

CONSOMMEZ PRÈS DE CHEZ VOUS PENSEZ LOCAL



« 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 »

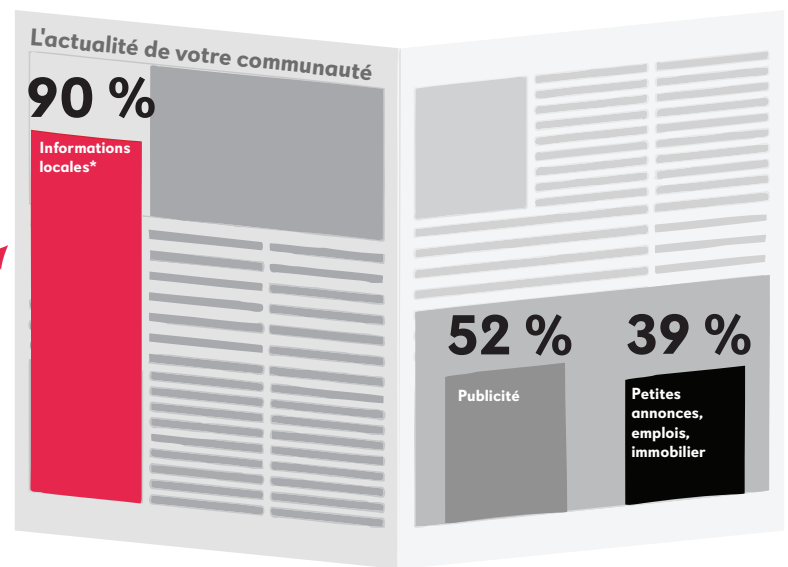


Paul Deegan

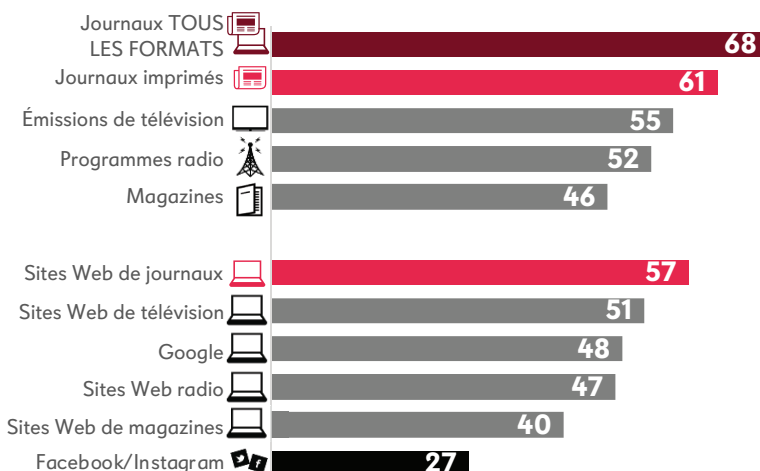
Président et chef de la direction, Médias d'Info Canada

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 (92%) 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 FONT CONFIANCE AU CONTENU DES JOURNAUX IMPRIMÉS ET NUMÉRIQUES



% Font entièrement / assez confiance au contenu éditorial

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).

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.

CONSOMMEZ PRÈS DE CHEZ VOUS PENSEZ LOCAL



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.



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

« 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

« 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. »

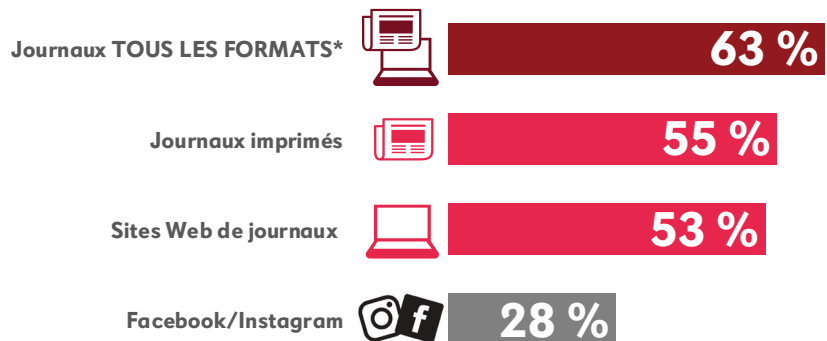
Paul Deegan
Président et chef de la direction, Médias d'Info Canada



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

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

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

Pour plus d'informations, consultez le site www.newsmediacanada.ca