



« Les Canadiens font encore grandement confiance aux médias d'information. »



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



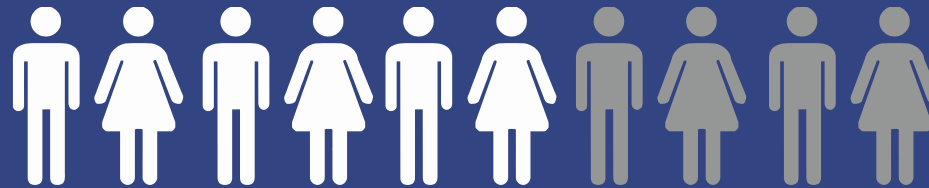
Les Canadiens font confiance aux médias d'information traditionnels

- À l'échelle de la planète, les journaux demeurent une source crédible de publicité
- Les Canadiens voient la publicité d'un bon œil
- L'on fait confiance à la publicité dans les médias traditionnels
- Les Canadiens font encore grandement confiance aux médias d'information traditionnels
- Un journalisme de qualité est le remède aux fausses nouvelles



À l'échelle de la planète, les journaux demeurent un véhicule publicitaire crédible

60 %




Six répondants sur 10 à l'échelle de la planète disent faire entièrement ou assez confiance aux publicités dans les journaux.





JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



Les Canadiens voient la publicité d'un bon œil

 Les Canadiens continuent d'avoir une impression favorable de la publicité qu'ils voient, entendent ou lisent.

 La plupart en retirent au moins une légère valeur, et très peu croient qu'ils n'en retirent aucune valeur.

 La plupart d'entre eux continuent de trouver la publicité utile pour prendre leurs décisions en matière de consommation.





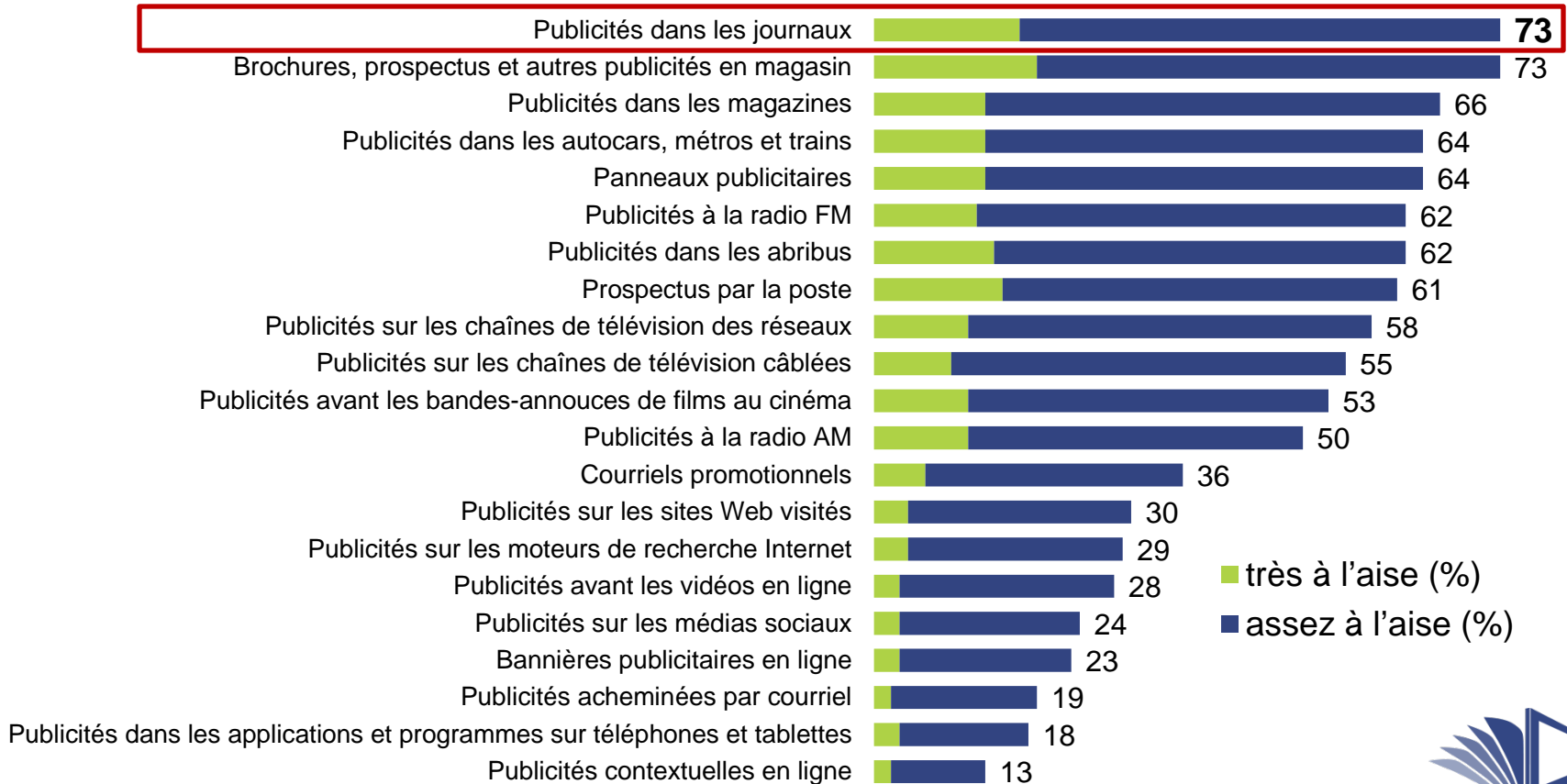
Les Canadiens font confiance à la publicité dans les médias traditionnels

- Les consommateurs canadiens sont plus à l'aise avec les niveaux de véracité et d'exactitude des médias traditionnels qu'avec ceux des médias sociaux.
- Plus de Canadiens se disent plus à l'aise avec la publicité véhiculée par les journaux.
- Ils se disent moins à l'aise avec la véracité et l'exactitude des publicités véhiculées par les médias numériques.



Les Canadiens font confiance à la publicité des médias traditionnels

À quel point êtes-vous à l'aise avec le niveau de véracité et d'exactitude dans les publicités que vous voyez, entendez ou lisez sur les plateformes suivantes :





Les Canadiens font encore grandement confiance aux médias d'information



Plus de la moitié des Canadiens (**54 %**) font confiance aux médias d'information; seuls les organismes sans but lucratif obtiennent un meilleur pointage (**59 %**).



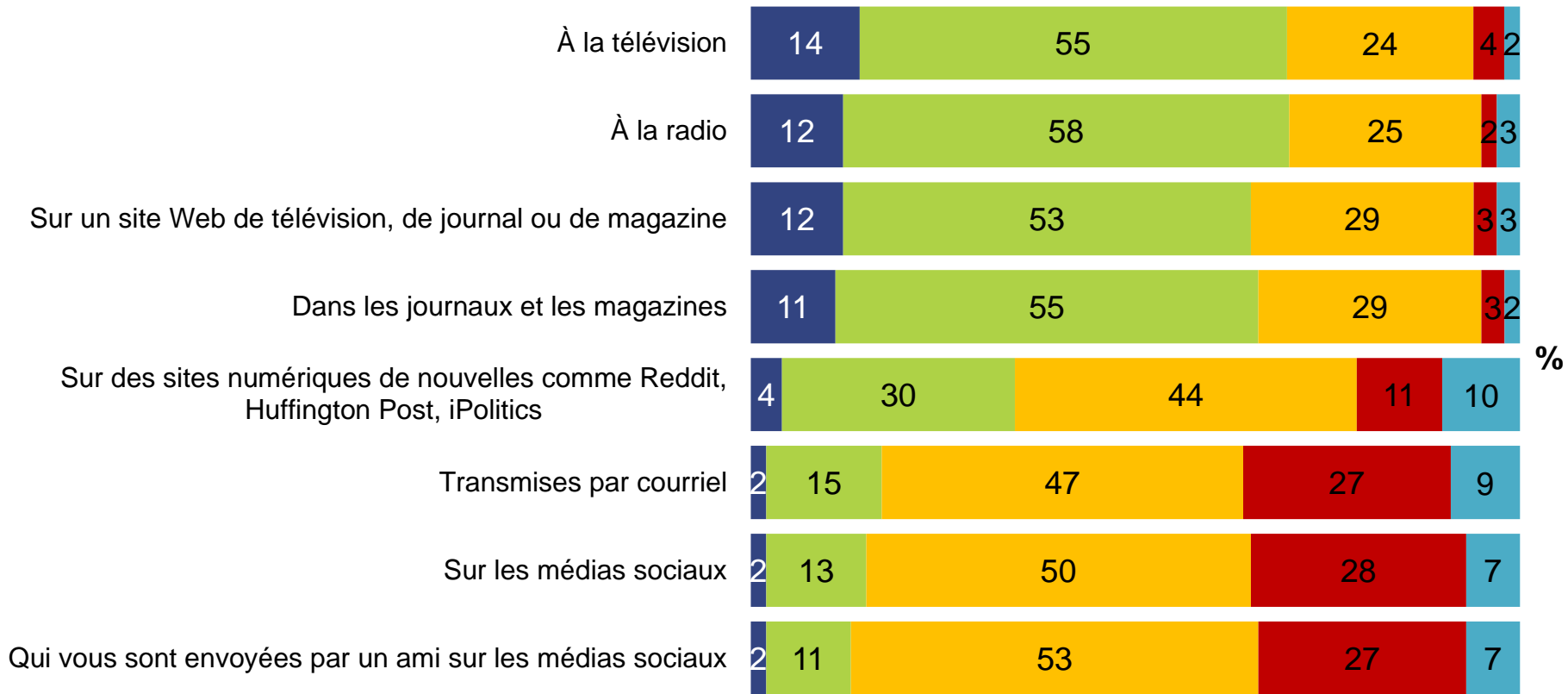
Sept Canadiens sur dix (**69 %**) sont d'avis qu'une présence forte au sein des communautés locales fait croître la confiance.





Confiance dans les nouvelles : Les médias traditionnels ont la cote

Diriez-vous que vous faites entièrement, partiellement ou aucunement confiance aux nouvelles ... ?



■ Entièrement ■ Principalement ■ Partiellement ■ Aucunement ■ NSP/PDR



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



Les Canadiens font confiance aux médias d'information traditionnels

- Il existe un grand écart de confiance chez les Canadiens dans leur attitude face aux entreprises médiatiques de type traditionnel et aux médias sociaux.
- Sept répondants sur 10 disent faire entièrement ou assez confiance aux actualités véhiculées par les journaux, la radio et la télévision. Ce chiffre baisse à 15 % pour les actualités véhiculées par les médias sociaux.





Quand on leur demande de choisir entre la vitesse et l'exactitude, près de **80 %** des Canadiens préfèrent l'exactitude.

« Pour les médias traditionnels, ceci est un véritable référendum sur le vrai journalisme et le journalisme citoyen. Voilà bien la preuve que les Canadiens souhaitent de l'information véridique. »

*Bruce MacLellan, PDG, Environics
Environics Communications - indice CanTrust*



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



« Nous avons remarqué le peu de confiance dans les médias sociaux (**26 %**); cela doit être lié à la protection de la vie privée et à la façon dont les données sont utilisées. »

« Les plateformes sociales savent tout ce que vous faites. Même si les trois-quarts de la population adulte en sont membres, ces entreprises ne devraient pas mettre popularité et confiance sur le même pied. »

Environics Communications - indice CanTrust



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



« Les gens finiront par graviter vers les sources d'information véritablement fiables, et ils développeront un sentiment de fidélité envers la vérité.

Ils seront prêts à payer pour cela parce qu'ils réaliseront que la vérité est quelque chose dont nous avons véritablement besoin au sein de notre société. »

*Martin Baron, directeur général,
Washington Post*



Un journalisme de qualité est le remède aux fausses nouvelles

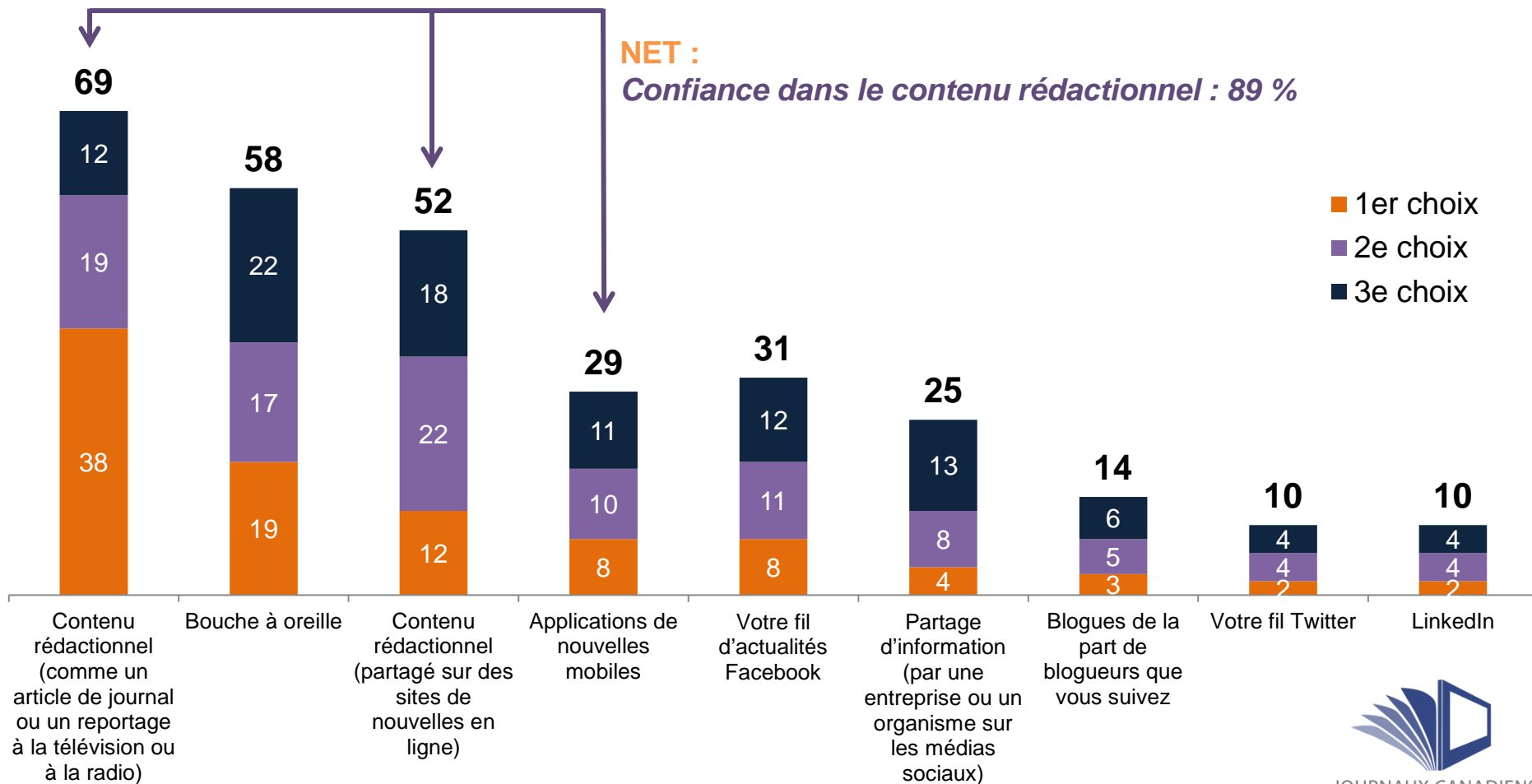
- À la suite des élections de 2016, le **New York Times** a fait état d'une croissance en publicité numérique (+21 %) et en abonnés numériques (4 fois le nombre habituel); diffusion numérique et imprimée de plus de 3 millions.
- L'édition américaine du **Guardian** a connu son taux le plus élevé de nouveaux abonnés le 9 novembre dernier, soit 25 fois le total habituel.
- Le magazine **The Atlantic** fait état d'une hausse de 160 % dans ses abonnements; le nombre de visiteurs qui ont acheté un abonnement à son site Web a doublé.
- Les dons au magazine politique **Mother Jones** se sont multipliés par 10 si on les compare à une journée typique.
- Chez **ProPublica** (une salle de presse indépendante sans but lucratif) les dons après les élections se chiffraient à 10 fois la moyenne habituelle.



Neuf Canadiens sur dix font confiance au contenu rédactionnel

Les consommateurs préfèrent se fier au contenu rédactionnel et au bouche à oreille pour se renseigner sur l'actualité

Sources d'information préférées (%)





« Les Canadiens font encore grandement confiance aux médias d'information. »



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS