



La publicité dans les journaux est efficace

L'Association canadienne des journaux, en collaboration avec la CCNA, effectuait récemment une recherche avec Ipsos Reid pour savoir ce que les Canadiens pensent des journaux et de leur publicité. La recherche a clairement démontré l'efficacité de la publicité dans les journaux!

Les Canadiens consultent leurs journaux plusieurs fois par jour

La plupart des Canadiens regardent leur journal plus d'une fois durant la journée, que ce soit pour se renseigner dans l'avant-midi et y revenir pour lire plus en profondeur plus tard, ou pour obtenir de l'information spécifique : horaire-télé, films à l'affiche, météo et plus encore.

63 % des Canadiens regardent un journal une fois ou plus par jour. Et 16 % d'entre eux y retournent deux fois ou plus dans le cours de la journée.

En ce qui a trait aux lecteurs de journaux du Canada, **25 % d'entre eux regardent un journal DEUX FOIS OU PLUS dans la journée!** Voilà un nombre important de Canadiens qui regardent leur journal deux, trois ou même quatre fois par jour.

Les journaux sont conservés plus d'une journée

On a parfois l'impression que les journaux sont lus et jetés le même jour. En fait, **62 % des lecteurs de journaux indiquent qu'ils GARDENT souvent des cahiers du journal ou même le journal en entier pour plus d'une journée.**

Le journal contient des renseignements importants qui sont utiles pour plus d'une journée (horaires des joutes sportives, listes d'activités locales, cahiers thématiques, horaires de films, annonces et une foule d'autre information fascinante et pertinente.

Les Canadiens font confiance à la publicité des journaux

La publicité n'est pas toujours appréciée ou même crue. Les journaux sont l'un des endroits où les consommateurs s'attendent à voir de la publicité et où ils l'apprécient. Et si on les compare aux autres médias, les journaux obtiennent toujours un haut pointage en matière de fiabilité quant à leur publicité. En 2010, **63 % des lecteurs de journaux canadiens ont indiqué qu'ils faisaient CONFIANCE à la publicité** véhiculée par ce média.

Les lecteurs de journaux remarquent les annonces

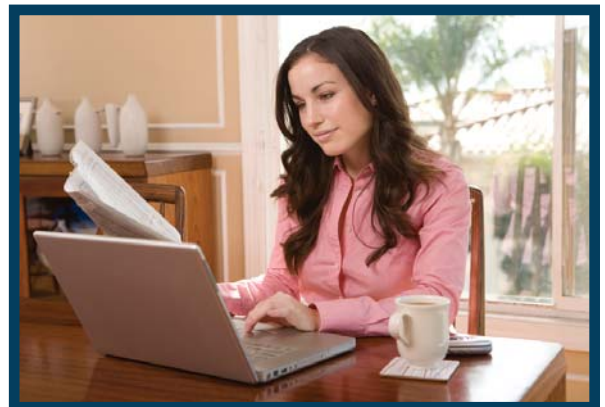
La lecture des annonces fait partie de l'expérience de la lecture d'un journal puisqu'elle permet de voir les soldes, de découvrir de nouveaux produits, de savoir ce qui arrivera sur le marché, et plus encore. En fait, **75 % des lecteurs de journaux disent REGARDER LES ANNONCES!**

La publicité des journaux amène les lecteurs à utiliser Internet

La publicité des journaux peut être très incitative. Certaines annonces incitent les lecteurs à se renseigner davantage. À l'ère du cyberspace, cela peut amener les lecteurs à utiliser Internet. Au Canada, **70 % des lecteurs de journaux sont allés EN LIGNE pour se renseigner davantage sur quelque chose qu'ils avaient VU DANS LEUR JOURNAL IMPRIMÉ.**

Les lecteurs de journaux sont aussi des acheteurs

Les journaux permettent aux annonceurs de présenter leurs produits et services aux Canadiens. Et les Canadiens le leur rendent bien car **73 % des lecteurs de journaux indiquent qu'ils ont été influencés à ACHETER un produit ou un service suite à une annonce qu'ils avaient vue dans le journal imprimé.**



Pour voir d'autres études de cas, visitez le site www.cna-acj.ca et cliquez sur le bouton Marketing

Détails de l'étude
Ipsos Reid a effectué une recherche pour le compte de l'Association canadienne des journaux
L'étude s'est déroulée entre le 5 et le 11 janvier 2010
Marge d'erreur évaluée à +/- a 3,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20

