

StatHebdo 2010

Résultats détaillés de
l'enquête sur le lectorat



Publication	Le Choix d'Antoine-Labelle
Marché	Mont-Laurier
Population 18+	29 109

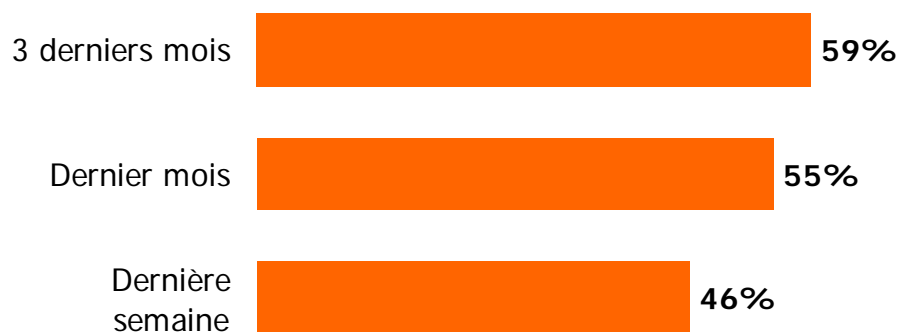


Nous reconnaissons le soutien financier du gouvernement du Canada, par l'entremise du Fonds du Canada pour les magazines (FCM), du ministère du Patrimoine canadien pour les coûts reliés à ce projet.

Taux de lecture et fidélité du lectorat

Adultes 18 ans +

Consultation de l'hebdomadaire :

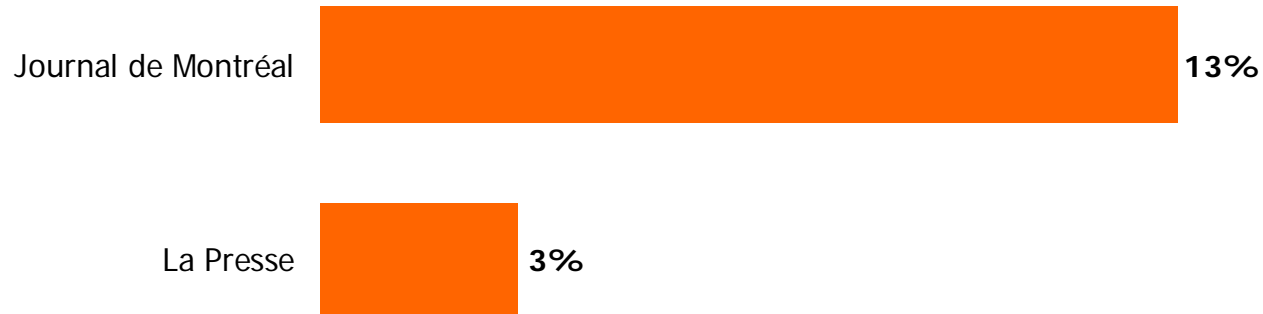


Nombre moyen de lecteurs par copie lue 1,8 lecteur (s)
Temps moyen de consultation 25,4 minutes
Appréciation de l'hebdomadaire 7,5 / 10

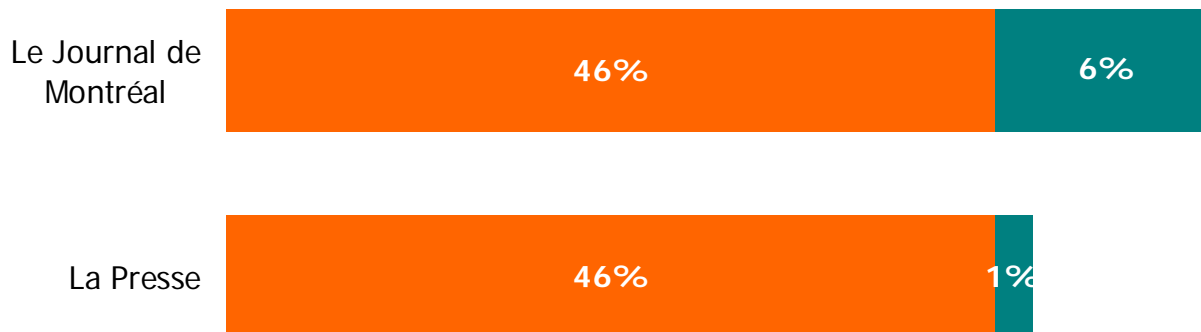
Taux de lecture et portée combinée

Adultes 18 ans +

Consultation des quotidiens (lundi-vendredi - lu hier)



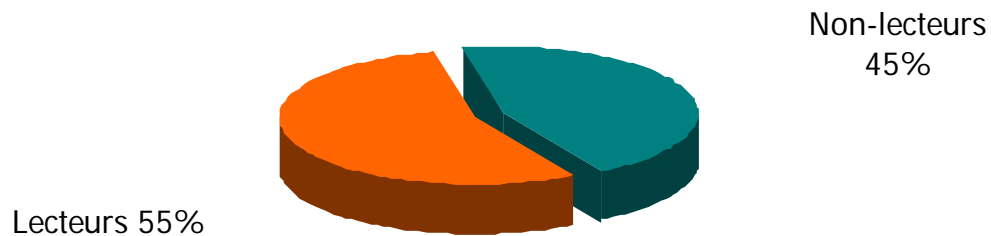
Portée combinée - hebdomadaire et quotidien (lundi-vendredi - lu hier)



Profil du lectorat

Taux de lecture & sexe

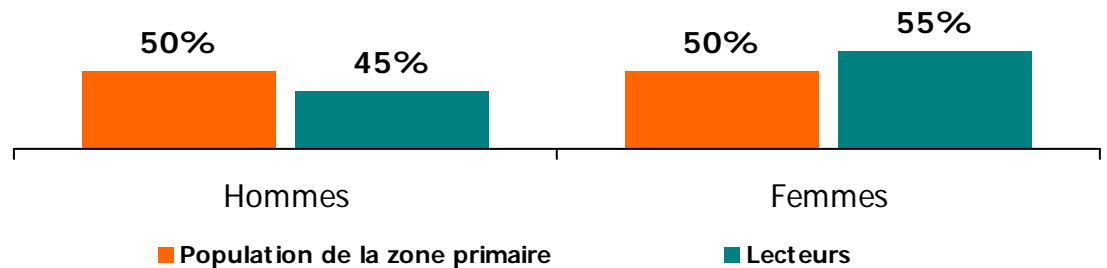
Taux de lecture



Définition d'un lecteur:

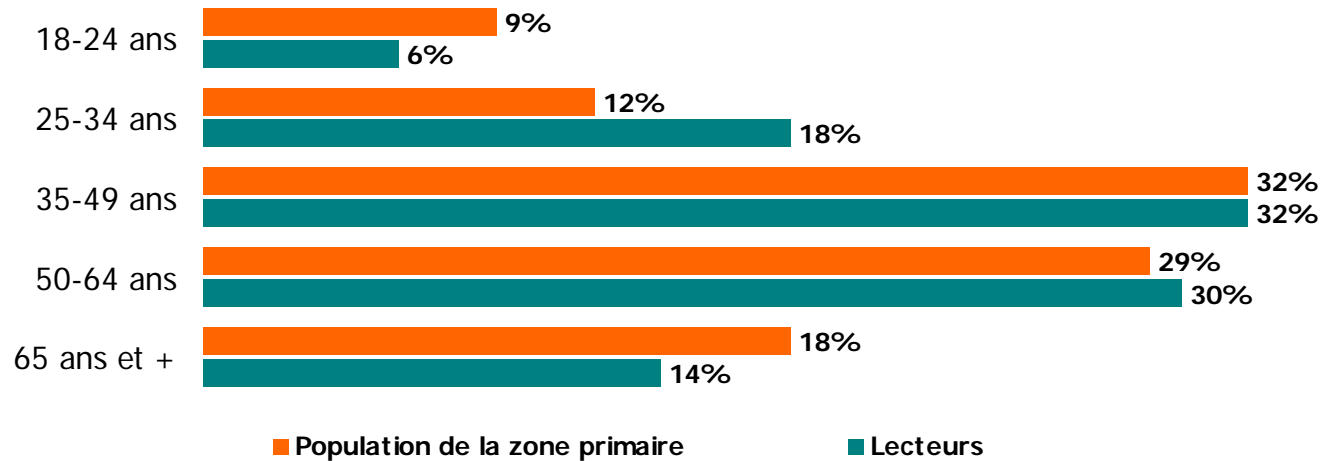
A lu ou feuilleté au moins une fois l'hebdomadaire au cours du dernier mois

SEXE (%)

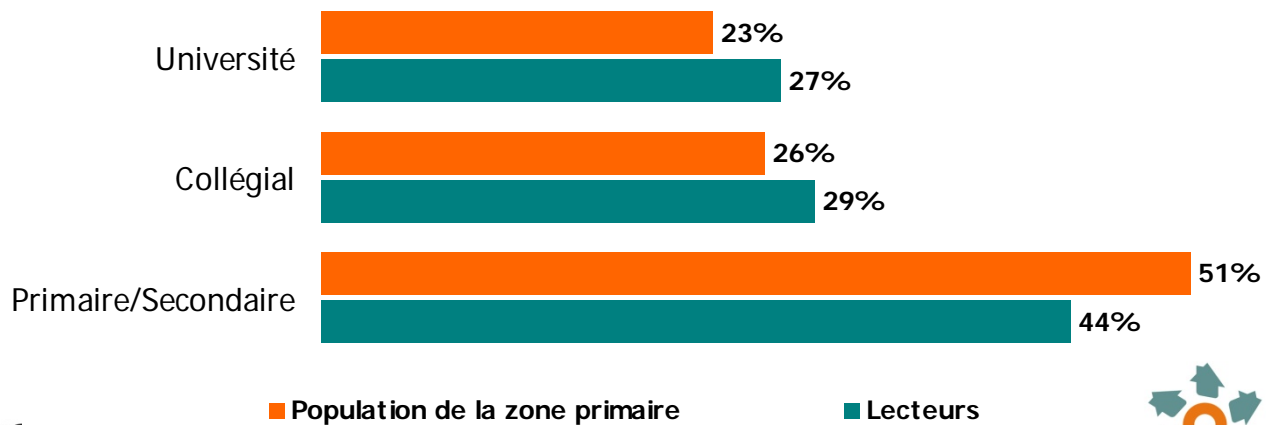


Âge et degré de scolarité

ÂGE (%)

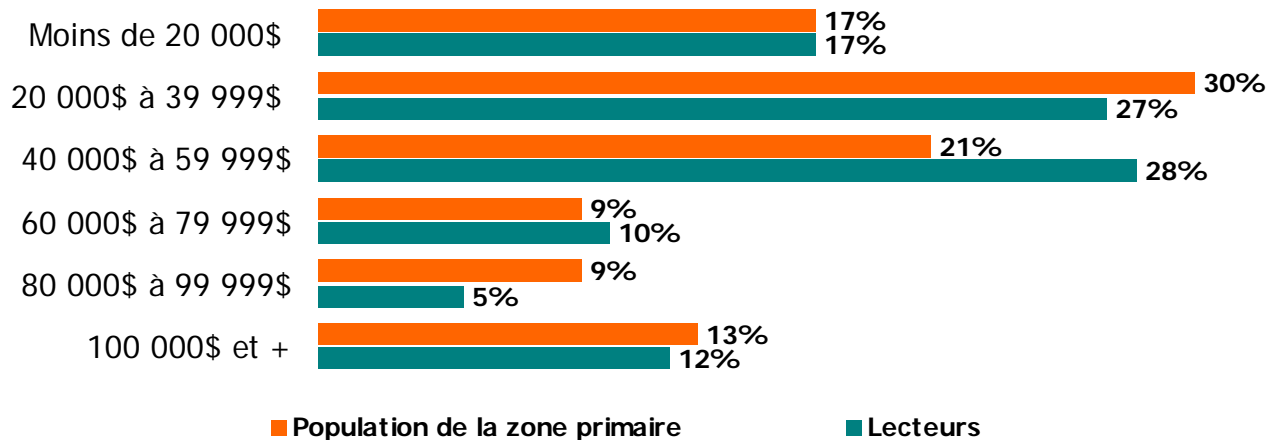


DEGRÉ DE SCOLARITÉ (%)

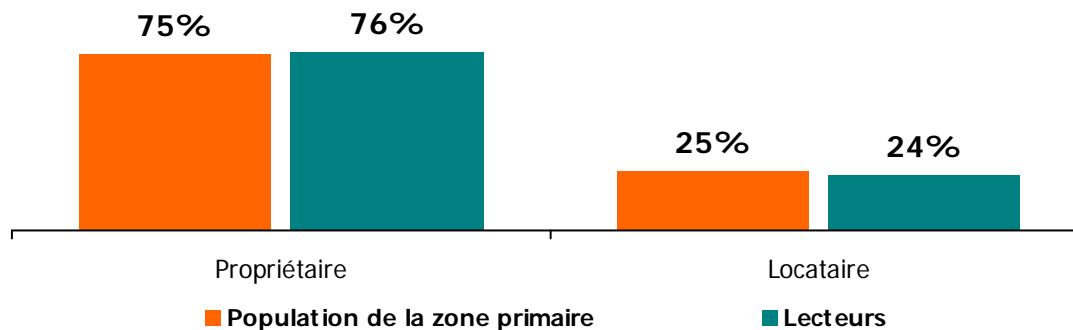


Revenu du ménage & résidence

REVENU DU MÉNAGE (%)



RÉSIDENCE (%) (principale et secondaire)



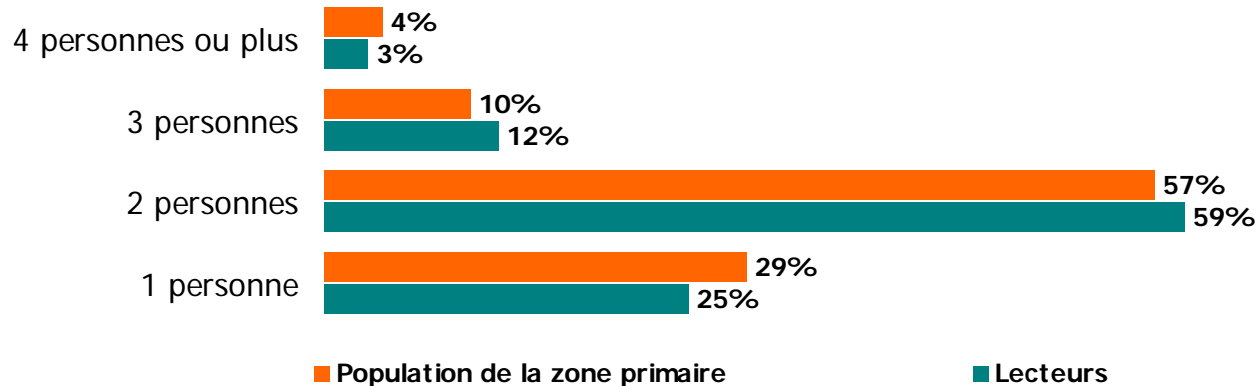
Situation professionnelle

<u>Occupation</u>	%
• Professionnel	46%
• Employé(e) de bureau / vente ou service	27%
• Travailleur manuel	15%
• Autres	12%

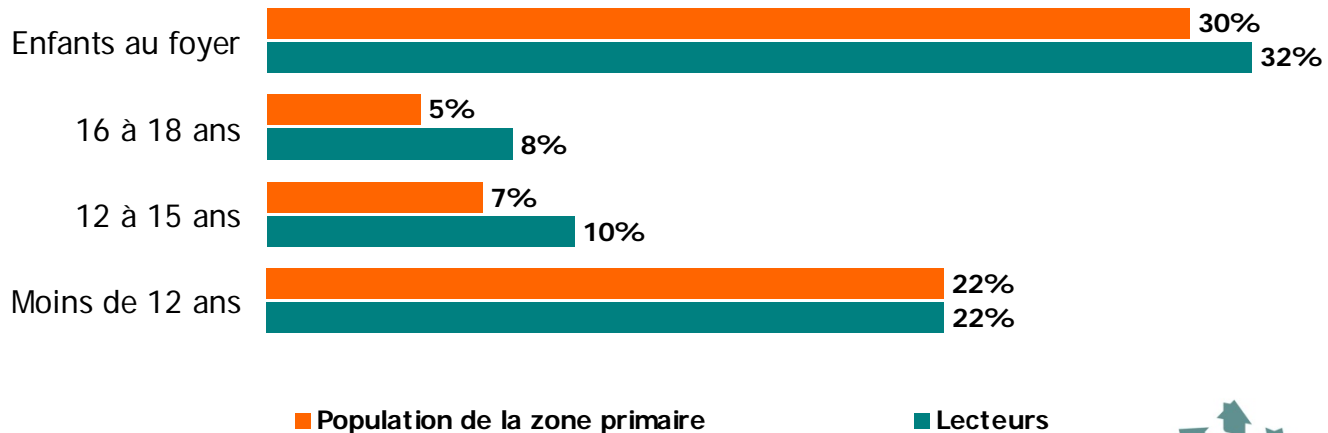
<u>Statut d'emploi actuel</u>	%
Actifs	
• Travail temps plein	44%
• Travail temps partiel / saisonnier	6%
• Chômage	4%
Inactifs	
• Maison temps plein / congé temp.	8%
• Retraité(e)	32%
• Étudiant(e)	3%
• Autres	3%

Taille du foyer & enfants

TAILLE DU FOYER (%)



MÉNAGES AVEC ENFANT (%)



Profil du marché

Renseignements généraux

Population 18+ : 29 109

Nombre de ménages : 15 245

Profil du marché		Province de Québec (%)	Zone primaire hebdo (%)	Indice Hebdo vs province
SEXE	Hommes	48%	50%	104
	Femmes	52%	50%	96
ÂGE	18-24 ans	12%	9%	75
	25-34 ans	16%	12%	75
	35-49 ans	33%	32%	97
	50-64 ans	23%	29%	126
	65 ans et +	16%	18%	113
DEGRÉ DE SCOLARITÉ	Université	29%	23%	79
	Collégial	27%	26%	96
	Primaire / Secondaire	45%	51%	113

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%	17%	155
	20 000\$ à 39 999\$	22%	30%	136
	40 000\$ à 59 999\$	22%	21%	95
	60 000\$ à 79 999\$	17%	9%	53
	80 000\$ à 99 999\$	12%	9%	75
	100 000\$ et plus	16%	13%	81
RÉSIDENCE	Propriétaire	66%	75%	114
	Locataire	34%	25%	74
TAILLE DU MÉNAGE	1 personne	21%	29%	138
	2 personnes	59%	57%	97
	3 personnes	13%	10%	77
	4 personnes et +	7%	4%	57

Annexe I - Méthodologie

Objectifs de l'enquête

- Mesurer le taux de lecture des hebdomas membres de l'association « Hebdomas 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 hebdomas 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 hebdomas)

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

Statistiques pour l'hebdomadaire

- Nombre d'entrevues complétées : 263.
- Marge d'erreur maximum : +/- 6 %, 19 fois sur 20.

Annexe II - Zone primaire de distribution

Zone primaire de distribution

Code postal	Municipalité
J0T1R0	LA MACAZA
J0T1T0	RIVIÈRE-ROUGE
J0T1W0	L'ASCENSION
J0W1A0	CHUTE ST-PHILIPPE
J0W1C0	FERME-NEUVE
J0W1G0	KIAMIKA
J0W1H0	LAC-DES-ÉCORCES/VAL-BARETTE
J0W1J0	LAC-DES-ÎLES
J0W1K0	LAC-ST-PAUL
J0W1L0	LAC SAGUAY
J0W1P0	MONT-ST-MICHEL
J0W1R0	NOMININGUE

Annexe II - Zone primaire de distribution

Code postal	Municipalité
J0W1S0	NOTRE-DAME PONTMAIN
J0W1V0	STE-ANNE-DU-LAC
J0X2M0	NOTRE-DAME-DU-LAUS
J9L	MONT-LAURIER