

# Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2008 (81-1 à 81-4)



## Magazines: lecture

Publications lues  
# d'exemplaires lus  
# d'occasions  
lieu de lecture  
intérêt rédactionnel  
mode d'obtention de l'exemplaire  
temps consacré à la lecture

## Magazines: abonnements

# dans le foyer  
# donnés en cadeau

## Magazines: achat en kiosque

# achetés

## Quotidiens

lu ou parcouru  
# jours sur semaine  
sections lues habituellement  
affaires/finances, alimentation, annonces  
classées, bandes dessinées, informations  
générales, loisirs/cinéma/télé/radio, mode/  
style de vie, pages éditoriales,  
sports, voyages  
taux de lecture  
lu ou parcouru  
lecture, fin de semaine  
nombre d'éditions (4 dernières fins de semaine)

## Journaux étudiants

fréquence de lecture

## Journaux locaux

lus au cours, dern. semaine/mois  
# lus par mois  
temps de lecture

## Internet/WWW

accès (dernier mois)  
temps consacré (dernière semaine)

## Internet - Achats

achat (12 derniers mois)  
*types* : appareils électroniques, cinéma,  
cosmétiques, épicerie, investissements,  
jeux / jouets, jeux vidéos, livres,  
musique, ordinateurs personnels /  
logiciels, placements, vêtements /  
chaussures, voyages (forfaits,  
hébergement, location d'auto, croisières,  
vols, assurance)  
montant dépensé

## Internet - Fournisseurs de service

utilisation, **marques**

## Internet - Sites Web

visité personnellement (dernier mois)  
*types* : annonces personnelles / fréquentation  
en ligne, annuaires téléphoniques,  
automobiles, carrière / recherche  
d'emploi, cartes géographiques, courriels,  
encans, divertissement (livres, jeux, films,  
musique), divertissement pour adultes,  
immobilier, jeux de hasard / paris,  
journaux, magazines, météo, moteurs de  
recherche, réseaux sociaux<sup>1</sup>, opérations  
bancaires, placements, radio, santé,  
télévision, voyages

## Radio

# jours d'écoute sur semaine  
temps consacré à l'écoute  
Types de format (le plus souvent, parfois)  
album rock/rock classique, big band/mélodies  
des années 40, classique/culturel, émissions  
multiculturelles, musique "country" nouvel  
âge, musique "country" traditionnelle,  
musique de danse, musique douce/  
contemporaine pour adultes,

(à suivre ...)

---

1 = nouvelles données

(incluses dans les données sur le lectorat de PMB 2009 2 ans et dans les données sur les produits de PMB 2009 1 an)

# Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2008 (81-1 à 81-4)



musique populaire/“soft rock”/ rock classique, nouvelles/entretiens/information, nouvelles seulement, palmarès/succès actuels, rap/hip hop, rétro (années 80), sports seulement, “vieilles mélodies” (50, 60, 70)

Types d'émissions (le plus souvent, parfois)  
bulletins d'informations, circulation routière, entretiens/information, humour, météo, sports (# fois: baseball, football, hockey)

## Publipostage

(fréquence de lecture)

brochures  
catalogues  
circulaires (polysac/sac en plastique, journaux/magazines, autres)  
enveloppes  
livrets de coupons

## Matériel distribué par Publi-sac

lu ou feuilleté le contenu

## Télévision

# jours d'écoute sur semaine  
temps consacré à l'écoute

Chaînes spécialisées (*Annexe B*)  
temps consacré à l'écoute

Émissions (*Annexe B*)

diffusées une fois par semaine  
diffusées chaque jour de la semaine  
événements spéciaux  
informations/affaires publiques  
sports

Types d'émissions

comédies, concerts/opéra/ballet,  
documentaires/biographies, émissions de service (jardinage/rénovations/cuisine), émissions sur la nature, émissions religieuses, enfants/dessins animés, entretiens (talk shows), films, humour, infopublicités/

programmation payée, mode/beauté, nouvelles/émissions d'actualité, nouvelles économiques, quiz, science fiction/drames “fantastiques”, sports, suspense/drames policiers, télé-réalité, téléromans familiaux, téléromans/séries dramatiques, variétés/spéciaux, vidéos musicaux,

## Sports télévisés

# fois par mois

athlétisme<sup>1</sup>  
baseball des ligues majeures  
saison régulière, éliminatoires  
basketball de la NBA  
saison régulière, éliminatoires  
boxe  
courses automobiles  
Nascar, Formule 1, Champ Car  
crosse  
curling  
football de la LCF  
saison régulière, éliminatoires  
football de la LNF  
saison régulière, éliminatoires  
golf  
hockey de la LNH  
saison régulière, éliminatoires  
lutte professionnelle  
patinage artistique  
pêche  
poker  
ski/sauts en ski/planche à neige  
soccer  
sports équestres<sup>1</sup>  
sports extrêmes  
tennis

(à suivre ...)

---

1 = nouvelles données

(incluses dans les données sur le lectorat de PMB 2009 2 ans et dans les données sur les produits de PMB 2009 1 an)

# Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2008 (81-1 à 81-4)



## Pages jaunes

fréquence  
utilisées la dernière fois

## Centres commerciaux

# visites (dern. semaine/mois)

## Conduite automobile dans la ville

distance parcourue (dern. semaine/mois)

## Transport en commun

# trajets individuels: (dern. semaine/mois)  
métro, RT/Sky Train, GO Train,  
trains de banlieue, autobus/tramway

## Télévision - réception

# chaînes  
câble  
antenne  
service satellite  
câble numérique  
télévision par ligne téléphonique  
télévision par Internet<sup>1</sup>  
fournisseurs de service: **marques**

## Télévision - télécommande

fréquence d'utilisation pendant les commerciaux  
pour changer de chaîne  
pour couper le son

---

**1** = nouvelles données

(incluses dans les données sur le lectorat de PMB 2009 2 ans et dans les données sur les produits de PMB 2009 1 an)