

# DIX VÉRITÉS À TRANSMETTRE SUR TWITTER



1



**Près de neuf Canadiens sur dix lisent un journal régional ou un quotidien chaque semaine.<sup>4</sup>**

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



Lectorat hebdomadaire en 2020 : 86 %

Lectorat hebdomadaire en 2012 : 85 %

2

**Les lecteurs de journaux choisissent de lire leur contenu de nouvelles sur diverses plateformes.<sup>2</sup>**



**82 %** des lecteurs de journaux imprimés les lisent aussi sur une plateforme numérique.



**70 %** des lecteurs sur une plateforme numérique lisent aussi le journal imprimé.

3

**Chaque semaine, les quotidiens rejoignent 3 adultes sur 5 partout au Canada.<sup>5</sup>**

La portée la plus élevée se trouve dans la ville de Québec (82 %), à Montréal (75 %) et à London (74 %).



4

**Les jeunes adultes lisent les journaux différemment que les adultes plus âgés.<sup>1</sup>**

• Huit milléniaux sur dix (79 %) utilisent leur téléphone pour lire les nouvelles et se tenir au courant de l'actualité. Et près de la moitié d'entre eux lisent aussi les journaux imprimés.



5

**Huit Canadiens sur dix (82 %) croient qu'un journalisme fiable fait partie essentielle d'une société démocratique; ils s'inquiètent aussi des répercussions des fausses nouvelles et du fait que celles-ci puissent être utilisées comme armes.<sup>2</sup>**



Pour plus d'information, consultez le site [www.mediasdinfoCanada.ca](http://www.mediasdinfoCanada.ca)

## Sources :

1-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Engagés et branchés; 2019

2-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; 2020

3-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Lecteurs de journaux régionaux imprimés; 2020

4-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Lectorat hebdomadaire; 2020

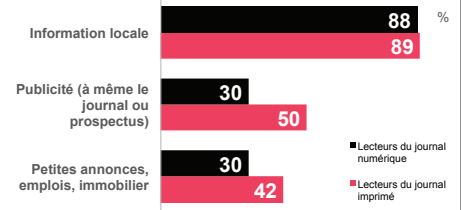
5-Vividata étude de l'automne 2020

# DIX VÉRITÉS À TRANSMETTRE SUR TWITTER



## 6 L'information locale est la principale raison qui pousse les lecteurs à se tourner vers les journaux régionaux.<sup>3</sup>

- Neuf lecteurs de journaux imprimés sur dix (89 %) les lisent pour l'information locale.
- 50 % des lecteurs de journaux imprimés les lisent pour la publicité; 42 % les lisent pour les petites annonces, les offres d'emplois et l'immobilier.



## 7 Près de la moitié des lecteurs de journaux régionaux imprimés les lisent pour les prospectus.<sup>1,5</sup>

- Huit lecteurs de journaux imprimés sur dix (77 %) utilisent les prospectus pour planifier leurs achats d'épicerie.
- Les prospectus sont aussi utilisés pour se renseigner sur les divertissements et les restaurants (56 %), la santé et les soins personnels (53 %) et pour les achats de vêtements (51 %).

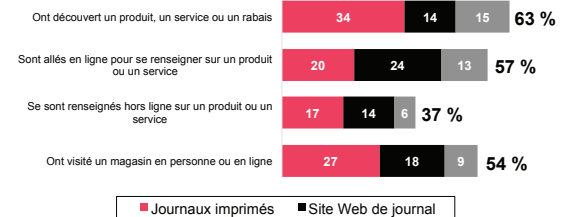


## 8 Les publicités dans les médias d'information incitent à l'action.<sup>1</sup>

Après avoir été exposés à une publicité dans un média d'information :

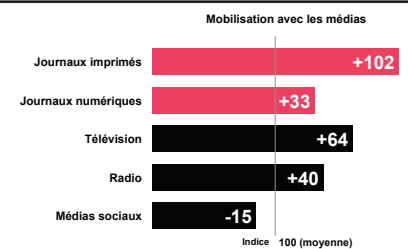
- 57 % des Canadiens sont allés en ligne pour trouver plus d'information sur un produit ou un service.
- Plus de la moitié d'entre eux (54 %) ont visité un magasin.

Gestes posés après avoir été exposés à des publicités dans les médias d'information :



## 9 Lorsqu'ils lisent un journal, les Canadiens lui accordent toute leur attention, ce qui n'est pas le cas avec d'autres médias où leur attention est parfois fractionnée.<sup>1</sup>

- Les journaux imprimés ont obtenu un pointage de 102 % au-dessus de la moyenne, soit la moyenne la plus élevée de tous les médias mesurés.
- Les médias sociaux ont obtenu un pointage de 15 % en bas de la moyenne en matière de mobilisation.



10



**La pandémie de COVID-19 a prouvé aux Canadiens que les journaux sont un service essentiel.** Un tiers d'entre eux ont ainsi commencé à lire les journaux imprimés ou numériques, et plus de quatre d'entre eux sur dix ont l'intention de continuer à lire les journaux dans la même mesure une fois que le coronavirus aura disparu.<sup>2</sup>



Pour plus d'information, consultez le site [www.mediasdinfoCanada.ca](http://www.mediasdinfoCanada.ca)

Sources :

- 1-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Engagés et branchés; 2019
- 2-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; 2020
- 3-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Lecteurs de journaux régionaux imprimés; 2020
- 4-Totum Research, Canadiens 18 ans et plus; Lectorat hebdomadaire; 2020
- 5-Vividata étude de l'automne 2020