ PLUS GRANDS MÉDIAS (EN MILLIONS DE \$ CAN)



Internet
3 793 \$
(31%)



Télévision
3 503 \$
(29%)



Quotidiens
1 630 \$
(14%)



Radio
1 589 \$
(13%)



Journaux régionaux
968 \$
(8%)

Les journaux régionaux représentaient près d'un milliard de dollars en revenus en 2014 et se plaçaient au 5e rang derrière Internet, la télévision, les quotidiens et la radio. **Les revenus des journaux régionaux représentaient plus de 8 % du total de tous les revenus publicitaires déclarés par les médias canadiens en 2014, qui se chiffraient à 12,1 milliards \$**

RAPPORT DES REVENUS - MÉTHODOLOGIE ET NOTES TECHNIQUES

La collecte des données s'est effectuée par l'entremise d'un questionnaire en ligne entre mai et septembre 2015. Près de 97 % des revenus des groupes de journaux furent déclarés, ce qui représente plus de 80 % du total des revenus publicitaires hebdomadaires de publicité au pays. La participation des journaux indépendants s'est chiffrée à 32 %, avec 131 réponses provenant d'éditeurs indépendants.

Le présent rapport est produit par Journaux canadiens et la CCNA (*Canadian Community Newspapers Association*) avec le soutien financier du Gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du Canada pour les périodiques de Patrimoine canadien. Le contenu de cette étude représente les opinions de ses auteurs et ne représente pas nécessairement les politiques ou les opinions de Patrimoine canadien ou du Gouvernement du Canada.

Des renseignements supplémentaires peuvent être obtenus dans la version Internet du rapport annuel. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec:

Kelly Levson
klevson@newspaperscanada.ca
Directrice du marketing et de la recherche
chez Journaux canadiens

