

StatHebdo 2010

Résultats détaillés de
l'enquête sur le lectorat



Marché
Population 18+

Montréal
1 261 543

Leger
MARKETING

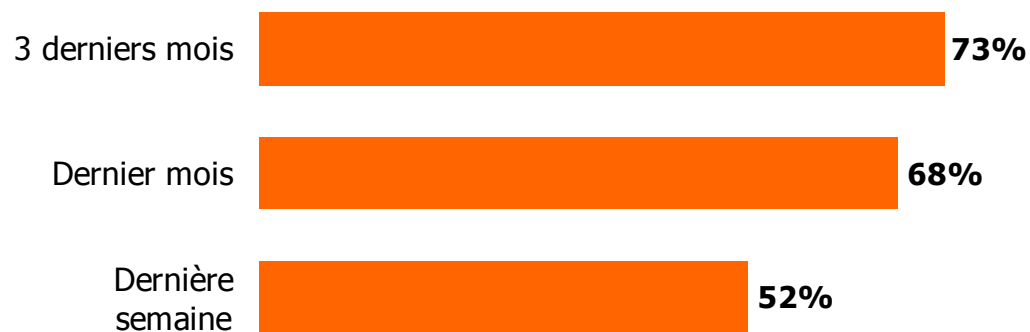


Nous reconnaissons le soutien financier du gouvernement du Canada, par l'entremise du Fonds du Canada pour les magazines (FCM), du ministère du Patrimoine canadien pour les coûts reliés à ce projet.

Taux de lecture et fidélité du lectorat

Adultes 18 ans +

Consultation de l'hebdomadaire :



Nombre moyen de lecteurs par copie lue 1,6 lecteur (s)

Temps moyen de consultation 17,9 minutes

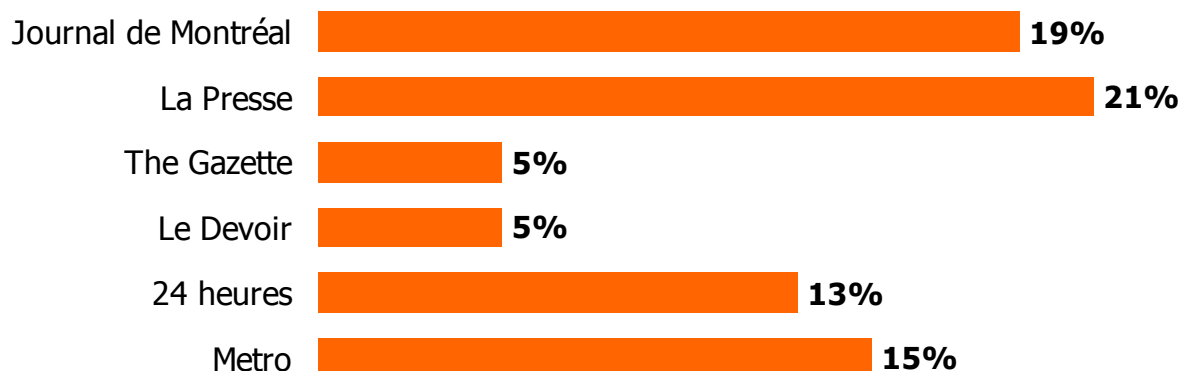
Appréciation de l'hebdomadaire 6,9 / 10

Hebdomadaire et quotidiens

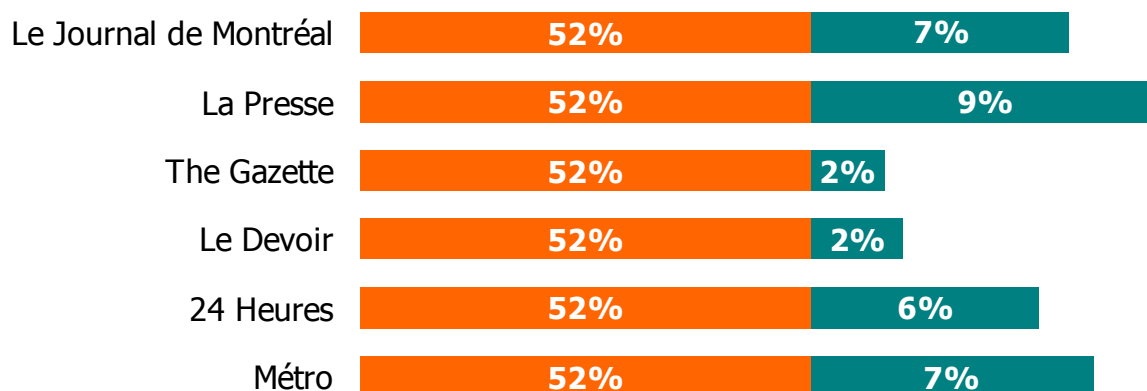
Taux de lecture et portée combinée

Adultes 18 ans +

Consultation des quotidiens (lundi-vendredi - lu hier)



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



■ Portée de l'hebdos seul

■ Portée exclusive du quotidien

Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Profil du lectorat

Taux de lecture & sexe

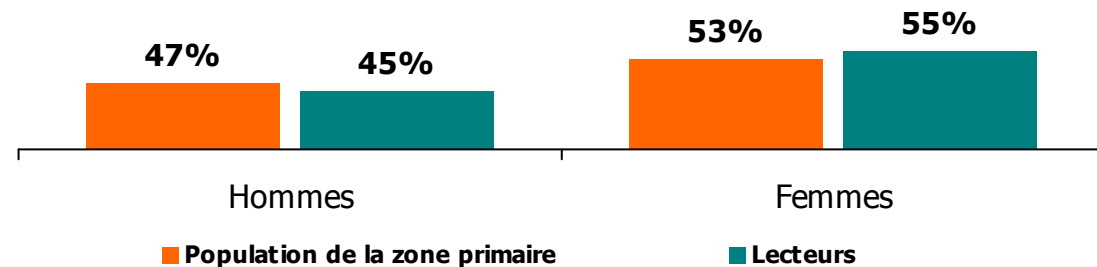
Taux de lecture



Définition d'un lecteur:

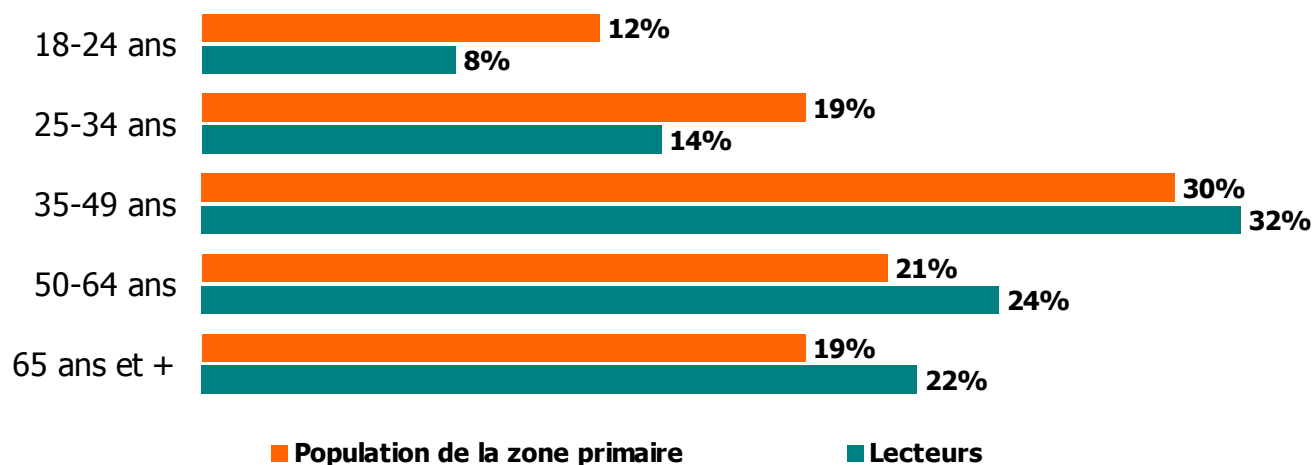
A lu ou feuilleté au moins une fois l'hebdomadaire au cours du dernier mois

SEXE (%)

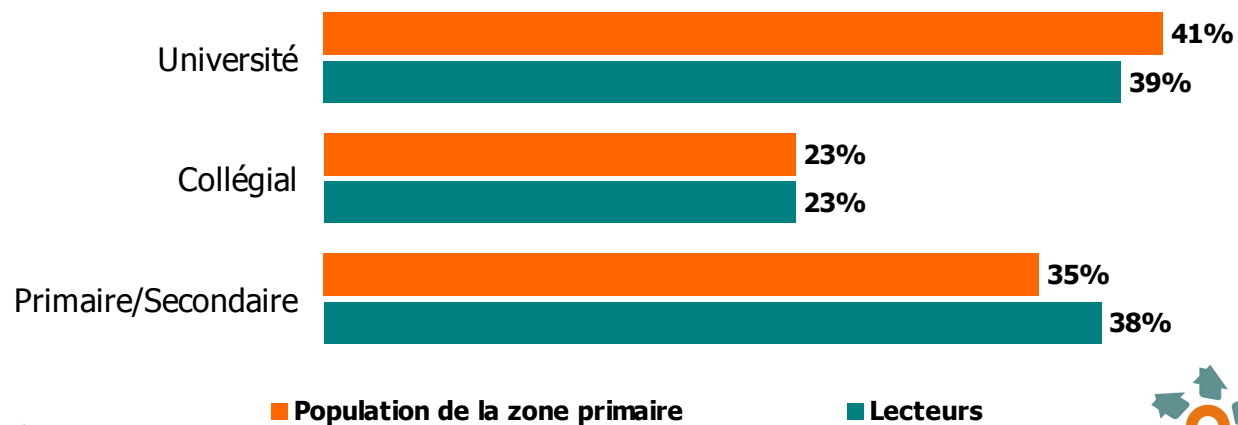


Âge et degré de scolarité

ÂGE (%)

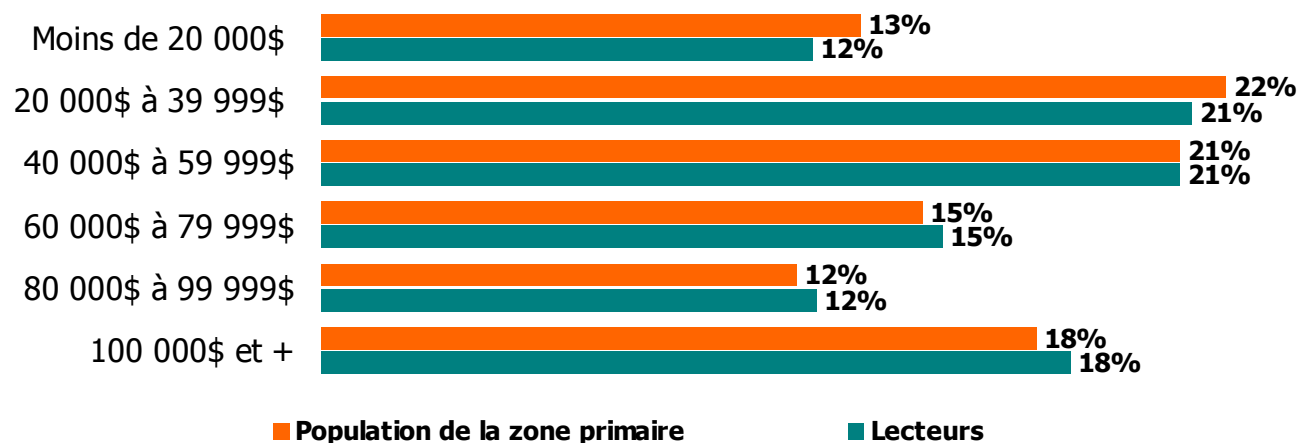


DEGRÉ DE SCOLARITÉ (%)

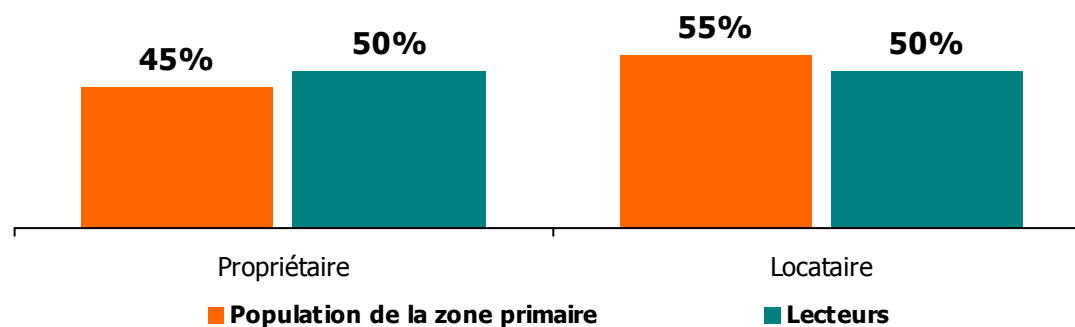


Revenu du ménage & résidence

REVENU DU MÉNAGE (%)



RÉSIDENCE (%) (principale et secondaire)



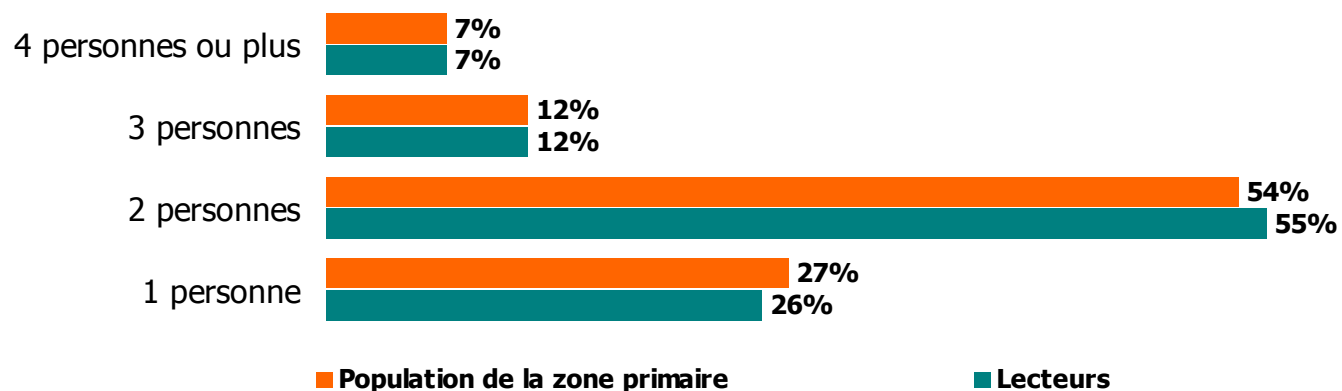
Situation professionnelle

<u>Occupation</u>	%
• Professionnel	36,7%
• Employé(e) de bureau / vente ou service	38,2%
• Travailleur manuel	13,2%
• Autres	11,9%

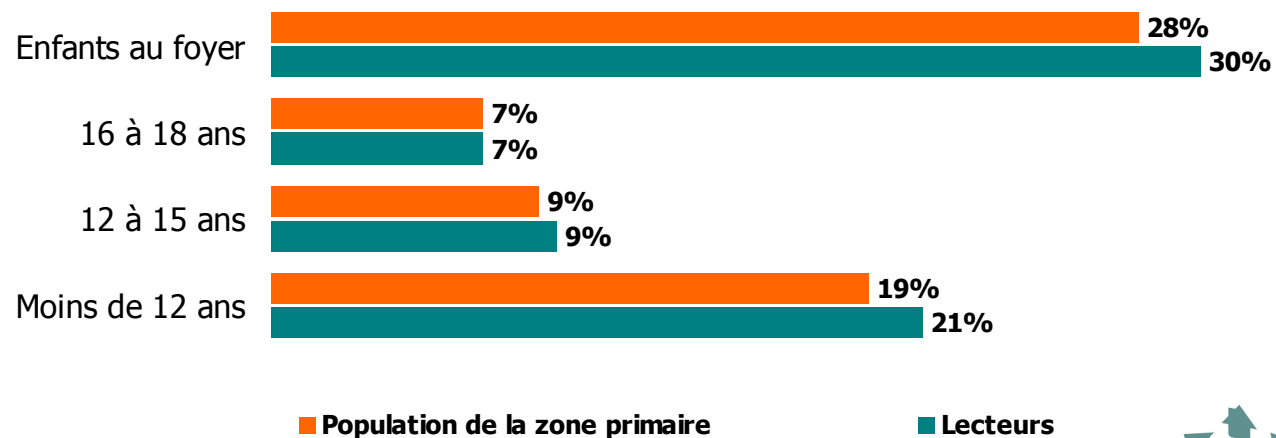
<u>Statut d'emploi actuel</u>	%
Actifs	
• Travail temps plein	47,2%
• Travail temps partiel / saisonnier	7,2%
• Chômage	4,7%
Inactifs	
• Maison temps plein / congé temp.	5,5%
• Retraité(e)	26,1%
• Étudiant(e)	6,9%
• Autres	2,4%

Taille du foyer & enfants

TAILLE DU FOYER (%)



MÉNAGES AVEC ENFANT (%)



Profil du marché

Renseignements généraux

Population 18+ : 1 261 543

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire hebdo (%)	Indice Hebdo vs province
SEXE	Hommes	48%	47%	98
	Femmes	52%	53%	102
ÂGE	18-24 ans	12%	12%	102
	25-34 ans	16%	19%	116
	35-49 ans	33%	30%	90
	50-64 ans	23%	21%	91
	65 ans et +	16%	19%	116
DEGRÉ DE SCOLARITÉ	Université	29%	41%	141
	Collégial	27%	23%	85
	Primaire / Secondaire	45%	35%	78

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%	13%	120
	20 000\$ à 39 999\$	22%	22%	100
	40 000\$ à 59 999\$	22%	21%	95
	60 000\$ à 79 999\$	17%	15%	86
	80 000\$ à 99 999\$	12%	12%	97
	100 000\$ et plus	16%	18%	109
RÉSIDENCE	Propriétaire	66%	45%	68
	Locataire	34%	55%	162
TAILLE DU MÉNAGE	1 personne	21%	27%	130
	2 personnes	59%	54%	91
	3 personnes	13%	12%	92
	4 personnes et +	7%	7%	101

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 Montréal

- Nombre d'entrevues complétées : 4 606.
- Marge d'erreur maximum : +/- 1,4%, 19 fois sur 20.