

Les journaux régionaux : moteurs de résultats

2017



www.mediasdinfocanada.ca



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



News Media Canada
Médias d'Info Canada

Les journaux régionaux : moteurs de résultats

Objectifs de l'étude



- Profil des lecteurs de journaux régionaux.
- Étude du lectorat par plateforme - journal imprimé, numérique, téléphone, tablette.
- Mesure de l'engagement avec les journaux régionaux
 - Temps passé à lire un journal régional imprimé et numérique
 - Raisons de lire les journaux régionaux
 - Source sur l'information et les nouvelles de la communauté locale
 - Confiance dans la publicité
 - Gestes posés à la suite d'une exposition aux journaux



Détails de l'étude



Dates de l'étude
Décembre 2016

Panel en ligne
UThink

Portée nationale
78 % anglophones / 22 % francophones

Gestion de l'étude
Totum Research

Marge d'erreur
±2 % au niveau de confiance de 95 %

Enquête sur 2403 Canadiens

1065 lecteurs de journaux régionaux et/ou numériques;
495 acheteurs de nouveaux véhicules dans les 2 dernières années

Échantillon national représentatif

Hommes 50 %, Femmes 50 %
18-34 : 29 %, 35-49 : 26 %, 50-64 : 27 %, 65+ 18 %
Ouest 31 %, Ontario 39 %, Québec 23 %, Atlantique 7 %

Ce projet a été produit 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 des auteurs et ne représente pas nécessairement les politiques ou les opinions de Patrimoine canadien ou du gouvernement du Canada.



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



News Media Canada
Médias d'Info Canada

Les journaux régionaux : moteurs de résultats



Huit lecteurs de journaux régionaux sur dix accèdent au contenu sur toutes les plateformes.



Plus de quatre lecteurs de journaux régionaux sur dix accèdent au contenu sur LES QUATRE plateformes (journal imprimé, ordinateur de bureau ou portable, tablette et téléphone).



L'engagement auprès des journaux régionaux est fort.

- Le temps passé avec le journal imprimé est demeuré sensiblement le même
- L'information locale est la principale raison de lire les journaux
- La source préférée pour l'information et les nouvelles locales
- Les publicités des journaux régionaux sont les plus crédibles
- Les lecteurs répondent à la publicité

Profil des lecteurs de journaux régionaux



HOMMES
50 %



MARIÉS
64 %



BABY-BOOMERS
(52-70 ans)
33 %
Milléniaux 18-34 (29 %)



**DÉCIDEURS
D'AFFAIRES**
41 %



INFLUENCEURS
44 %



**REVENUS
MOYENS AU
FOYER**
80 341 \$

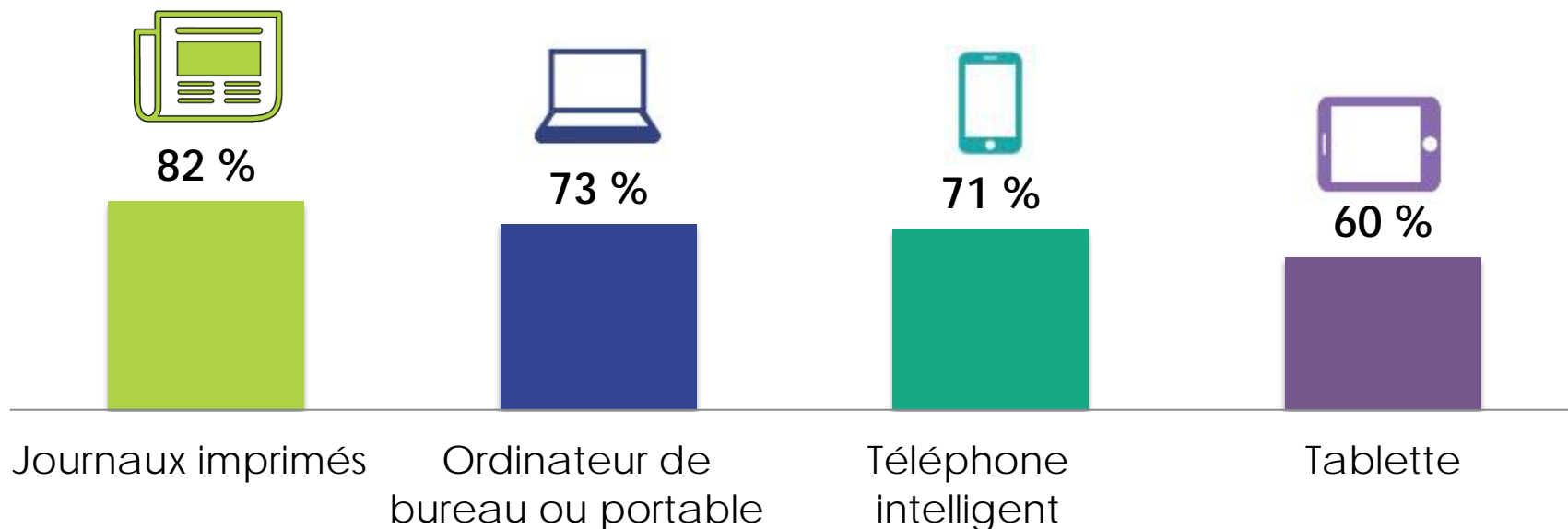


SANS ENFANTS
66 %



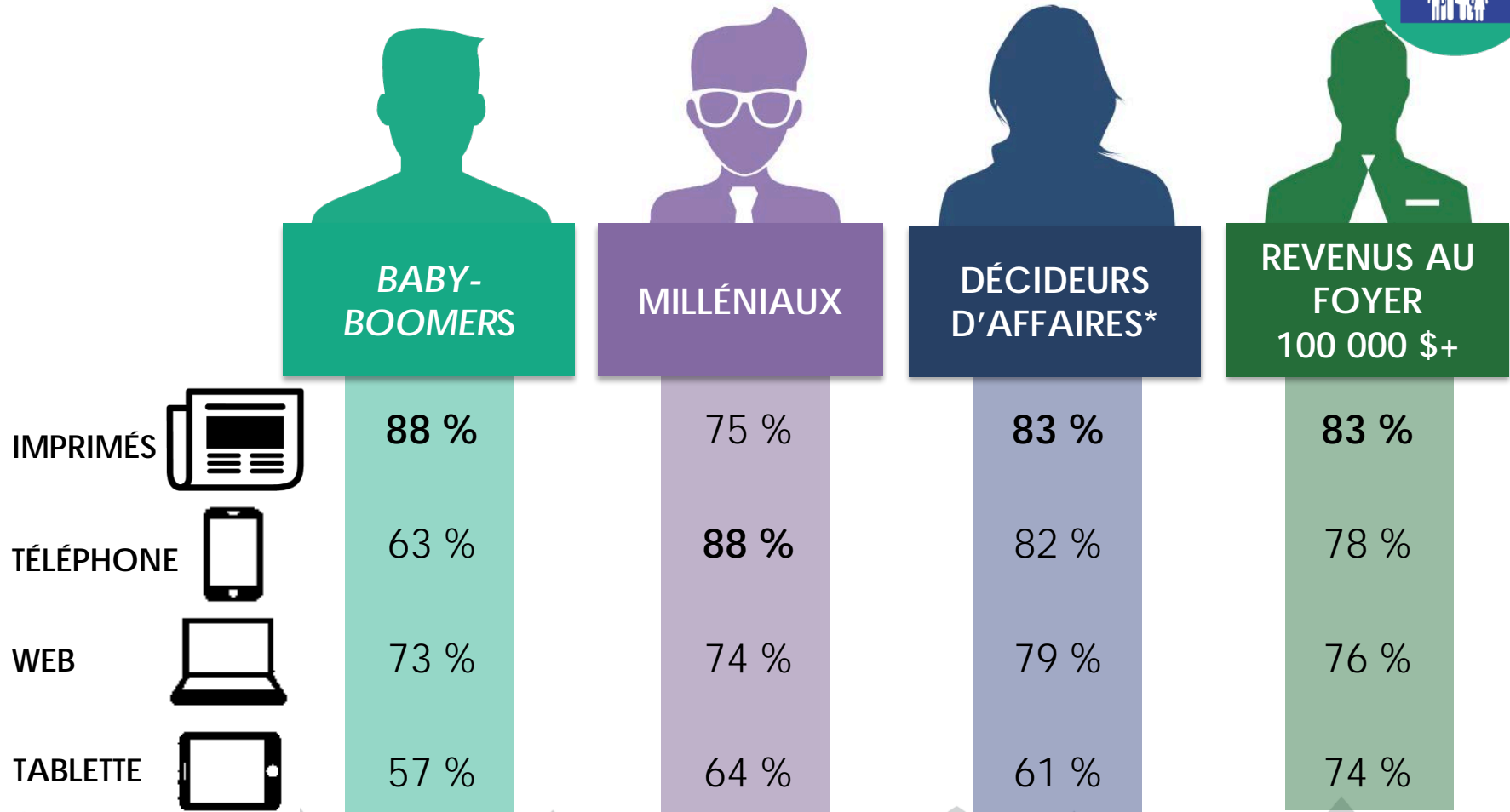
Les lecteurs de journaux régionaux accèdent au contenu sur toutes les plateformes

Huit lecteurs sur dix choisissent le journal imprimé



44 % des lecteurs de journaux régionaux utilisent
LES QUATRE plateformes

Lecteurs sur plateformes multiples



Les journaux régionaux : moteurs de résultats, 2017, Totum Research

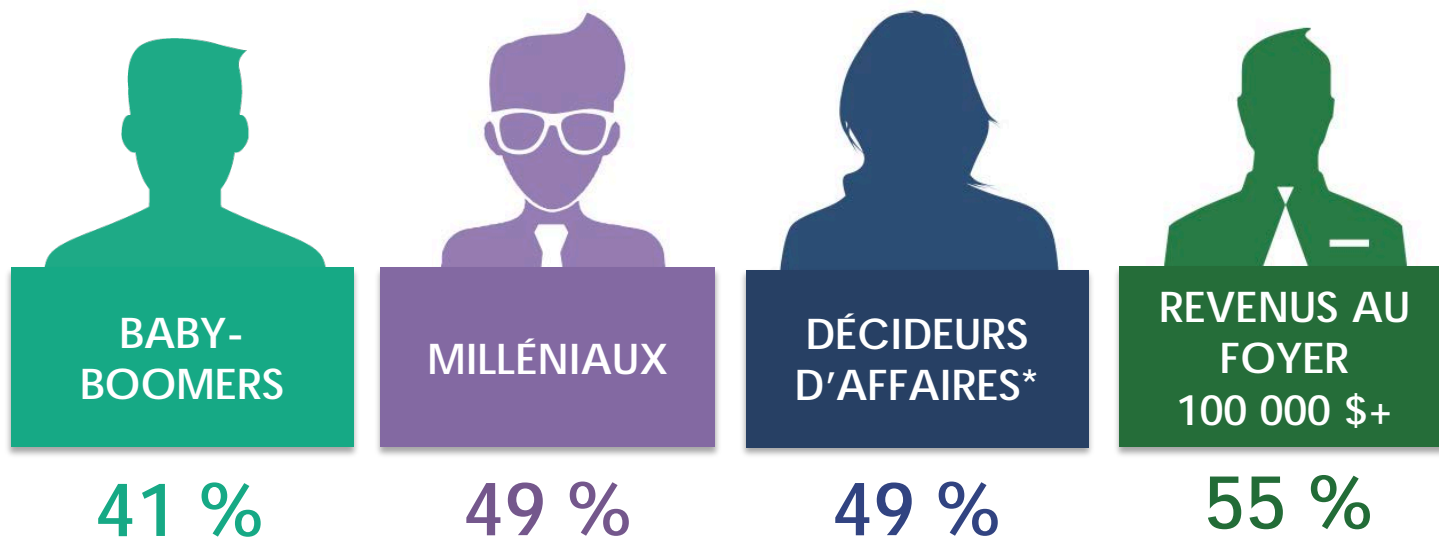
Base : Lecteurs de journaux régionaux

*Professionnels, gestionnaires de haut niveau/cadres supérieurs et propriétaires d'entreprises/travailleurs autonomes au Canada

Lecteurs sur plateformes multiples



44 % des lecteurs de journaux régionaux accèdent au contenu sur LES QUATRE plateformes



Les journaux régionaux : moteurs de résultats, 2017, Totum Research

Base : Lecteurs de journaux régionaux

*Professionnels, gestionnaires de haut niveau/cadres supérieurs et propriétaires d'entreprises/travailleurs autonomes au Canada

L'engagement avec les médias est important



Le principal objectif de la publicité est d'atteindre un auditoire défini pour changer les comportements et influencer les clients potentiels.



L'engagement :

- confirme que les lecteurs portent attention;
- fait voir le niveau de connexion;
- prépare la voie à l'influence;
- est nécessaire à la formation d'une communauté.

L'engagement avec les journaux régionaux



Le temps passé avec un journal régional imprimé n'a pas changé dans les deux dernières années.



Le temps passé avec le contenu d'un journal régional numérique a sensiblement augmenté si on le compare à celui d'il y a deux ans.



La principale raison de lire un journal régional : les nouvelles locales.



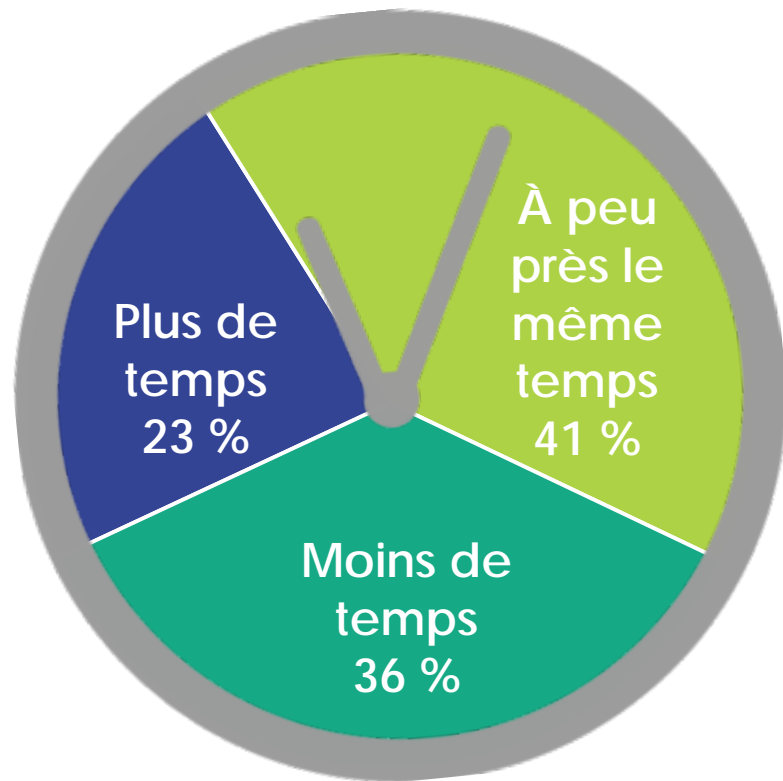
Le journal régional imprimé est la source préférée d'information et de nouvelles locales.



IMPRIMÉS

Engagement avec les journaux régionaux

Temps passé à lire (comparé à il y a 2 ans)



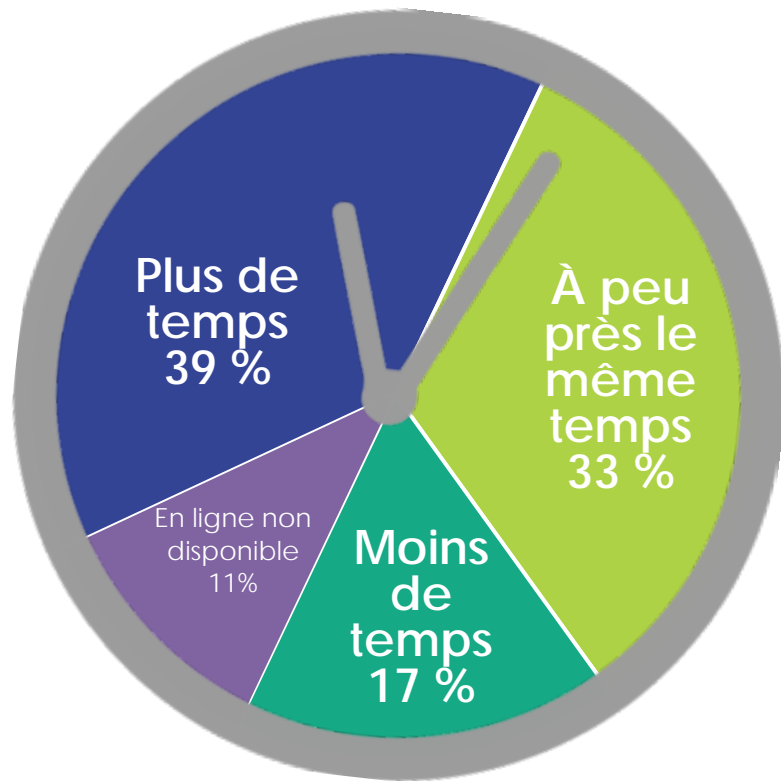
Le temps passé avec un journal régional imprimé **a peu changé** dans les deux dernières années.

64 % des lecteurs passent environ le même temps à lire leur journal régional imprimé.

NUMÉRIQUES

Engagement avec les journaux régionaux

Temps passé à lire (comparé à il y a 2 ans)



Le temps passé avec le contenu d'un journal régional numérique a sensiblement augmenté si on le compare à celui d'il y a deux ans.

72 % des lecteurs passent environ le même temps, ou plus de temps, à lire leur journal régional numérique.



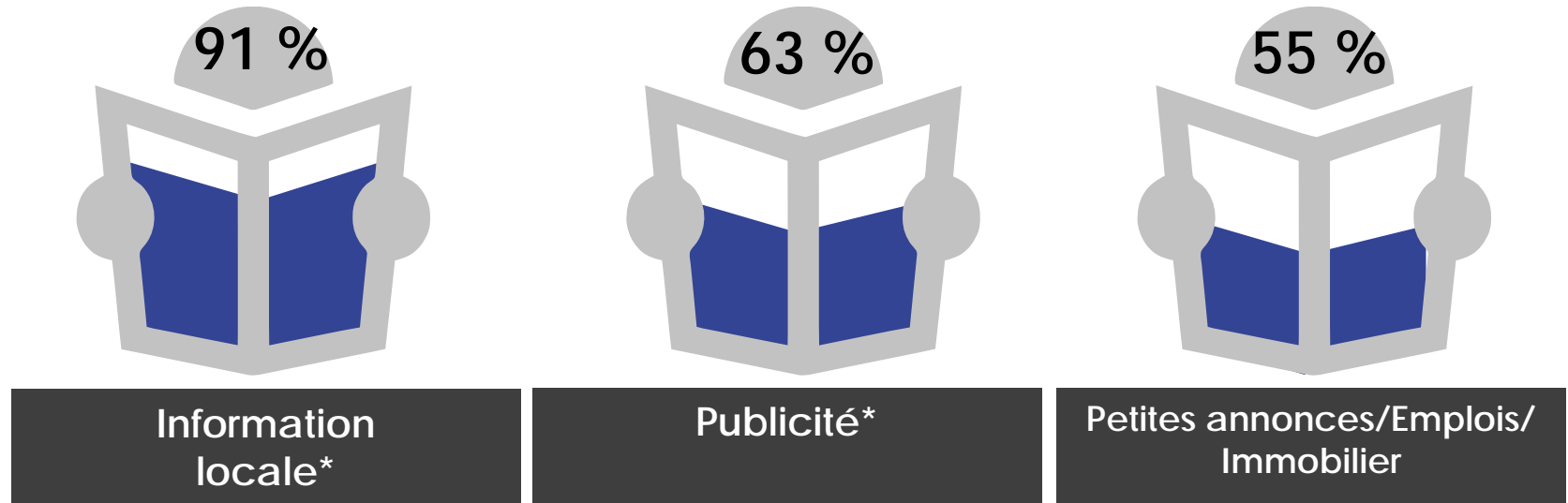
News Media Canada
Médias d'Info Canada

IMPRIMÉS



Engagement avec les journaux régionaux

Raisons de lire un journal régional imprimé



Les lecteurs de journaux régionaux imprimés lisent pour l'information locale et la publicité.

Près de deux lecteurs sur trois (63 %) veulent voir de la publicité dans leur journal régional imprimé.

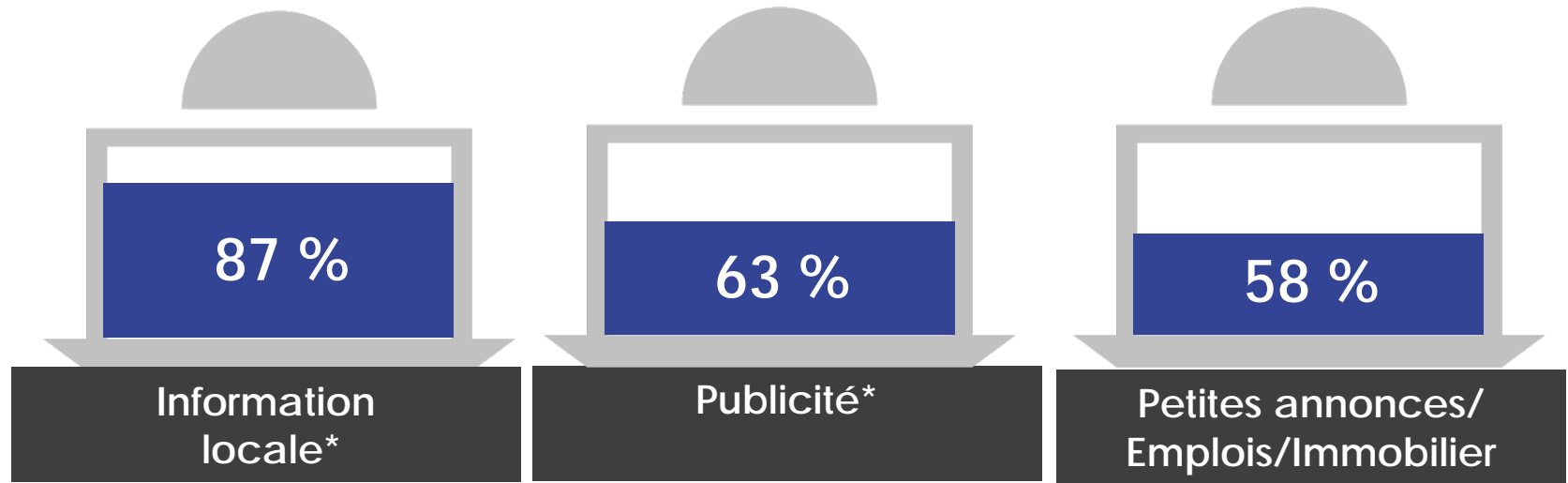


NUMÉRIQUES



Engagement avec les journaux régionaux

Raisons de lire un journal régional numérique



Les lecteurs de journaux régionaux numériques lisent pour l'information locale et la publicité.

Neuf lecteurs de journaux numériques sur dix veulent voir de l'information locale dans leur journal régional numérique.

IMPRIMÉS



Engagement avec les journaux régionaux

Raisons de lire un journal régional imprimé

 **Éditoriaux locaux** 51

 **Sports locaux** 25

 **Divertissements locaux** 46

 **Événements locaux** 47

 **Nouvelles locales** 75

Les nouvelles locales sont la principale raison de lire les journaux régionaux imprimés.

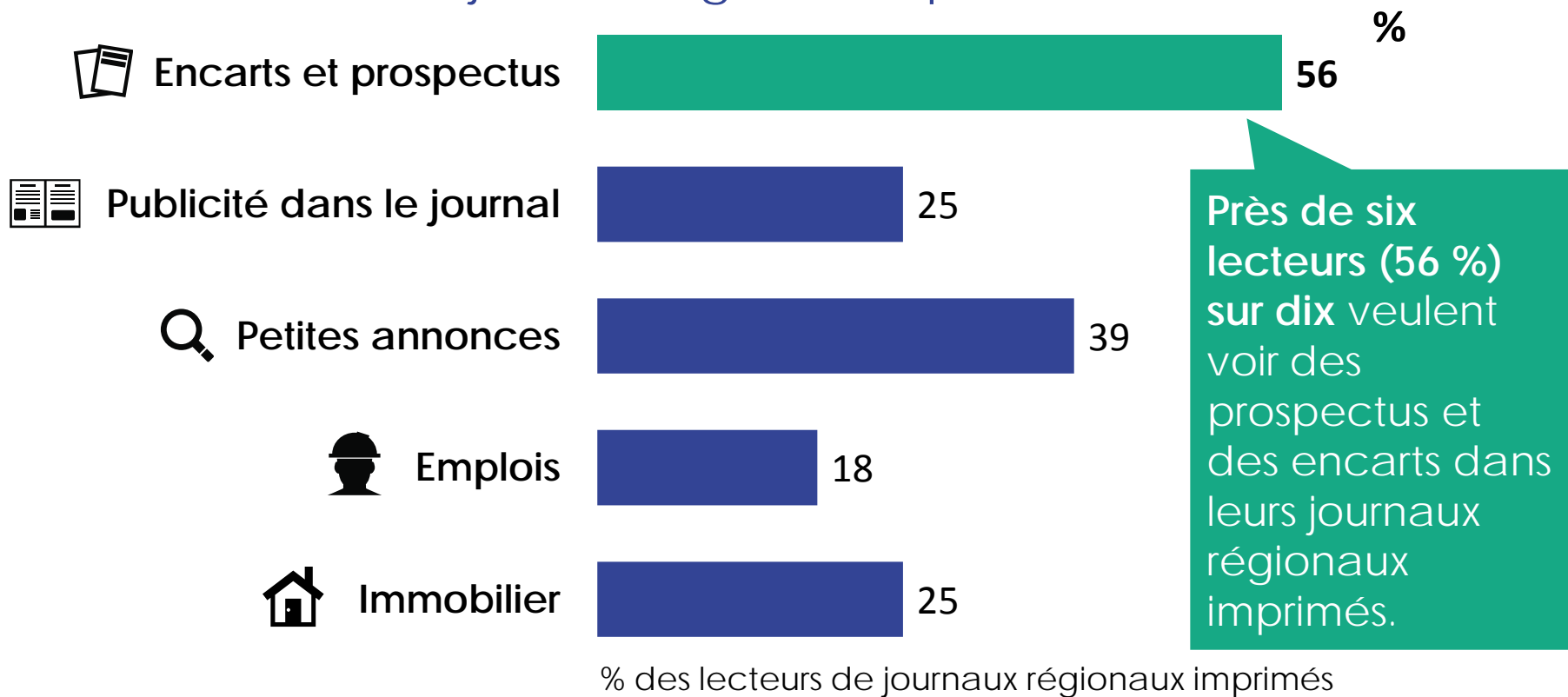
% des lecteurs de journaux régionaux imprimés

IMPRIMÉS



Engagement avec les journaux régionaux

Raisons de lire un journal régional imprimé



L'engagement avec les journaux régionaux



Les trois principaux médias pour l'information locale



Les journaux régionaux imprimés



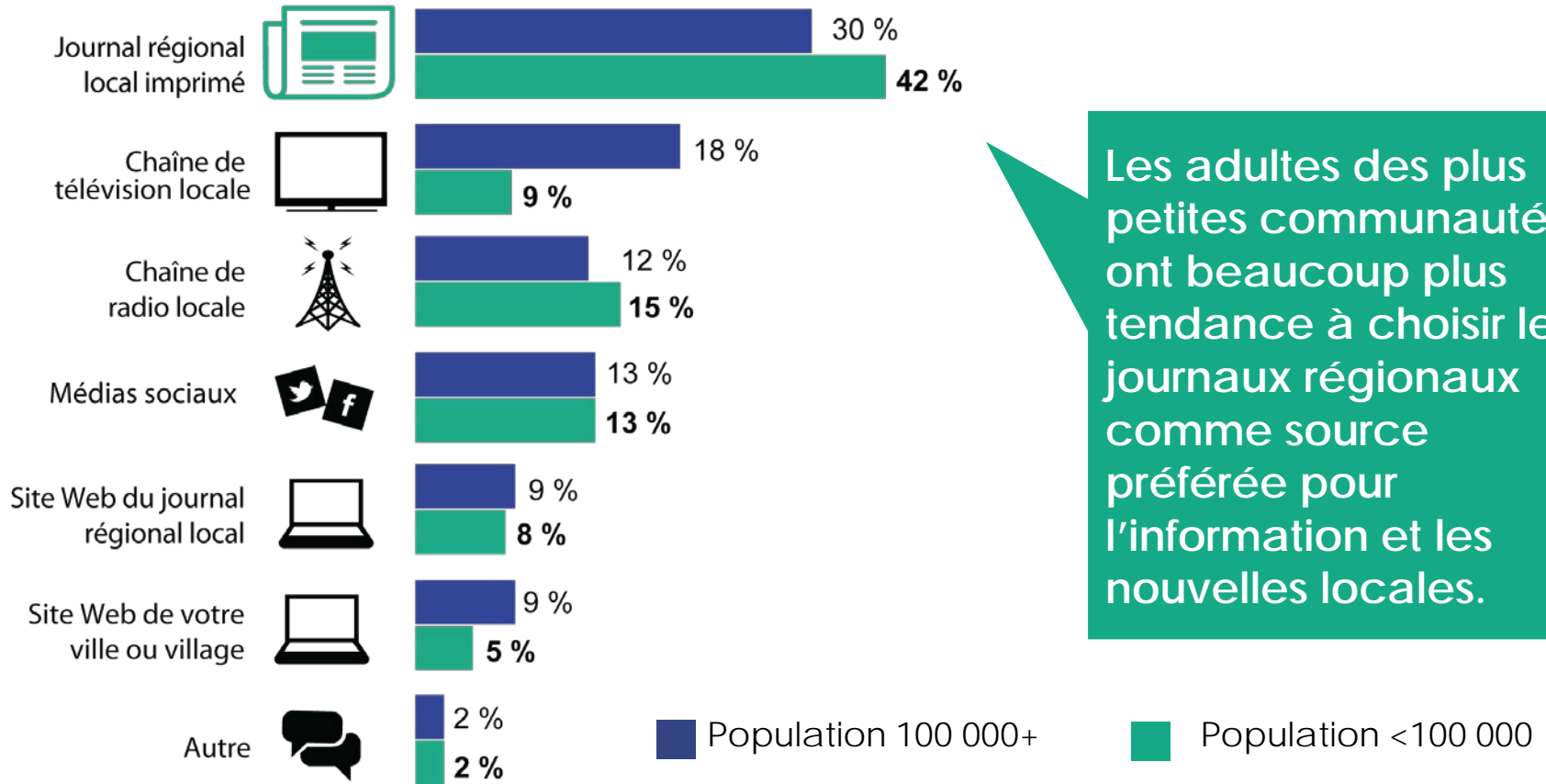
Les émissions de nouvelles des chaînes de télévision locales



Les émissions de radio locales



Source préférée pour l'information et les nouvelles locales



Les adultes des plus petites communautés ont beaucoup plus tendance à choisir les journaux régionaux comme source préférée pour l'information et les nouvelles locales.

Réponse à la publicité dans les journaux régionaux



1. Confiance dans la publicité

Les lecteurs font confiance à la publicité dans les journaux régionaux plus que dans n'importe quel autre média.

2. Formats traditionnels et numériques

Les publicités des journaux régionaux sont plus performantes que celles des autres médias, que l'on parle du format imprimé ou numérique.

3. Gestes posés après avoir vu une publicité

Les lecteurs de journaux régionaux agissent après avoir vu des publicités.

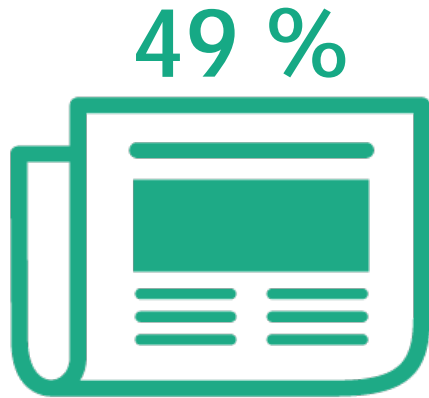
Les lecteurs de journaux régionaux répondent au contenu des publicités.

Les publicités des journaux sont crédibles

Font entièrement/assez confiance au contenu des publicités



Publicités en format physique ou numérique



Journaux

44 %



Télévision

40 %



Radio

39 %



Magazines



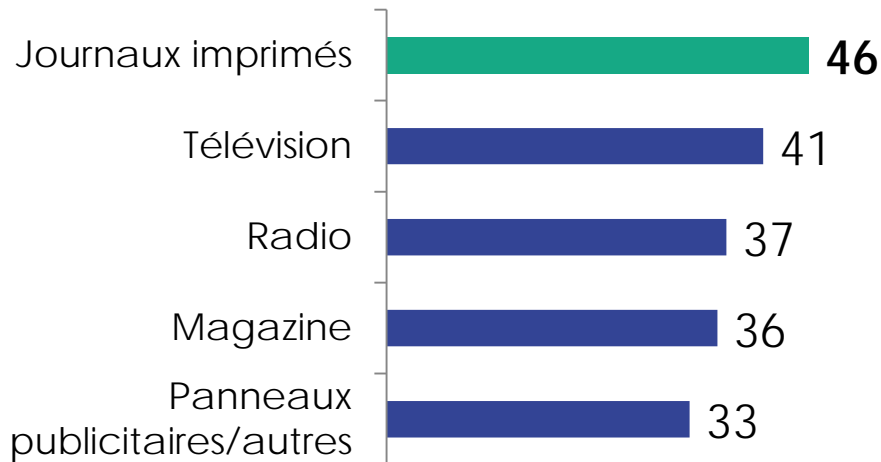
News Media Canada
Médias d'Info Canada

Les publicités des journaux imprimés et numériques sont les plus crédibles

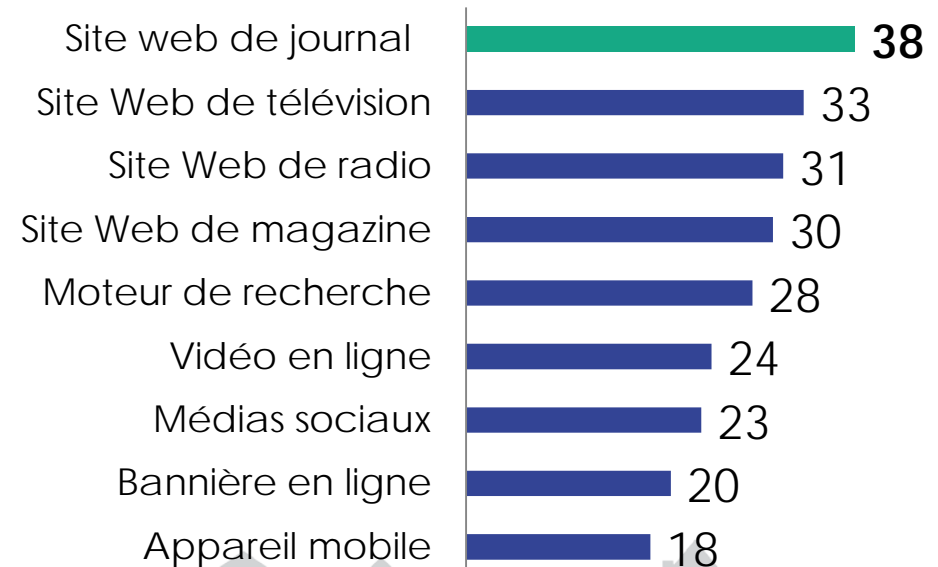
Font entièrement/assez confiance aux publicités



dans les médias traditionnels



dans les médias numériques

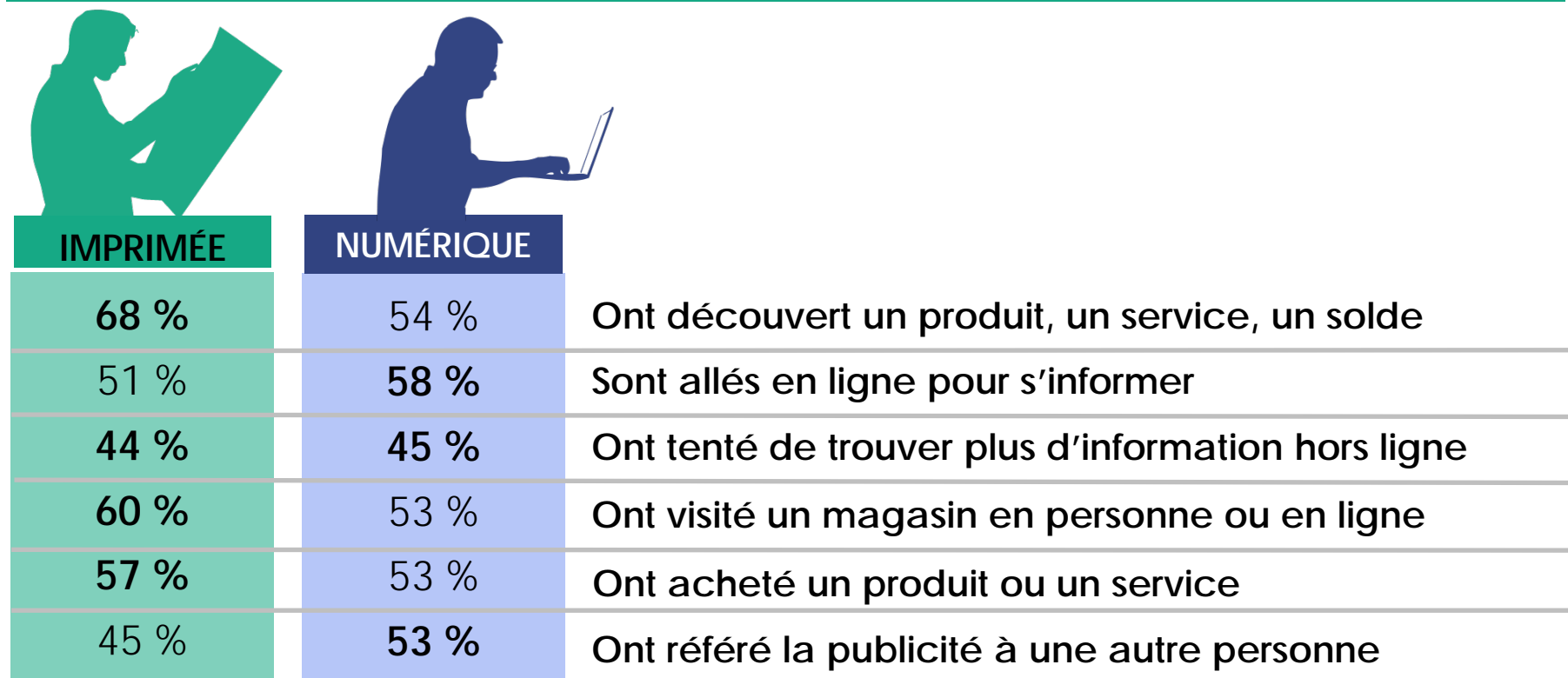


%

Les lecteurs de journaux régionaux répondent aux publicités



Ont posé un geste après avoir vu une publicité



Les journaux régionaux : moteurs de résultats



Huit lecteurs de journaux régionaux sur dix accèdent au contenu sur toutes les plateformes.



Plus de quatre lecteurs de journaux régionaux sur dix accèdent au contenu sur LES QUATRE plateformes (journal imprimé, ordinateur de bureau ou portable, tablette et téléphone).



L'engagement auprès des journaux régionaux est fort.

- Le temps passé avec le journal imprimé est demeuré sensiblement le même
- L'information locale est la principale raison de lire les journaux
- Source préférée pour l'information et les nouvelles locales
- Les publicités des journaux régionaux sont les plus crédibles
- Les lecteurs répondent à la publicité



News Media Canada
Médias d'Info Canada

Les journaux régionaux : moteurs de résultats

2017



www.mediasdinfocanada.ca



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



News Media Canada
Médias d'Info Canada