

UN LECTORAT QUI DEMEURE VIGOUREUX.

Portrait de la presse hebdomadaire au Québec en 2011



Une association de 150 journaux

Août 2011



TABLE DES MATIÈRES

1. Présentation de l'industrie de la presse hebdomadaire	03
2. Enquête sur le lectorat et outils de planification média	11
3. Situation actuelle des médias « traditionnels »	21
4. Résultats de l'enquête de lectorat <i>StatHebdo</i>	37
5. 10 raisons de choisir les journaux locaux	59

HEBDOS QUÉBEC : QUI SOMMES NOUS ?



UNE ASSOCIATION DE 150 JOURNAUX HEBDOMADAIRES LOCAUX

Fondée en 1932

Société à but non lucratif.

Promouvoir et documenter l'industrie

Hebdos Québec favorise la croissance et l'excellence de l'industrie de la presse hebdomadaire locale au Québec et concerte ses actions.

Elle agit aussi à titre de promoteur de la plus vaste étude média au Québec : *StatHebdo*.

Offrir une gamme de services aux membres

- Formation
- Recherche média et marketing
- Congrès annuel
- Grands Prix des Hebdos
- Veille commerciale
- Relations gouvernementales



Maison de la presse hebdomadaire, Montréal

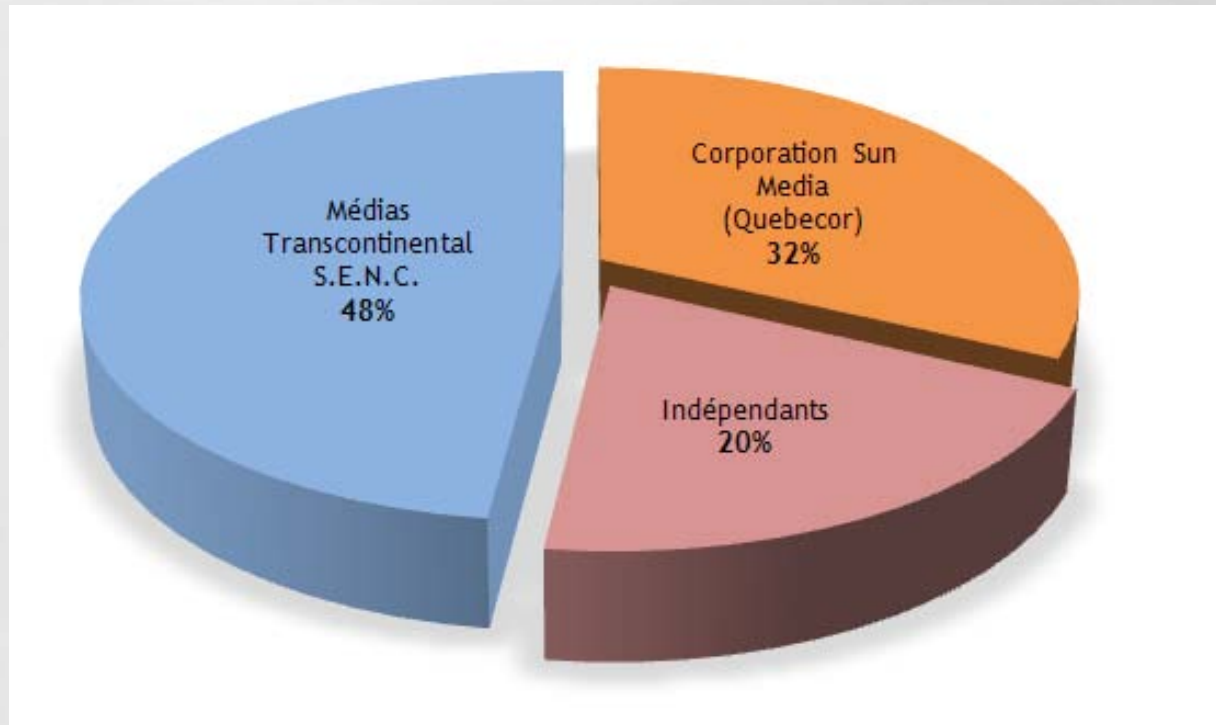
N'EST PAS MEMBRE QUI LE VEUT

Les journaux doivent rencontrer les critères suivants pour être membre d'Hebdos Québec:

- exister depuis au moins 12 mois;
- éditer un minimum de 48 hebdomadaires par année;
- publier un minimum moyen de 16 pages par édition;
- avoir un tirage certifié par un organisme reconnu;
- retenir les services d'au moins un journaliste à temps plein;
- offrir aux lecteurs une première page à 80 % rédactionnelle, où les textes et les images ont une nette priorité sur les messages commerciaux;
- contenir un minimum de 20 % de textes dont les deux tiers sur les événements de sa région qui relèvent des journalistes à l'emploi du journal.

RÉPARTITION DU TIRAGE PAR GROUPE DE PRESSE - 2011

Journaux membres d'Hebdos Québec - Tirage en date de septembre 2011



HEBDOS QUÉBEC REGROUPE
95 % DU TIRAGE DE LANGUE
FRANÇAISE AU QUÉBEC

LE TIRAGE HEBDOMADAIRE DE NOS MEMBRES :

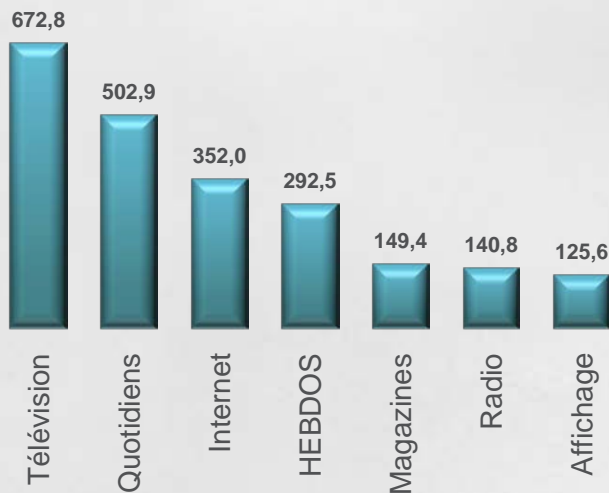
95 % du tirage de langue française au Québec

Régions	Journaux	Tirage
Montérégie	27	685 020
Montréal	21	618 208
Laurentides	18	685 020
Lanaudière	10	482 914
Chaudière-Appalaches	10	330 626
Québec	8	258 748
Laval	3	412 710
Bas-Saint-Laurent	10	221 713
Outaouais	4	224 870
Centre-du-Québec	6	215 606
Estrie	7	183 033
Saguenay / Lac-Saint-Jean	7	216 122
Mauricie	5	121 328
Côte-Nord	6	86 629
Abitibi-Témiscamingue	6	74 783
Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine	6	59 998
Province de Québec	154	5 059 130

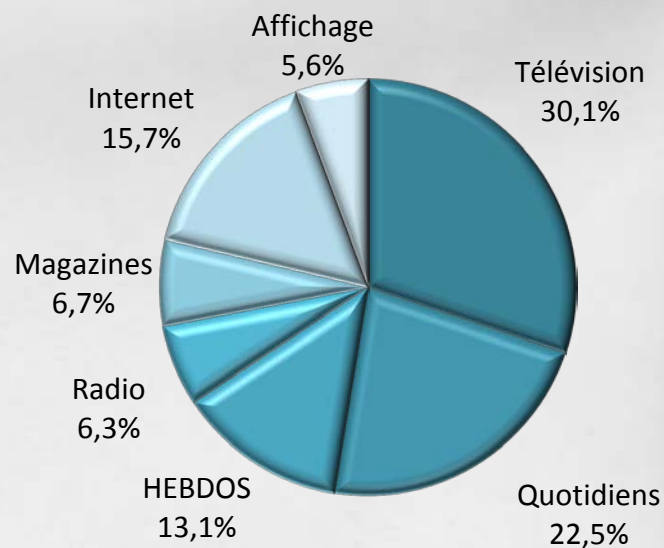
LES HEBDOS SE CLASSENT
EN TÊTE DU PALMARÈS
DES INVESTISSEMENTS
PUBLICITAIRES AU QUÉBEC

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES AU QUÉBEC

Recettes publicitaires
En million \$



Recettes publicitaires
En pourcentage



Les investissements publicitaires au Québec représentaient 2,236 milliards de dollars en 2009.

LES HEBDOS LOCAUX DÉTIENNENT LA PLUS IMPORTANTE ÉTUDE MÉDIA AU QUÉBEC

Coup d'œil sur l'enquête de lectorat et sur les
outils de planification média



L'ÉTUDE STATHEBDO

L'étude poursuit les objectifs suivants:

- Mesurer la portée (taux de lecture) des journaux membres d'Hebdos Québec.
- Dresser un profil socioéconomique complet des lecteurs.
- Identifier les comportements de lecture à l'égard de la publicité et les habitudes de magasinage.
- Mesurer la portée des journaux quotidiens dans la zone primaire de distribution des hebdomadaires.
- Fournir des données précises sur les habitudes et sur les intentions d'achat des lecteurs de la presse hebdomadaire.



STATHEBDO 2010 : UNE MÉTHODOLOGIE HYBRIDE

- Échantillon : 33 436 répondants
- Population : Adultes 18 ans +
- Géographie : Québec francophone
- Sondage par Internet 57 %
- Sondage par téléphone 43 %
- Période sondée 25 septembre au 15 décembre 2009
- Marge d'erreur $\pm 0,6 \%$ 19 fois sur 20

Leger
MARKETING



L'ÉTUDE **STATHEBDO** SONDE AUSSI LES INTENTIONS ET LES HABITUDES D'ACHAT

Près d'une centaine de biens et services répartis dans 27 secteurs commerciaux

STATHEBDO SONDE LES HABITUDES DE CONSOMMATION COUVRANT 27 SECTEURS

- **Achat local (importance, habitudes)**
- **Alimentation**
- **Assurances**
- **Automobile**
- **Activités culturelles**
- **Commerce de détail**
- **Éducation**
- **Électronique**
- **Finances personnelles**
- **Habitation (intention d'achat)**
- **Internet**
- **Jeux vidéos**
- **Magasinage (distance parcourue)**
- **Médias (coupons, Publi-Sac, radio)**
- **Meubles et électroménagers**
- **Musique (téléchargement)**
- **Pharmacie (achats)**
- **Restauration**
- **Rénovation**
- **Santé**
- **Services financiers**
- **Télécommunications**
- **Télédistribution**
- **Sports et loisirs**
- **DVD**
- **Voyage**
- **Vêtements**



HEBDOS QUÉBEC A CONÇU UN OUTIL DE PLANIFICATION MÉDIA CONVIVIAL:

PlanHebdo



PlanHebdo: une banque de données conviviale divisée en trois composants :

PlanHebdo : lectorat

- Taux de lecture, tirage
- Portée et fréquence de campagne
- Portée des quotidiens
- Profil des lecteurs

PlanHebdo : consommation

- 100 questions sur les habitudes de consommation et les intentions d'achat

PlanHebdo : devis

- Coût de la campagne, net ou brut
- CPM et impressions totales



PlanHebdo:

TROIS COMPOSANTS SIMPLES D'UTILISATION



Accueil | PlanHebdo lectorat | PlanHebdo consommation | PlanHebdo devis

Mon compte Quebecor Ventés Média | Mon compte Réseau Sélect | Déconnexion | Now in english

Bienvenue dans les outils de planification média d'Hebdos Québec

PlanHebdo lectorat Générez des rapports de portée et de fréquence

Mes rapports enregistrés :
Aucun rapport de statistiques enregistré.

PlanHebdo consommation Obtenez des données sur les habitudes de consommation

Mes profils enregistrés :
Aucun profil de consommation enregistré.

PlanHebdo devis Produisez un devis complet de votre campagne

Mes campagnes enregistrées :
Aucun devis enregistré.

Mes informations personnelles :
Prénom :
Nom :
Entreprise :
Titre :
Téléphone :
Courriel :
Modifier mes informations personnelles
Changer mon mot de passe


© 2007 - Droits de reproduction et de diffusion réservés - Hebdos Québec- [PLAN-v2.0.6] Maître toiler

GÉNÉREZ DES DONNÉES SUR LA CONSOMMATION EN QUELQUES CLICS!

Profil de consommation :

[Aide](#)

[Modifier la sélection de publication](#)
[Modifier vos choix de produits et services](#)
[Modifier le classement des régions](#)


Enregistrer ce profil :

Magasinage

Avez-vous acheté des vêtements pour HOMME au cours des 12 derniers mois?

of 9 Find | Next Export

Hebdo	Marché primaire	Population 18+	Échantillon total	Légende	Oui	Non	Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre
2 Rives (Les)	Sorel	54 312	201	Absolu	45 451	8 861	0
				%-Pop	84%	16%	0%
				n	152	49	0
Accès	St-Sauveur/Ste-Adèle/Ste-Agathe	42 130	200	Absolu	31 727	10 403	0
				%-Pop	75%	25%	0%
				n	146	54	0
Action d'Autray (L')	Lavaltrie/Berthierville/St-Gabriel-de-Brandon	37 139	201	Absolu	31 130	6 009	0
				%-Pop	84%	16%	0%
				n	160	41	0
Action du mercredi (L')	Joliette/St Gabriel-de-Brandon	83 131	200	Absolu	69 775	13 356	0
				%-Pop	84%	16%	0%
				n	159	41	0
Action Week-end (L')	Joliette	78 253	201	Absolu	63 389	14 865	0
				%-Pop	81%	19%	0%
				n	152	49	0
Actuel (L')	Loretteville/Vanier/DuBerger	96 479	200	Absolu	77 292	19 187	0
				%-Pop	80%	20%	0%
				n	149	51	0
Appel (L')	Québec (Ste-Foy)	139 005	200	Absolu	110 593	28 094	319
				%-Pop	80%	20%	0%
				n	151	48	1

POUR UTILISER PLANHEBDO,
RENDEZ-VOUS SUR
www.hebdos.com/plan

LA SITUATION DES MÉDIAS « TRADITIONNELS »

Baisse généralisée de l'audience



*Les médias sont entrés dans une Ère
de changements importants.*

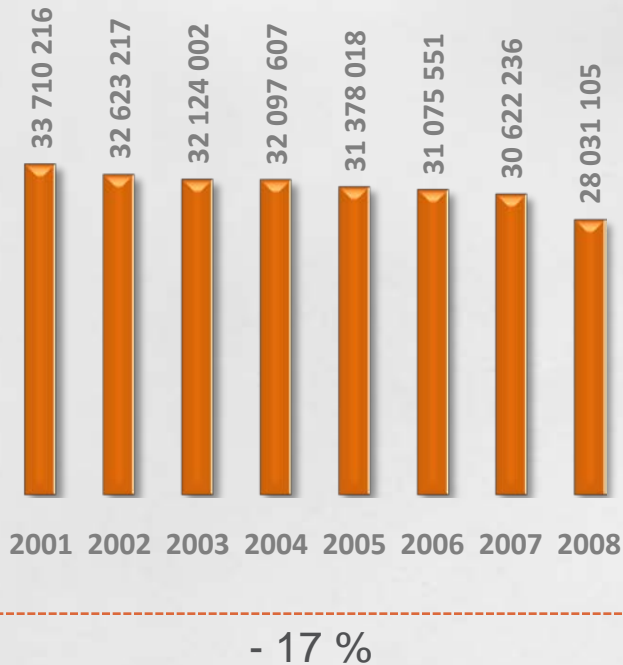
*Les heures d'écoute per capita de la
radio et de la télévision déclinent.
Parallèlement, le lectorat des
quotidiens et des magazines diminue.*

*Comment se positionne la presse
hebdomadaire locale dans cet univers
en pleine mutation?*



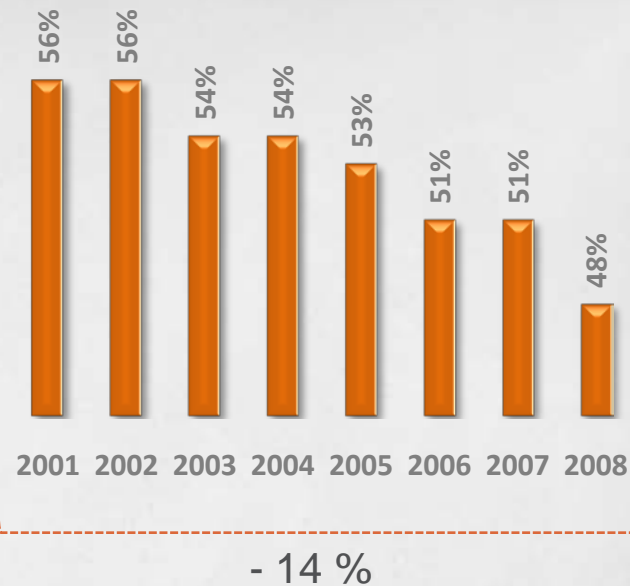
LES QUOTIDIENS : BAISSÉ DU TIRAGE ET DU LECTORAT

Tirage hebdomadaire des quotidiens - Canada



Lectorat des quotidiens - Canada - A18+

(Lu hier, édition lu-ve)



LE LECTEUR EST ENGAGÉ, PEU IMPORTE SI LA PUBLICATION EST GRATUITE OU NON

Tendance mondiale vers la gratuité de l'information provoquée par internet et les journaux gratuits



QUOTIDIENS GRATUITS : 1,4 MILLION DE COPIES PAR JOUR !

Toronto

Metro	278 015
24 Hours	270 999
	<hr/>
	549 014

Vancouver

Metro	140 000
24 Hours	125 940
	<hr/>
	265 940

Calgary

Metro	55 000
24 Hours	50 000
Rush Hour	10 000
	<hr/>
	115 000

Montréal

Metro	142 925
24 Hours	145 016
	<hr/>
	287 941

Ottawa

Metro	50 000
24 Hours	35 085
	<hr/>
	85 085

Edmonton

Metro	55 000
24 Hours	38 375
Rush Hour	10 000
	<hr/>
	103 375



LA RADIO, 2^e MÉDIA LOCAL
APRÈS LES HEBDOS, VOIT SES
HEURES D'ÉCOUTE DIMINUER

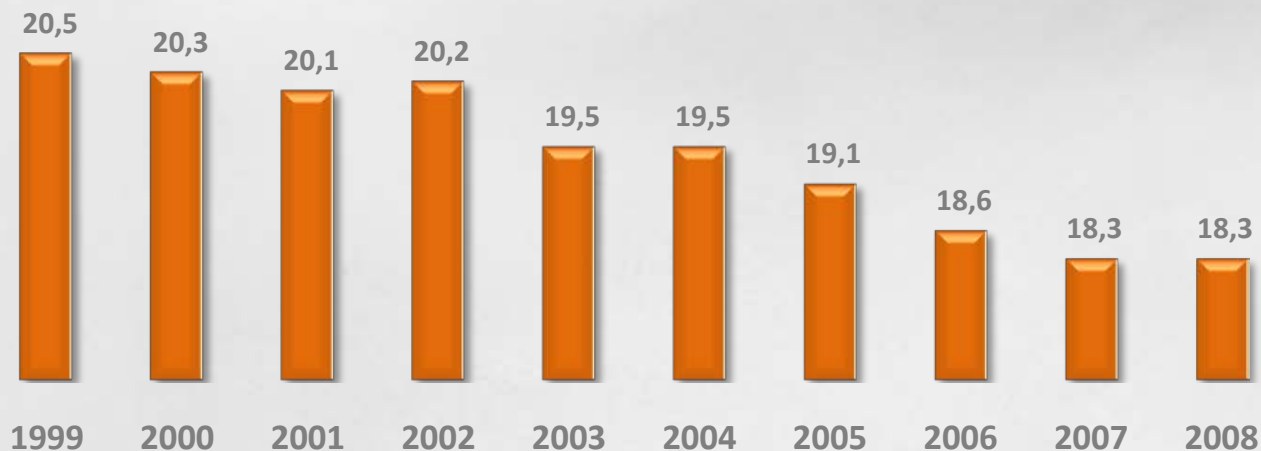


DIMINUTION GRADUELLE DE L'ÉCOUTE DE LA RADIO

Heures d'écoute par personne – Canada

Tous 12 ans + / Sondage automne

Variation 2008 / 1999 = - 11 %



Baisse marquée de 36 %
chez les adolescents
et de 24 % chez les 18-24 ans.

	1999	2008
12-17 ans	11,3	7,2
18-24 ans	17,3	13,1

LA TÉLÉVISION VOIT AUSSI
SES HEURES PER CAPITA
CHUTER BRUTALEMENT



L'ÉCOUTE GÉNÉRALE CHUTE DE 17 %

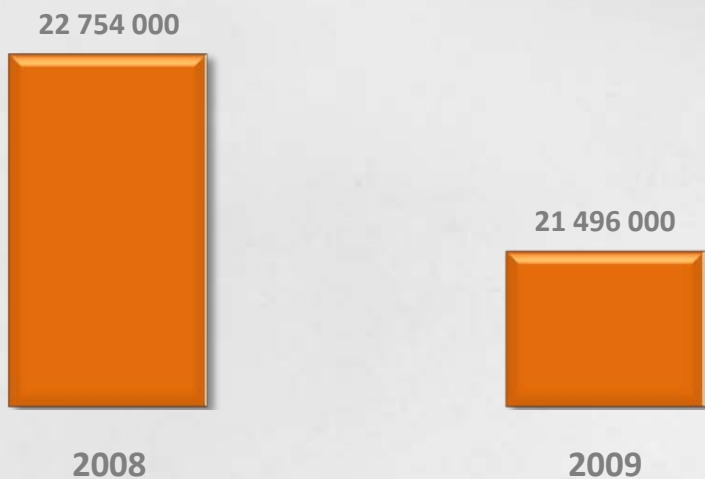
Évolution des heures moyennes d'écoute hebdomadaire de la télé (per capita) au Canada - 1995 à 2008



Chez les plus jeunes (12-17 ans), la baisse atteint 41 %. C'est plus du double de la baisse globale de 17 % chez les 2 ans +.

LE LECTORAT DES MAGAZINES QUÉBÉCOIS EN BAISSÉ DE 5,5 %

Impressions totales – 2009 comparativement à 2008

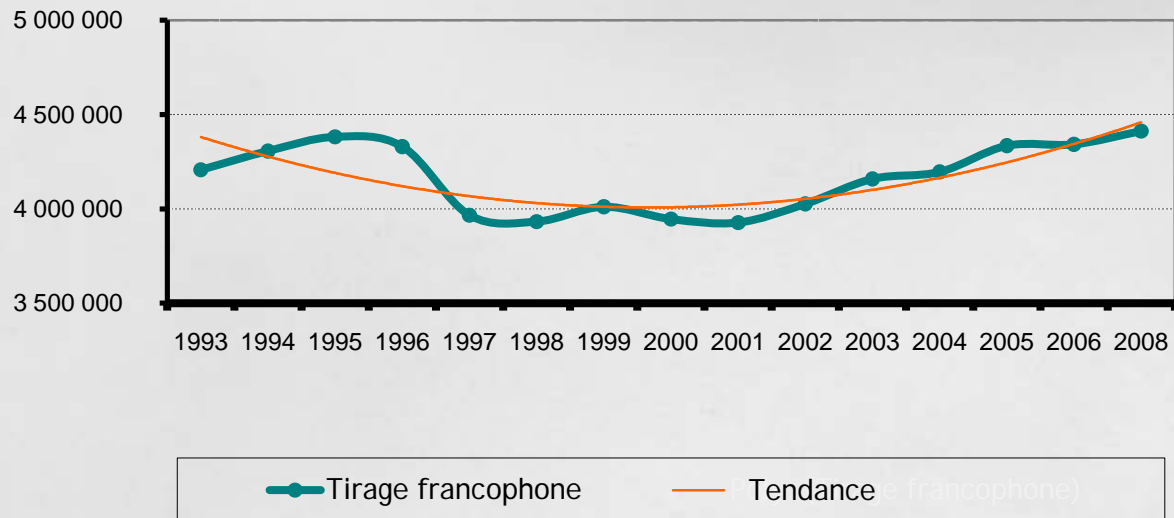


ET QU'EN EST-IL
DES HEBDOS ?



UNE INDUSTRIE QUI CROÎT TOUJOURS

Tirage francophone de la presse hebdomadaire au Québec



LE TIRAGE EN HAUSSE DE 23 % DEPUIS 2004

Variation du tirage des hebdos au Québec

2011 / 2004



LE TIRAGE EN HAUSSE DE 18 % DANS LA DERNIÈRE ANNÉE

Variation du tirage des hebdos au Québec

2010 / 2011

En 12 mois, le tirage total a cru de 806 000 copies.



COMMENT EXPLIQUER CETTE CROISSANCE EXCEPTIONNELLE?

- **Le public recherche avant tout une nouvelle de proximité**

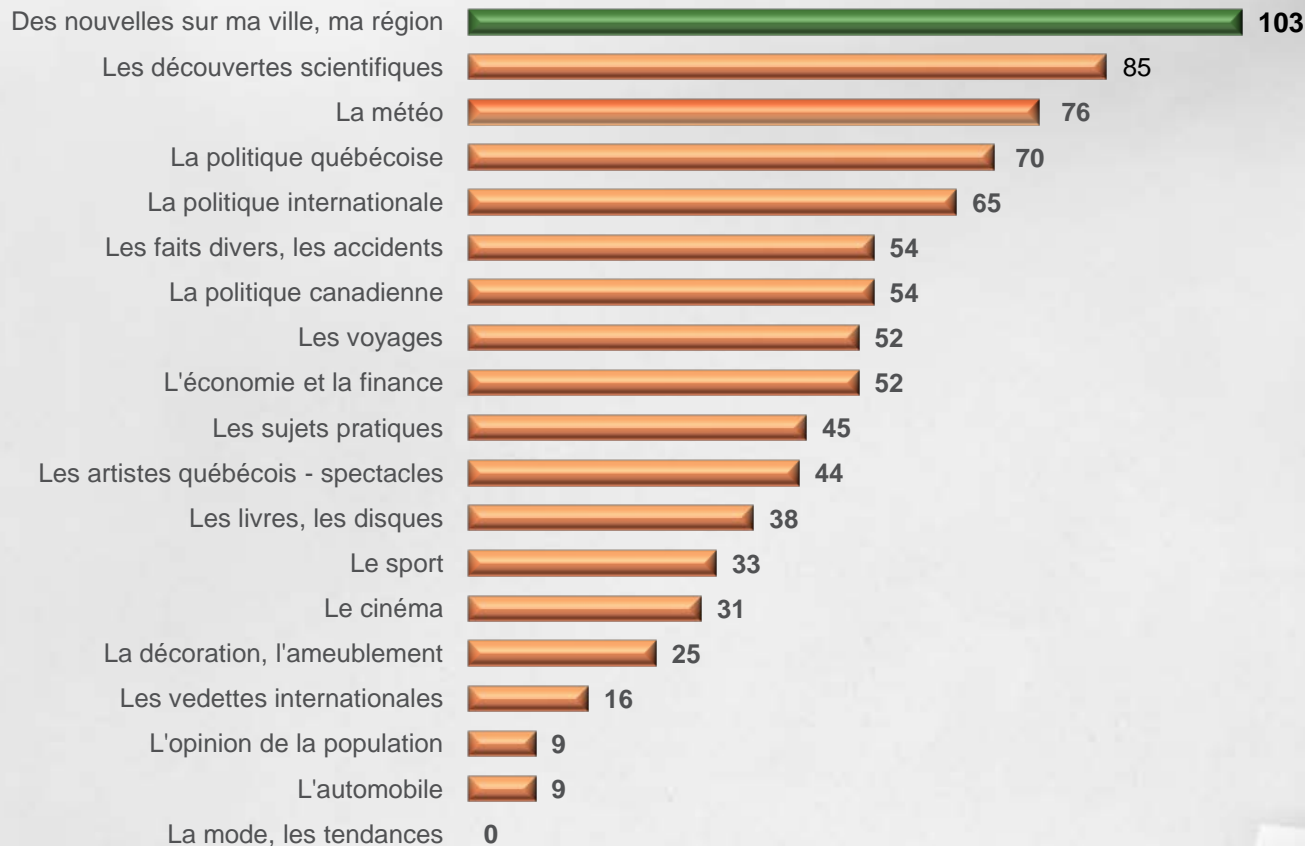


Selon une enquête récente du
Centre d'études sur les médias,
le public recherche avant tout de
l'information sur sa ville et sa
région



LE PUBLIC RECHERCHE AVANT TOUT L'INFORMATION LOCALE

- Degré d'intérêt pour différents sujets dans le domaine de l'information en général (score)



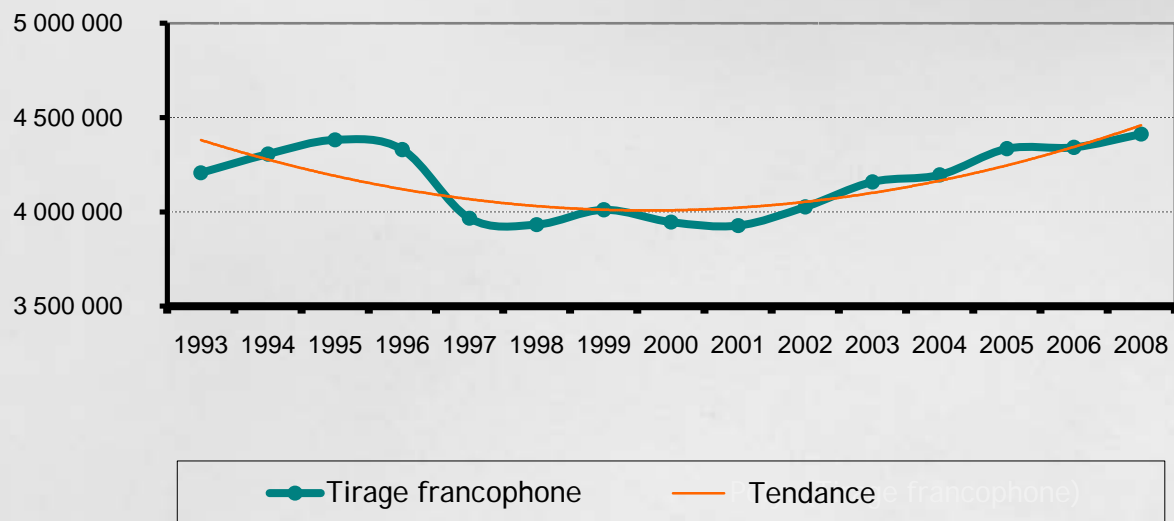
COMMENT EXPLIQUER CETTE CROISSANCE EXCEPTIONNELLE?

- **Le public recherche avant tout une nouvelle de proximité**
- **Le retour du balancier: de l'international au local**
- **Fin d'une entente tacite entre les deux grands**
- **Le boom immobilier**



UNE INDUSTRIE QUI CROÎT TOUJOURS

Tirage francophone de la presse hebdomadaire au Québec



Alors que la plupart des médias voient leur audience diminuer, le lectorat des hebdomadaires locaux demeure vigoureux.



RÉSULTATS DE L'ÉTUDE STATHEBDO 2010

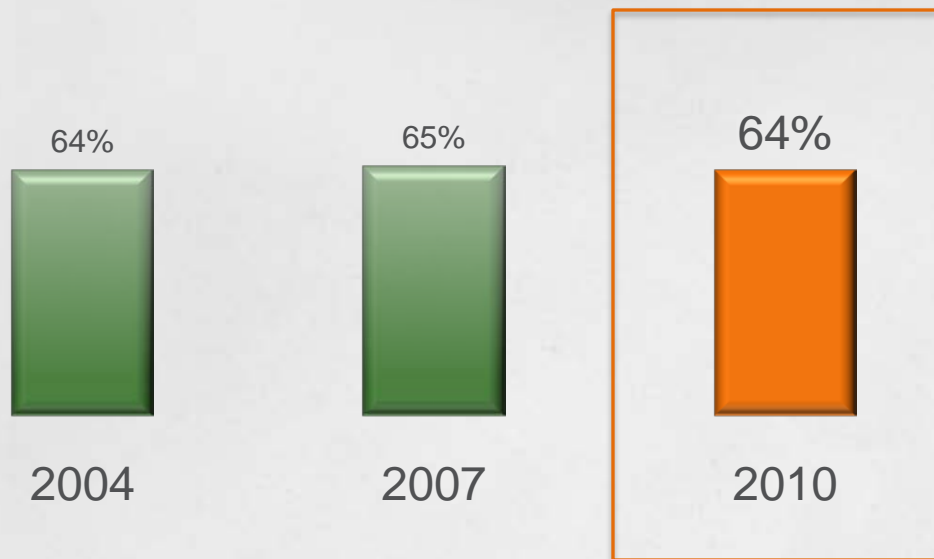
La portée des journaux locaux demeure élevée



LE LECTORAT DES HEBDOS DEMEURE VIGOUREUX

Taux de lecture hebdomadaire (%)

Total des 17 régions administratives - Québec



3 530 000 lecteurs par semaine

Soit **19 000** lecteurs de plus qu'en 2007!



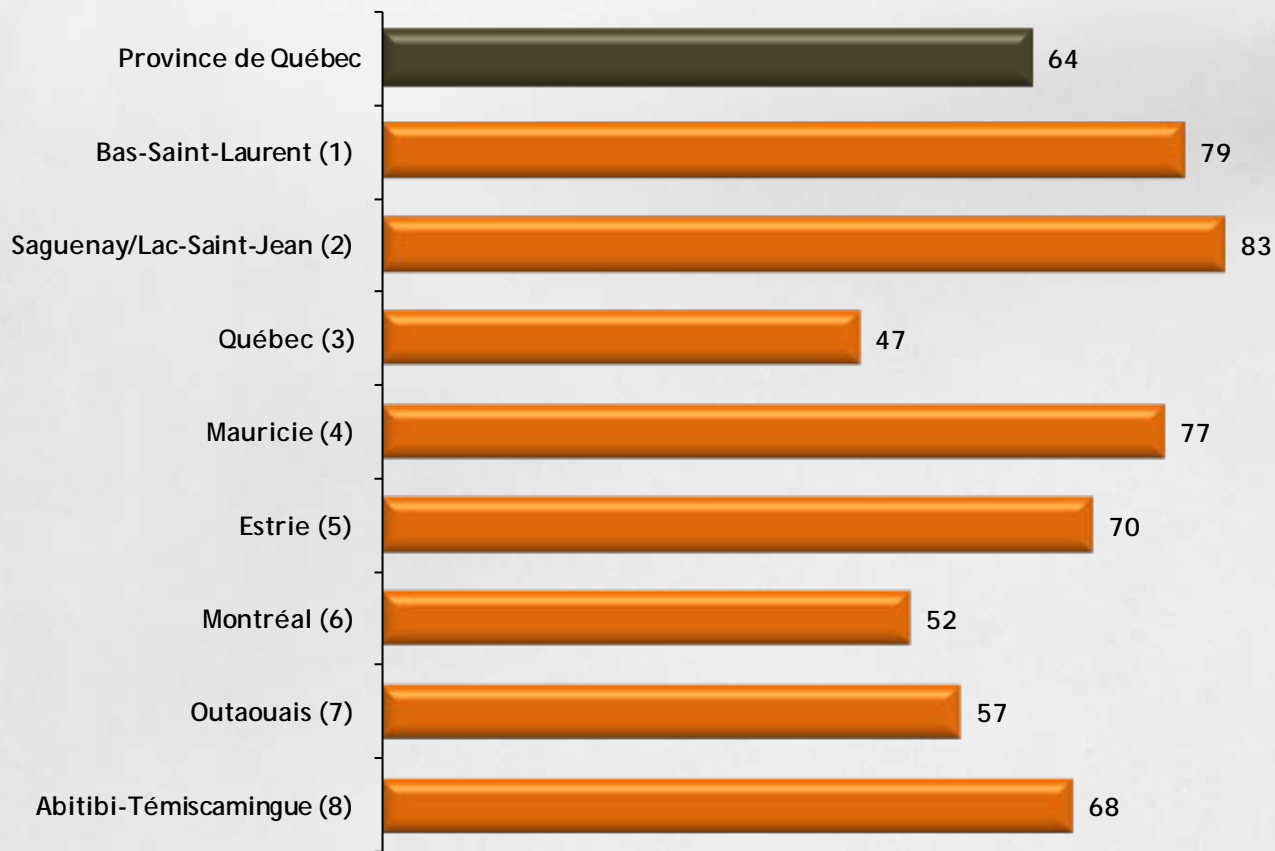
4 412 000 lecteurs par **mois**

Soit **90 000** de plus qu'en 2007 !



LE LECTORAT* DES HEBDOS EST ÉLEVÉ PARTOUT AU QUÉBEC

Taux de lecture (%) par région administrative



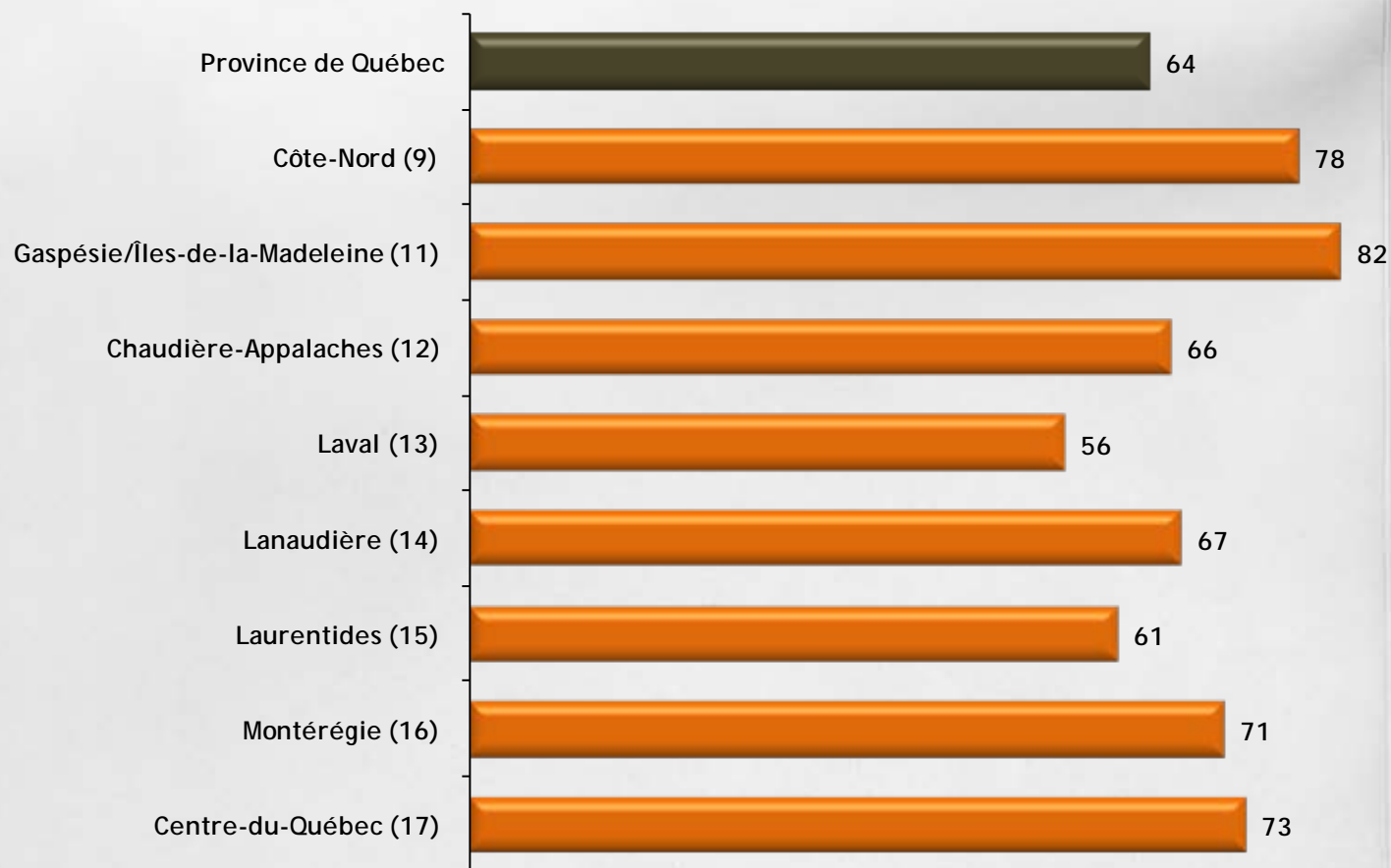
Source : StatHebdo 2010.

* Lu dernière semaine.



LE LECTORAT* DES HEBDOS EST ÉLEVÉ PARTOUT AU QUÉBEC

Taux de lecture (%) par région administrative



Source : StatHebdo 2010.

* Lu dernière semaine.



LE LECTORAT DES HEBDOS DÉPASSE DE LOIN CELUI DES QUOTIDIENS



STATHEBDO MESURE AUSSI LE LECTORAT DES QUOTIDIENS

Taux de lecture (%) des hebdos et des quotidiens

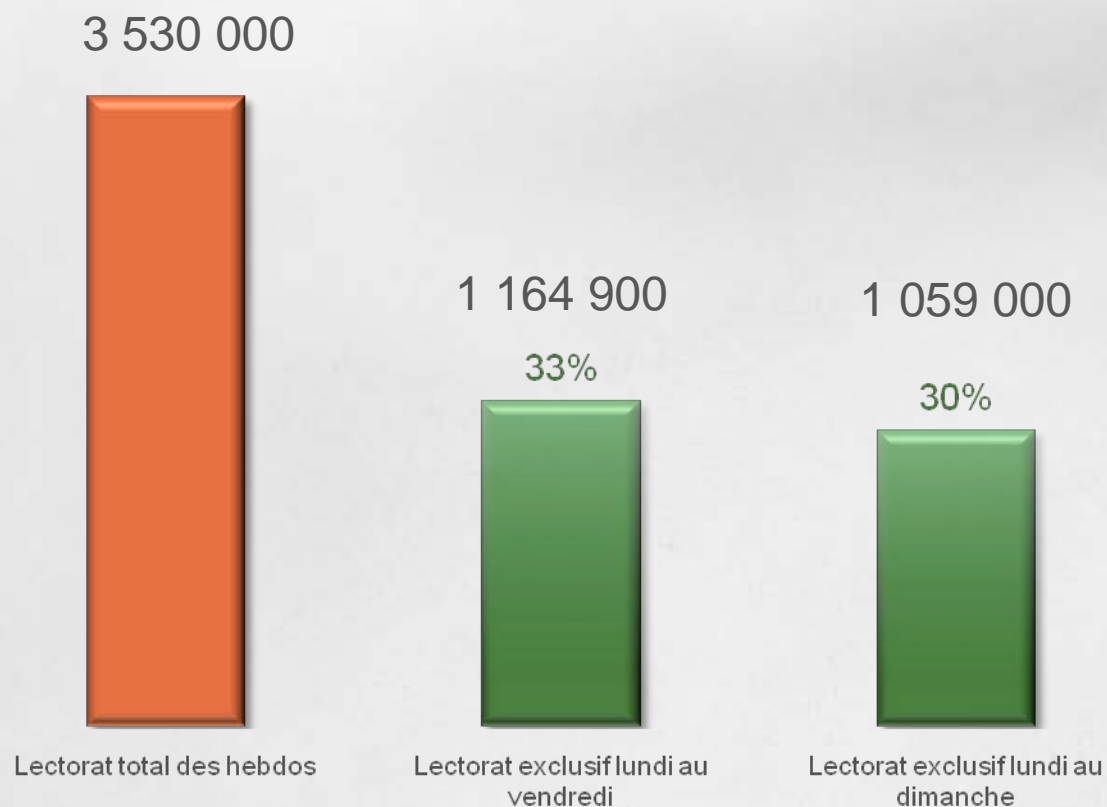
Région	Hebdos			Quotidiens *				
	Semaine	Mois	3 mois	La Presse	Journal de Montréal	Le Soleil	Journal de Québec	Autre **
Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine	82%	90%	91%			3%	8%	
Côte-Nord	78%	86%	88%			6%	17%	
Bas-Saint-Laurent	79%	89%	90%			8%	15%	
Chaudière-Appalaches	66%	83%	86%			20%	26%	
Centre-du-Québec	73%	83%	85%	7%	21%			
Saguenay/Lac-Saint-Jean	83%	90%	92%				10%	
Mauricie	77%	88%	90%		13%			
Nord-du-Québec	78%	87%	87%					
Lanaudière	67%	82%	85%	10%	30%			
Montérégie	71%	83%	86%	16%	25%			
Estrie	70%	83%	85%		9%			
Abitibi-Témiscamingue	68%	84%	87%		9%			
Laurentides	61%	77%	80%	12%	22%			
Outaouais	57%	69%	71%		9%			
Québec	47%	66%	70%			26%	32%	
Laval	56%	76%	80%	22%	32%			
Montréal	52%	68%	73%	21%	19%			
Province de Québec	64%	79%	82%	10%	15%	4%	6%	

* Quotidien lu hier, lundi au vendredi. ** Pour accéder aux données des autres quotidiens de la province, incluant Metro et 24 Heures, visitez le www.hebdos.com/plan.

Source : StatHebdo 2010



UN MILLION DE LECTEURS DE JOURNAUX LOCAUX NE LISENT PAS LES QUOTIDIENS* !



Source: StatHebdo 2010. * Les nombres absolus sont calculés sur 3 530 000 lecteurs. 1 164 900 lecteurs d'hebdos ne lisent pas les quotidiens entre le lundi et le vendredi et 1 059 000 lecteurs d'hebdos ne lisent pas du tout de quotidiens.



LES LECTEURS DE LA PRESSE HEBDOMADAIRE SONT FIDÈLES



UN LECTEUR PARTICULIÈREMENT FIDÈLE

Nombre d'éditions lues par mois

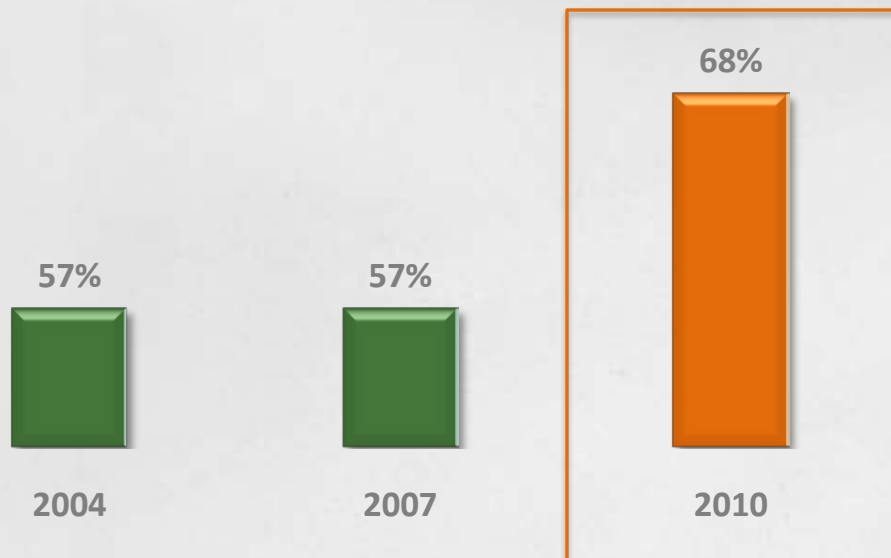


Moyenne : 3,2 exemplaires par mois.



LE SEUL MÉDIA CONSULTÉ AUSSI POUR LA PUBLICITÉ !

Consulte la publicité dans l'hebdo pour planifier ses achats
(régul. / occ.)



LA FORCE DE LA PRESSE HEBDOMADAIRE :

Maximiser le rendement par dollar investi



UN LECTEUR À PROXIMITÉ DU POINT DE VENTE

Distance parcourue pour les achats courants



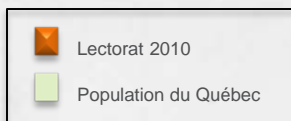
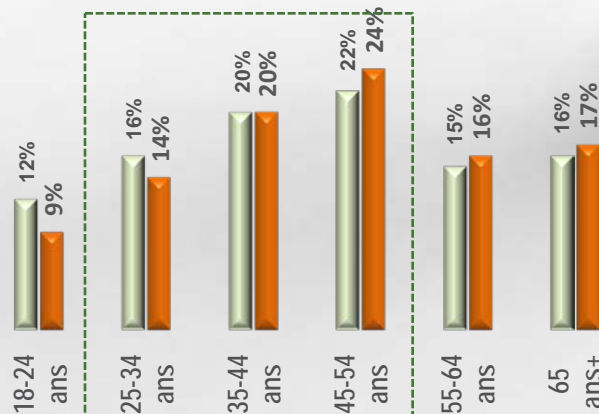
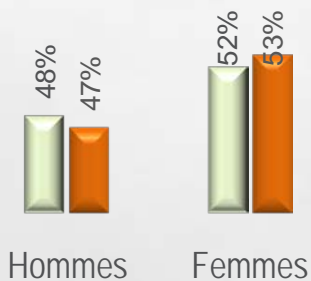
Distance séparant le domicile et les commerces visités

LE PROFIL DE NOS LECTEURS
EST ALIGNÉ SUR CELUI DE LA
POPULATION DU QUÉBEC



LE PROFIL DE NOS LECTEURS EST ALIGNÉ SUR CELUI DE LA POPULATION DU QUÉBEC!

58 % de nos lecteurs sont âgés entre 25 et 54 ans



Source : StatHebdo 2010.



LES LECTEURS DU JOURNAL PAPIER ET SON PENDANT INTERNET NE SONT PAS LES-MÊMES.

Il s'agit d'une véritable valeur ajoutée pour l'annonceur car l'addition du Web à une annonce dans le journal accroît la portée de la campagne!

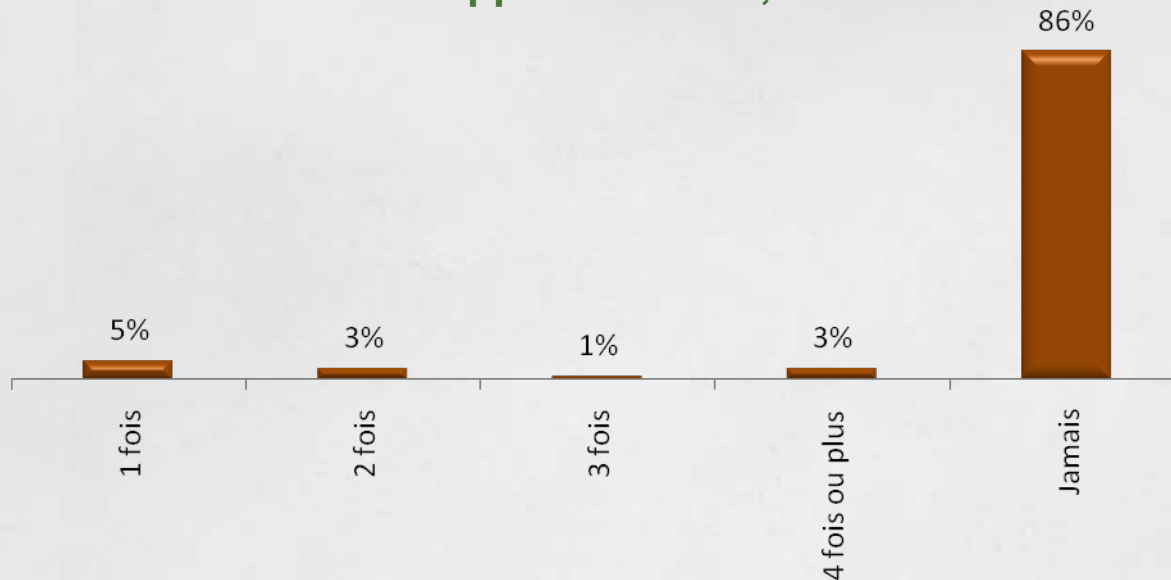


AU COURS DU DERNIER MOIS, COMBIEN DE FOIS AVEZ-VOUS CONSULTÉ LE SITE INTERNET DU JOURNAL ?

Province de Québec

2,2 visites en moyenne par mois

Cote d'appréciation : 7,3 / 10

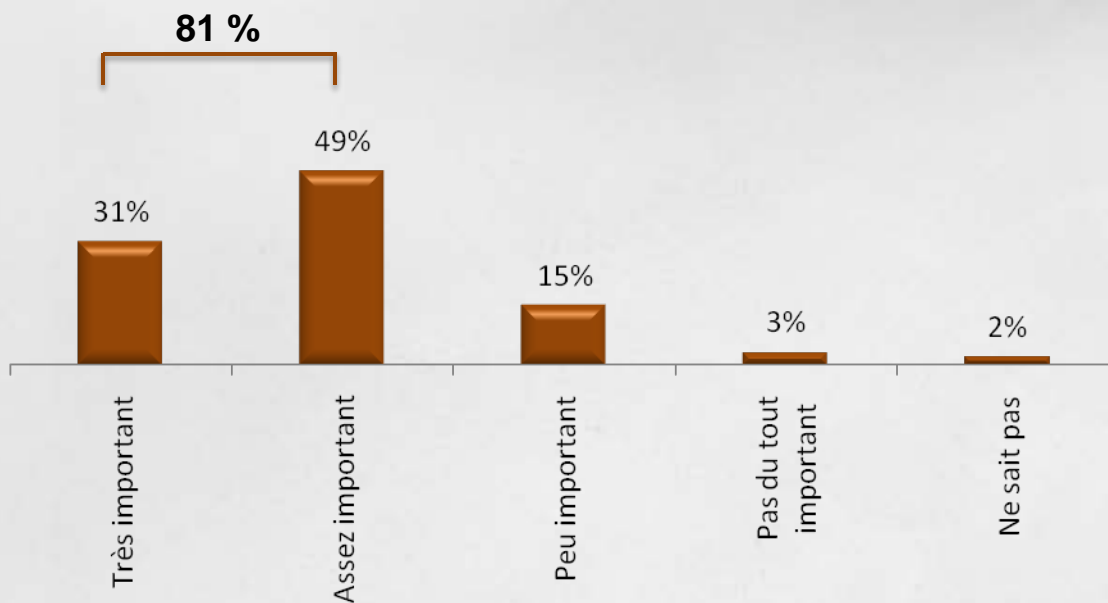


NOS LECTEURS FONT
PREUVE D'UNE GRANDE
CONSCIENCE SOCIALE



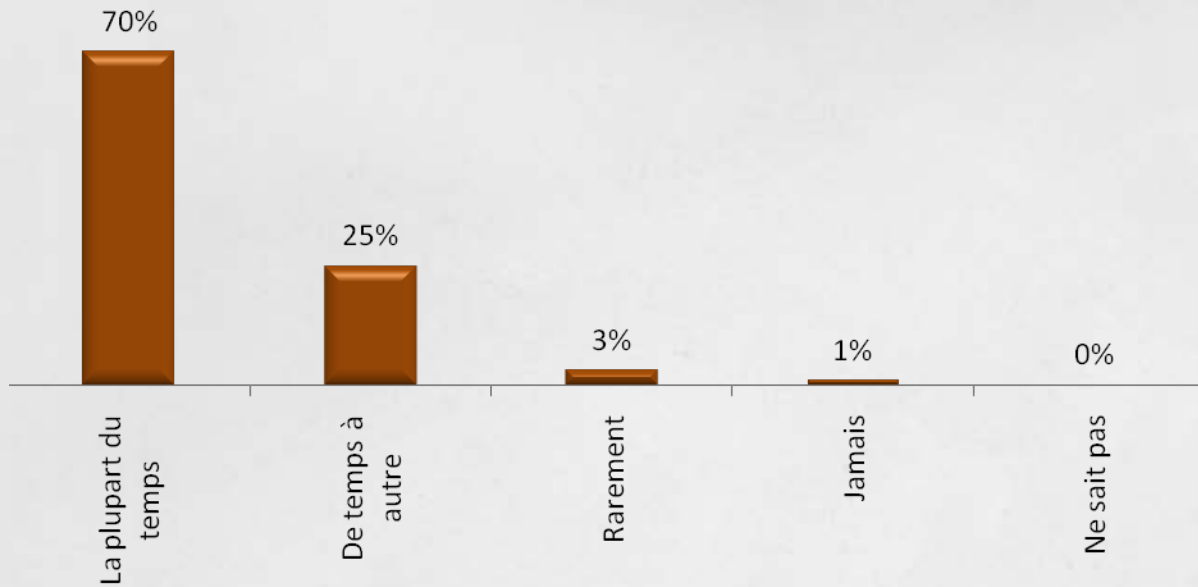
DANS QUELLE MESURE EST-CE IMPORTANT POUR VOUS D'ENCOURAGER VOS DÉTAILLANTS LOCAUX INDÉPENDANTS LORSQUE VOUS FAITES DES ACHATS ?

Province de Québec



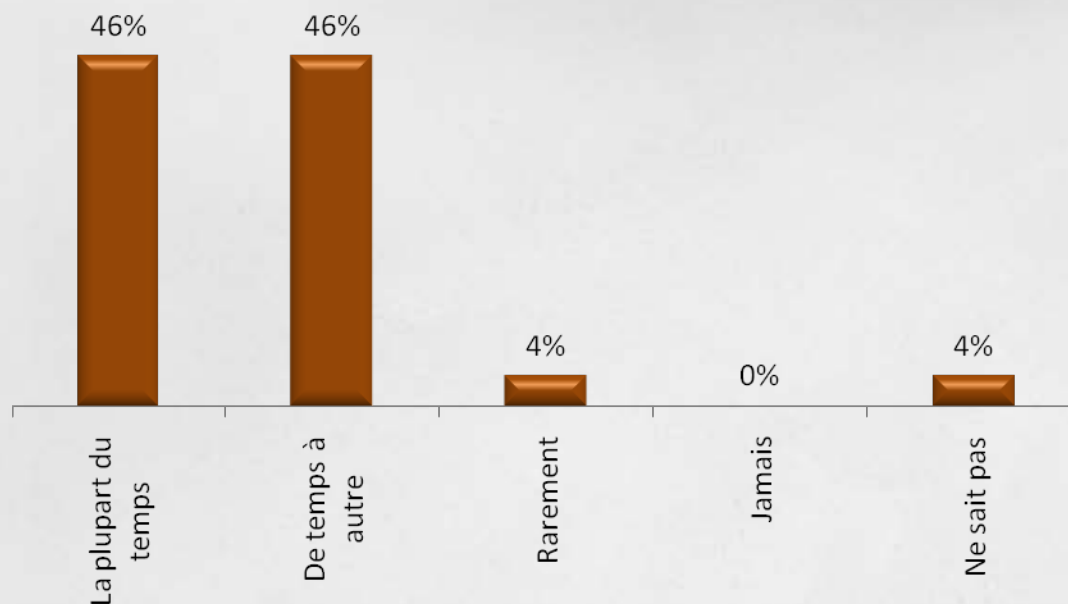
À QUELLE FRÉQUENCE EFFECTUEZ-VOUS DES ACHATS CHEZ DES DÉTAILLANTS SITUÉS À PROXIMITÉ DE VOTRE LIEU DE RÉSIDENCE ?

Province de Québec



SI VOUS PENSEZ AUX ACHATS QUE VOUS EFFECTUEZ AU COURS D'UN MOIS DONNÉ, DANS QUELLE MESURE ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS LOCAUX OU EN PROVENANCE DU QUÉBEC ?

Province de Québec



10 RAISONS DE CHOISIR LES HEBDOS



POURQUOI CHOISIR LES HEBDOS ?

1. Parce qu'une seule insertion dans les hebdos membres d'Hebdos Québec rejoint **64 %** de la population, soit près de **3,6 millions personnes toutes les semaines**.
2. Parce que la **fidélité** des lecteurs est au rendez-vous avec 3,2 éditions lues en moyenne par mois.
3. Parce que l'hebdo rejoint **plus d'un million de lecteurs** qui ne consultent jamais un quotidien sur semaine.
4. Pour sa capacité de ciblage précis basé sur la **géographie du territoire** ou sur les **intentions d'achat** des lecteurs.
5. Parce que 68 % de la population effectue ses achats courants à moins de 5 km de son domicile, l'annonceur qui choisit les hebdos **limite les pertes** engendrées par le débordement observé en radio, en télévision et dans les quotidiens.
6. Parce que l'hebdo bénéficie d'un **coût par mille très efficace** à cause de son **débordement minimal**, l'annonceur paie pour de véritables consommateurs potentiels.
7. Pour sa **pertinence**, puisque l'hebdo rapporte des nouvelles qui émanent du milieu de vie des lecteurs.
8. Parce que l'hebdo est le seul média à la fois consulté pour son contenu **éditorial** et pour sa **publicité**.
9. Parce qu'il s'agit du seul média «traditionnel» **en croissance**, l'hebdo rejoint efficacement l'audience espérée.
10. Parce que l'hebdo donne une **saveur locale** à une **marque nationale**.

www.hebdos.com

Pour tout savoir sur l'industrie de la presse hebdomadaire



Une association de 150 journaux

