StatHebdo 2010

Résultats détaillés de l'enquête sur le lectorat

Marché	Laurentides
Population 18+	387 608

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 ..... 22,2 minutes

Appréciation de l'hebdomadaire ..... 7,4 / 10

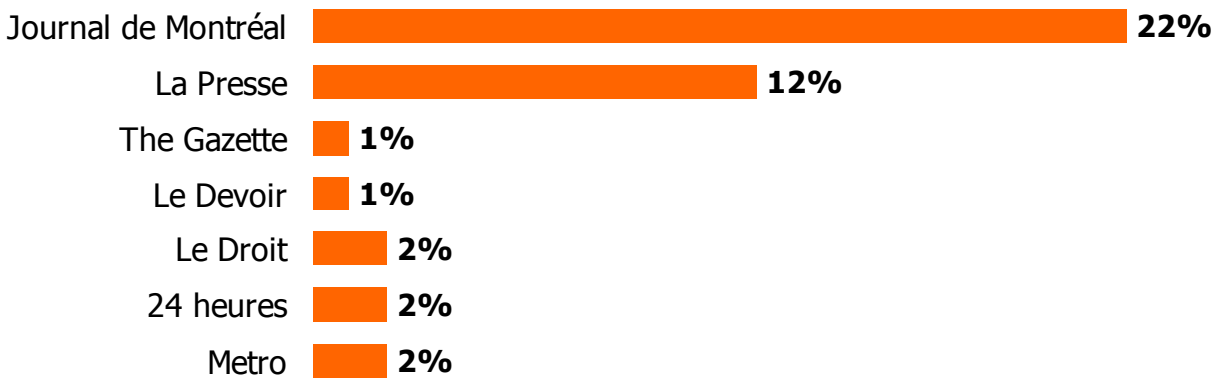
Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Hebdomadaire et quotidiens

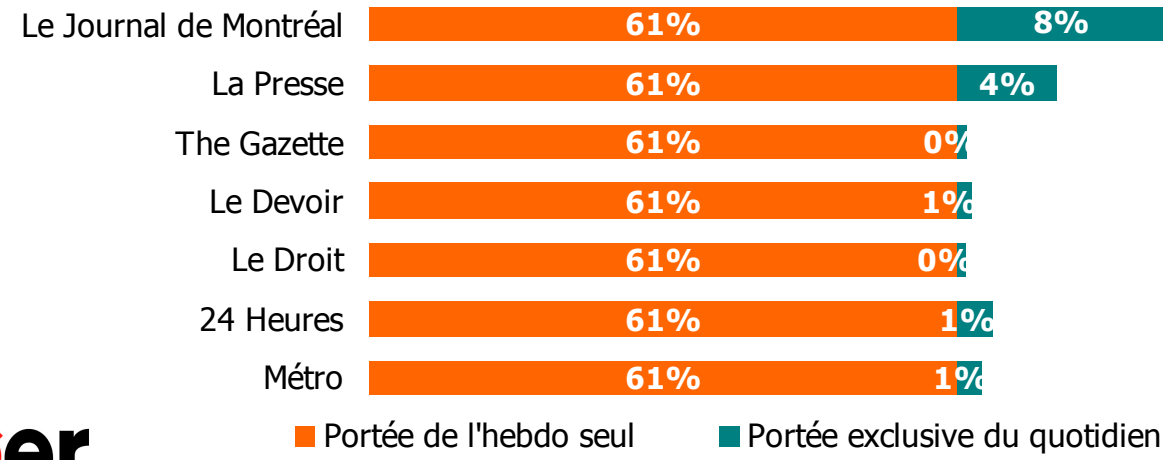
Taux de lecture et portée combinée

Adultes 18 ans +

Consultation des quotidiens
(lundi-vendredi - lu hier)



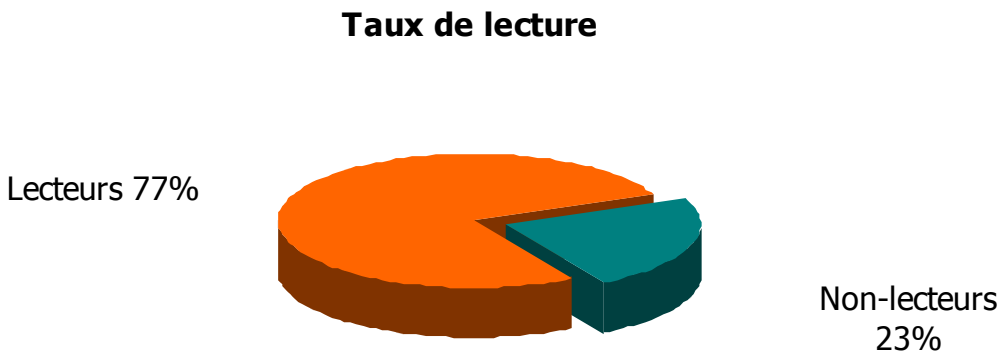
Portée combinée - hebdomadaire et quotidien
(lundi-vendredi - lu hier)



Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

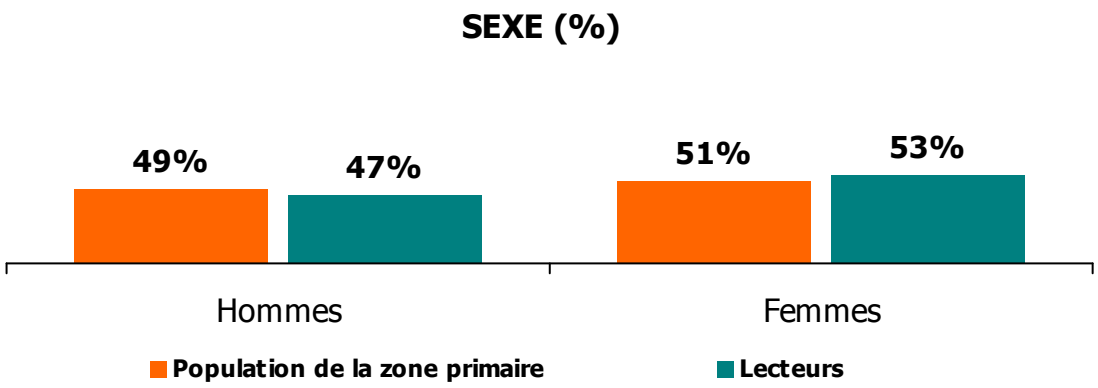
Profil du lectorat

Taux de lecture & sexe



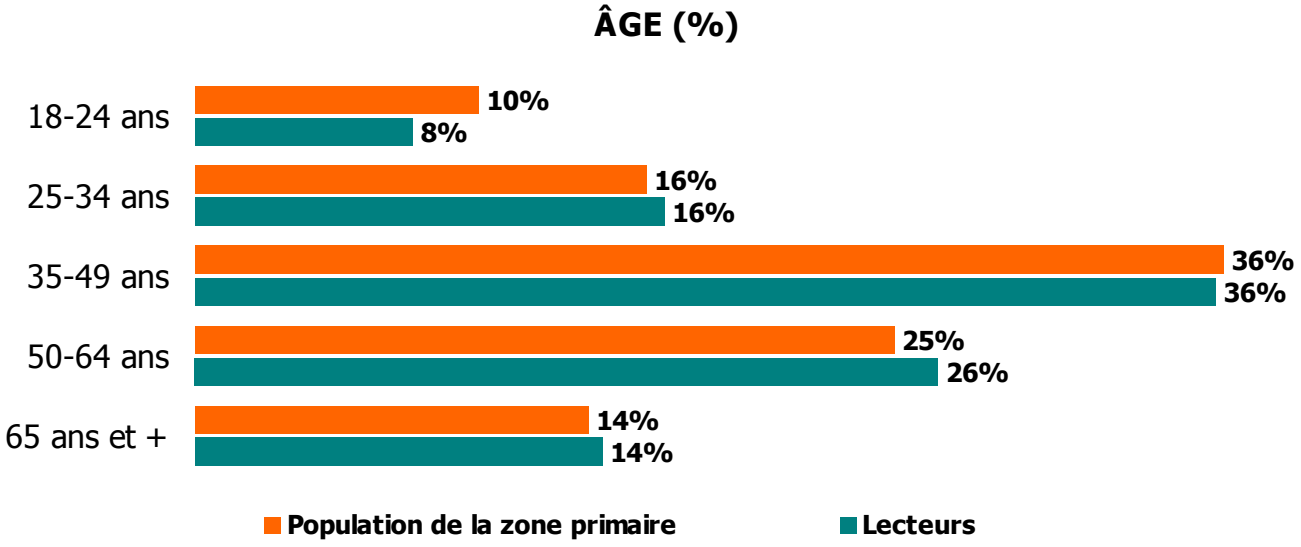
Définition d'un lecteur:

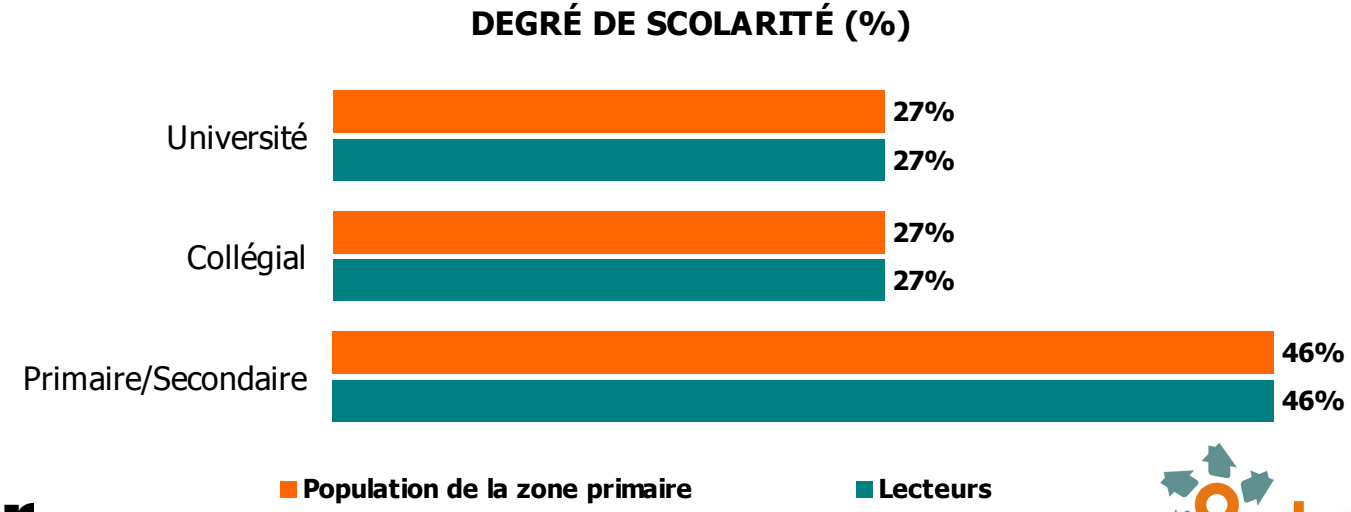
A lu ou feuilleté au moins une fois l'hebdomadaire au cours du dernier mois



Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

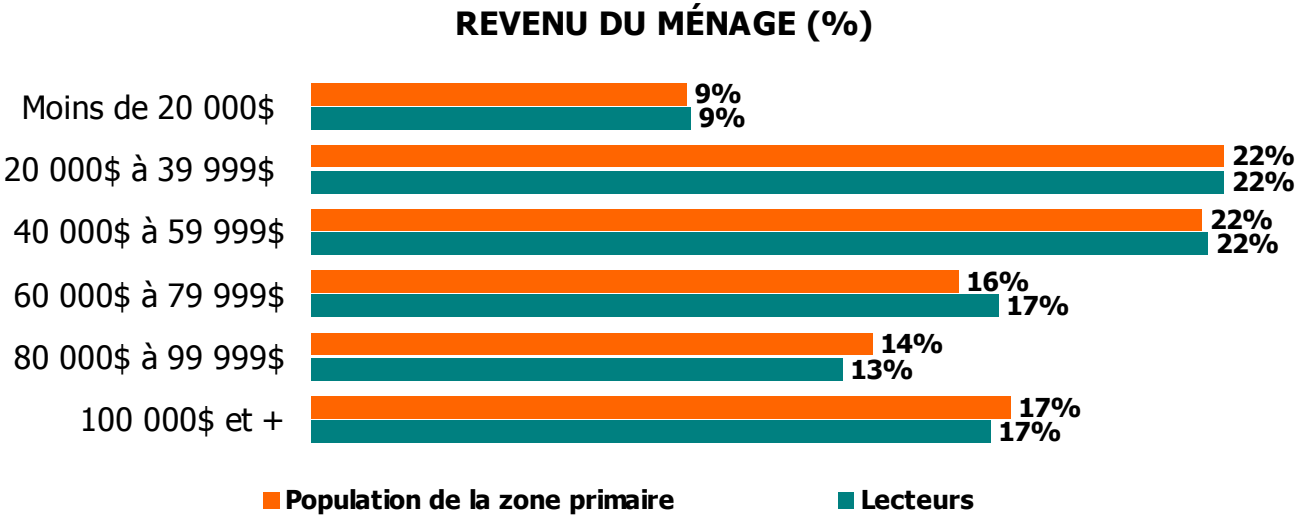
Âge et degré de scolarité

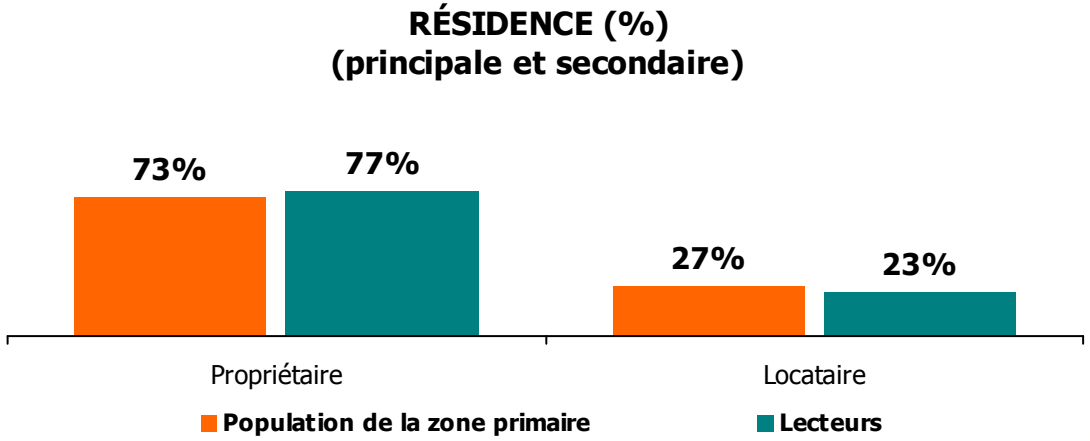




Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Revenu du ménage & résidence





Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

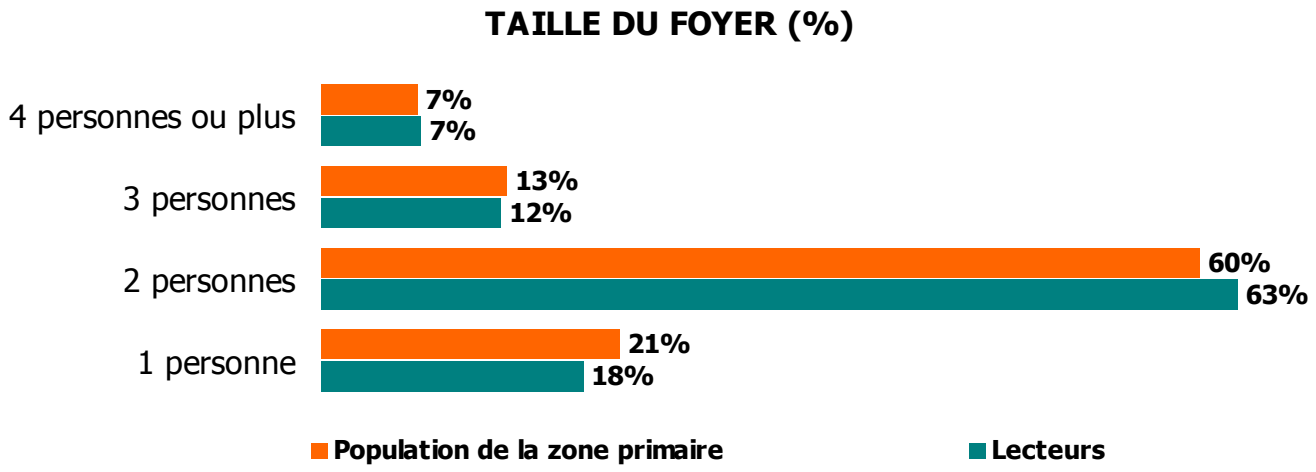
Situation professionnelle

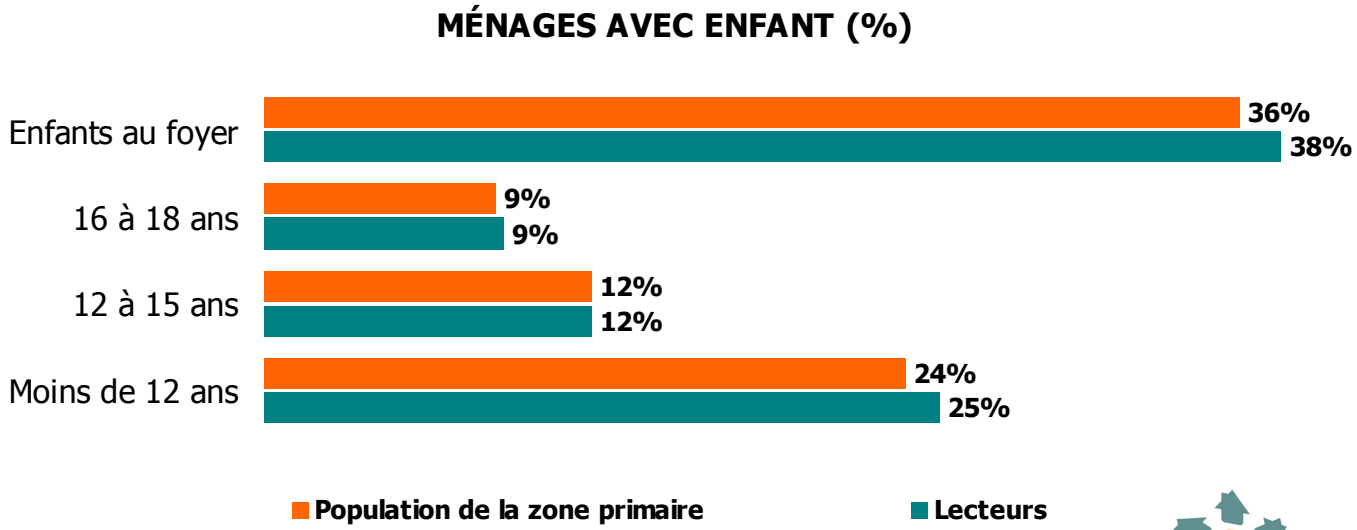
Occupation	%
• Professionnel	33,3%
• Employé(e) de bureau / vente ou service	37,6%
• Travailleur manuel	16,3%
• Autres	12,8%

Statut d'emploi actuel	%
Actifs	
• Travail temps plein	51,1%
• Travail temps partiel / saisonnier	9,0%
• Chômage	4,1%
Inactifs	
• Maison temps plein / congé temp.	5,6%
• Retraité(e)	23,2%
• Étudiant(e)	3,6%
• Autres	3,3%

Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Taille du foyer & enfants





Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Profil du marché

Renseignements généraux

Population 18+ : 387 608

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%**	**10%**	**83**
	25-34 ans	**16%**	**16%**	**99**
	35-49 ans	**33%**	**36%**	**109**
	50-64 ans	**23%**	**25%**	**107**
	65 ans et +	**16%**	**14%**	**86**
DEGRÉ DE SCOLARITÉ	Université	**29%**	**27%**	**93**
	Collégial	**27%**	**27%**	**100**
	Primaire / Secondaire	**45%**	**46%**	**102**

Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

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%**	**9%**	**84**
	20 000$ à 39 999$	**22%**	**22%**	**101**
	40 000$ à 59 999$	**22%**	**22%**	**99**
	60 000$ à 79 999$	**17%**	**16%**	**93**
	80 000$ à 99 999$	**12%**	**14%**	**114**
	100 000$ et plus	**16%**	**17%**	**107**
RÉSIDENCE	Propriétaire	**66%**	**73%**	**111**
	Locataire	**34%**	**27%**	**78**
TAILLE DU MÉNAGE	1 personne	**21%**	**21%**	**98**
	2 personnes	**59%**	**60%**	**102**
	3 personnes	**13%**	**13%**	**98**
	4 personnes et +	**7%**	**7%**	**94**

Source : sondage Léger Marketing – printemps 2010

Annexe I - Méthodologie

Objectifs de l'enquête

- Mesurer le taux de lecture des hebdos membres de l'association « Hebdos 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 hebdos 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 hebdos)

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

Statistiques pour la région des Laurentides

- Nombre d'entrevues complétées : 1 646.
- Marge d'erreur maximum : +/- 2,4%, 19 fois sur 20.