

CONSOMMEZ PRÈS DE CHEZ VOUS

Soutenez l'économie locale... de votre assiette à votre journal!

 News Media Canada
Médias d'Info Canada





« À un moment où les Canadiens font preuve d'un patriotisme tout à fait justifié et soutiennent leur équipe nationale, le gouvernement du Canada devrait faire de la publicité au Canada, plutôt que d'investir des dollars aux États-Unis. »

Paul Deegan
Président et chef de la direction
Médias d'Info Canada



LES ADULTES CANADIENS LISENT LES JOURNAUX



86 % des adultes au Canada
lisent des journaux chaque
semaine dans des formats
traditionnels ou en ligne.



LES ADULTES CANADIENS LISENT DES JOURNAUX SUR PLUSIEURS SUPPORTS

Plus de la moitié des Canadiens (**54 %**) peuvent être rejoints par la publicité en **format traditionnel***.



Format imprimé + éditions électroniques
(répliques numériques PDF de journaux imprimés)

Près de six sur dix adultes (**57 %**) sont rejoints par la publicité en **format en ligne****.



Contenu numérique et articles publiés sur des sites web/applications (éditions électroniques non comprises)

Source : Totum Research, Canadiens de 18 ans et plus, janvier 2025; n = 2418

*Format traditionnel : format imprimé + édition électronique (réplique numérique en format PDF ou journal électronique)

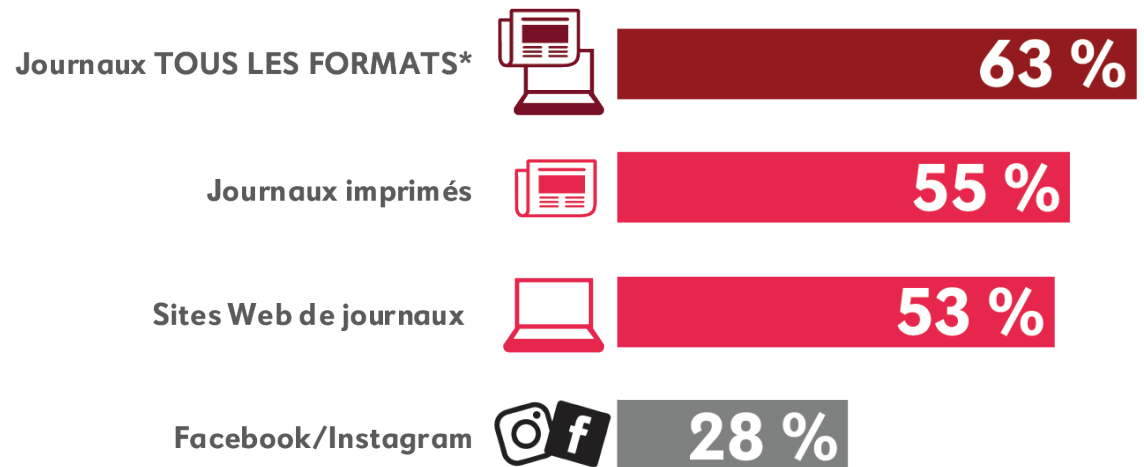
**Format en ligne : contenus/articles publiés sur des sites web ou dans des applications uniquement



LES ADULTES FONT PLUS CONFIANCE AUX ANNONCES PUBLIÉES DANS LES JOURNAUX QU'AUX ANNONCES DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

En février 2025, le Bureau du Conseil privé (BCP) a déclaré que le gouvernement jugeait « essentiel que les Canadiens reçoivent des informations crédibles sur les programmes gouvernementaux conçus pour les soutenir », lorsqu'on lui a demandé ce qui avait motivé la décision de revenir sur la politique consistant à ne pas dépenser l'argent des contribuables pour faire de la publicité sur Facebook et Instagram. [Source : CTV News]

Près des deux tiers (**63 %**) des adultes au Canada font confiance aux publicités dans les journaux, quel que soit le format. Ce chiffre contraste fortement avec les **28 %** qui font confiance aux publicités sur les plateformes Meta.



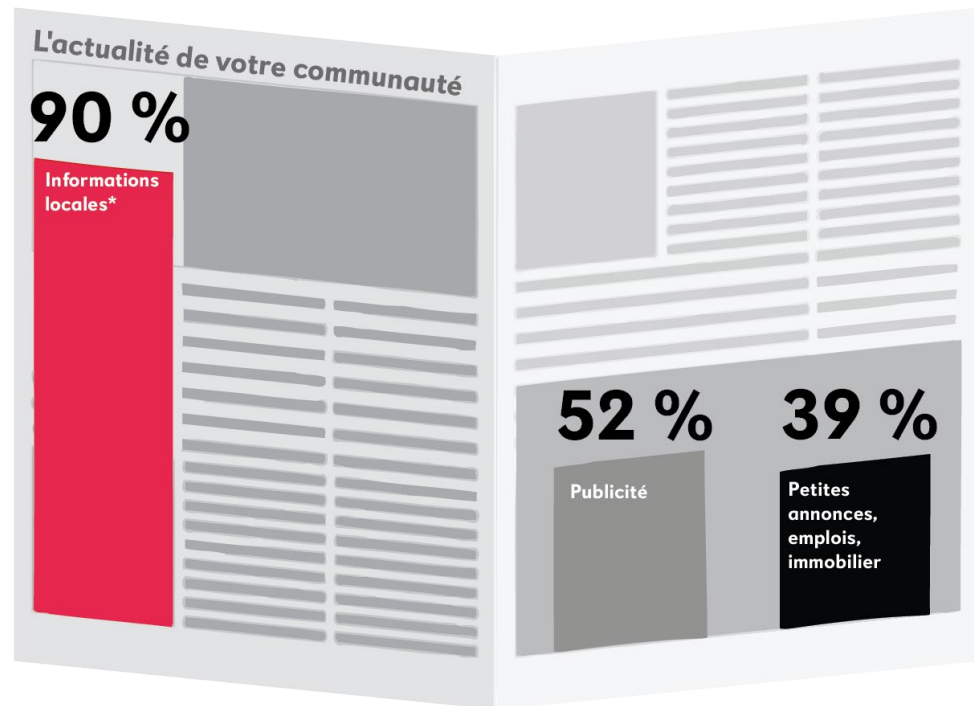
% Font entièrement / assez confiance au contenu éditorial




LES INFORMATIONS LOCALES PERMETTENT AUX LECTEURS DE RESTER EN CONTACT AVEC LEUR COMMUNAUTÉ

Chaque semaine, les journaux locaux jettent une lumière franche sur leur communauté et la renvoient à ses habitants, avec tous ses défauts. Cela signifie assister à des réunions, être souvent le seul reporter dans la salle, et poser des questions difficiles aux autorités publiques. Cela signifie célébrer les réussites et partager les peines. Cela signifie être là et être pertinent.

Neuf lecteurs de journaux locaux imprimés sur dix (**90 %**) citent l'information locale comme leur principale raison de lecture. Dans de nombreux cas, la couverture locale ne peut être trouvée nulle part ailleurs.



**LES CANADIENS
SONT
CONVAINCUS
QU'IL EST
IMPORTANT DE
SOUTENIR LES
PETITES
ENTREPRISES
POUR PRÉSERVER
LA SANTÉ DE
L'ÉCONOMIE** 

Dans les périodes fastes comme dans les périodes difficiles, les annonceurs locaux se tournent vers leurs journaux locaux pour soutenir et développer leurs activités.

Les journaux ont un engagement inébranlable à servir et à soutenir leurs lecteurs et les entreprises qui font vivre ces communautés.

**ACHETEZ LOCAL.
SAUVEZ LES
ENTREPRISES
LOCALES** 

Soutenez les entreprises locales qui assurent
la prospérité de votre communauté et de ses journaux.

ANNONCEZ   News Media Canada
Médias d'Info Canada

Plus de 8 lecteurs de journaux sur 10 (85 %) estiment qu'il est important de soutenir les annonceurs de leurs journaux locaux.





« Le journalisme local est vital pour notre démocratie. Il permet aux communautés de rester informées et connectées.

Il est plus important que jamais que les Canadiens aient accès à des informations fiables et fondées sur des faits. »

Paul Deegan
Président et chef de la direction,
Médias d'Info Canada



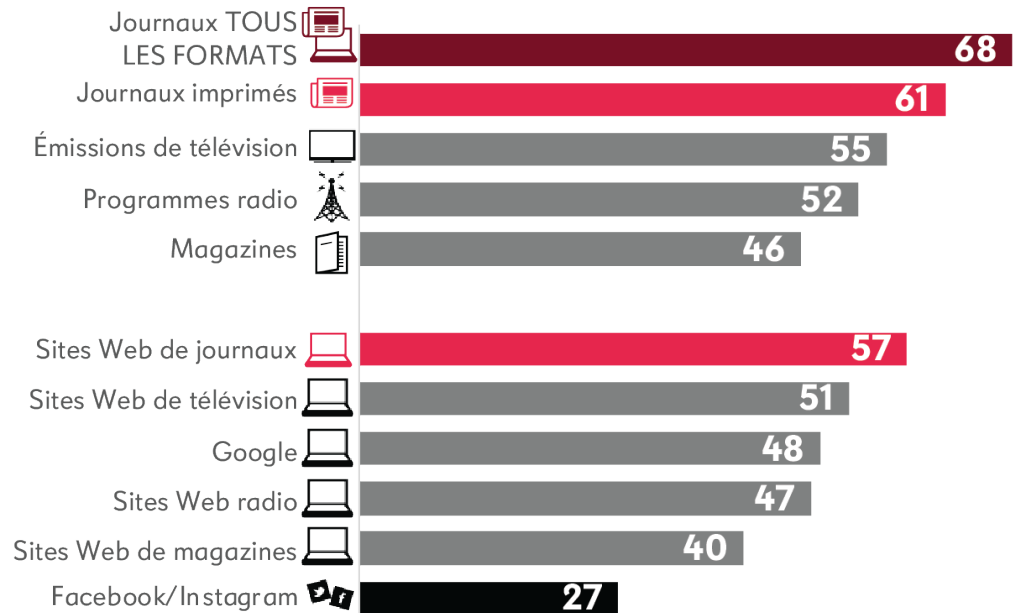
LORSQUE LES JOURNAUX LOCAUX RENDENT COMPTE DE L'ACTUALITÉ DE LA COMMUNAUTÉ, LES LECTEURS SAVENT QU'IL NE S'AGIT PAS DE RAGOTS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

68 % des Canadiens font confiance au contenu des journaux imprimés ou numériques.

Le contenu rédactionnel des journaux et de leurs produits numériques est celui qui inspire le plus confiance. Ce niveau de confiance s'étend également à la publicité, créant ainsi un espace 'sûr' pour les lecteurs et les annonceurs.

61 % des Canadiens font confiance au contenu éditorial des journaux imprimés, contre seulement **27 %** au contenu des médias sociaux (Facebook/Instagram).

La confiance dans le contenu éditorial



% Font entièrement / assez confiance au contenu éditorial





« Les nouvelles locales unissent les communautés.

Pour les villes, il s'agit de faire face aux problèmes économiques et politiques urgents, et la demande est forte.

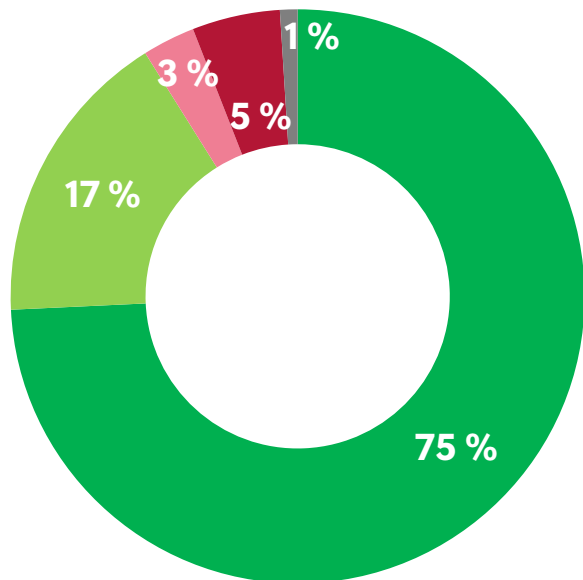
Pour nos petites communautés et nos zones rurales, il s'agit de soutenir les entreprises locales, l'éducation et les événements communautaires. »

Sarah Thompson
The Mantis Group, Toronto
Leader médiatique de l'année du CMDC 2020



L'importance d'accéder aux nouvelles provenant de sources d'information canadiennes

Q : Est-ce que le fait de pouvoir accéder aux nouvelles locales, régionales, nationales et internationales provenant de sources d'information canadiennes est important, assez important, assez peu important ou sans importance pour vous ?



■ Important ■ Assez important
■ Assez peu important ■ Sans importance
■ Je ne sais pas

9 Canadiens sur 10

affirment que le fait de pouvoir accéder aux nouvelles locales, régionales, nationales et internationales de sources d'information canadiennes est important ou assez important pour eux.





« Les études révèlent que les communautés dépourvues d'un journal qui remplit sa mission de surveillance de base, c'est-à-dire qui veille à ce que les activités du peuple soient portées à la connaissance du public, ont un taux de criminalité plus élevé, une transparence gouvernementale moindre et des taxes plus élevées.

Un élément essentiel de l'ADN d'un journal est de porter les activités gouvernementales à l'attention des citoyens-contribuables. »»

Leonard Woolsey

Président, Southern Newspapers

Éditeur, The Daily News, Galveston, TX





Conception de l'étude

Date de l'étude

Décembre 2024 -
janvier 2025

Panel en ligne

Enquête auprès de 2 418
Canadiens

Portée nationale

78 % anglais / 22 % français

Gestion de l'étude

Totum Research

Marge d'erreur

±2,0% à un niveau de
confiance de 95%

Échantillonnage représentatif à l'échelle nationale

Hommes 50 %, Femmes 50 %

18-34 : 49 %, 35-49 : 20 %, 50-64 : 21 %, 65+ : 10%

Ouest 21 %, Ontario 21 %, Québec 37 %, Atlantique 21 %

Échantillon pondéré

Hommes 50 %, Femmes 50 %

18-34 : 29 %, 35-64 : 48 %, 65+ : 23 %

Ouest 33 %, Ontario 39 %, Québec 22 %, Atlantique 6 %

