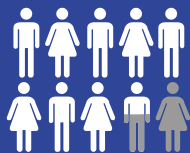


# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS LES MILLÉNAUX

24/7



**NEUF JEUNES ADULTES SUR DIX (85 %) LISENT LE JOURNAL CHAQUE SEMAINE, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME UTILISÉE.**



Les jeunes adultes se tournent vers les technologies pour accéder au contenu du journal mais continuent quand même à lire le journal imprimé.



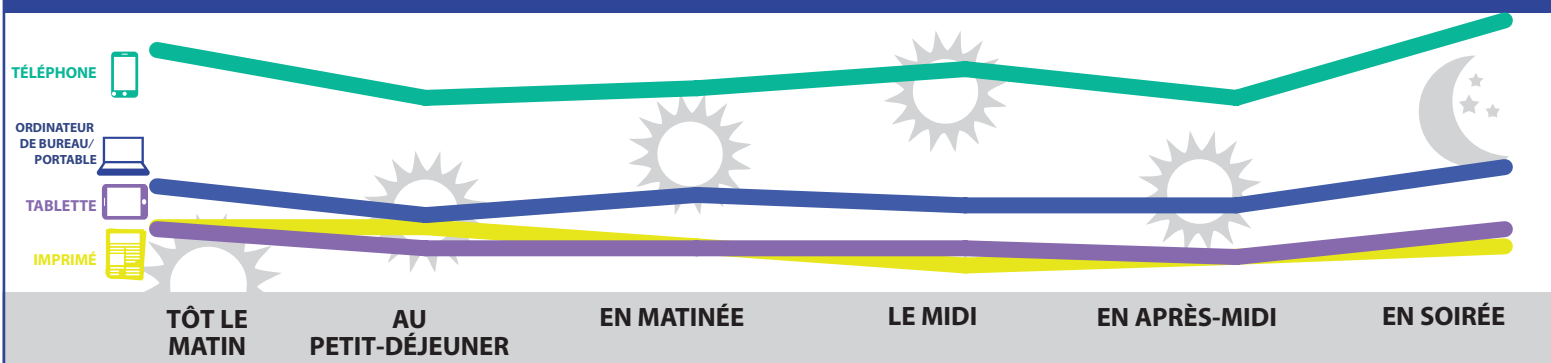
Ils lisent le journal autant que les autres groupes démographiques mais ils le font différemment puisqu'ils y accèdent sur toutes les plateformes parce qu'ils sont toujours en mouvement.



Ils accèdent aux journaux sur plusieurs plateformes – plus du quart d'entre eux (29 %) lisent le journal sur LES QUATRE plateformes.

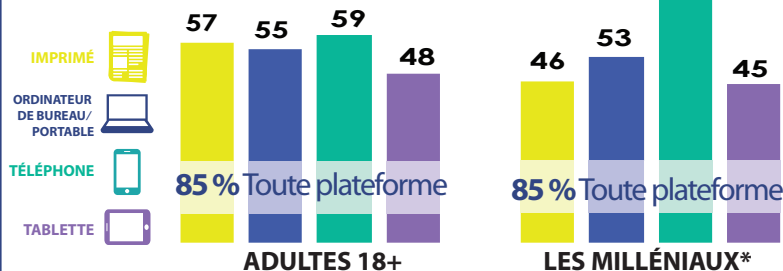


## HABITUDES DE CONSOMMATION DES MÉDIAS D'INFORMATION - LES MILLÉNAUX\*



## LES JOURNAUX ET LEURS MÉDIAS ATTEIGNENT LES JEUNES ADULTES

Les jeunes adultes lisent les journaux sur plusieurs plateformes. Le lectorat de ce groupe n'est pas différent de celui du reste de la population. Ils accèdent au contenu du journal principalement au moyen de leur téléphone. **73**



Le lectorat des produits imprimés est plus élevé au petit-déjeuner et demeure constant tout au long de la journée.



La lecture au moyen de l'ordinateur de bureau ou du portable est plus élevée en matinée et en soirée.



Le téléphone est la plateforme la plus populaire pour accéder au contenu du journal tout au long du jour mais ils l'utilisent surtout tôt et tard dans la journée.



La tablette est aussi utilisée par les milléniaux pour lire le contenu du journal tôt et tard dans la journée.

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez [www.mediasinfocanada.ca](http://www.mediasinfocanada.ca)

Détails de l'étude : pour bien comprendre le lectorat des journaux par plateforme et période de la journée, Médias d'Info Canada a retenu les services de Totum Research/yconic pour effectuer un sondage en ligne auprès de 2403 adultes canadiens. La recherche sur le terrain s'est effectuée en décembre 2016 d'un bout à l'autre du Canada et les entrevues se sont déroulées en français et en anglais. Les cibles en matière d'âge et de sexe ont été respectées afin d'obtenir une représentation valide.

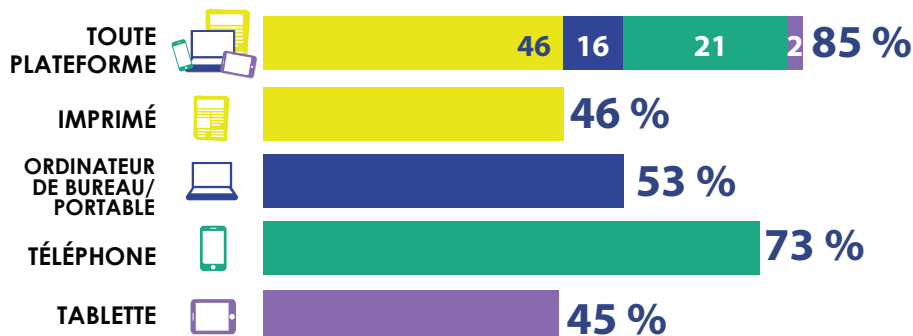
Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, décembre 2016  
\*\*Milléniaux = 18-34

# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS LES MILLÉNAUX

24/7



## LES JOURNAUX ATTEIGNENT 9 JEUNES ADULTES SUR 10



Le lectorat sur l'ordinateur de bureau ou le portable ajoute **16 %** au lectorat du journal imprimé; le téléphone en ajoute un autre **21 %** et la tablette, **2 %** de plus.



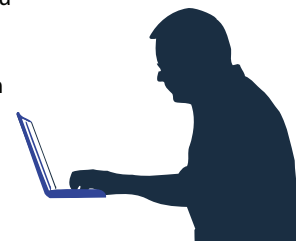
PRÈS DE LA MOITIÉ DES MILLÉNAUX (18-34 ANS) LISENT LE **JOURNAL IMPRIMÉ.**

- La lecture du journal imprimé connaît une pointe tôt le matin et au petit-déjeuner chez les jeunes adultes.
- Elle demeure constante pour le reste de la journée.
- Elle présente les mêmes tendances que la lecture sur l'ordinateur de bureau ou le portable et sur la tablette.



UN PEU PLUS DE LA MOITIÉ DES MILLÉNAUX (53 %) LISENT LE CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **ORDINATEUR DE BUREAU OU LEUR PORTABLE.**

- Le lectorat sur l'ordinateur de bureau ou le portable est probant tôt le matin et connaît une pointe en soirée.
- On remarque une légère augmentation sur les chiffres de 2016, qui représentaient 50 % d'entre eux.



PRÈS DE TROIS MILLÉNAUX SUR QUATRE (73 %) ACCÈDENT AU CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **TÉLÉPHONE.**

- L'usage du téléphone connaît les mêmes pointes que celui de l'ordinateur de bureau ou du portable, mais son niveau d'utilisation est beaucoup plus élevé.
- Le téléphone est la plateforme la plus populaire chez les jeunes adultes pour lire le contenu du journal.



PLUS DE QUATRE MILLÉNAUX SUR DIX LISENT LE CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **TABLETTE.**

- L'usage de la tablette est constant tout au long de la journée; cette plateforme est privilégiée en soirée.
- C'est en soirée qu'elle est la plus utilisée.



Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez [www.mediasinfocanada.ca](http://www.mediasinfocanada.ca)

**Détails de l'étude :** pour bien comprendre le lectorat des journaux par plateforme et période de la journée, Médias d'Info Canada a retenu les services de Totum Research/yconic pour effectuer un sondage en ligne auprès de 2403 adultes canadiens. La recherche sur le terrain s'est effectuée en décembre 2016 d'un bout à l'autre du Canada et les entrevues se sont déroulées en français et en anglais. Les cibles en matière d'âge et de sexe ont été respectées afin d'obtenir une représentation valide.

Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, décembre 2016  
\*\*Milléniaux = 18-34