

# StatHebdo 2007

Résultats détaillés de  
l'enquête sur le lectorat



Marché	Laval
Population 18+	211 460

**Leger**  
MARKETING

# Taux de lecture et fidélité du lectorat

Adultes 18 ans +

## Consultation de l'hebdomadaire :



Nombre moyen de lecteurs par copie lue ..... 0.6 lecteur (s)  
Temps moyen de consultation ..... 19.8 minutes  
Appréciation des hebdomadaires ..... 7.1 / 10

## Fidélité du lectorat :

A lu ...	%
4 éditions sur 4	44
3 éditions sur 4	10
2 éditions sur 4	16
1 édition sur 4	15

**LECTEURS**

**84%**

Non-lecteurs	%
Reçu mais non lu	10
Non reçu	6

**NON-LECTEURS**

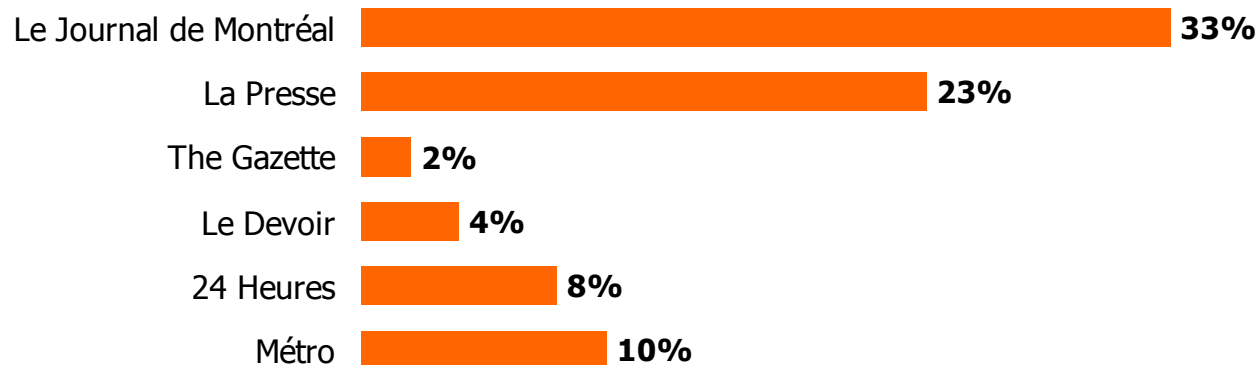
**16%**

## Hebdomadaire et quotidiens

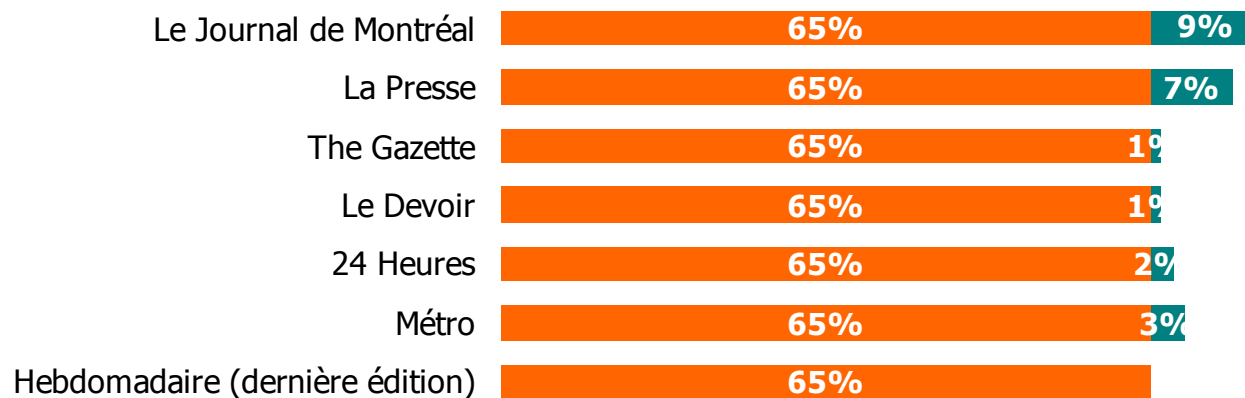
# Taux de lecture et portée combinée

Adultes 18 ans +

### Consultation des quotidiens (lundi-vendredi - lu hier)



### Portée combinée - hebdomadaire et quotidien (lundi-vendredi - lu hier)

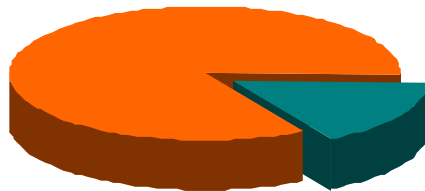


# *Profil du lectorat*

# Taux de lecture & sexe

**Taux de lecture**

Lecteurs 84%

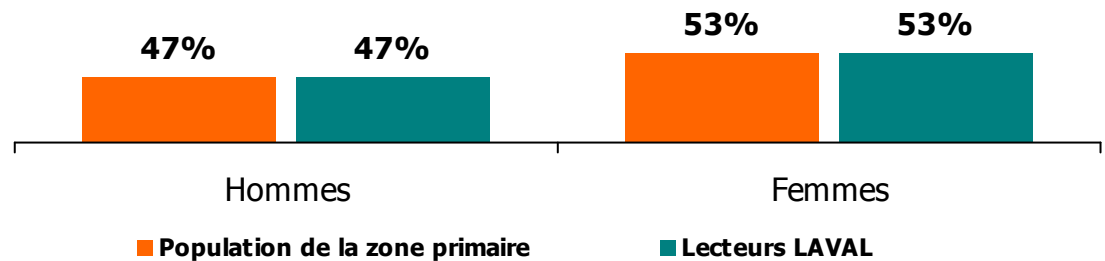


Non-lecteurs  
16%

Définition d'un lecteur:

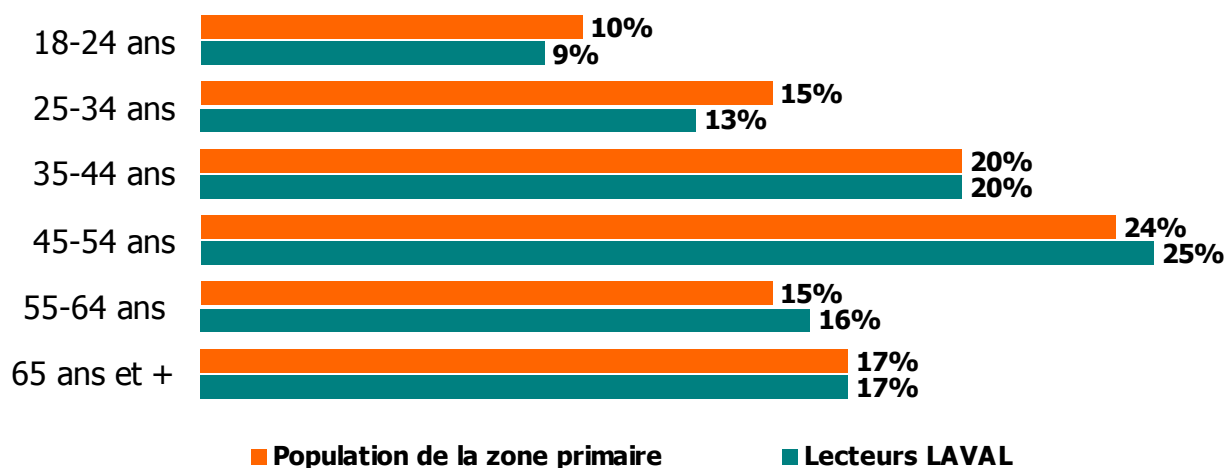
A lu ou feuilleté au moins  
une fois l'hebdomadaire au  
cours du dernier mois

**SEXE (%)**

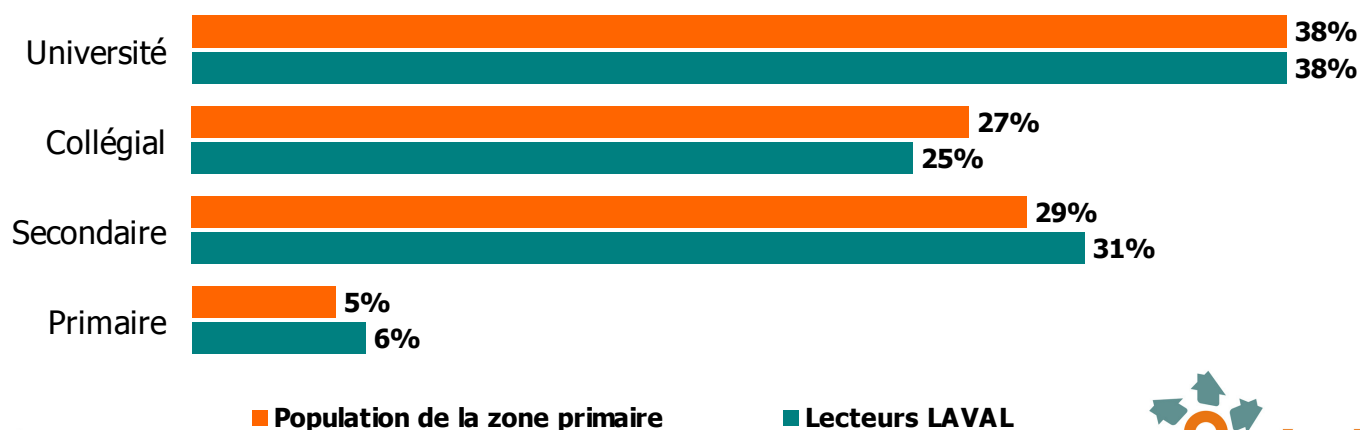


# Âge et degré de scolarité

## ÂGE (%)

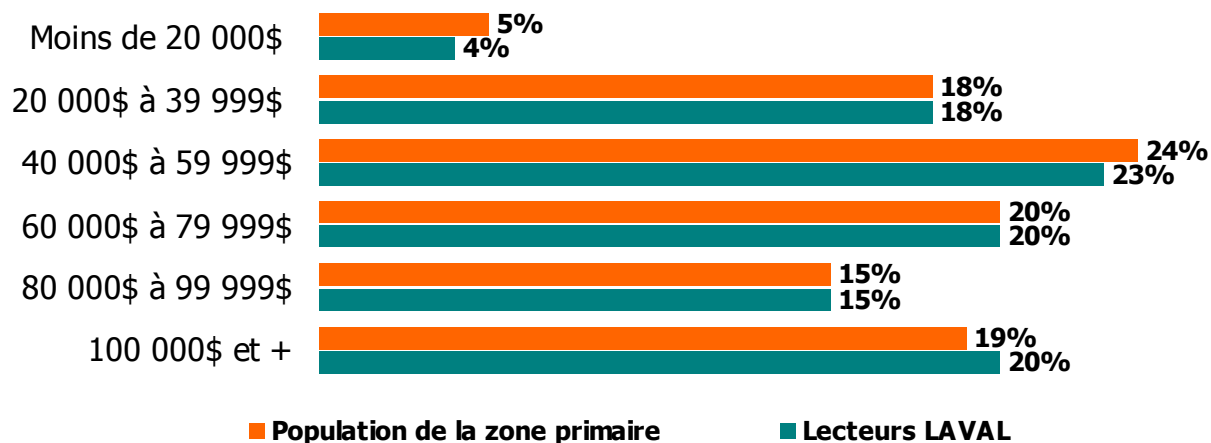


## DEGRÉ DE SCOLARITÉ (%)

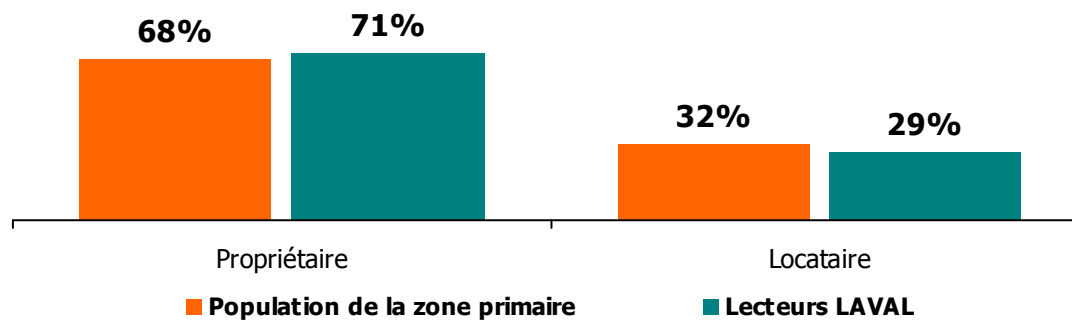


# Revenu du ménage & résidence

## REVENU DU MÉNAGE (%)



## RÉSIDENCE (%) (principale et secondaire)



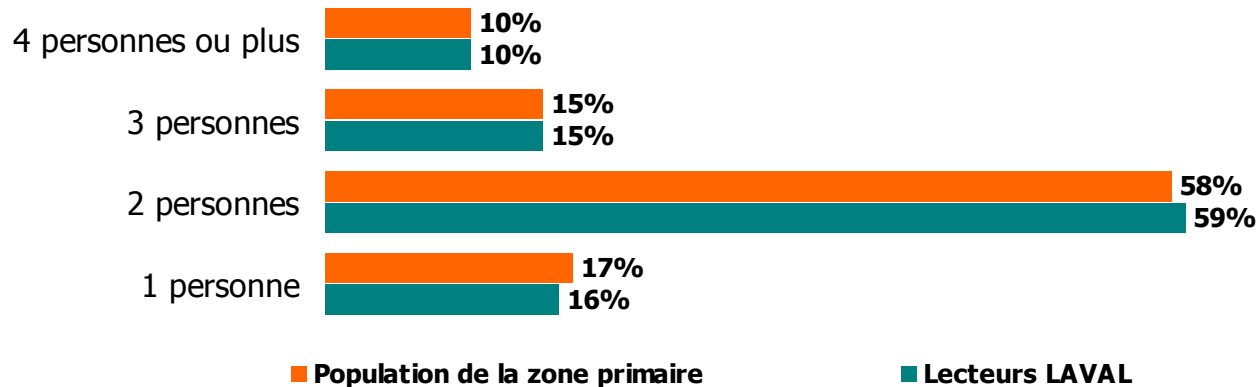
# Situation professionnelle

<u>Occupation</u>	%
• Professionnel	37
• Employé(e) de bureau / vente ou service	36
• Travailleur manuel	9
• Autres	18

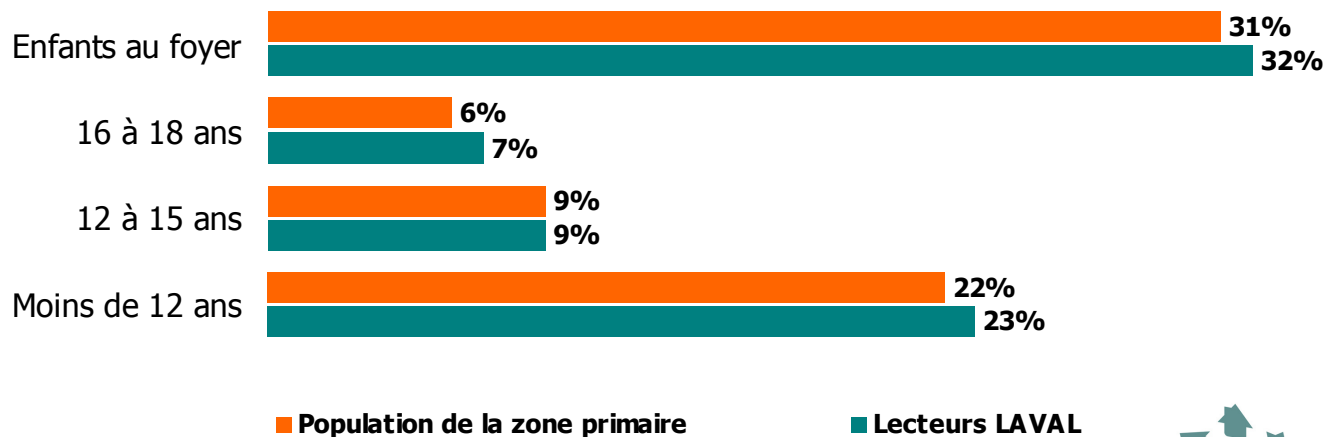
<u>Statut d'emploi actuel</u>	%
<b>Actifs</b>	
• Travail temps plein	56
• Travail temps partiel / saisonnier	6
• Chômage	2
<b>Inactifs</b>	
• Maison temps plein / congé temp.	6
• Retraité(e)	24
• Étudiant(e)	6
• Autres	0

# Taille du foyer & enfants

## TAILLE DU FOYER (%)



## MÉNAGES AVEC ENFANT (%)



# Profil du marché

## Renseignements généraux

Population 18+ : 211 460

Nombre de ménages : 119 055

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire Région (%)	Indice Région vs province
SEXE	Hommes	48	47	98
	Femmes	52	53	102
ÂGE	18-24 ans	11	10	91
	25-34 ans	16	15	94
	35-44 ans	20	20	100
	45-54 ans	22	24	109
	55-64 ans	15	15	100
	65 ans et +	16	17	106
DEGRÉ DE SCOLARITÉ	Université	28	38	136
	Collégial	26	27	104
	Secondaire	38	29	76
	Primaire	8	5	63

## Profil du marché (suite)

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire Région (%)	Indice Région vs province
REVENU DU MÉNAGE	Moins de 20 000\$	11	5	45
	20 000\$ à 39 999\$	23	18	78
	40 000\$ à 59 999\$	24	24	100
	60 000\$ à 79 999\$	17	20	118
	80 000\$ à 99 999\$	12	15	125
	100 000\$ et plus	14	19	136
RÉSIDENCE	Propriétaire	63	68	108
	Locataire	37	32	86.49
TAILLE DU MÉNAGE	1 personne	20	17	85
	2 personnes	59	58	98
	3 personnes	14	15	107
	4 personnes et +	7	10	143

# Annexe I - Méthodologie

## Objectifs de l'enquête

- Mesurer le taux de lecture des hebdomadaires membres de l'association « Hebdomadaires Québec » dans leurs marchés primaires respectifs.
- Décrire le profil sociodémographique des lecteurs comparativement à celui de la population de la zone de distribution de chacun des marchés sondés.
- Fournir des données sur le lectorat des quotidiens dans le territoire de chacun des hebdomadaires membres.

## Méthodologie

- Mode de collecte de données : sondage hybride réalisé par entrevues téléphoniques (39%) et sur Internet (61%).
- Période sondée : du 5 mars au 27 mai 2007.

## Statistiques générales pour l'ensemble de l'étude (150 hebdomadaires)

- Nombre total d'entrevues complétées : 32 163.
- Marge d'erreur maximum : +/- 0,6%, 19 fois sur 20.

## Statistiques pour la région LAVAL

- Nombre d'entrevues complétées : 492.
- Marge d'erreur maximum : +/- 4,4%, 19 fois sur 20.