

StatHebdo 2010

Résultats détaillés de
l'enquête sur le lectorat



Marché
Population 18+

Montérégie
870 259

Leger
MARKETING



Nous reconnaissons le soutien financier du gouvernement du Canada, par l'entremise du Fonds du Canada pour les magazines (FCM), du ministère du Patrimoine canadien pour les coûts reliés à ce projet.

Taux de lecture et fidélité du lectorat

Adultes 18 ans +

Consultation de l'hebdomadaire :



Nombre moyen de lecteurs par copie lue 1,8 lecteur (s)

Temps moyen de consultation 23,2 minutes

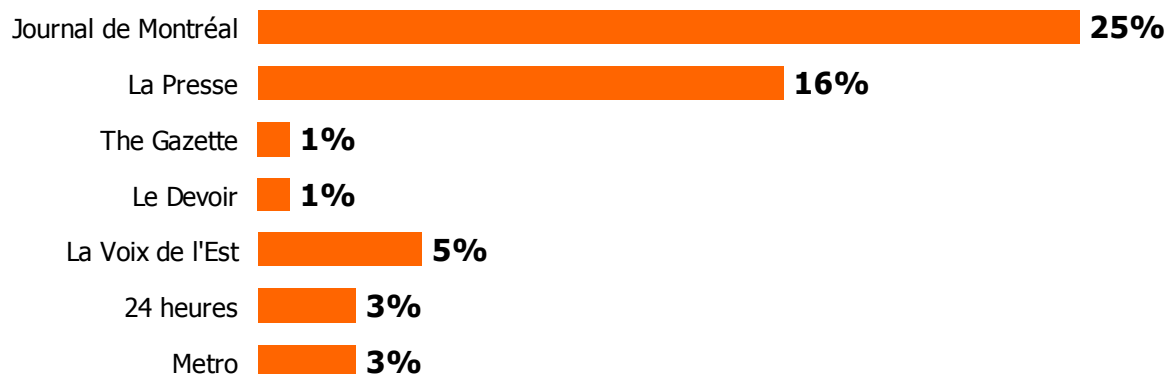
Appréciation de l'hebdomadaire 7,5 / 10

Hebdomadaire et quotidiens

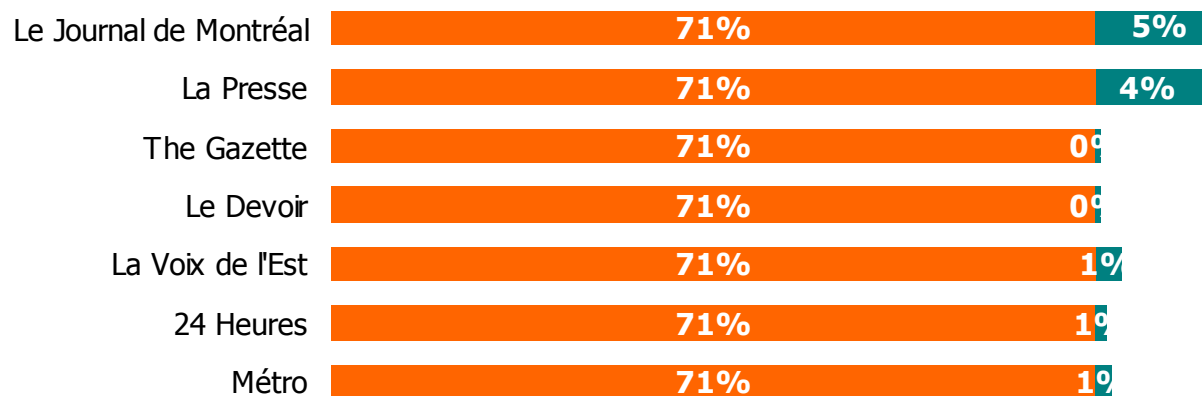
Taux de lecture et portée combinée

Adultes 18 ans +

Consultation des quotidiens (lundi-vendredi - lu hier)



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



■ Portée de l'hebdo seul ■ Portée exclusive du quotidien

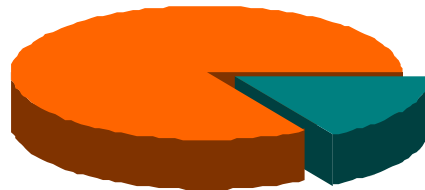
Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Profil du lectorat

Taux de lecture & sexe

Taux de lecture

Lecteurs 83%

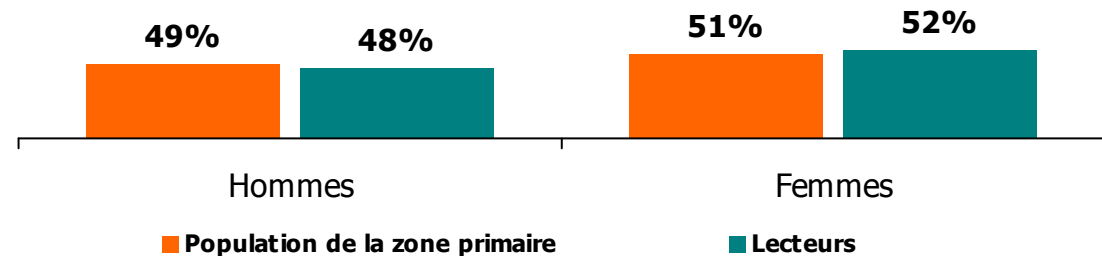


Non-lecteurs
17%

Définition d'un lecteur:

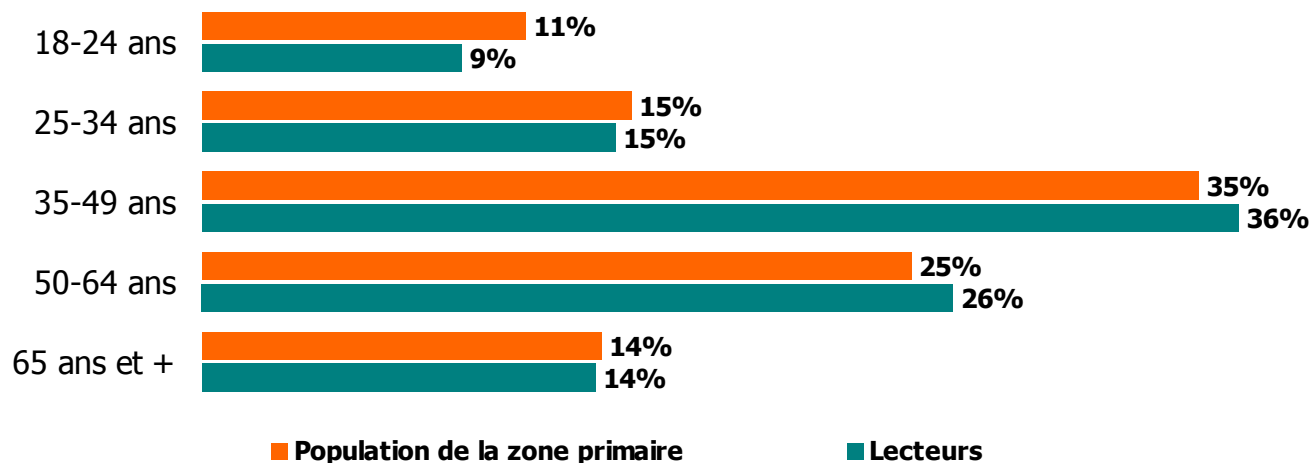
A lu ou feuilleté au moins une fois l'hebdomadaire au cours du dernier mois

SEXE (%)

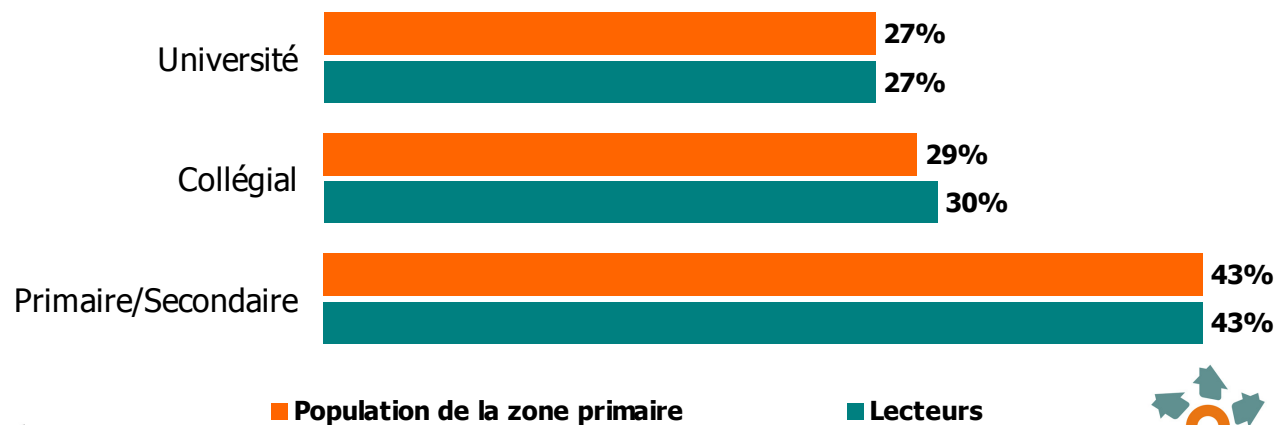


Âge et degré de scolarité

ÂGE (%)

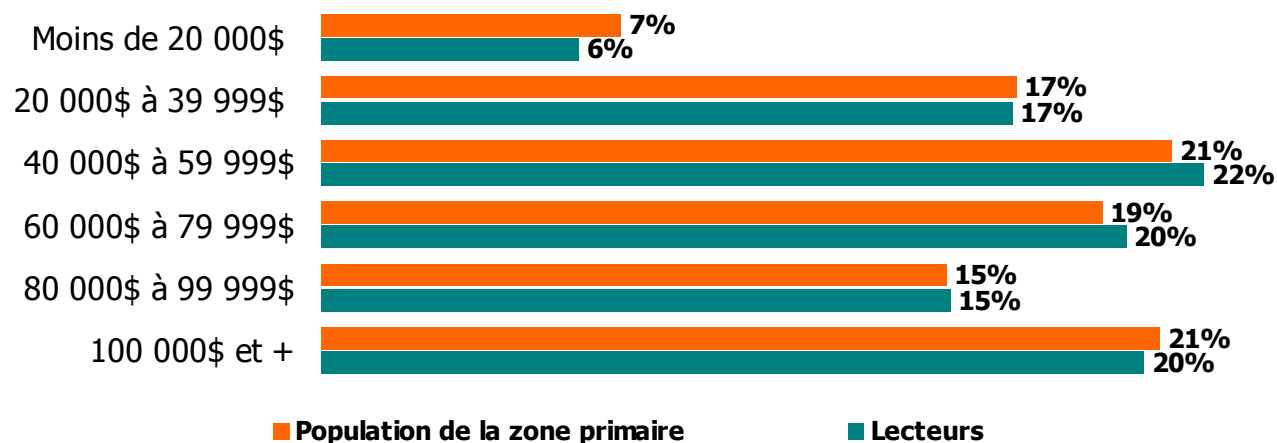


DEGRÉ DE SCOLARITÉ (%)

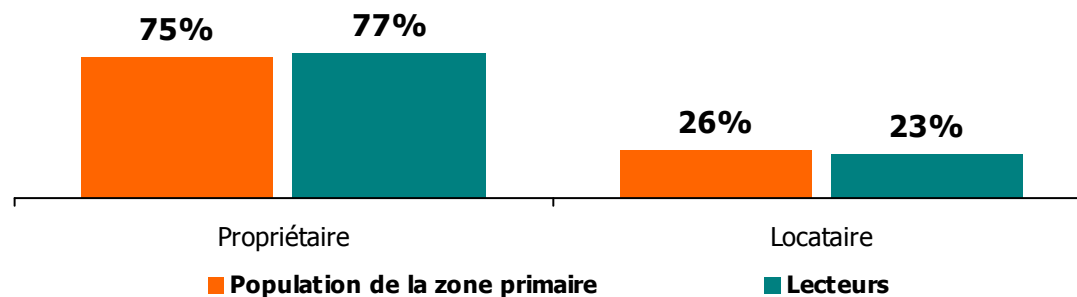


Revenu du ménage & résidence

REVENU DU MÉNAGE (%)



RÉSIDENCE (%) (principale et secondaire)



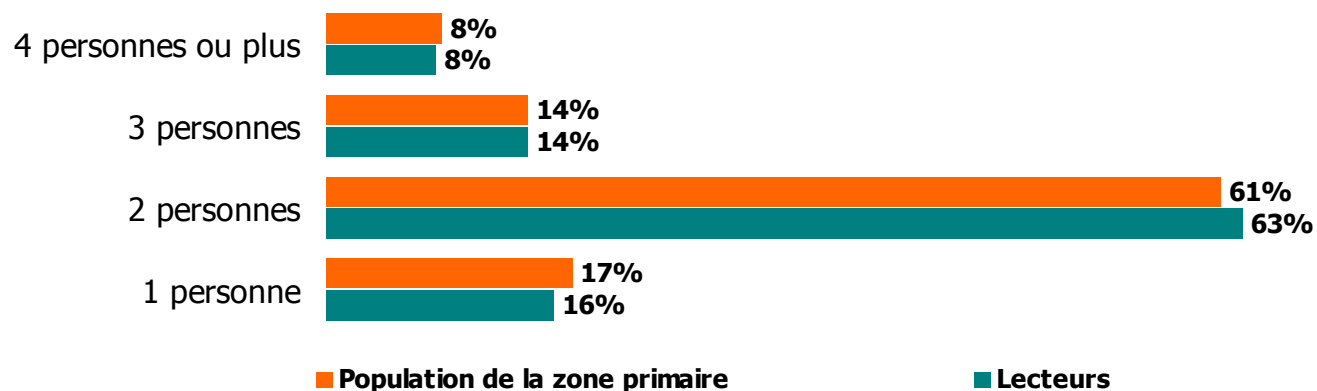
Situation professionnelle

<u>Occupation</u>	%
• Professionnel	33,5%
• Employé(e) de bureau / vente ou service	36,8%
• Travailleur manuel	18,0%
• Autres	11,7%

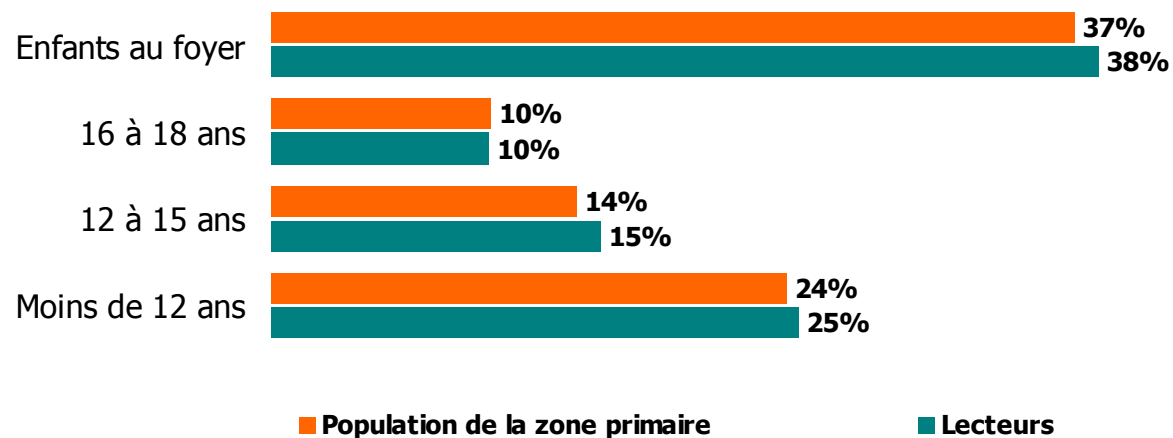
<u>Statut d'emploi actuel</u>	%
Actifs	
• Travail temps plein	54,8%
• Travail temps partiel / saisonnier	7,1%
• Chômage	3,2%
Inactifs	
• Maison temps plein / congé temp.	5,8%
• Retraité(e)	22,3%
• Étudiant(e)	5,0%
• Autres	1,9%

Taille du foyer & enfants

TAILLE DU FOYER (%)



MÉNAGES AVEC ENFANT (%)



Profil du marché

Renseignements généraux

Population 18+ : 870 259

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire hebdo (%)	Indice Hebdo vs province
SEXE	Hommes	48%	49%	102
	Femmes	52%	51%	98
ÂGE	18-24 ans	12%	11%	94
	25-34 ans	16%	15%	94
	35-49 ans	33%	35%	106
	50-64 ans	23%	25%	108
	65 ans et +	16%	14%	88
DEGRÉ DE SCOLARITÉ	Université	29%	27%	93
	Collégial	27%	29%	107
	Primaire / Secondaire	45%	43%	96

Profil du marché (suite)

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire hebdo (%)	Indice Hebdo vs province
REVENU DU MÉNAGE	Moins de 20 000\$	11%	7%	66
	20 000\$ à 39 999\$	22%	17%	77
	40 000\$ à 59 999\$	22%	21%	95
	60 000\$ à 79 999\$	17%	19%	112
	80 000\$ à 99 999\$	12%	15%	128
	100 000\$ et plus	16%	21%	128
RÉSIDENCE	Propriétaire	66%	75%	113
	Locataire	34%	26%	75
TAILLE DU MÉNAGE	1 personne	21%	17%	80
	2 personnes	59%	61%	104
	3 personnes	13%	14%	107
	4 personnes et +	7%	8%	114

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 (43 %) et sur Internet (57%).
- Période sondée : entre le 24 septembre et le 15 décembre 2009.

Statistiques générales pour l'ensemble de l'étude (146 hebdomadaires)

- Nombre total d'entrevues complétées : 33 436.
- Marge d'erreur maximum : +/- 0,54%, 19 fois sur 20.

Statistiques pour la région de la Montérégie

- Nombre d'entrevues complétées : 3 457.
- Marge d'erreur maximum : +/- 1,7%, 19 fois sur 20.