

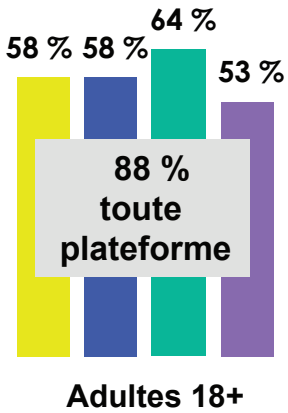
# LES JOURNAUX ATTEIGNENT TOUTES LES CIBLES

## LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS ÉDITION 2018

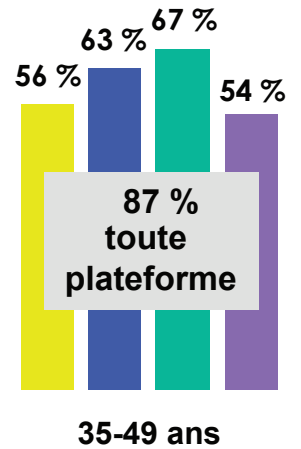
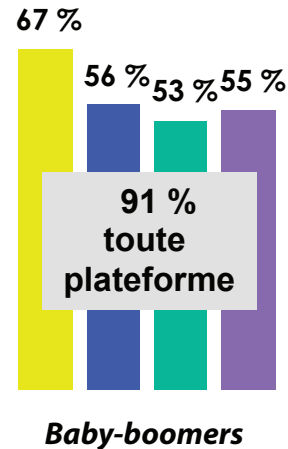
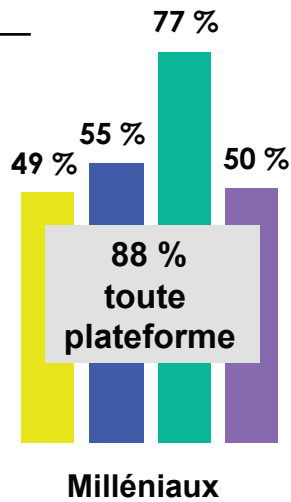
24/7



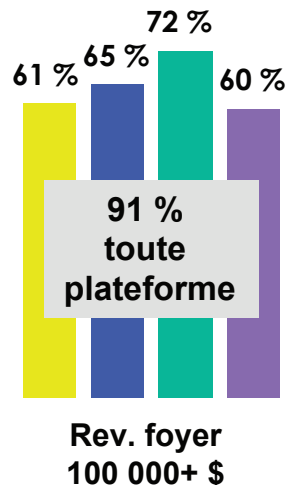
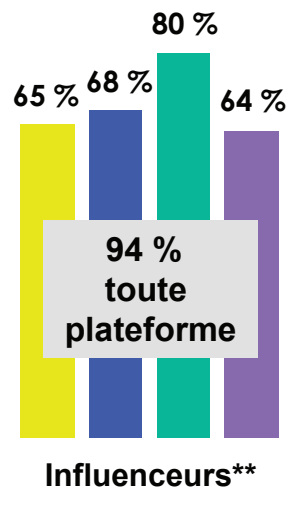
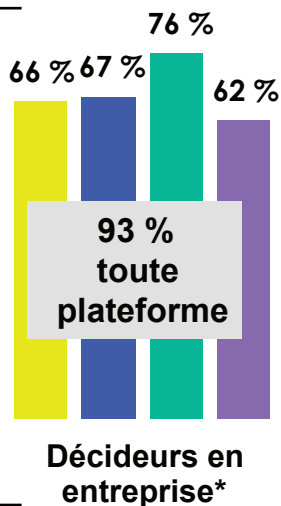
### 88 % DES ADULTES CANADIENS LISENT UN JOURNAL CHAQUE SEMAINE



Les **milléniaux** lisent surtout sur leur téléphone. Les **baby-boomers** préfèrent l'imprimé. Les **adultes entre 35 et 49 ans** sont en tête de peloton pour la lecture sur le téléphone et l'ordinateur de bureau/portable.



Les **décideurs en entreprise\***, les **influenceurs\*\*** et les **adultes dont le revenu au foyer dépasse 100 000 \$** lisent principalement sur leur téléphone mais ils ont aussi le lectorat le plus élevé sur n'importe quelle plateforme et ce, parmi tous les groupes cibles. Ils sont aussi au-dessus de la moyenne pour le lectorat du journal imprimé.



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 supérieures 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

# LES HABITUDES DE LECTORAT VARIENT SELON LA PLATEFORME

## LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS ÉDITION 2018

24/7



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.

88 %



### PLUS DE CINQ ADULTES SUR DIX (53 %) LISENT LE CONTENU DE LEUR JOURNAL SUR UNE TABLETTE.

- La soirée demeure la période où l'usage de la tablette est le plus élevé.
- L'usage de la tablette est passé de 37 % en 2011 à 53 % en 2018.
- Les décideurs en entreprise\* sont le groupe démographique qui utilise le plus la tablette.



13



### PRÈS DE 2 ADULTES SUR 3 (64 %) 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, et elle est utilisée de façon constante tout au long de la journée sauf pour une légère baisse au milieu de l'après-midi.



14



### PRÈS DE SIX ADULTES SUR DIX (58 %) 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.



58



### PRÈS DE SIX ADULTES SUR DIX (58 %) LISENT LE JOURNAL IMPRIMÉ.

- Moments où le journal imprimé est privilégié : tôt le matin et en soirée.
- Le journal imprimé est privilégié par les *baby-boomers* et les membres de la génération grandiose qui choisissent l'imprimé comme leur plateforme de choix pour accéder au contenu du journal au petit-déjeuner et au milieu de l'après-midi.



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