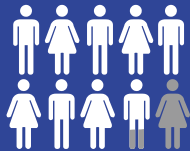


# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

## ÉDITION 2018

24/7



**NEUF CANADIENS SUR 10 (88 %) LISENT UN JOURNAL CHAQUE SEMAINE, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME**



On accède aux journaux par plusieurs plateformes – plus du tiers des adultes (34 %) lisent sur LES QUATRE plateformes.



Bien que plus d'adultes continuent de se tourner vers la technologie pour lire le contenu du journal, 6 adultes sur 10 continuent d'accéder aux éditions imprimées.



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



## 88 % DES ADULTES CANADIENS LISENT DES JOURNAUX CHAQUE SEMAINE

Le lectorat sur ordinateur de bureau/portable ajoute 14 % au lectorat du journal imprimé. Le téléphone y ajoute un autre 13 % et la tablette, un 3 % supplémentaire.



58 14 13 3 **88 %**

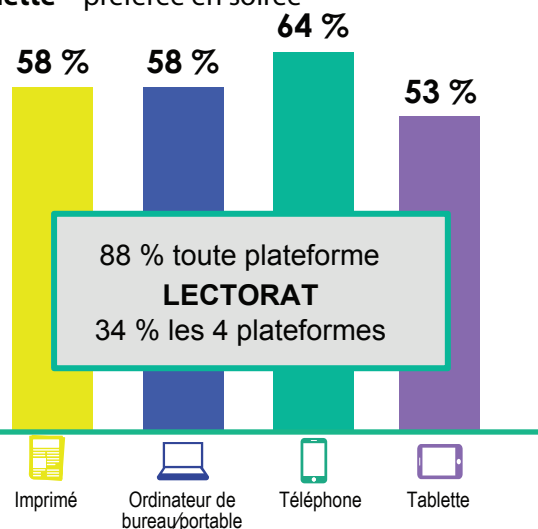
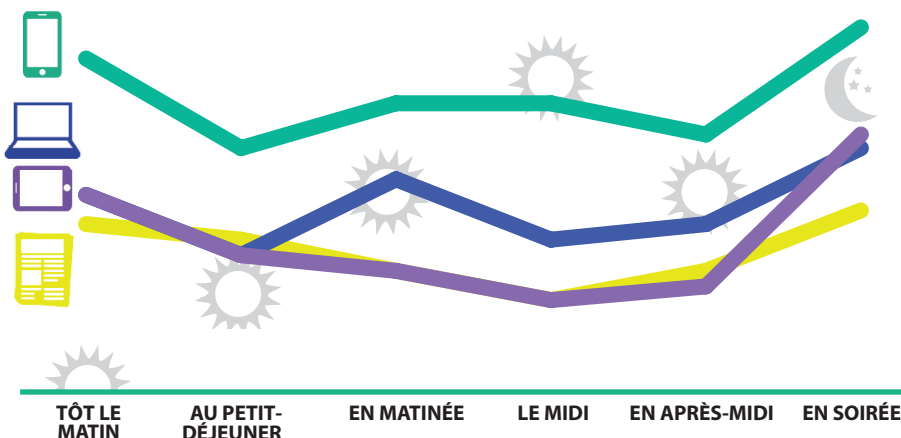
## LES ADULTES CANADIENS LISENT LES JOURNAUX SUR TOUTES LES PLATEFORMES

**Imprimé** – privilégié au petit-déjeuner et en soirée

**Ordinateur de bureau/portable** – probant en matinée et le midi

**Téléphone** – plateforme la plus populaire tout au long de la journée

**Tablette** – préférée en soirée



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 pour effectuer un sondage en ligne auprès de 2401 adultes canadiens. La recherche sur le terrain s'est effectuée en janvier/février 2018 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, février 2018

# LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

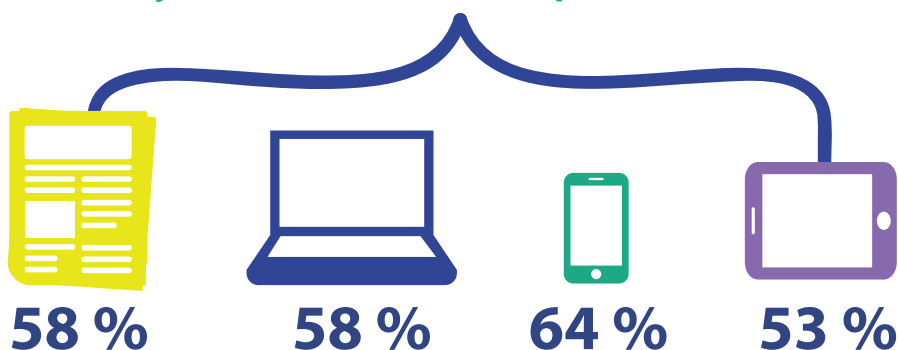
## ÉDITION 2018

24/7



### 1 LES JOURNAUX ATTEIGNENT 9 ADULTES SUR 10

Plus du tiers (34 %) des adultes lisent le contenu du journal sur **LES QUATRE** plateformes.



### 2 LES HABITUDES DE LECTORAT VARIENT SELON LA PLATEFORME



Le lectorat imprimé demeure fort en matinée et en soirée.



Lire le contenu du journal sur un téléphone se fait tout au long de la journée pour avoir accès à l'information « en mouvement ».



Le lectorat sur ordinateur de bureau/portable est à son apogée tôt dans la journée, entre le petit-déjeuner et le repas du midi, et en soirée.



La tablette est utilisée en soirée pour avoir accès au contenu du journal.

### 3 LES JOURNAUX ATTEIGNENT TOUTES LES CIBLES



**Les milléniaux** préfèrent accéder au contenu du journal sur leur téléphone mais utilisent aussi les autres plateformes. Plus du tiers d'entre eux (34 %) utilisent les quatre plateformes.



**Les baby-boomers** sont les principaux utilisateurs du journal imprimé mais ils utilisent toutes les plateformes tout au long de la journée.



**Les personnes à revenus élevés\*\*, les influenceurs et les décideurs en entreprise\*** sont de grands lecteurs de journaux; plus de 91 % d'entre eux accèdent aux nouvelles par l'entremise du journal imprimé et des plateformes numériques.

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

Source : Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, février 2018

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

\*\*Influenceurs 3 ou plus des déclarations suivantes : trouvent un nouveau produit et le recommandent habituellement à d'autres; s'informent sur les nouveaux produits et services; les gens leur demandent souvent leur avis; sont toujours les premiers à essayer de nouveaux produits et services; partagent souvent de l'information sur des produits et services sur les médias sociaux

Milléniaux = 18-34 ans; baby-boomers = 54-72 ans