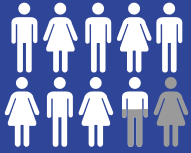


# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

## - ÉDITION 2017

24/7



**PRÈS DE 9 CANADIENS SUR 10 (85 %) LISENT UN JOURNAL CHAQUE SEMAINE, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME.**



On accède aux journaux par plusieurs plateformes – plus du quart des adultes (30 %) lisent sur **LES QUATRE** plateformes.

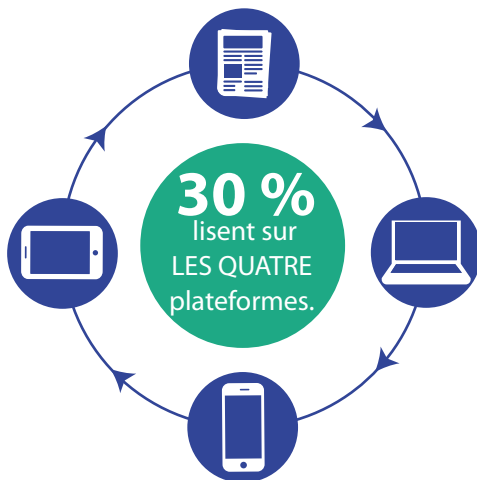
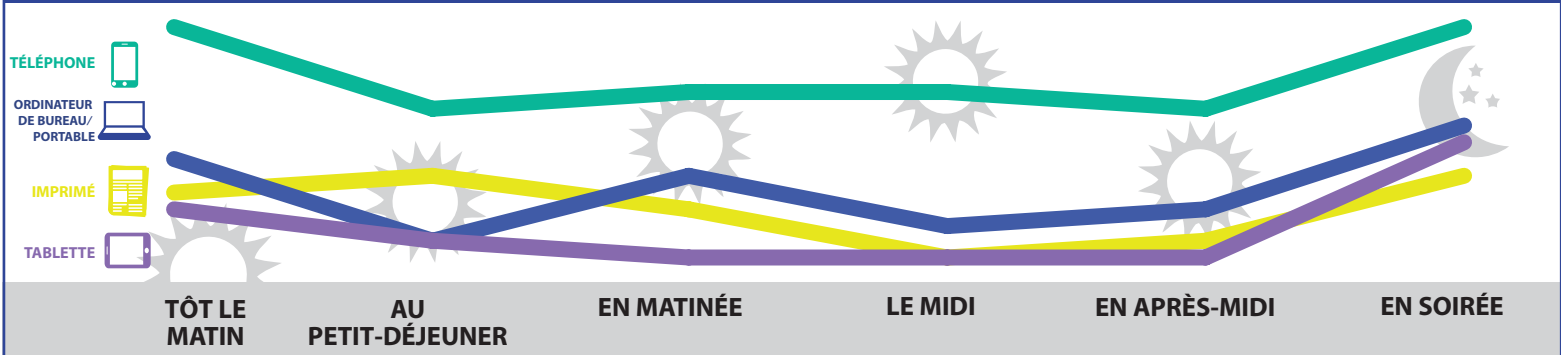


Plus d'adultes se tournent vers la technologie pour lire le contenu du journal—mais ils continuent quand même de lire le journal imprimé.



Chaque groupe démographique utilise chacune des plateformes (imprimé, ordinateur de bureau/portable, téléphone et tablette) pour accéder au contenu du journal.

### HABITUDES DE CONSOMMATION DES MÉDIAS D'INFORMATION



Le lectorat des imprimés demeure solide le matin, mais ils sont aussi lus en soirée. Les *baby-boomers* continuent à pousser le lectorat des imprimés vers le haut.



Le lectorat sur l'ordinateur de bureau/portable est à son apogée tôt dans la journée, en matinée et en soirée.



Le lectorat sur le téléphone est constant tout au long du jour. L'usage du téléphone pour lire le journal a connu une grande croissance, passant de 38 % en 2011 à 59 % en 2017.



La tablette est privilégiée en soirée pour accéder au contenu du journal.

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.

Source: Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, décembre 2016

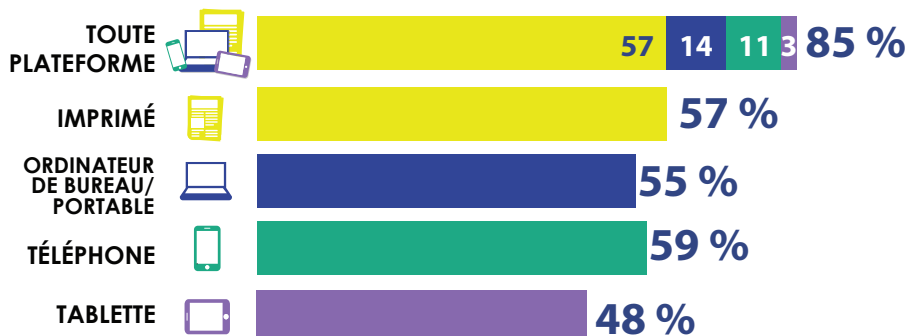
# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

## - ÉDITION 2017

24/7



### LES JOURNAUX ATTEIGNENT PRÈS DE 9 ADULTES SUR 10



Le lectorat sur **ordinateur de bureau/portable** ajoute **14 %** au lectorat du journal imprimé. Le téléphone y ajoute un autre **11 %** et la tablette, un **3 %** supplémentaire.



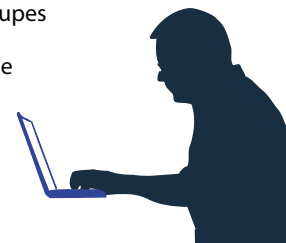
PRÈS DE SIX ADULTES SUR DIX (57 %) LISENT LE **JOURNAL IMPRIMÉ.**

- Les journaux imprimés sont au deuxième rang, derrière le téléphone comme plateforme de lecture.
- Le matin et le soir sont les moments où l'on privilégie le journal imprimé.
- Et ce, grâce aux *baby-boomers*, qui choisissent l'imprimé avant toutes les autres plateformes pour accéder au contenu du journal au petit-déjeuner.



PLUS DE LA MOITIÉ DES ADULTES (55 %) LISENT LE CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **ORDINATEUR DE BUREAU/PORTABLE.**

- La lecture du journal sur l'ordinateur de bureau ou le portable est solide chez tous les groupes démographiques.
- Les décideurs en entreprise\* utilisent cette plateforme plus que le Canadien moyen.
- Il y a trois périodes culminantes de la journée pour l'usage de l'ordinateur de bureau ou du portable : tôt le matin, en milieu de matinée et en soirée (période la plus élevée).



SIX ADULTES SUR DIX (59 %) LISENT LE CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **TÉLÉPHONE.**

- Le téléphone est l'appareil le plus populaire à tout moment de la journée.
- Le téléphone est la plateforme la plus utilisée par les 18-34 ans pour lire le contenu du journal.
- Pour les décideurs en entreprise\*, le téléphone est la plateforme la plus utilisée. Ils s'en servent tout au long de la journée, en plus de toutes les autres plateformes.



PRÈS DE CINQ ADULTES SUR DIX (48 %) LISENT LE CONTENU DU JOURNAL SUR LEUR **TABLETTE.**

- La soirée demeure la période où l'usage de la tablette est la plus élevée.
- L'usage de la tablette est passé de 37 % en 2011 à 48 % en 2017.
- Les décideurs en entreprise\* sont le groupe démographique qui utilise le plus la tablette.



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.

Source: Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, décembre 2016

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

\*\* Milléniaux = 18-34 ans