



STATISTIQUES À PARTAGER SUR LES JOURNAUX

Le Canada compte **1 158** journaux en 2016, pour une diffusion totale de **49 860 608** exemplaires.



Plus de la moitié des Canadiens (54 %) font confiance aux médias d'information.²



Sept Canadiens sur dix (69 %) sont d'avis qu'une présence forte au sein des communautés locales contribue à faire croître cette confiance.²



9 Canadiens sur 10 (87 %) lisent un journal chaque semaine, quelle que soit la plateforme (imprimé, ordinateur de bureau/portable, téléphone et tablette).⁵

60 %



À travers le monde, six répondants sur 10 disent faire entièrement ou partiellement confiance aux publicités qu'ils voient dans les journaux.¹

98
QUOTIDIENS



1060
JOURNAUX
RÉGIONAUX



1158
TITRES DE JOURNAUX
AU CANADA³

1424
MILLIONS
DE DOLLARS POUR LES
QUOTIDIENS



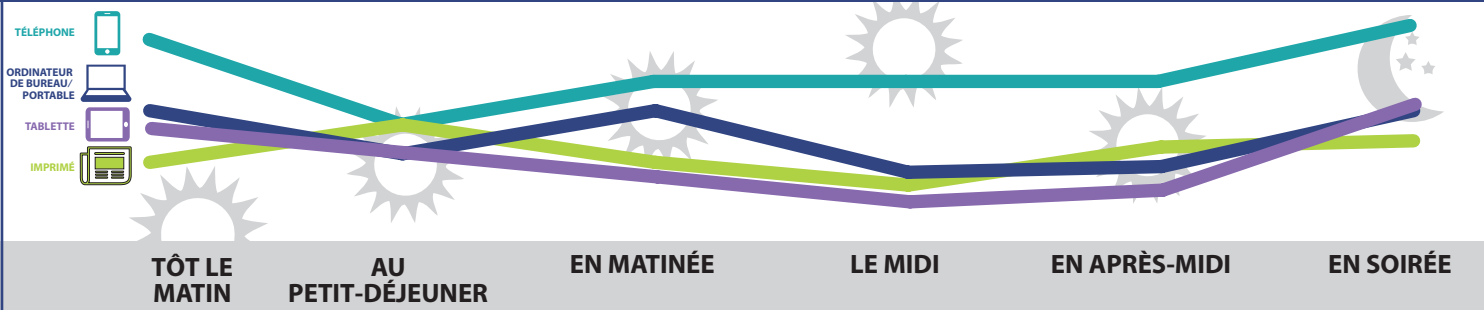
881
MILLIONS
DE DOLLARS POUR LES
JOURNAUX RÉGIONAUX



2,3
MILLIARDS
DE DOLLARS EN REVENUS DE
PUBLICITÉ EN 2015⁴

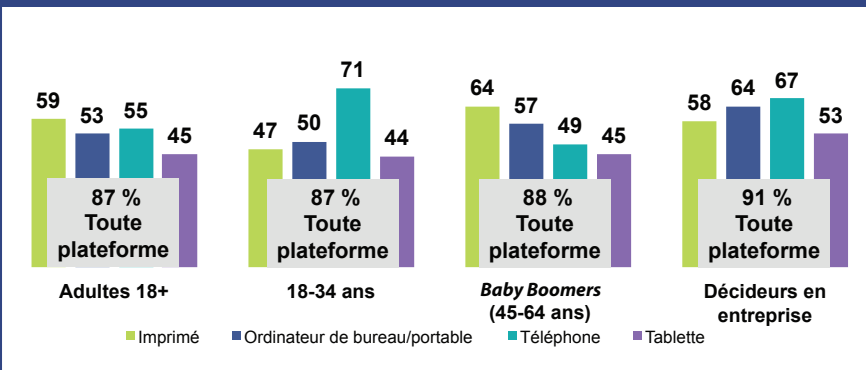
L'ACCÈS AUX JOURNAUX PAR LES IMPRIMÉS CULMINE AU PETIT-DÉJEUNER

L'ACCÈS PAR LE TÉLÉPHONE EST PROBANT TOUTE LA JOURNÉE⁵

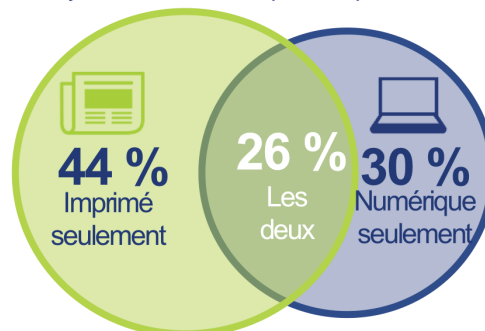


LES JOURNAUX ET LEURS MÉDIAS ATTEIGNENT TOUS LES GROUPES CIBLES⁵

Les jeunes adultes lisent surtout sur leur téléphone; les baby-boomers préfèrent l'imprimé; les décideurs en entreprise* lisent beaucoup sur toutes les plateformes.



BIEN QUE L'IMPRIMÉ DOMINE TOUJOURS, PLUS DE LA MOITIÉ DES LECTEURS LISENT SUR UNE PLATEFORME NUMÉRIQUE⁶ 70 % des lecteurs de journaux en semaine lisent toujours une édition imprimée quotidiennement.



basé sur les 43 titres de journaux mesurés
N'importe quel journal Lu-Ve LMÉ (18+)

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez www.journauxcanadiens.ca

1 - Nielsen Global Trust in Advertising Survey, 1er trimestre 2015

2 - Environics CanTrust Index, 2016

3 - Base de données de Journaux Canadiens; Aperçu, juillet 2016

4 - Journaux Canadiens, Rapport des revenus annuels, 2015

5 - Totum Research; Canadiens 18+, lectorat en semaine, janvier 2016

6 - Vividata Q1 2016 - Base de données sur le lectorat et les produits (sur le terrain d'avril 2015 à mars 2016)

Base: Répondants âgés de 18+ dans les 20 principaux marchés canadiens, Lecteurs moyens non dupliqués (Lu-Ve).

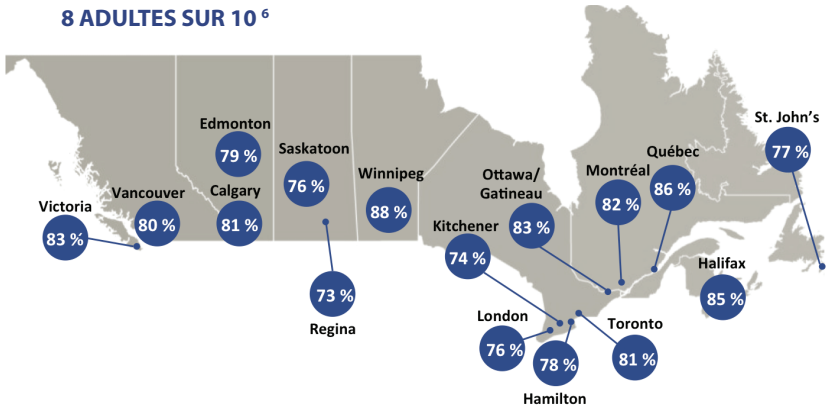


JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS

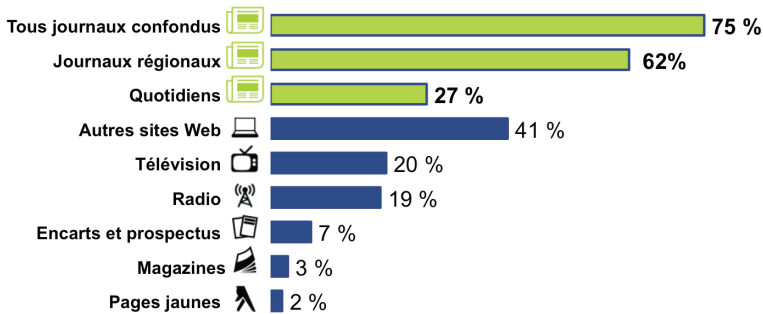


STATISTIQUES À PARTAGER SUR LES JOURNAUX

LES JOURNAUX SONT TOUJOURS FORTS ET CONTINUENT DE REJOINDRE 8 ADULTES SUR 10⁶



LES JOURNAUX DOMINENT EN MATIÈRE D'INFORMATION SUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES⁸



Trois Canadiens sur quatre (75 %) se fient aux journaux pour se renseigner sur leur collectivité locale.⁹

LES JOURNAUX IMPRIMÉS SONT VERTS¹⁰

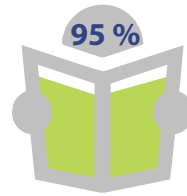
Au Canada, plus de 85 % des journaux sont recyclés



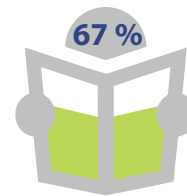
Chronologie de la biodégradation



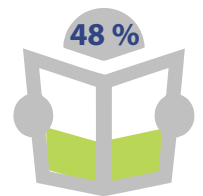
95 % DES LECTEURS SOUHAITENT VOIR DE L'INFORMATION LOCALE⁷



Information locale*



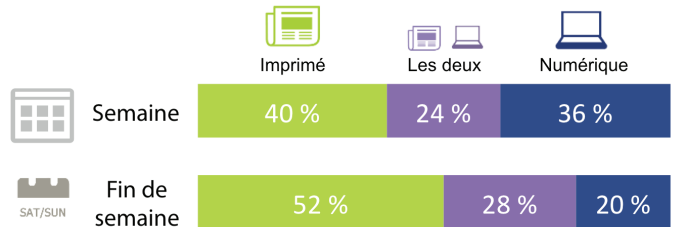
Publicité*



Petites annonces / Emplois/Immobilier

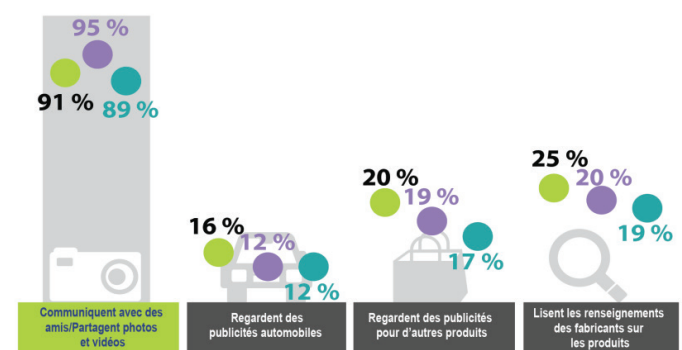
Les lecteurs de journaux régionaux imprimés les lisent pour l'information locale de même que la publicité. Deux lecteurs sur trois (67 %) veulent voir de la publicité dans leurs journaux régionaux imprimés.

LES COMPORTEMENTS DE LECTURE DES JOURNAUX DIFFÈRENT LA SEMAINE ET LA FIN DE SEMAINE⁶



80 % des lecteurs en fin de semaine lisent l'édition imprimée de leur quotidien en comparaison à un lectorat de 64 % durant la semaine.

SEULS 16 % DES ACHETEURS DE NOUVEAUX VÉHICULES CONSULTENT LES PUBLICITÉS AUTOMOBILES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX⁹



Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez www.journauxcanadiens.ca

6 - Vividata Q1 2016 - Base de données sur le lectorat et les produits (terrain d'avril 2015 à mars 2016); Base : Répondants âgés de 18+ dans les 20 principaux marchés canadiens, Lecteurs moyens non dupliqués (Lu-Ve). N'importe quel journal.
 7 - Les journaux régionaux : moteurs de résultats, Totum Research, février 2016
 *Information locale = nouvelles, éditoriaux, sports, divertissements, événements, locaux; Publicité = publicité dans le journal, de même que dans les encarts et prospectus.
 8 - Vividata 2015 Q4 Base de données sur le lectorat et les produits (sur le terrain d'avril 2015 à mars 2016)
 9 - Totum Research, février 2016; **dans les 2 dernières années ** Sites Web autres que ceux dédiés à l'automobile, excluant les sites des journaux, chaînes de télévision, magazines, de médias de vente d'automobiles et de fabricants, de marques et modèles et de détaillants automobiles.
 10 - Réacheminement des déchets Ontario 2015; ; Service des parcs nationaux 2015



JOURNAUX CANADIENS
CRÉDIBLES | BRANCHÉS | CIBLÉS