

Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2009 (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, informations générales, loisirs/

cinéma/télé/radio, mode/santé, 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

Internet/WWW

accès (dernier mois)

temps consacré (dernière semaine)

Internet - Achats

achat (12 derniers mois)

types : livres, vêtements/chaussures, cosmétiques/soins pour la peau, épicerie, appareils électroniques, ameublement, cinéma, matériel informatique/logiciels, équipements sportifs, jeux/jouets, voyages, jeux vidéo

montant dépensé

Internet - Fournisseurs de service

utilisation, **marques**

Internet - Sites Web

visité personnellement (dernier mois)

types : divertissement pour adultes, encans, automobiles, beauté/mode¹, carrière/recherche d'emploi, courriels, divertissement (livres, jeux, films, musique), alimentation/recettes¹, jeux de hasard/paris, santé, améliorations au foyer/décoration¹, placements, cartes géographiques, nouvelles¹, petites annonces¹, fréquentations en ligne¹, immobilier, moteurs de recherche, sports, annuaires téléphoniques,¹ météo, magazines, journaux, radio, télévision

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 la base de données PMB sur le lectorat 2010 2 ans ainsi que dans la base de données PMB sur les produits 1 an.) *Les nouvelles marques sont incluses dans la base de données PMB 1 an sur les produits.

Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2009 (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)

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, vidéo sur demande

Sports télévisés

fois par mois

athlétisme
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
sports extrêmes
tennis

(à suivre ...)

1 = nouvelles données

(incluses dans la base de données PMB sur le lectorat 2010 2 ans ainsi que dans la base de données PMB sur les produits 1 an.) *Les nouvelles marques sont incluses dans la base de données PMB 1 an sur les produits.

Section 1: Habitudes médias

Questionnaire - Produits 2009 (81-1 à 81-4)



Centres commerciaux

visites (dern. semaine/mois)

Conduite automobile dans la ville

distance parcourue (dern. semaine)

Transport en commun

trajets individuels: (dern. semaine)

métro, RT/Sky Train, GO Train,

trains de banlieue, autobus/tramway

Télévision - réception

chaînes

câble

antenne

service satellite, service haute définition¹

câble numérique

télévision par ligne téléphonique

télévision par Internet

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 la base de données PMB sur le lectorat 2010 2 ans ainsi que dans la base de données PMB sur les produits 1 an.) *Les nouvelles marques sont incluses dans la base de données PMB 1 an sur les produits.