

Étude 2010

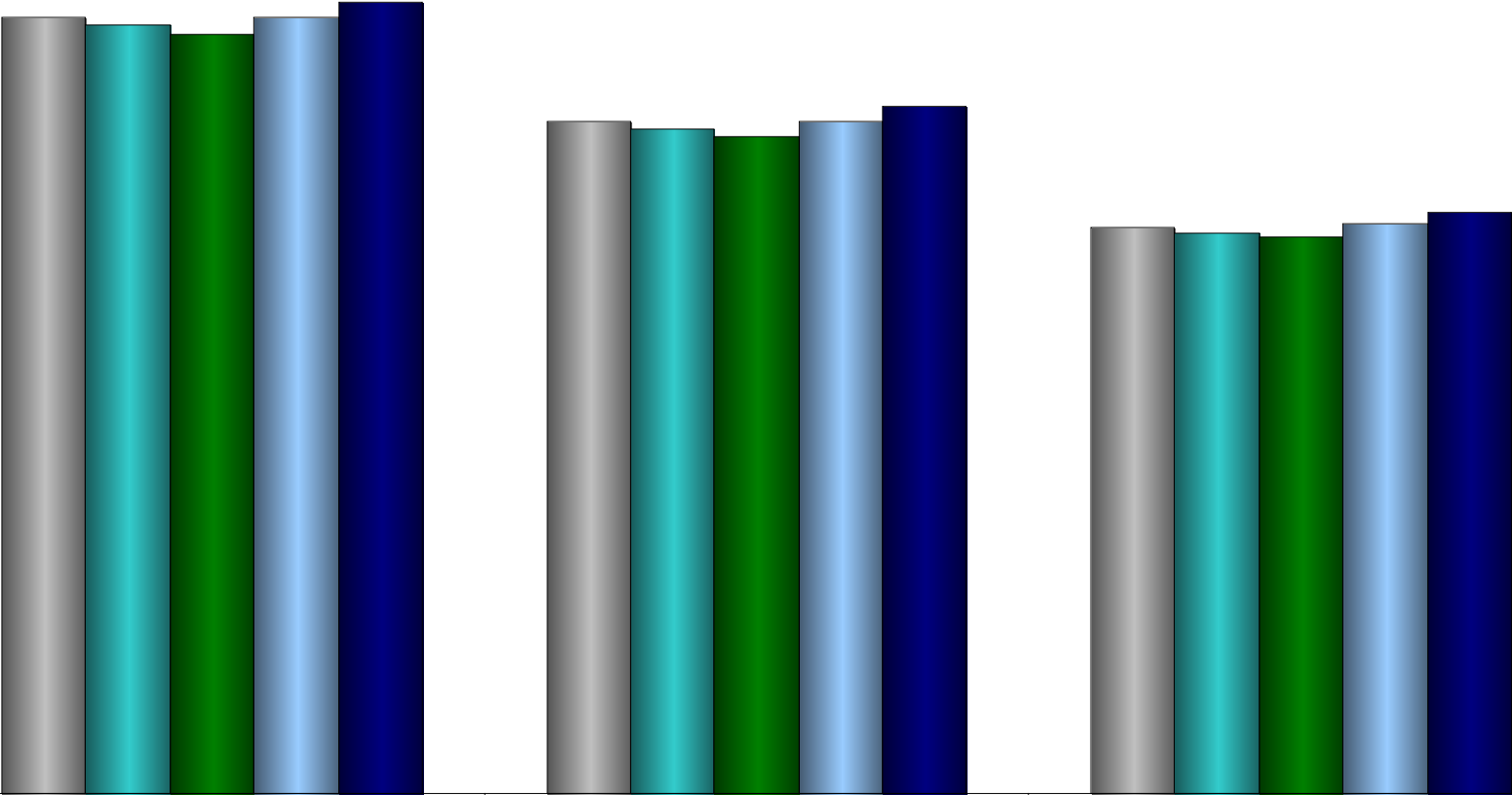
Survol du lectorat

NAD  bank[®]

La banque de données sur l'audience des quotidiens



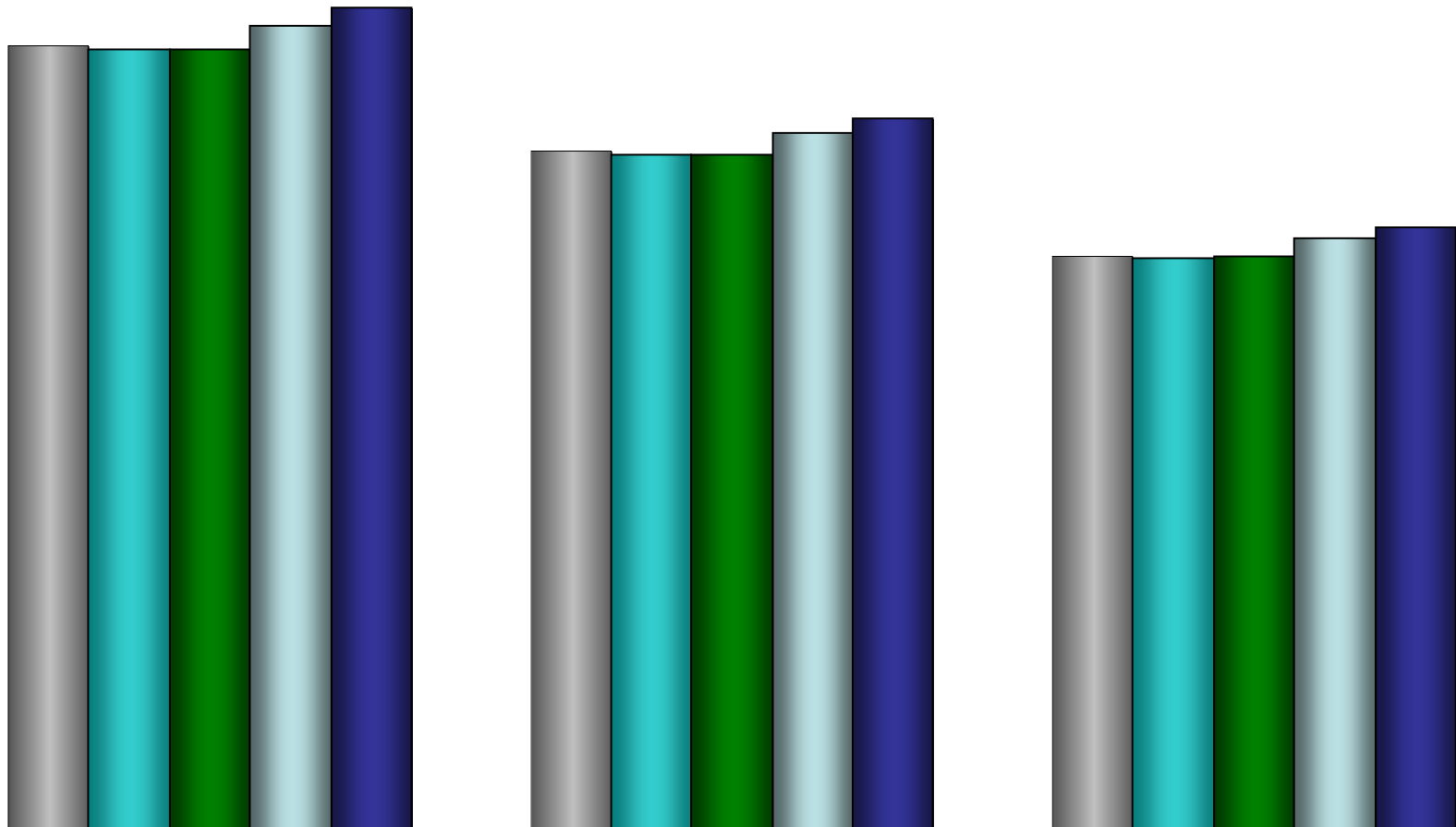
Lectorat total hebdomadaire 2006-2010



	19 marchés majeurs	10 marchés majeurs	Marchés 1 million+
■ 2006	12,009,700	10,390,300	8,768,300
■ 2007	11,881,900	10,280,900	8,683,800
■ 2008	11,750,100	10,150,800	8,615,400
■ 2009	12,000,000	10,401,600	8,813,000
■ 2010	12,245,000	10,630,300	9,000,700

Source: NADbank 2010

Lectorat total hebdomadaire 2006-2010 – Éditions papier et en ligne



	19 marchés majeurs	10 marchés majeurs	Marchés 1 million+
■ 2006	12,430,900	10,756,300	9,082,800
■ 2007	12,376,600	10,710,900	9,064,500
■ 2008	12,382,300	10,695,000	9,099,300
■ 2009	12,765,900	11,051,800	9,381,800
■ 2010	13,036,900	11,290,800	9,566,900

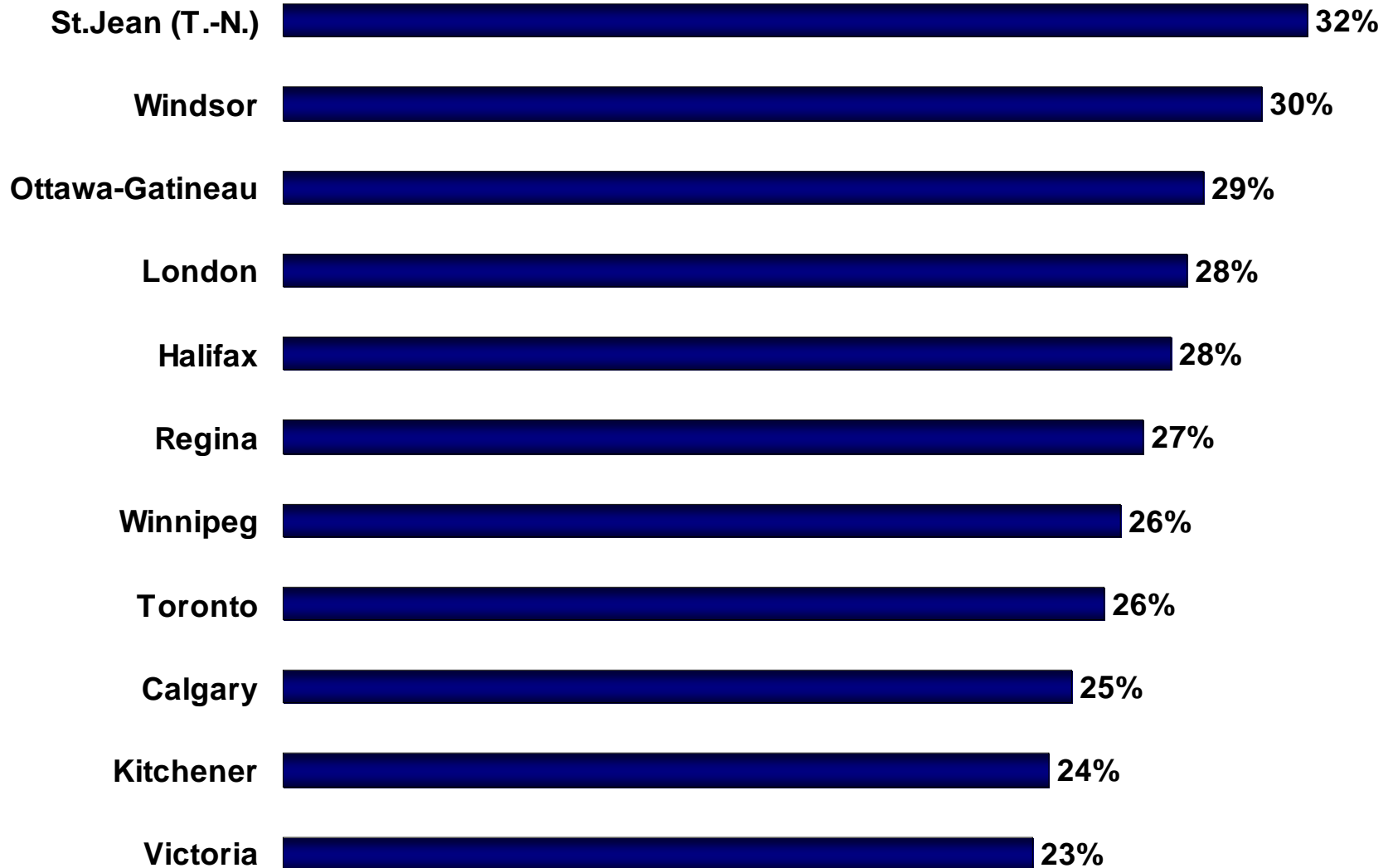
Source: NADbank 2010

Lectorat par marché – palmarès 2010

Tous les marchés

Hebdomadaire papier		Lectorat total	
Cap Breton (09)	90%	Charlottetown	91%
Brandon	88%	Cap Breton	91%
Thunder Bay (08)	86%	Thunder Bay	91%
Charlottetown (09)	86%	Brandon	89%
Peterborough	86%	Peterborough	88%
Cobourg/Port Hope	84%	Sault Ste. Marie	87%
Orillia (09)	83%	Summerside	86%
Summerside (09)	82%	Cobourg/Port Hope	85%
Sault Ste. Marie (08)	82%	Orillia	85%
New Glasgow (09)	80%	Windsor	84%

Visites hebdomadaires sur les sites Web – palmarès 2010 marchés 100k+



Lectorat hebdomadaire dans les 10 marchés majeurs – de 2008 à 2010

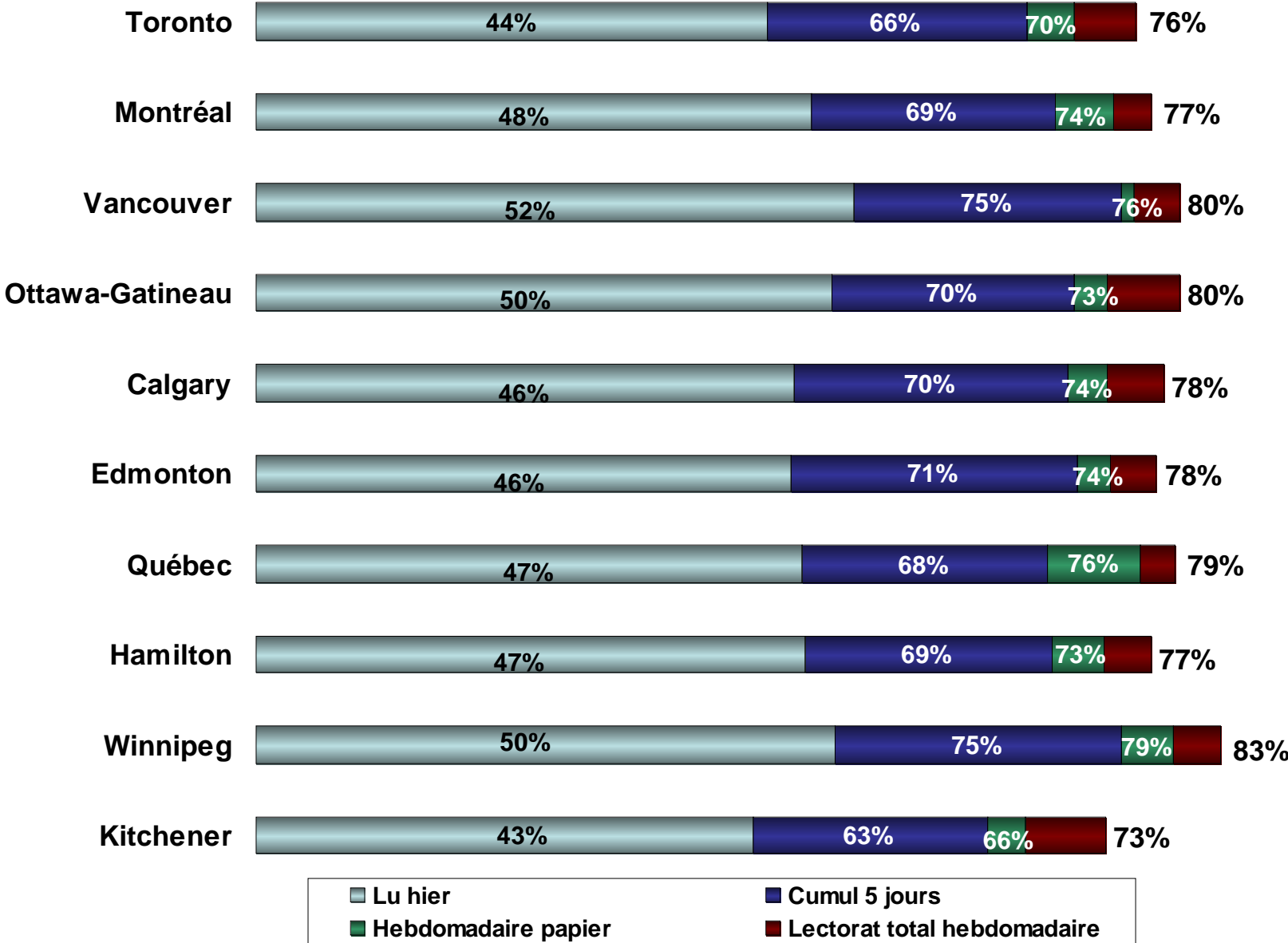
	Hebdomadaire papier				Hebdomadaire total			
	2008	2009	09/2010	2010	2008	2009	09/2010	2010
Toronto	69%	71%	70%	70%	74%	76%	76%	75%
Montréal	74%	73%	74%	75%	76%	77%	77%	78%
Vancouver	75%	74%	76%	77%	78%	78%	80%	81%
Ottawa-Gatineau	75%	72%	73%	75%	81%	79%	80%	80%
Calgary	75%	74%	74%	73%	79%	79%	78%	78%
Edmonton*	74%	75%	74%	74%	77%	78%	78%	77%
Québec	73%	76%	76%	s.o.	75%	79%	79%	s.o.
Hamilton*	71%	73%	73%	s.o.	74%	76%	77%	s.o.
Winnipeg*	80%	80%	79%	s.o.	83%	83%	83%	s.o.
Kitchener*	66%	65%	66%	s.o.	72%	72%	73%	s.o.

* Échantillons mixtes 2 ans en 2008 et en 2009.

09/2010 : échantillons mixtes 2 ans dans tous les marchés.

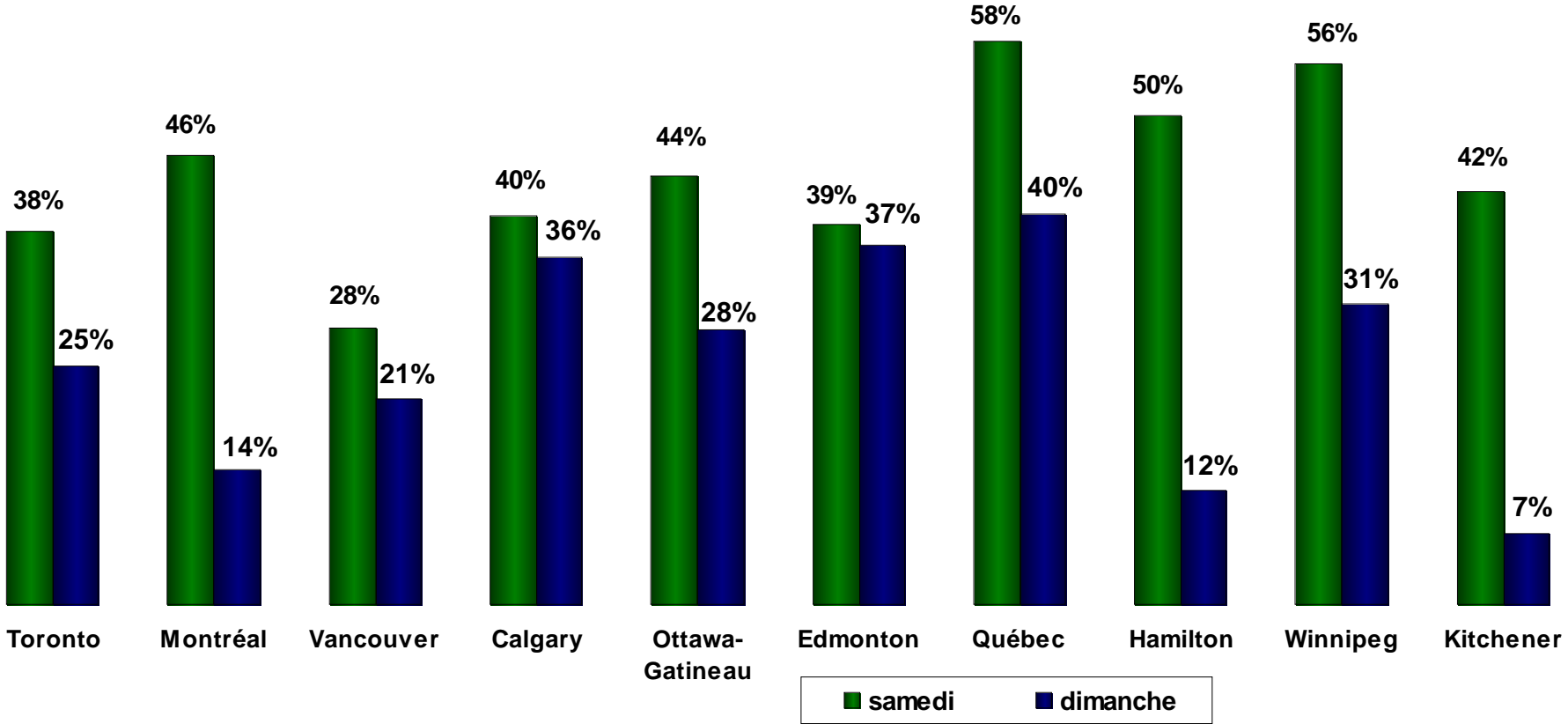
2010 : échantillons 2010 seulement si disponible.

Lectorat dans les dix marchés majeurs – 2010



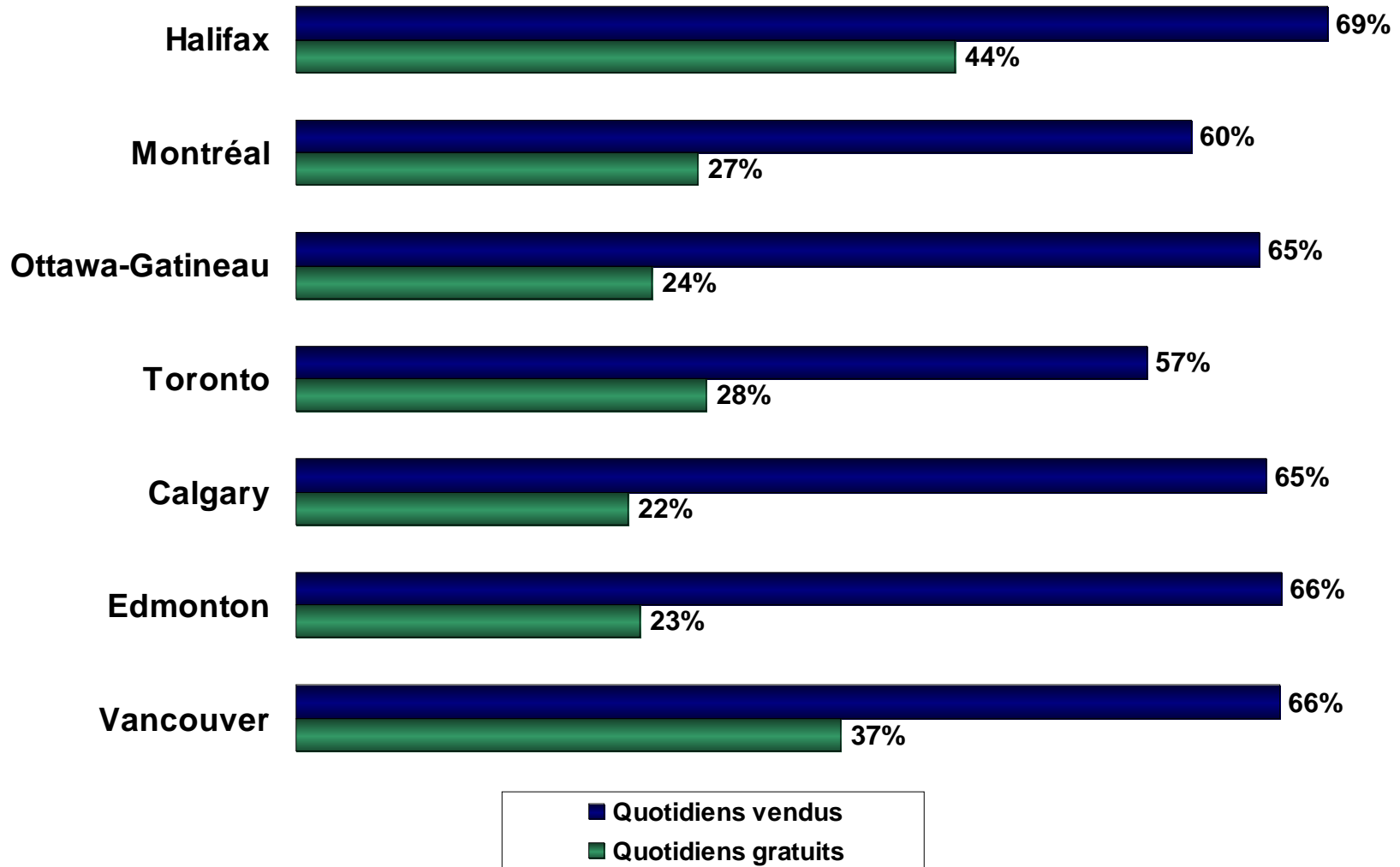
Lectorat samedi et dimanche

10 marchés majeurs

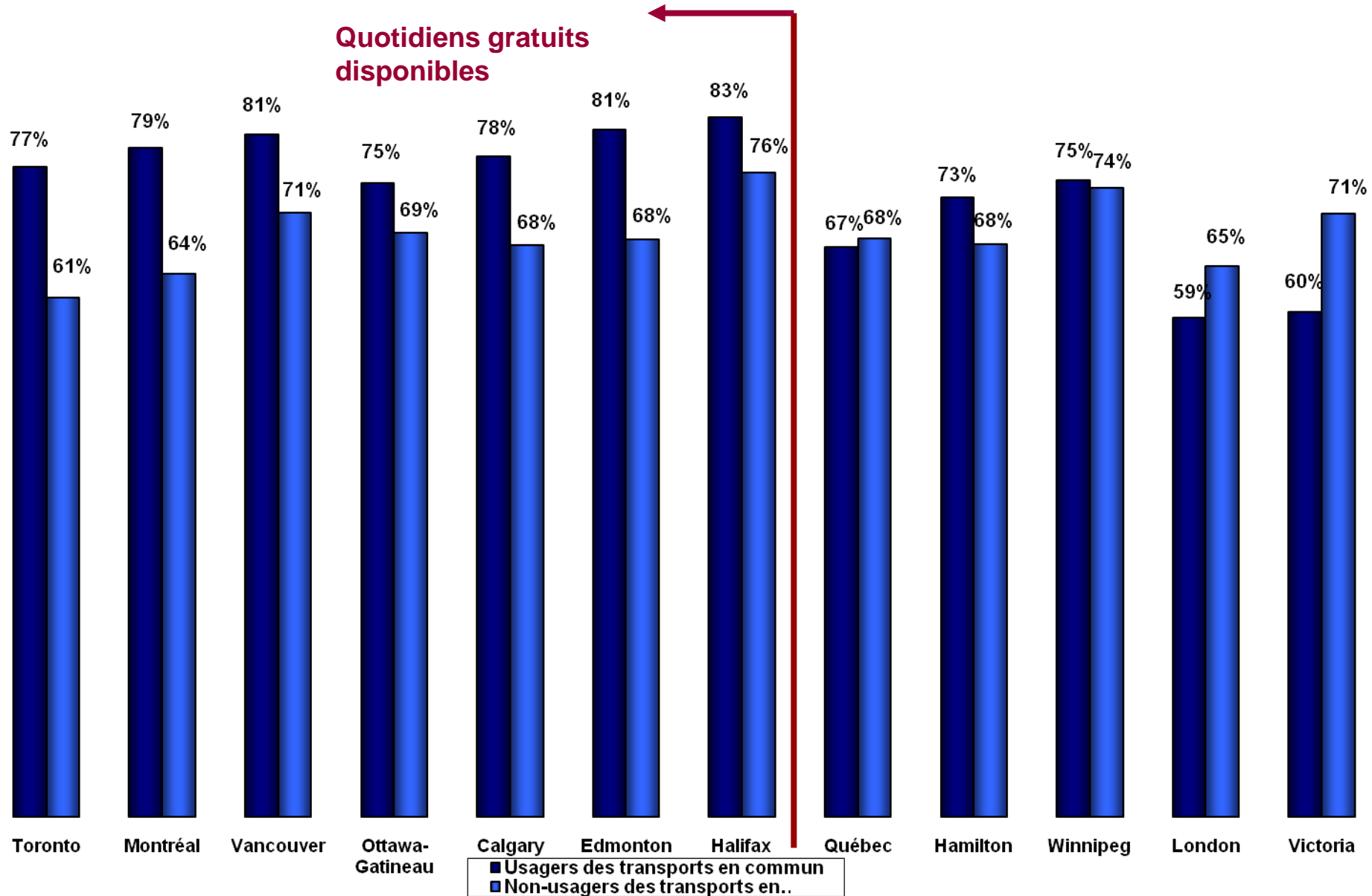


Lectorat des quotidiens vendus et gratuits

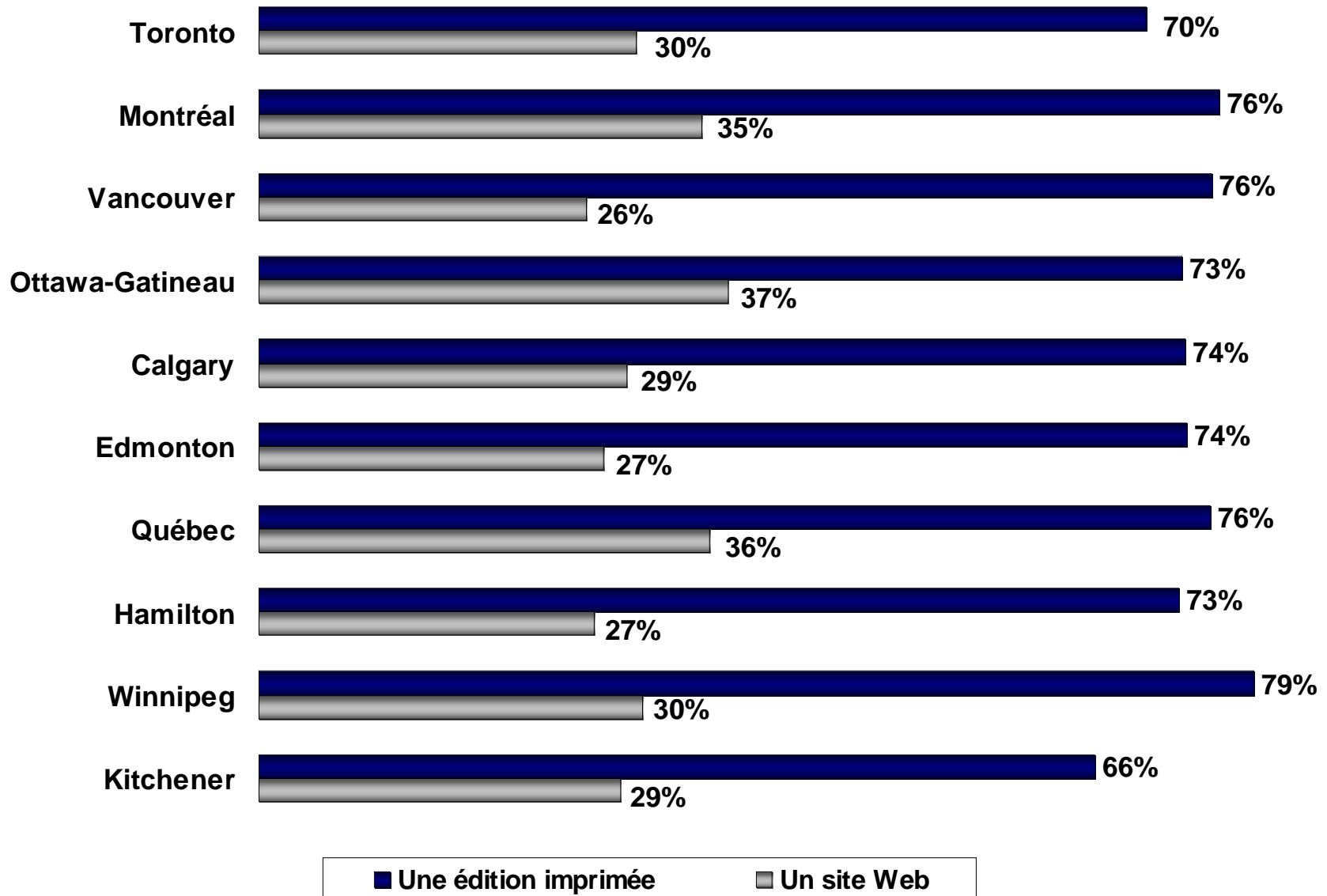
Cumul 5 jours



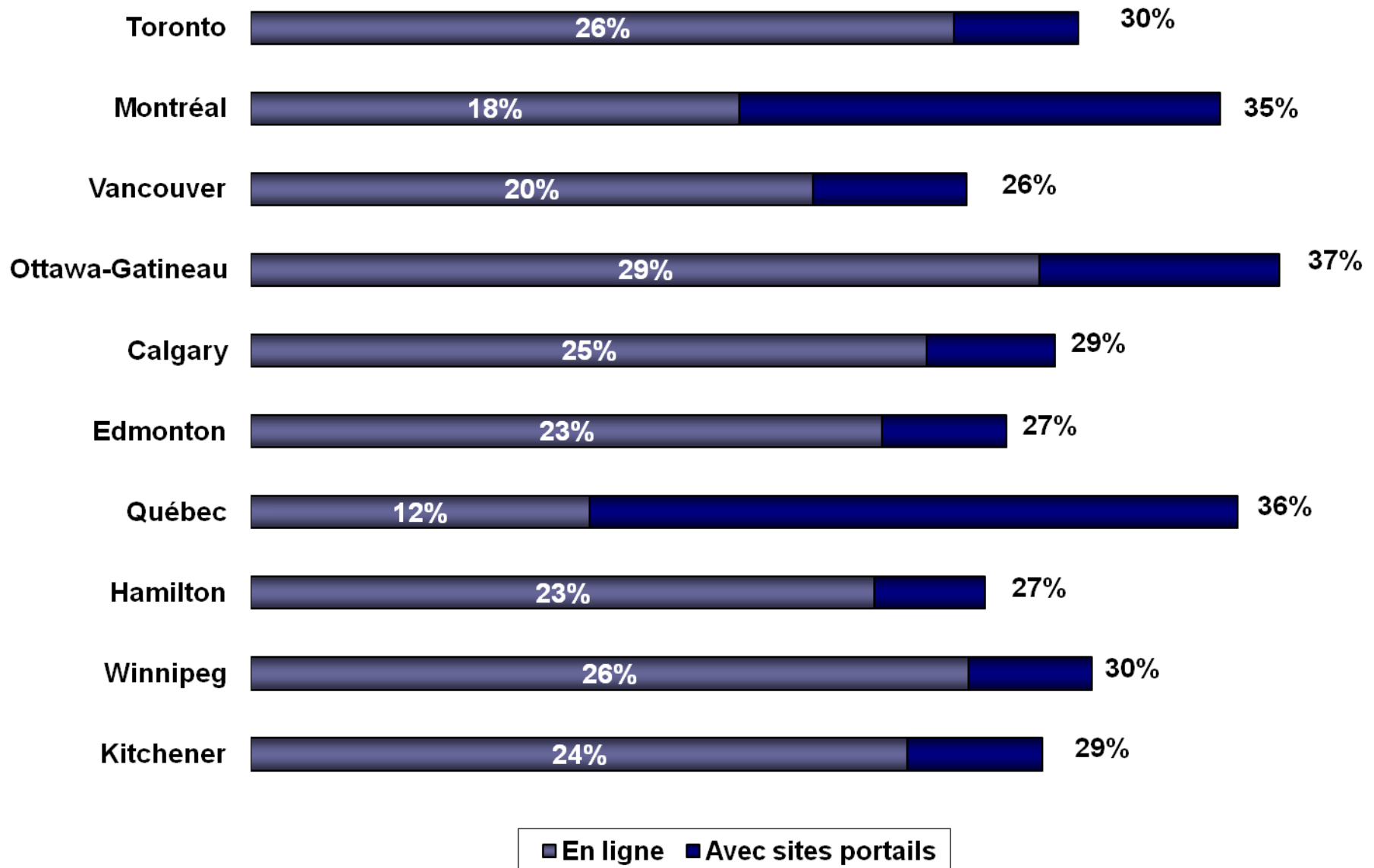
Cumul 5 jours usagers et « non-usagers » des transports en commun 2010



Lectorat hebdomadaire des éditions imprimées et visites hebdomadaires sur les sites Web – 10 marchés majeurs 2010

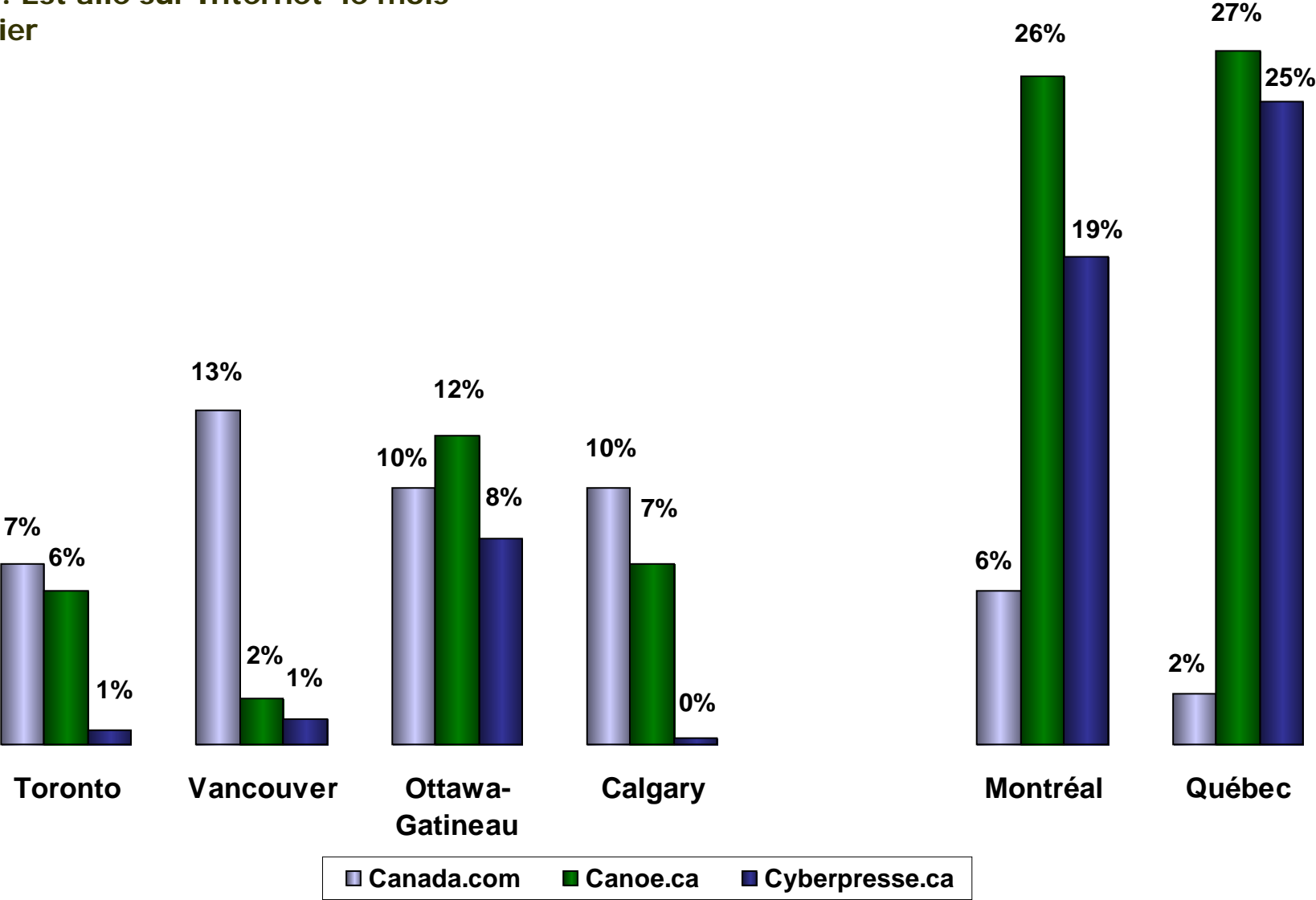


Visites hebdomadaires sur les sites Web – 10 marchés majeurs 2010



Visites des sites portails marchés sélectionnés 2010

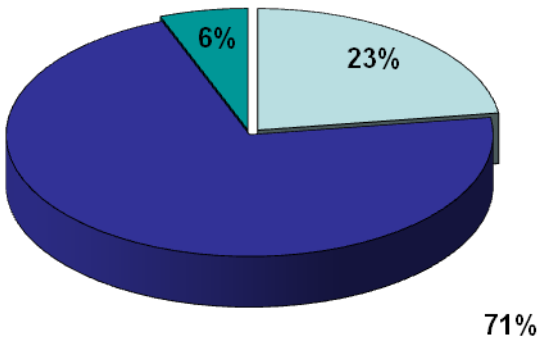
Base: Est allé sur Internet le mois
dernier



Les lecteurs passent d'une version à l'autre

Les éditions en ligne ne sonnent pas le glas des journaux imprimés....

➔ **80%** de tous les lecteurs en ligne lisent les éditions imprimées des journaux

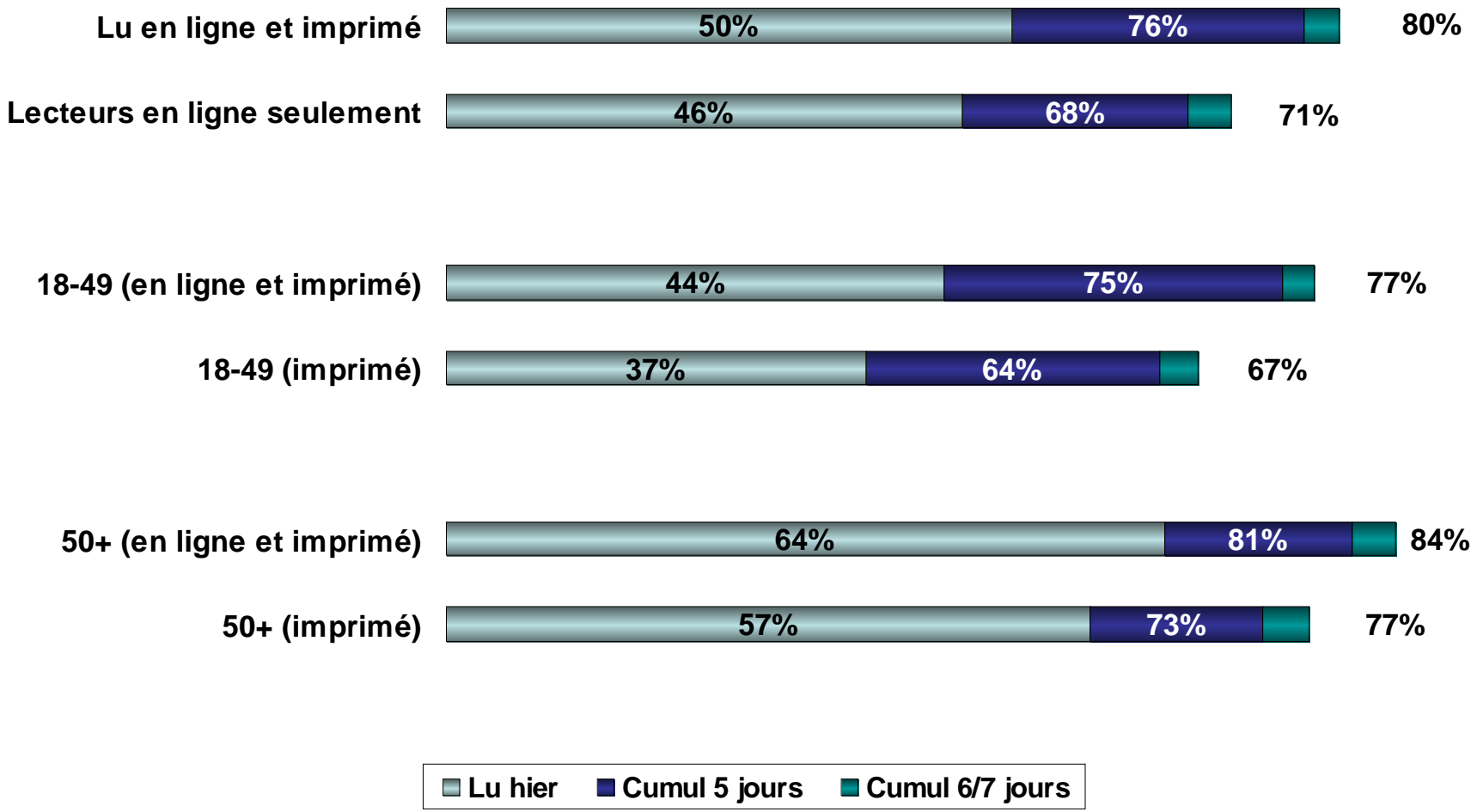


■ Les deux
■ Imprimé seulement

← **seulement 6%** des lecteurs de journaux lisent seulement en ligne

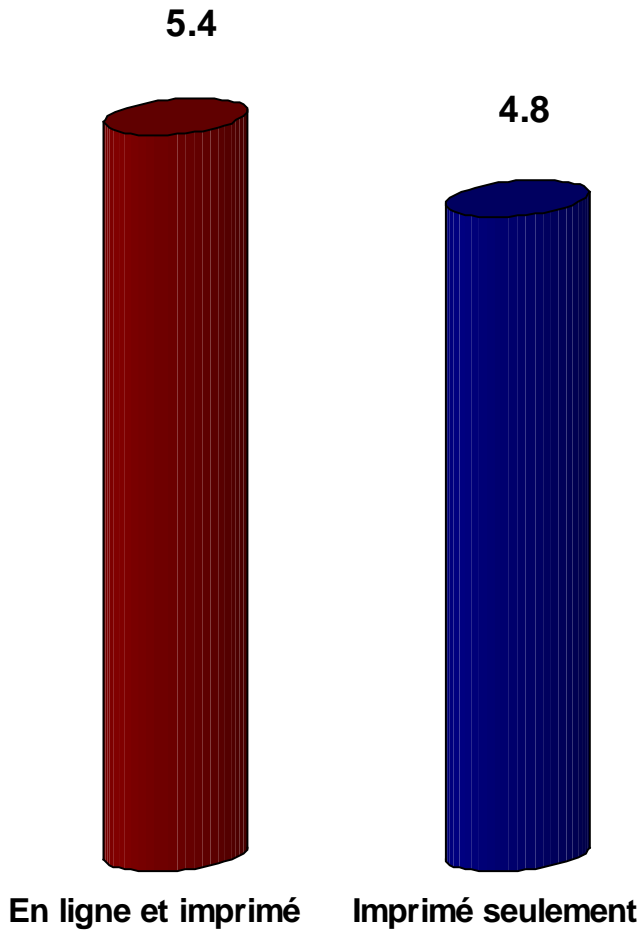
➔ **71%** des lecteurs de journaux lisent seulement les journaux imprimés

Lecture des éditions imprimées par les lecteurs en ligne en fonction de l'âge



Les lecteurs en ligne lisent plus de journaux imprimés....

Nombre d'exemplaires (*imprimés*) publiés en semaine lu



Toronto – lectorat hebdomadaire par plateforme, 2000 - 2010

Imprimés vendus

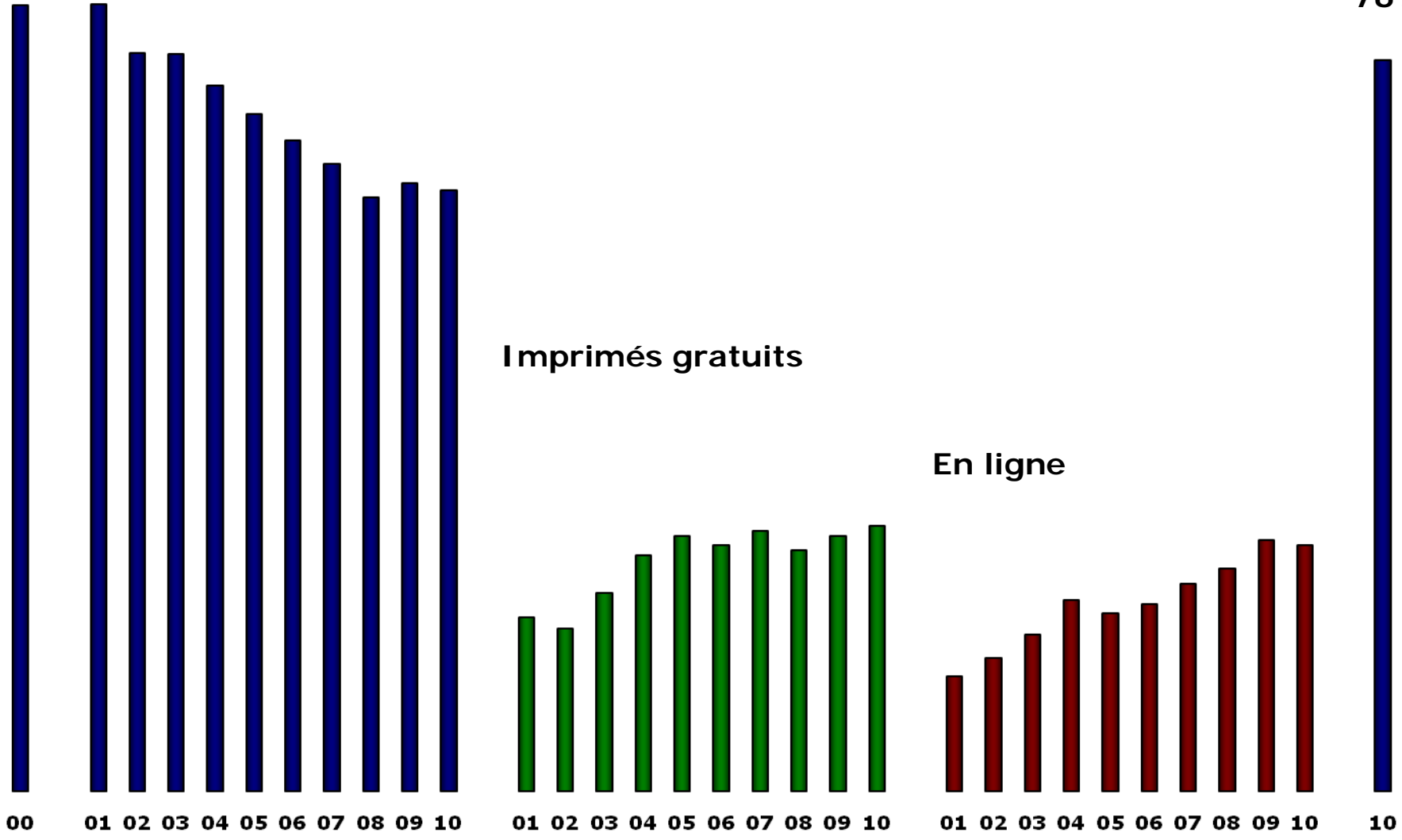
82%

Total

76%

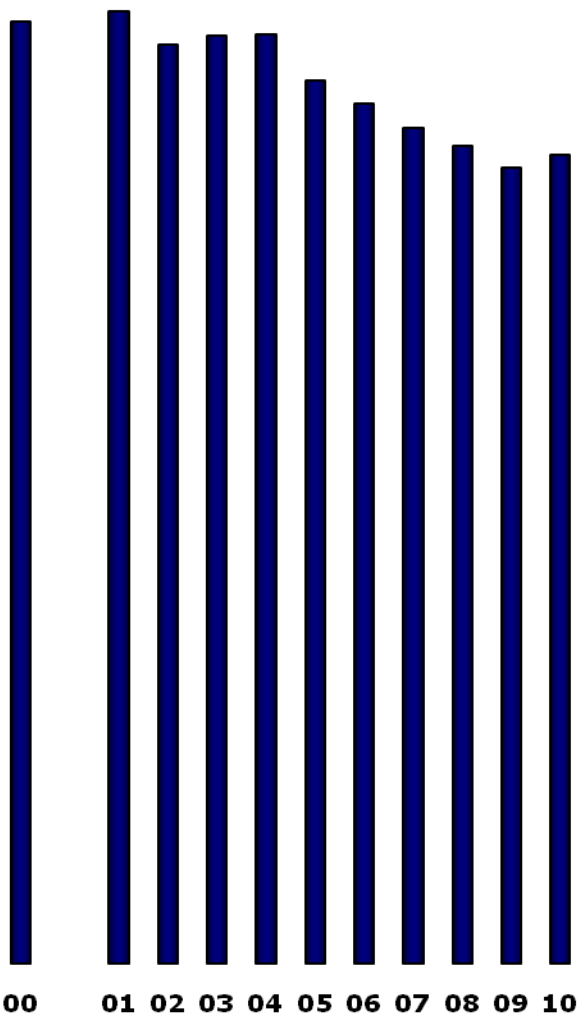
Imprimés gratuits

En ligne

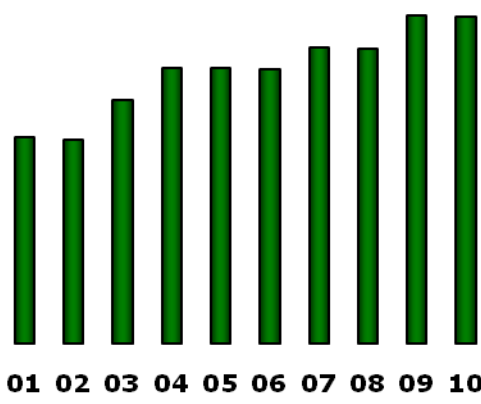


Montréal – lectorat hebdomadaire par plateforme, 2000 - 2010

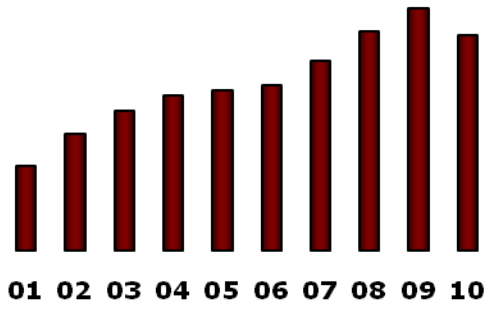
Imprimés vendus
77%



Imprimés gratuits



En ligne



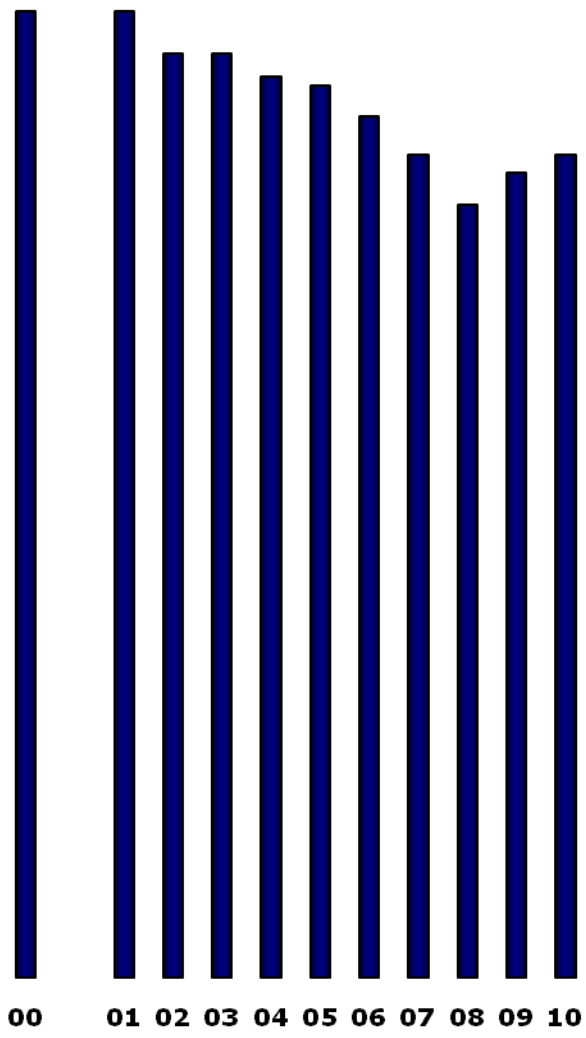
Total
77%



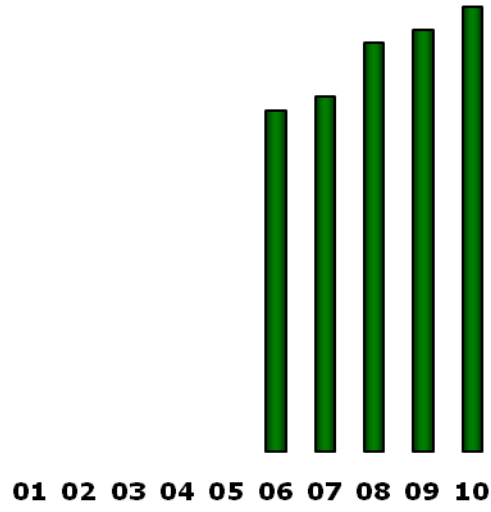
Vancouver – lectorat hebdomadaire par plateforme, 2000 - 2010

Imprimés vendus
79%

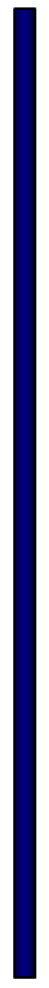
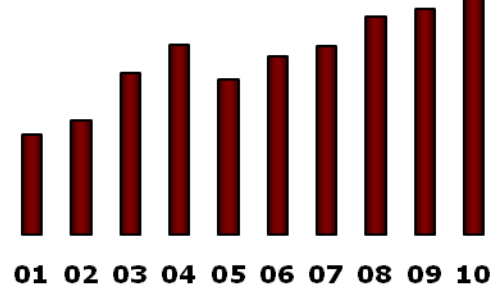
Total
80%



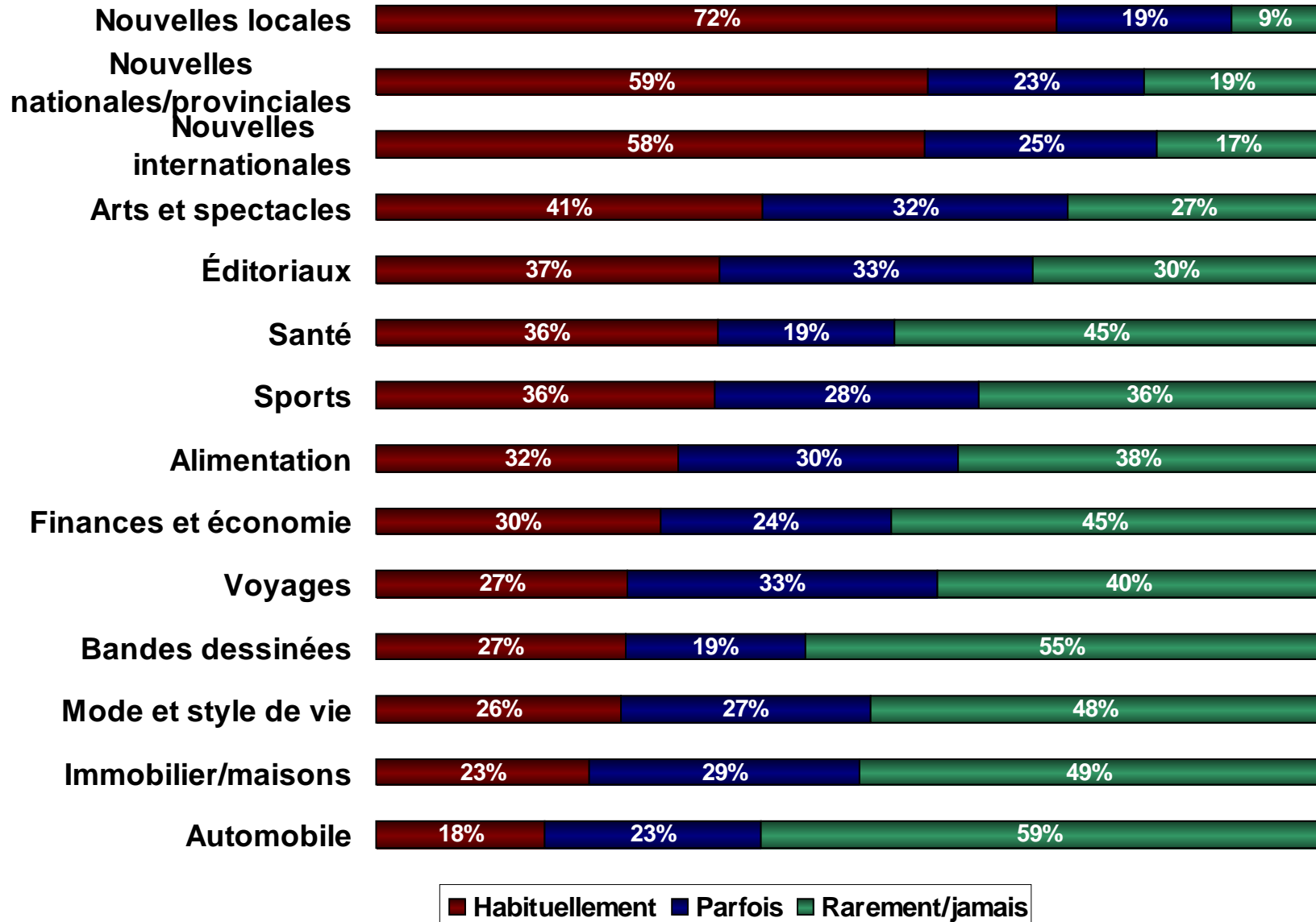
Imprimés gratuits



En ligne



Intérêt de lecture des contenus– tous les marchés 2010



Intérêt de lecture des contenus– lit habituellement

Après les nouvelles

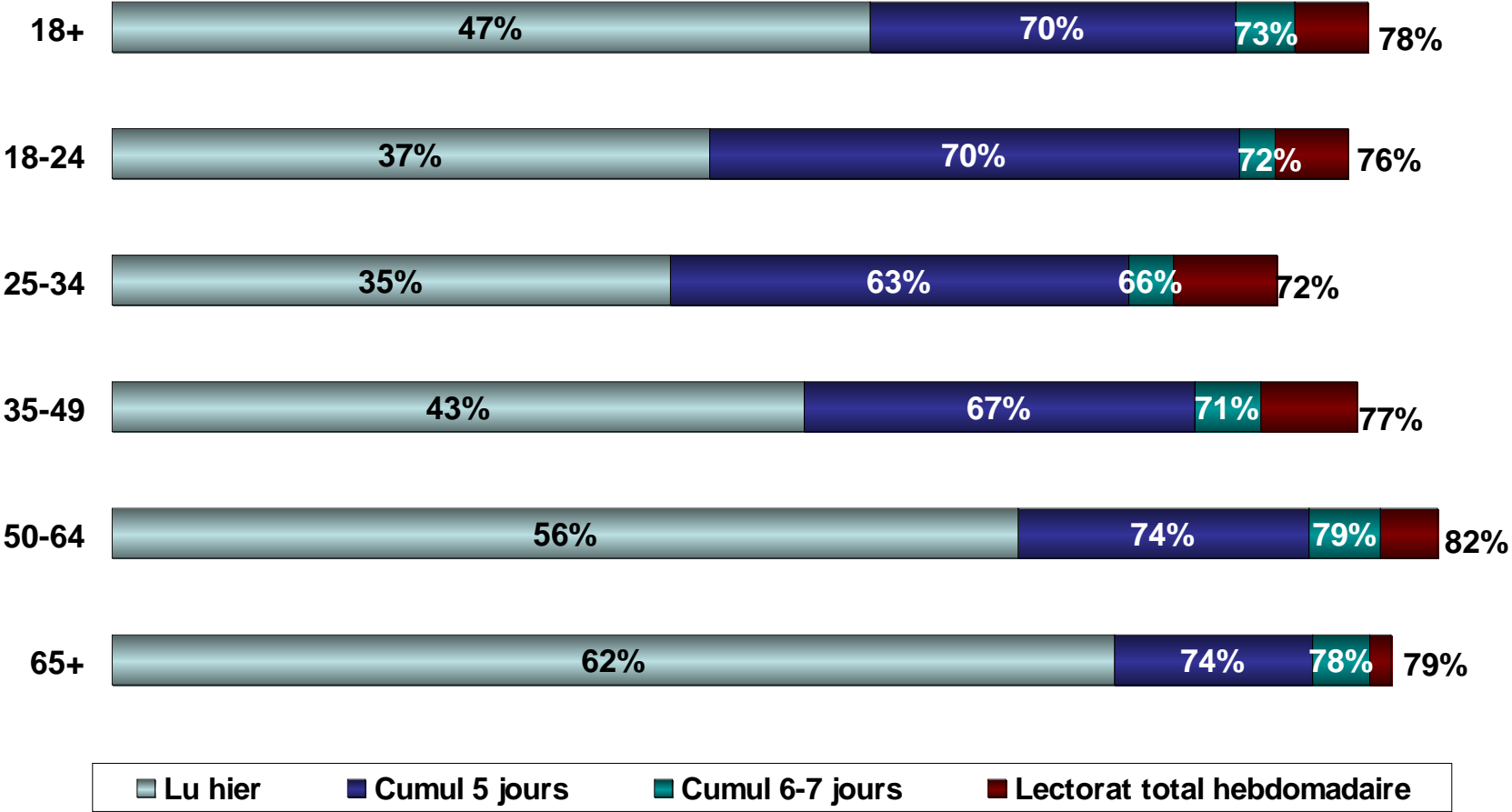
Âge 18-49		Âge 50+	
Arts et spectacles	38%	Éditoriaux	50%
Sports	37%	Arts et spectacles	45%
Santé	30%	Santé	45%
Éditoriaux	25%	Alimentation	41%
Alimentation	25%	Économie/affaires	37%

Intérêt de lecture des contenus– lit habituellement

Après les nouvelles

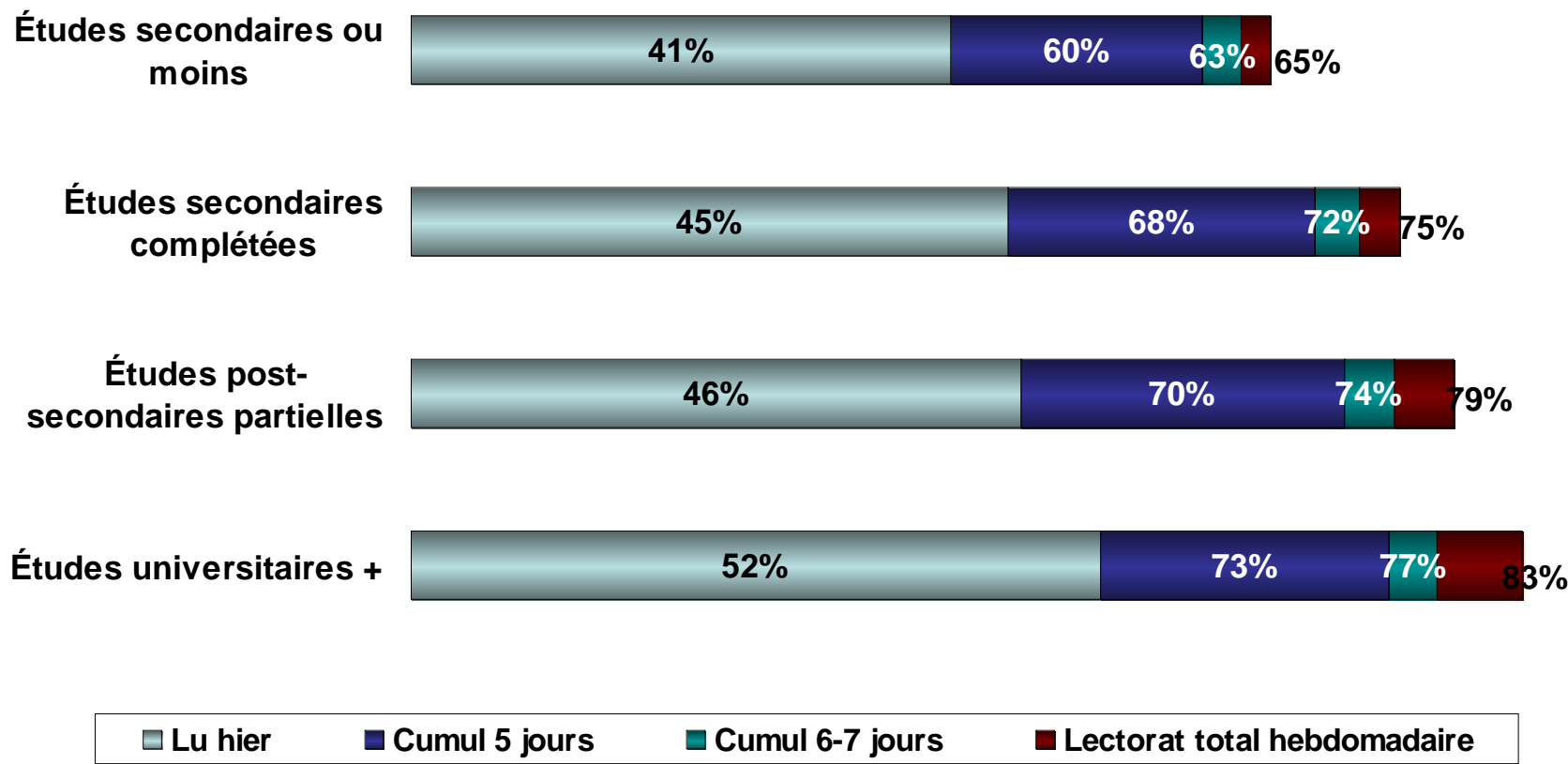
Hommes 18+		Femmes 18+	
Sport	55%	Arts et spectacles	51%
Économie/affaires	40%	Santé	47%
Éditoriaux	34%	Alimentation	45%
Arts et spectacles	31%	Mode/style de vie	41%
Automobiles	29%	Éditoriaux	38%

Lectorat en fonction de l'âge – Tous les marchés 2010



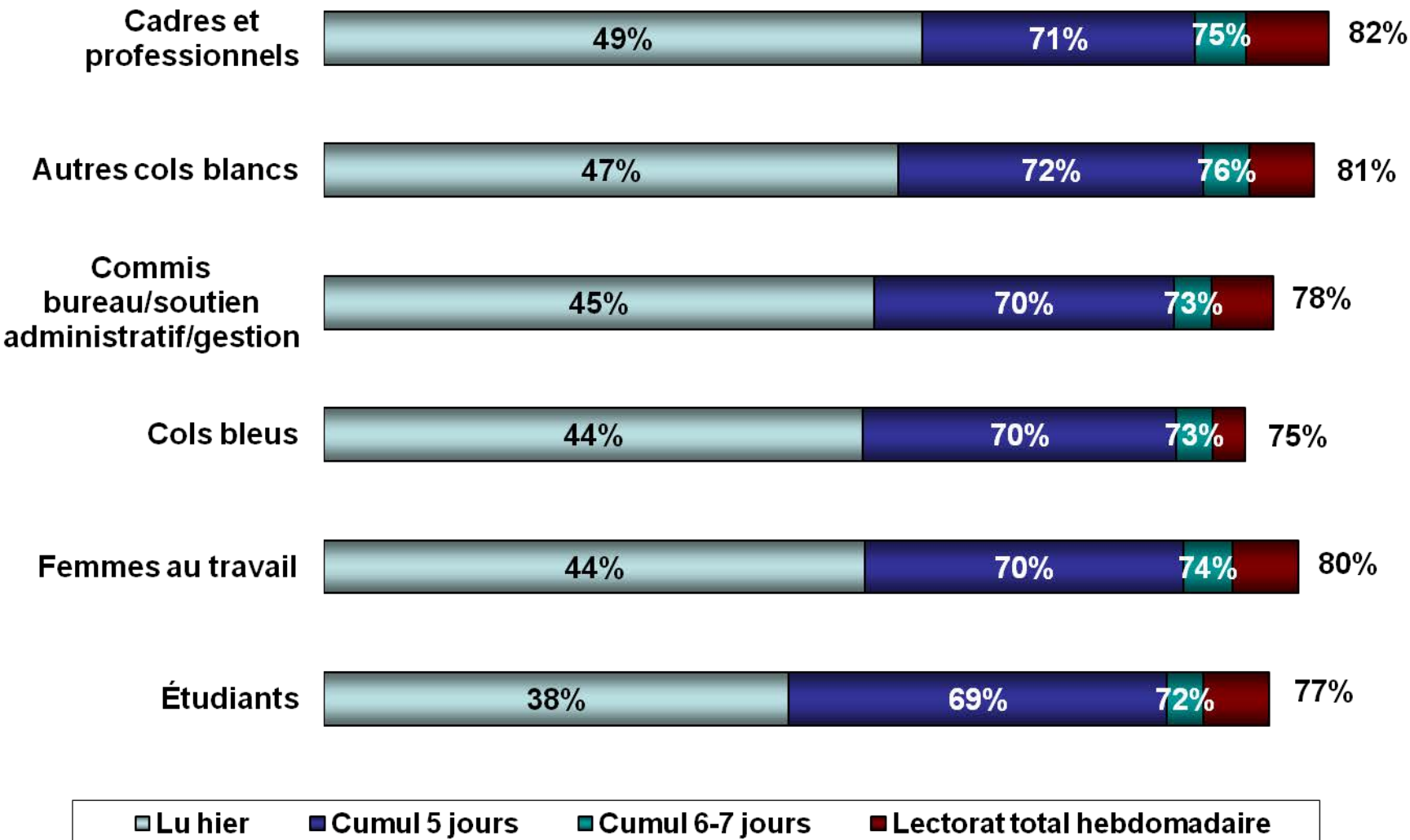
Source: 2010 NADbank

Lectorat en fonction de la scolarité – Tous les marchés 2010



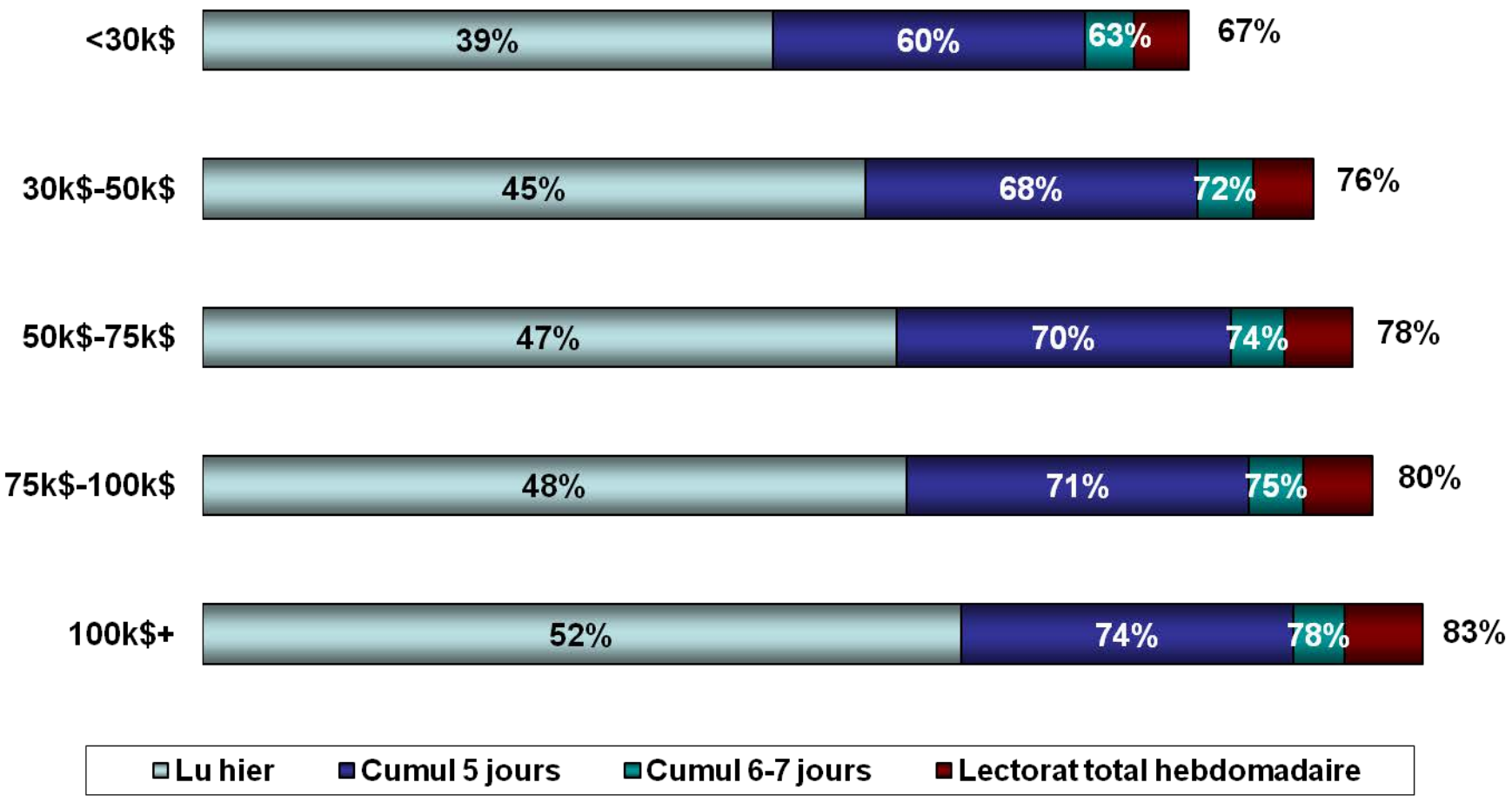
Source: 2010 NADbank

Lectorat en fonction de l'emploi- Tous les marchés 2010



Source: 2010 NADbank

Lectorat en fonction du revenu familial – Tous les marchés 2010



Source: 2010 NADbank