

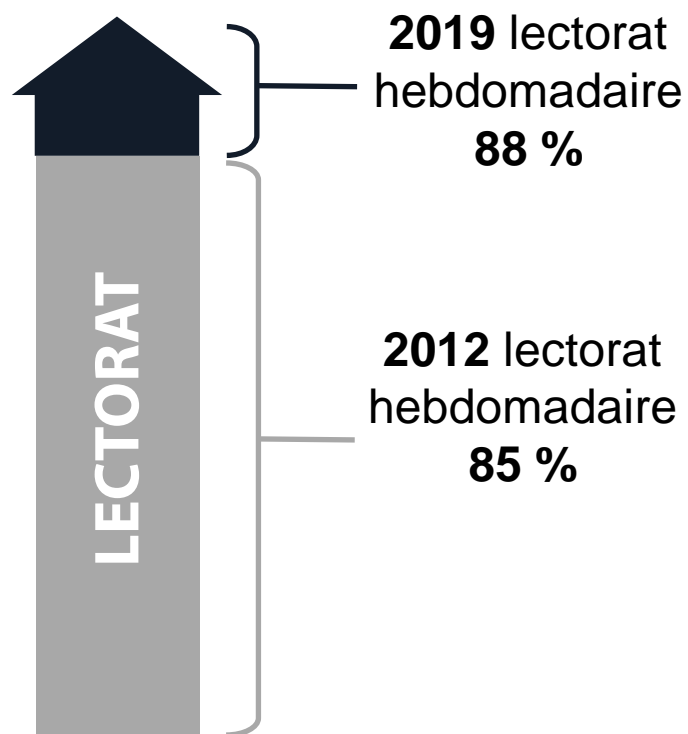


LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

2019

LECTORAT HEBDOMADAIRE EN CROISSANCE

L'accès aux plateformes de nouvelles numériques n'a fait qu'accroître l'accès des Canadiens au contenu des nouvelles et, par conséquent, plus de Canadiens que jamais lisent les journaux, en format imprimé ou numérique.

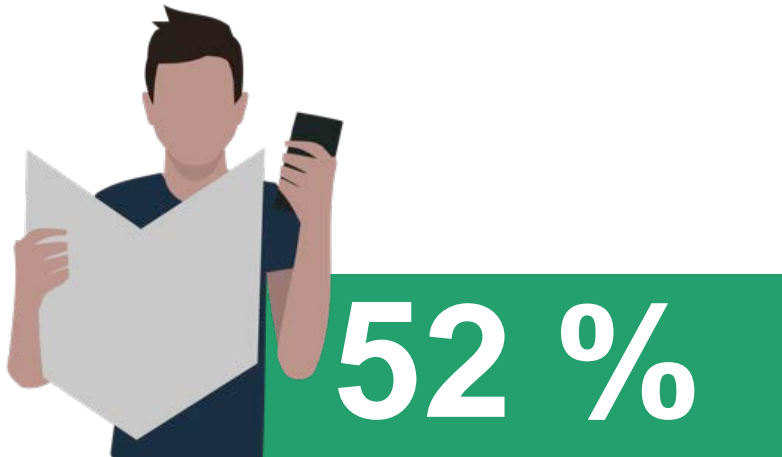


En 2019,
**NEUF CANADIENS
SUR DIX**
(88 %) lisent leurs
journaux chaque semaine

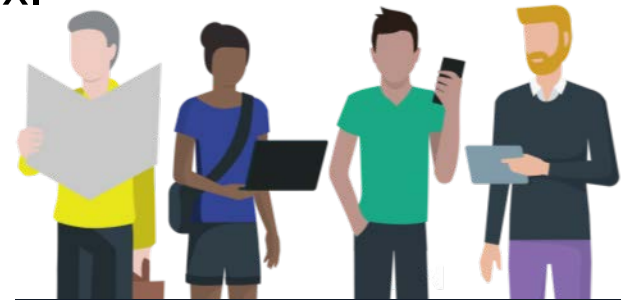


LES CANADIENS ACCÈDENT AUX JOURNAUX SUR LES PLATEFORMES IMPRIMÉES ET NUMÉRIQUES

Plutôt que d'abandonner l'habitude de la lecture imprimée, de plus en plus de lecteurs choisissent les tablettes, les ordinateurs et les téléphones intelligents pour également lire les journaux.



**des lecteurs lisent À LA FOIS
le contenu imprimé ET le
contenu numérique des
journaux.**



88 %

**des Canadiens lisent les
journaux chaque semaine
sur N'IMPORTE QUELLE
plateforme.**

« Compte tenu de la méfiance accrue à l'échelle mondiale, il existe un intérêt clair et constant pour la fiabilité de l'information.

Les journaux continuent d'être LA source de nouvelles crédibles, fiables et indépendantes, tant en format imprimé que numérique. »

*Bob Cox, président du conseil
Médias d'Info Canada*

LECTEURS DE NOUVELLES IMPRIMÉES

Les plus grands lecteurs de nouvelles imprimées sont les *baby-boomers**.

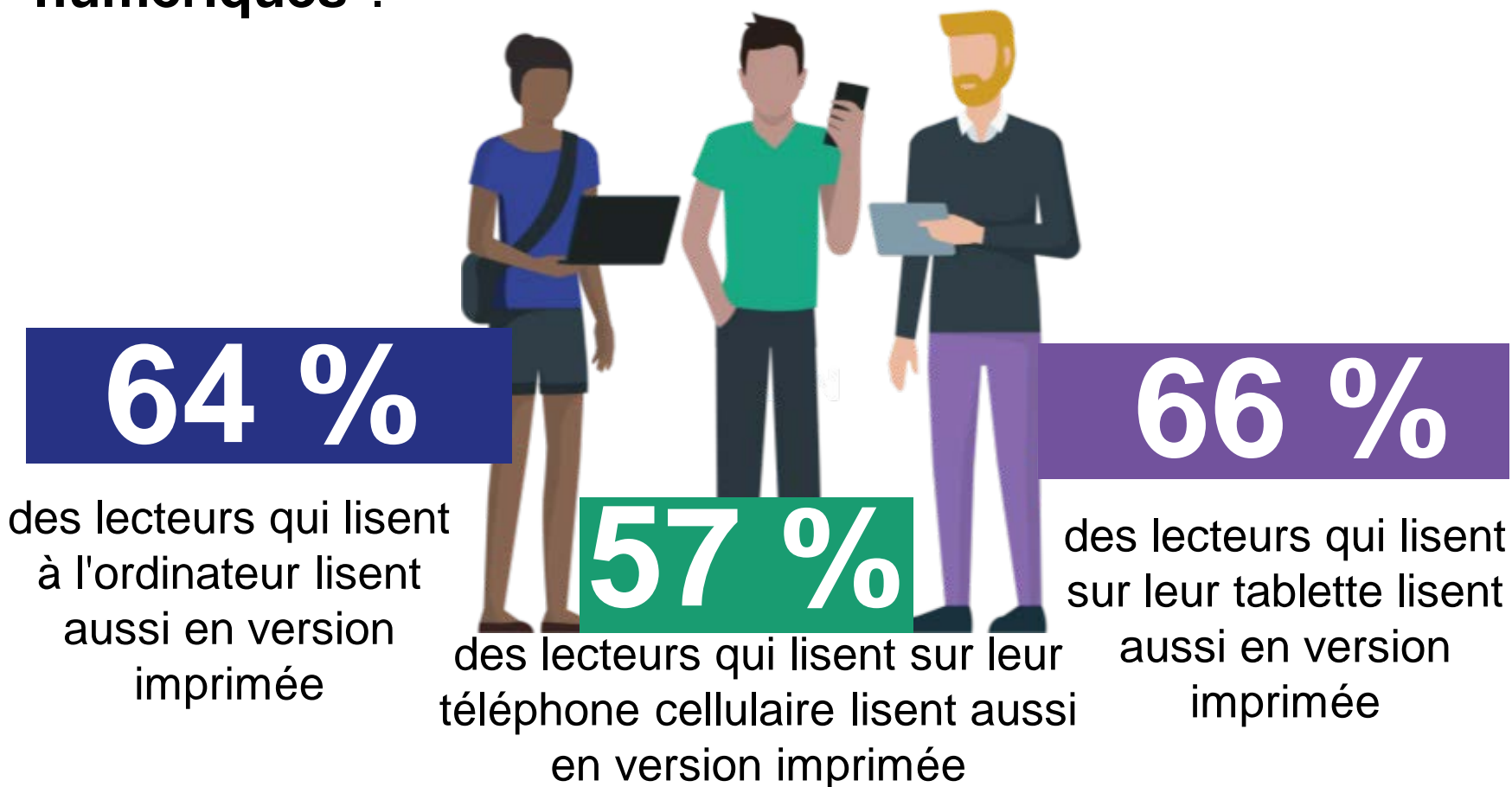
90 %

de tous les lecteurs de nouvelles imprimées utilisent aussi les plateformes numériques



LECTEURS DE NOUVELLES NUMÉRIQUES

Les milléniaux plus grands lecteurs de nouvelles numériques*.



LES JEUNES CANADIENS LISENT LES JOURNAUX, QUASI AUTANT QUE LES *BABY-BOOMERS*



BABY-BOOMERS
(54 à 72 ans)

37 % de la population.

90 % lisent les journaux
chaque semaine.

Plateforme de choix :
la version imprimée.



MILLÉNAUX
(19 à 36 ans)

34 % de la population.

88 % lisent les journaux
chaque semaine.

Plateforme de choix :
le téléphone.



**DÉCIDEURS EN
ENTREPRISE***

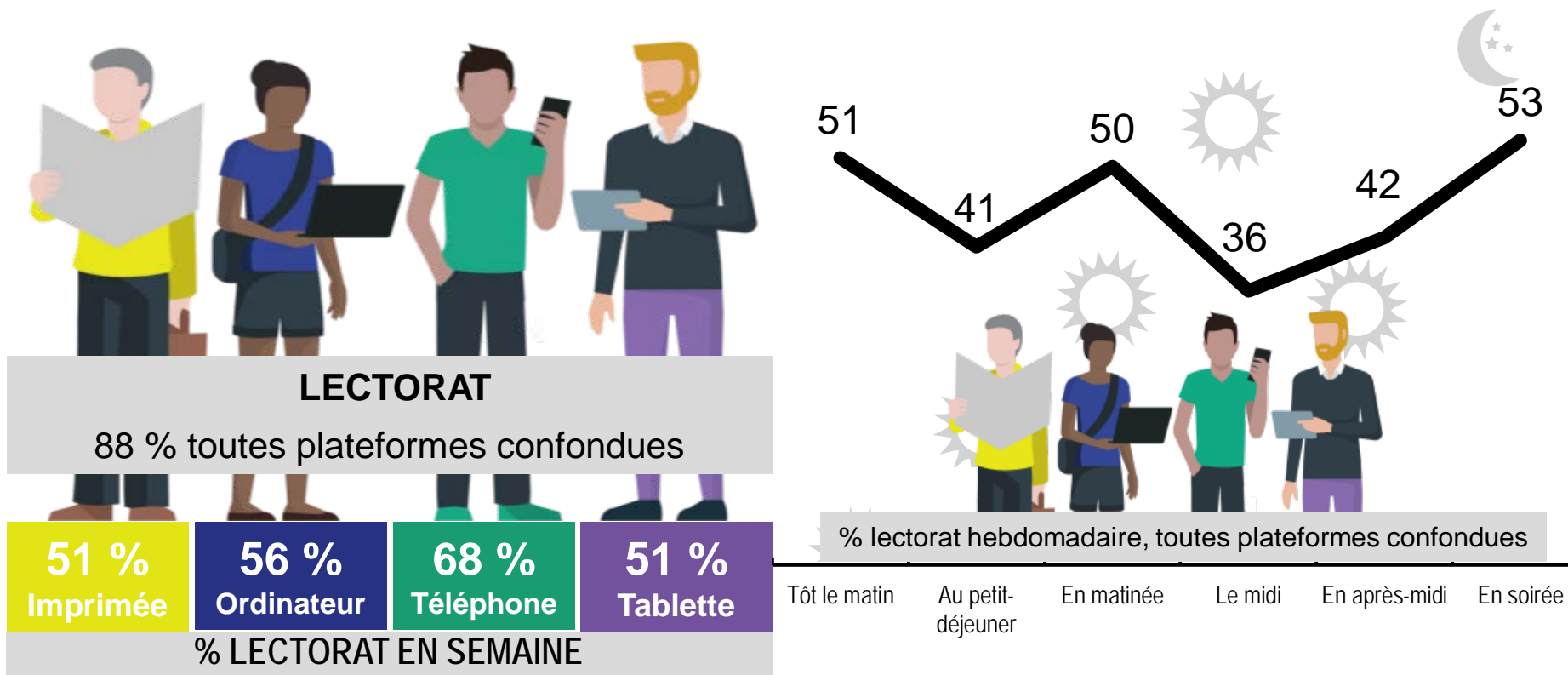
37 % de la population.

93 % lisent les journaux chaque
semaine.

Choisissent **TOUTES** les
plateformes
(« grands amateurs de nouvelles »).

LES JOURNAUX SONT LUS TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE

88 % des Canadiens lisent les journaux sur n'importe quelle plateforme chaque semaine. C'est en fin de journée que le lectorat est le plus élevé.

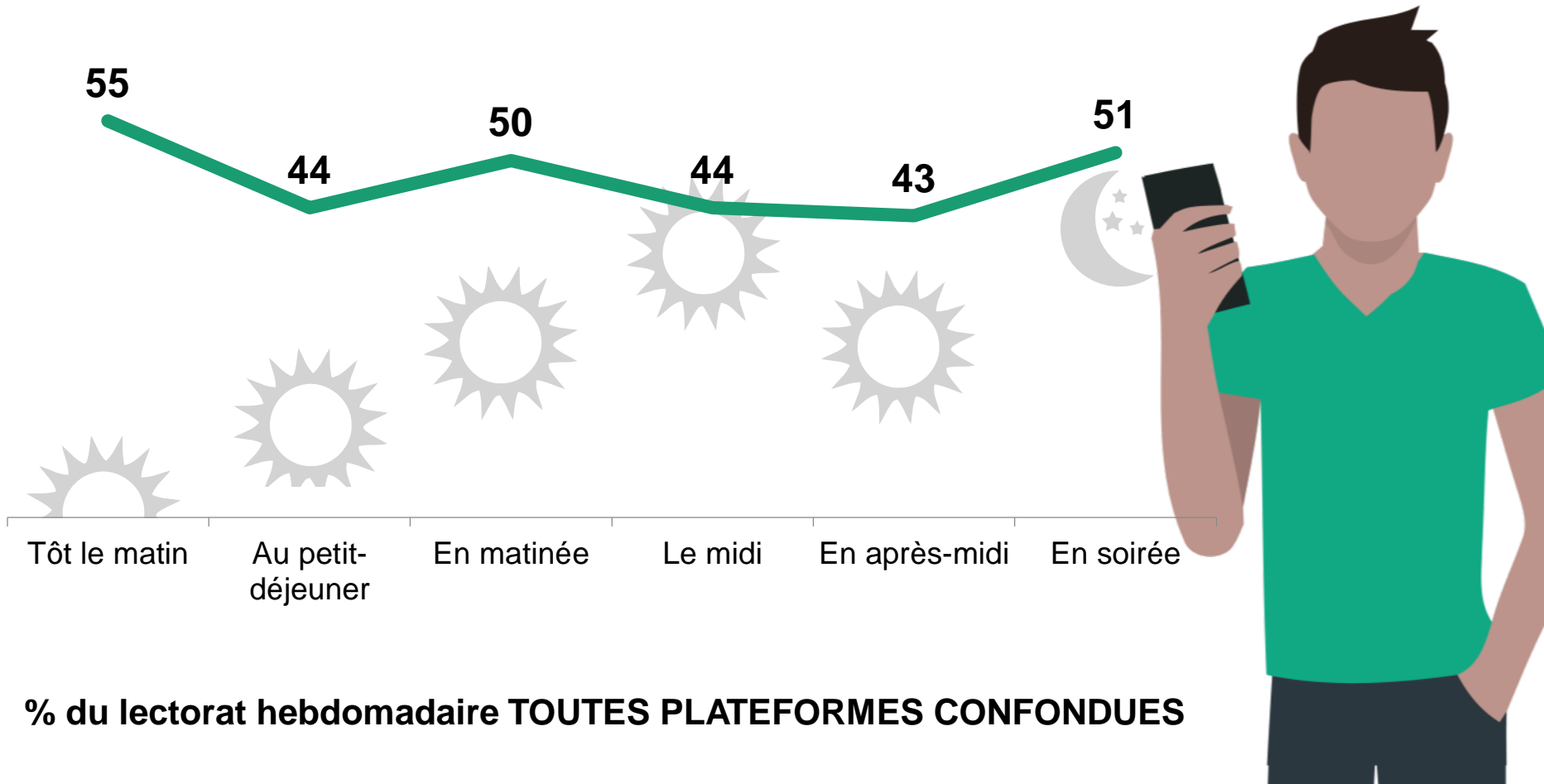


« Les journaux imprimés et numériques jouent un rôle unique et distinct dans la vie des Canadiens.

Les lecteurs commencent leur journée avec les reportages complets et approfondis d'un journal imprimé, puis se tiennent au courant des dernières nouvelles avec le numérique au fur et à mesure que la journée avance. »

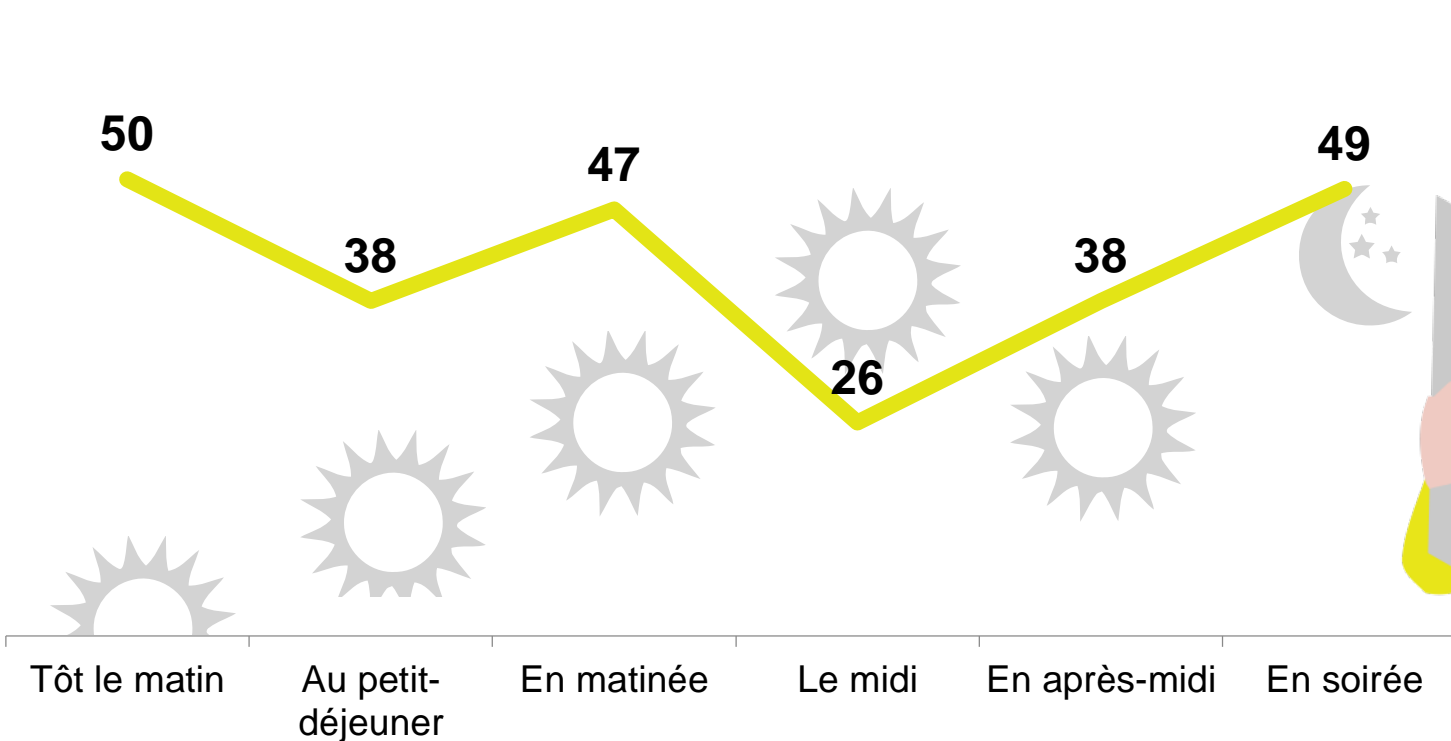
*Claude Heimann, président
Totum Research*

CHEZ LES MILLÉNAUX, LE LECTORAT EST À SON APOGÉE TÔT LE MATIN



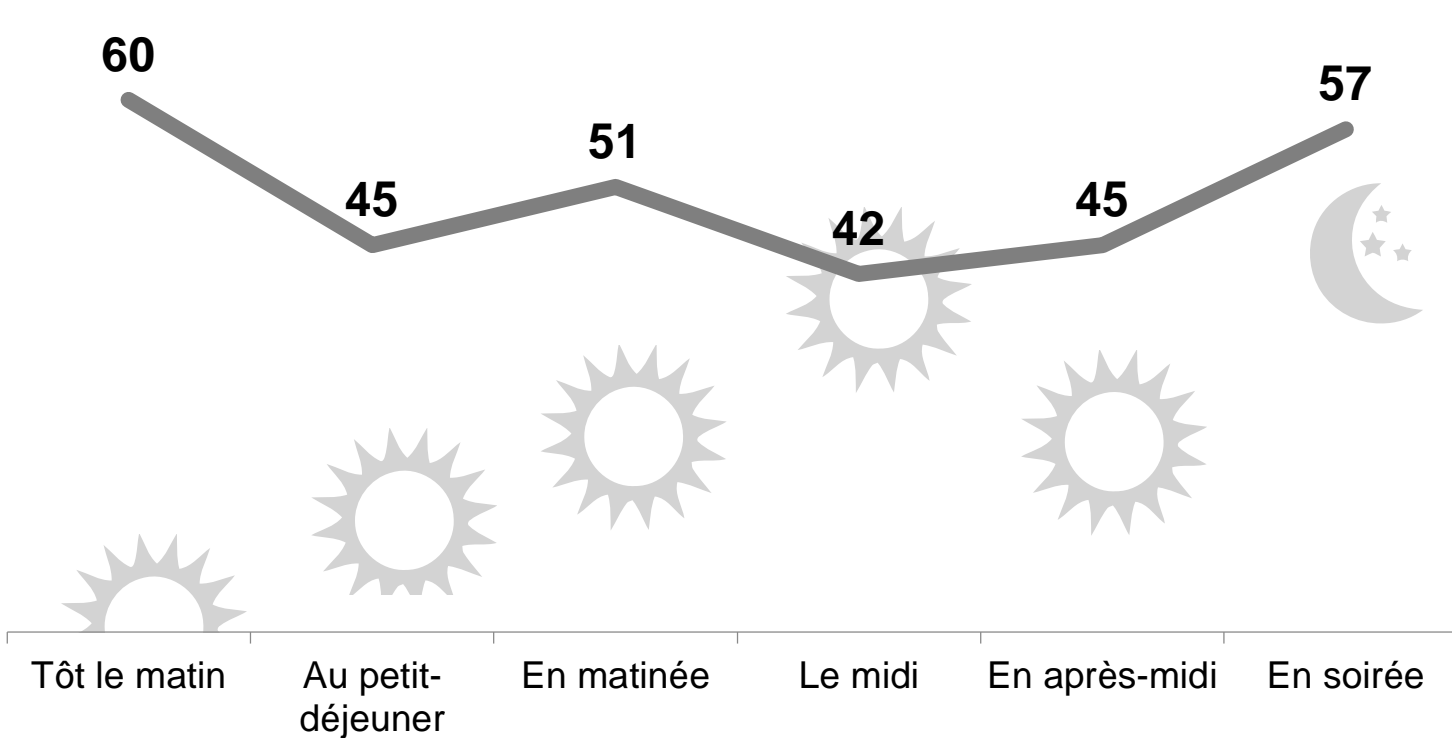
% du lectorat hebdomadaire TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

LES *BABY-BOOMERS* LISENT TÔT LE MATIN ET TARD EN SOIRÉE



% du lectorat hebdomadaire TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

LES DÉCIDEURS EN ENTREPRISE* SONT DES MORDUS DE L'INFORMATION



% du lectorat hebdomadaire TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, mars 2019

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

ANNEXES



CONCEPTION DE L'ÉTUDE



Date de l'étude

février 2019

Gestion de l'étude

Totum Research

Panel en ligne

Enquête auprès de
800 Canadiens

Portée nationale

78 % anglais
22 % français

Marge d'erreur

±3,5 % au niveau de
confiance de 95 %

Échantillonnage représentatif à l'échelle nationale

Hommes 50%, Femmes 50%

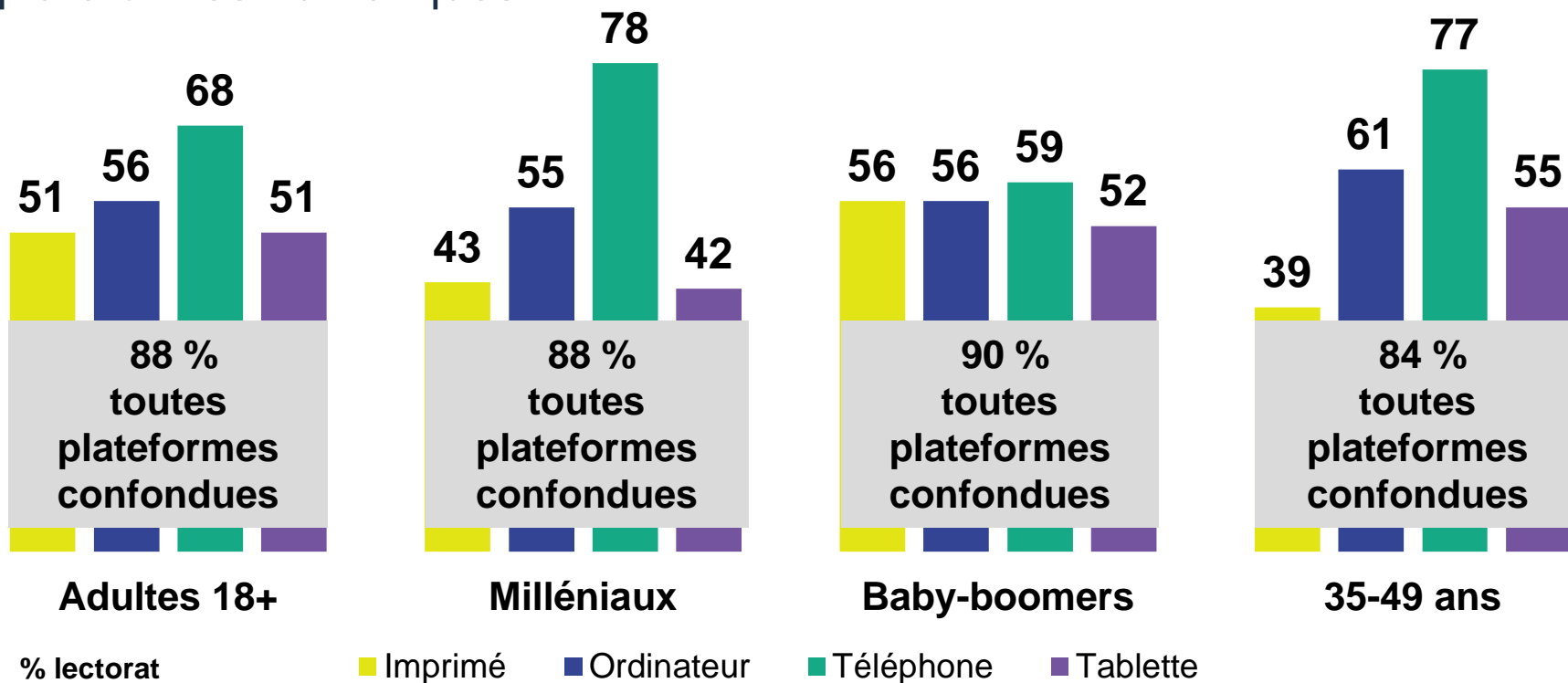
18-34 : 29 %, 35-49 : 21 %, 50-64 : 32 %, 65+ : 18 %

Ouest 31 %, Ontario 39 %, Québec 23 %, Atlantique 7 %



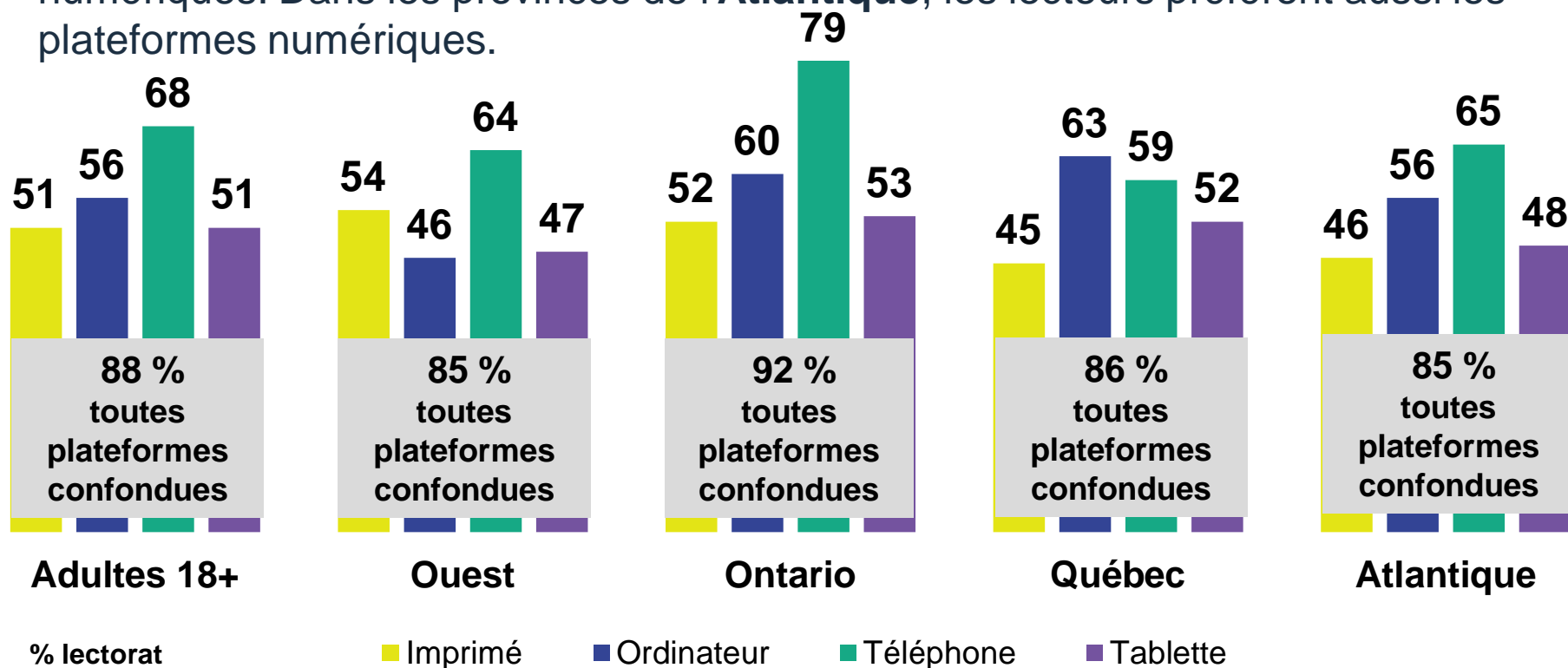
NEUF CANADIENS SUR DIX LISENT LES JOURNAUX - TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

Les milléniaux lisent surtout sur leur téléphone. Les *baby-boomers* préfèrent l'imprimé. Adultes de 35 à 49 ans : surindice sur les plateformes numériques.



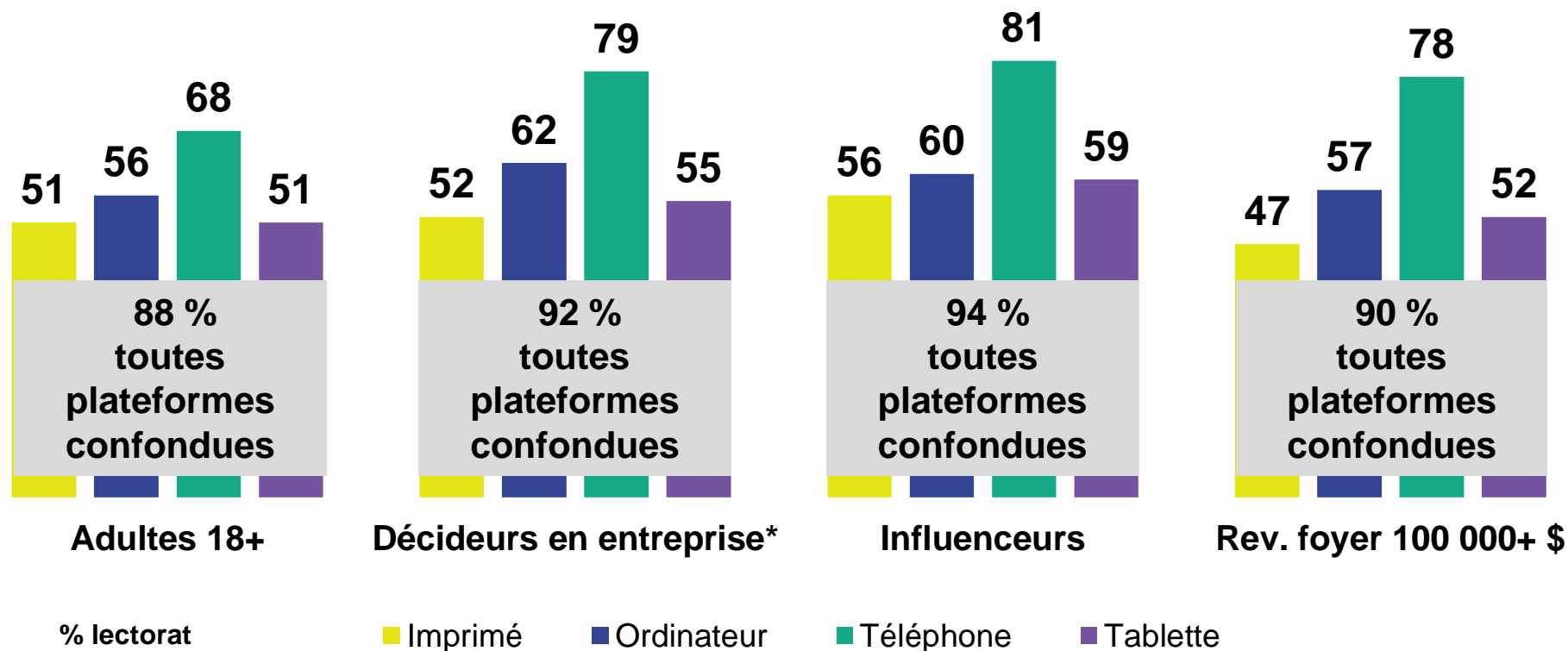
LES JOURNAUX, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME, REJOIGNENT TOUS LES GROUPES CIBLES

Les **Canadiens de l'Ouest** sont de plus grands lecteurs de la presse écrite. Le lectorat sur téléphones intelligents est considérablement plus élevé que la moyenne en **Ontario**. Les lecteurs du **Québec** sont plutôt des lecteurs sur plateformes numériques. Dans les provinces de l'**Atlantique**, les lecteurs préfèrent aussi les plateformes numériques.



LES JOURNAUX, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME, REJOIGNENT TOUS LES GROUPES CIBLES

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, toutes plateformes confondues, et ce, parmi tous les groupes cibles.



Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, mars 2019

* 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



LES JOURNAUX : PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

2019