



La banque de données sur l'audience des quotidiens

Communiqué de presse

Pour publication immédiate

23 septembre 2011

Des données de lectorat pour les éditions imprimées et les sites Web des quotidiens provenant d'une seule source de données sont maintenant disponibles

Aujourd'hui, NADbank annonce le lancement de son outil de planification intégrée pour les quotidiens. En collaboration avec Nielsen IMS, NADbank a développé un outil de planification pour évaluer l'impact total des campagnes publicitaires dans les éditions imprimées et sur les sites Web des quotidiens.

L'application contient le premier outil de planification multiplateforme à source unique disponible au Canada. Les données du rapport supplémentaire NADbank 2010 ont servi à construire des courbes de portée pour les produits imprimés et les sites Internet.

« Cet outil de planification à source unique nous permet de voir la portée des campagnes dans nos éditions imprimées et nos sites Web. Nous voulons faire connaître l'empreinte de notre marque sur le marché. Comme l'étude NADbank élargit sa mesure pour y inclure plus de plateformes numériques, nous développerons des outils plus sophistiqués afin de refléter l'activité totale des journaux. C'est une extraordinaire première étape. »

Jean Durocher, vice-président du marketing et des ventes, La Presse Ltée

Le lectorat des sites Web des quotidiens

Les quotidiens ne sont plus seulement des médias imprimés conçus et distribués une fois par jour. Ils sont aussi des médias de nouvelles dont le contenu est distribué tout au long de la journée via une grande variété d'appareils électroniques.

Les nouvelles données de 2010 démontrent que le lectorat sur les sites des journaux et sur les sites portails des quotidiens (canada.com, canoe.ca et cyberpresse.ca) croît au cours de la semaine et vient compléter le lectorat des éditions imprimées. Si on ajoute les versions en ligne aux éditions imprimées, la portée moyenne à chaque jour en semaine des quotidiens augmente de 5% à Halifax et de 8% à Calgary. Au courant de la semaine, les lecteurs passent d'une version à l'autre ce qui a pour effet de faire augmenter le lectorat total des quotidiens. Le lectorat exclusif sur les sites des journaux demeure stable à 6%; l'imprimé demeure le support préféré de lecture des quotidiens dans tous les marchés.

	HIER				LA SEMAINE DERNIÈRE			
	Papier	Web	Portails	Total	Papier	Web	Portails	Total
Toronto	44%	12%	2%	50%	70%	25%	10%	77%
Montréal	48%	6%	13%	55%	75%	16%	30%	81%
Vancouver	51%	10%	4%	56%	77%	23%	11%	82%
Ottawa- Gatineau	51%	14%	6%	58%	75%	26%	19%	83%
Calgary	45%	15%	4%	53%	73%	26%	12%	79%
Edmonton	46%	11%	4%	52%	74%	24%	11%	78%
Halifax	58%	14%	2%	63%	79%	28%	5%	83%

Des tables détaillées par marché sont annexées.

Le nouveau modèle de planification

Ces données permettent désormais aux planificateurs de combiner leurs plans développés pour les éditions imprimées et les sites Web afin d'évaluer l'empreinte totale des quotidiens dans le marché. Le nouvel outil de planification est unique car il est basé sur une seule source de données contrairement aux autres modèles multimédias qui rassemblent des données provenant de différentes sources. La duplication réelle et le lectorat exclusif par plateforme peuvent ainsi servir à évaluer la portée totale générée par les campagnes de publicité dans les quotidiens.

Un témoignage de l'industrie des achats média :

« L'outil de planification intégrée de NADbank représente une étape importante dans la quête d'une source unique de mesure multimédia au Canada. Pour la première fois, les planificateurs médias peuvent évaluer l'empreinte totale de la marque des journaux; combiner les produits en ligne et hors ligne; et, évaluer comment la publicité sur les sites Web des journaux permet de faire croître la portée de leurs campagnes dans les éditions imprimées. Cet outil aidera les journaux à miser sur la vraie valeur de leurs marques alors qu'ils continuent à se déployer dans l'univers des médias en ligne. »

Brian Reeves, directeur média, HBC Media Services

NADbank Inc. est le principal instrument de recherche de l'industrie des quotidiens canadiens. NADbank est une organisation mutuelle tripartite dont l'effectif provient des quotidiens, des agences de publicité/d'achats médias et des annonceurs. Chaque année, NADbank conçoit et gère une étude exhaustive portant sur le profil détaillé de l'audience des quotidiens canadiens, incluant les habitudes de consommation, habitudes d'achats et styles de vie des adultes habitants dans les grands marchés canadiens.

Pour de plus amples informations, communiquez avec:

Anne Crassweller
Présidente
NADbank Inc.
Téléphone: (416) 923-4502
Courriel: acrassweller@nadbank.com

-000-

TABLES DE SYNTHÈSE

LECTORAT QUOTIDIEN ET HEBDOMADAIRE
DES ÉDITIONS IMPRIMÉES ET DES SITES WEB

Toronto, Montréal, Vancouver, Ottawa-Gatineau, Calgary, Edmonton et Halifax

HIER

Marché	Papier	Site Web	Portail	Total
TORONTO				
Un quotidien	44%	12%	2%	50%
Toronto Star	21%	7%	-	26%
The Toronto Sun	11%	2%	-	12%
The Globe and Mail	8%	5%	-	12%
National Post	4%	1%	-	5%
Metro	12%	-	-	12%
24 Hours	7%	1%	-	8%
canada.com	-	-	1%	1%
canoe.ca	-	-	2%	2%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
MONTRÉAL				
Un quotidien	48%	6%	13%	55%
The Gazette	9%	2%	-	10%
Le Journal de Montréal	20%	1%	-	20%
La Presse	13%	4%	-	15%
24 Heures	9%	-	-	9%
Métro	11%	-	-	11%
canada.com	-	-	1%	1%
canoe.ca	-	-	7%	7%
cyberpresse.ca	-	-	7%	7%
VANCOUVER				
Un quotidien	51%	10%	4%	56%
The Vancouver Sun	23%	6%	-	27%
The Province	23%	2%	-	24%
Metro	10%	-	-	10%
24 Hours	14%	-	-	14%
The Globe and Mail	5%	3%	-	8%
National Post	3%	-	-	3%
canada.com	-	-	3%	3%
canoe.ca	-	-	-	-
cyberpresse.ca	-	-	-	-
OTTAWA - GATINEAU				
Un quotidien	51%	14%	6%	58%
Le Droit	10%	1%	-	12%
Ottawa Citizen	26%	7%	-	30%
The Ottawa Sun	15%	4%	-	17%
Metro	8%	-	-	9%
24 Hours	6%	1%	-	6%
The Globe and Mail	8%	4%	-	10%
National Post	2%	1%	-	3%
canada.com	-	-	2%	2%
canoe.ca	-	-	3%	3%
cyberpresse.ca	-	-	3%	3%

LA SEMAINE DERNIÈRE

Marché	Papier	Site Web	Portail	Total
TORONTO				
Un quotidien	70%	25%	10%	77%
Toronto Star	45%	16%	-	51%
The Toronto Sun	22%	4%	-	24%
The Globe and Mail	20%	12%	-	25%
National Post	9%	4%	-	12%
Metro	24%	2%	-	25%
24 Hours	16%	2%	-	18%
canada.com	-	-	6%	6%
canoe.ca	-	-	5%	5%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
MONTRÉAL				
Un quotidien	75%	16%	30%	81%
The Gazette	16%	4%	-	17%
Le Journal de Montréal	40%	3%	-	41%
La Presse	27%	9%	-	31%
24 Heures	18%	-	-	18%
Métro	23%	1%	-	24%
canada.com	-	-	4%	4%
canoe.ca	-	-	20%	20%
cyberpresse.ca	-	-	14%	14%
VANCOUVER				
Un quotidien	77%	23%	11%	82%
The Vancouver Sun	43%	15%	-	48%
The Province	47%	8%	-	49%
Metro	26%	1%	-	26%
24 Hours	32%	1%	-	32%
The Globe and Mail	16%	8%	-	20%
National Post	6%	4%	-	9%
canada.com	-	-	10%	10%
canoe.ca	-	-	2%	2%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
OTTAWA - GATINEAU				
Un quotidien	75%	26%	19%	83%
Le Droit	17%	4%	-	19%
Ottawa Citizen	46%	18%	-	51%
The Ottawa Sun	30%	8%	-	33%
Metro	23%	2%	-	23%
24 Hours	16%	1%	-	16%
The Globe and Mail	17%	8%	-	21%
National Post	6%	3%	-	8%
canada.com	-	-	7%	7%
canoe.ca	-	-	10%	10%
cyberpresse.ca	-	-	6%	6%

Source: Rapport supplémentaire 2010, adultes 18+

TABLES DE SYNTHÈSE

LECTORAT QUOTIDIEN ET HEBDOMADAIRE
DES ÉDITIONS IMPRIMÉES ET DES SITES WEB



La banque de données sur l'audience des quotidiens

RAPPORT SUPPLÉMENTAIRE 2010

Page 2 de 2

Toronto, Montréal, Vancouver, Ottawa-Gatineau, Calgary, Edmonton et Halifax

HIER

Marché	Papier	Site Web	Portail	Total
CALGARY				
Un quotidien	45%	15%	4%	53%
Calgary Herald	29%	9%	-	35%
The Calgary Sun	16%	5%	-	19%
Metro	9%	-	-	10%
24 Hours	3%	-	-	3%
The Globe and Mail	4%	4%	-	7%
National Post	2%	1%	-	3%
canada.com	-	-	2%	2%
canoe.ca	-	-	2%	2%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
EDMONTON				
Un quotidien	46%	11%	4%	52%
Edmonton Journal	29%	6%	-	32%
The Edmonton Sun	18%	3%	-	20%
Metro	7%	-	-	7%
24 Hours	4%	-	-	5%
The Globe and Mail	4%	3%	-	6%
National Post	2%	1%	-	3%
canada.com	-	-	2%	2%
canoe.ca	-	-	2%	2%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
HALIFAX				
Un quotidien	58%	14%	2%	63%
The ChronicleHerald	45%	11%	-	50%
Metro	20%	1%	-	20%
The Globe and Mail	7%	4%	-	10%
National Post	-	1%	-	1%
canada.com	-	-	1%	1%
canoe.ca	-	-	1%	1%
cyberpresse.ca	-	-	-	-

LA SEMAINE DERNIÈRE

Marché	Papier	Site Web	Portail	Total
CALGARY				
Un quotidien	73%	26%	12%	79%
Calgary Herald	50%	18%	-	57%
The Calgary Sun	38%	9%	-	41%
Metro	22%	2%	-	23%
24 Hours	10%	1%	-	10%
The Globe and Mail	12%	7%	-	15%
National Post	7%	4%	-	10%
canada.com	-	-	8%	8%
canoe.ca	-	-	6%	6%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
EDMONTON				
Un quotidien	74%	24%	11%	78%
Edmonton Journal	50%	16%	-	54%
The Edmonton Sun	39%	9%	-	41%
Metro	19%	1%	-	20%
24 Hours	13%	1%	-	14%
The Globe and Mail	11%	5%	-	14%
National Post	7%	3%	-	9%
canada.com	-	-	7%	7%
canoe.ca	-	-	6%	6%
cyberpresse.ca	-	-	-	-
HALIFAX				
Un quotidien	79%	28%	5%	83%
The ChronicleHerald	67%	23%	-	72%
Metro	49%	6%	-	52%
The Globe and Mail	21%	4%	-	24%
National Post	-	2%	-	2%
canada.com	-	-	3%	3%
canoe.ca	-	-	2%	2%
cyberpresse.ca	-	-	-	-

Source: Rapport supplémentaire 2010, adultes 18+