

## APPENDICE F :

### L'ENTREVUE

L'entrevue personnelle du PMB 2010 était structurée de façon à recueillir quatre types de renseignements.

- **Les données quantitatives** relativement à la réception et la lecture des magazines et journaux.
- **Les données qualitatives** relativement au comportement et aux attitudes face aux magazines et journaux lus.
- **L'information démographique** concernant le répondant.
- **L'exposition à d'autres médias.**

#### A. DÉTERMINATION ET DÉFINITION DE L'AUDITOIRE — MAGAZINES

La mesure des auditoires dans le PMB 2010 est basée sur la méthode de lecture récente (RR). La procédure RR est conçue dans le but de produire une estimation du nombre de personnes qui regardent un numéro de publication en particulier au cours de sa durée de vie. Tous les modèles de lecture récente servent à mesurer l'auditoire de n'importe quelle publication en mesurant le nombre de personnes qui la regardent au cours de la période type du numéro (semaine dernière pour les hebdomadaires, mois dernier pour les mensuels, et ainsi de suite). On peut démontrer par calcul algébrique que le nombre de personnes qui regardent un numéro quelconque d'une publication au cours de la période type du numéro sera une proche approximation du nombre réel requis, c'est-à-dire du nombre de personnes qui regardent un numéro type.

Malheureusement, quand il s'agit d'une pile de publications, cette méthode de mesure devient pénible autant pour l'intervieweur que pour le répondant et, dans cette optique, des efforts sont fournis pour réduire la fatigue créée par l'entrevue.

La mesure la plus significative est l'utilisation d'une question de sélection pour établir rapidement la possibilité d'exposition au numéro employé en entrevue, ce qui réduit la nécessité de déterminer un rappel précis du moment où le répondant « a lu » chaque magazine mesuré.

#### 1. Rotation des publications

Afin d'éliminer les biais pouvant être attribués à l'ordre dans lequel on posait les questions sur les magazines, les titres ont été classés par fréquence en quatre groupes : ceux publiés toutes les semaines, toutes les deux semaines, 12, 11 et 10 fois par année, ceux publiés 9, 8 et 7 fois par année, et ceux publiés 6, 5 et 4 fois par année. Chaque groupe a été listé par ordre alphabétique sur une page distincte. Ensuite, les magazines ont été listés par groupes dans le questionnaire de façon à ce que chaque groupe ait une chance égale d'être nommé en premier, en deuxième, en troisième et en quatrième. À l'intérieur de chaque groupe, un «X» indiquait le magazine que l'intervieweur devait nommer en premier et une flèche indiquait l'ordre des questions. Cela produisait en tout 16 versions de rotations différentes.

## 2. Sélection

Un aspect intégral de cette méthode est la sélection préliminaire qu'on utilise afin de déterminer si le répondant a lu ou feuilleté un exemplaire du magazine au cours de la dernière année. Cette question offre l'opportunité d'indiquer si le magazine est lu à l'occasion ou régulièrement, tout en éliminant les personnes qui, selon toute probabilité, ne seraient pas qualifiées en tant que lecteurs.

Pour chaque publication, on montrait une carte de logo ou de titre de 3 x 4½ po en noir et blanc. Chaque carte de logo indiquait la langue et la fréquence de publication. On posait la question suivante pour chaque groupe de cartes de sélection :

1. J'aimerais que vous regardiez ces cartes de titres blanches de différentes publications. Pour chacune, j'aimerais que vous me disiez si vous avez personnellement lu ou feuilleté un numéro de la publication au cours de la dernière année. Avant de commencer, toutefois, j'aimerais vous expliquer certains termes.

Par «un numéro», je veux dire n'importe quel numéro de la publication que vous avez pu voir au cours de la dernière année, peu importe sa date de parution, peu importe l'endroit où vous l'avez lu ou feuilleté, ou s'il s'agissait de votre exemplaire ou de celui de quelqu'un d'autre.

Et peu importe que vous l'ayez lu au complet ou non, ou combien de temps vous avez passé à le lire—vous avez peut-être feuilleté quelques pages ou, au contraire, l'avez lu de la première à la dernière page.

Pour obtenir une réponse, on demandait au répondant de placer chaque carte de sélection sur un tableau de classement dans l'une de trois piles distinctes intitulées «**Oui**», «**Incertain**» et «**Non**». Les réponses étaient inscrites sur le questionnaire à mesure que le répondant remettait les cartes une par une en commençant par celles de la pile «**Non**». Cette technique permettait non seulement au répondant de participer à l'entrevue, mais permettait également de réviser chaque carte de sélection.

Les répondants affirmant ne pas avoir lu ni feuilleté l'exemplaire d'un magazine au cours de la dernière année (c.-à-d. «éliminés à la sélection») ont été classés en tant que non-lecteurs de ce magazine et on ne leur posait pas la question de lecture récente. Le reste des répondants ayant dit «oui» ou «incertain(e)» (c.-à-d. «pré-sélectionnés») ont été classés comme lecteurs potentiels d'un numéro et on leur a posé les questions subséquentes. La question de sélection est posée pour tous les groupes de titres avant de passer aux questions de lecture récente et de fréquence.

## 3. Nombre moyen de lecteurs d'un périodique

Pour chaque magazine «pré-sélectionné», on demandait au répondant à quand remontait la dernière fois qu'il avait lu un numéro. La question était formulée comme suit :

- 2-a) À quand remonte la dernière fois que vous avez lu ou feuilleté un numéro de  
**(Montrez la carte de titre et lisez le titre)?**

En vous référant à la carte D (**Nommez la couleur**), veuillez lire l'énoncé et le code qui s'applique. **[Si le répondant dit «aujourd'hui», dites : À l'exception d'aujourd'hui, à quand remonte la dernière fois que vous avez lu ou feuilleté un numéro de (Lisez le titre)?]**

Seuls les répondants qui affirment avoir feuilleté un numéro du sondage au cours d'une période type du numéro sont classés comme étant des lecteurs moyens d'un numéro.

En guise d'aide-mémoire, on présente différentes échelles de temps pour chaque groupe de titres. Chaque échelle de temps avait sept points, un maximum de quatre et un minimum de trois déterminaient le lectorat de chaque titre. Les cartes de temps utilisées pour chaque groupe de titres sont présentées ci-dessous. (Les répondants, bien entendu, ne connaissent pas la signification rattachée aux différents points de l'échelle.)

<b>CARTE D</b>	
<b>DERNIÈRE FOIS QU'ON A LU OU FEUILLETÉ UN NUMÉRO</b>	
Hier .....	1
Au cours des 2 ou 3 derniers jours .....	2
Au cours de la dernière semaine (7 jours) .....	3
Au cours des 2 dernières semaines (14 jours) .....	4
Au cours des 3 dernières semaines (21 jours) .....	5
Au cours du dernier mois (30 jours) .....	6
Il y a plus longtemps .....	7
VERTE—PAR SEMAINE ET PAR DEUX SEMAINES	

<b>CARTE D</b>	
<b>DERNIÈRE FOIS QU'ON A LU OU FEUILLETÉ UN NUMÉRO</b>	
Au cours de la dernière semaine (7 jours) .....	1
Au cours des 2 dernières semaines (14 jours) .....	2
Au cours du dernier mois (30 jours) .....	3
Au cours des 5 dernières semaines .....	4
Au cours des 6 dernières semaines .....	5
Au cours des 2 derniers mois (60 jours) .....	6
Il y a plus longtemps .....	7
BLEUE—10 FOIS PAR ANNÉE/MENSUELLEMENT	

#### CARTE D

##### DERNIÈRE FOIS QU'ON A LU OU FEUILLETÉ UN NUMÉRO

Au cours de la dernière semaine (7 jours) .....	1
Au cours du dernier mois (30 jours) .....	2
Au cours des 6 dernières semaines .....	3
Au cours des 7 dernières semaines .....	4
Au cours des 2 derniers mois (60 jours) .....	5
Au cours des 3 derniers mois (90 jours) .....	6
Il y a plus longtemps .....	7

JAUNE—9, 8 ET 7 FOIS PAR ANNÉE

#### CARTE D

##### DERNIÈRE FOIS QU'ON A LU OU FEUILLETÉ UN NUMÉRO

Au cours de la dernière semaine (7 jours).....	1
Au cours du dernier mois (30 jours) .....	2
Au cours des 2 derniers mois (60 jours) .....	3
Au cours des 3 derniers mois (90 jours) .....	4
Au cours des 4 derniers mois (120 jours) .....	5
Au cours des 6 derniers mois .....	6
Il y a plus longtemps .....	7

ROSE—6, 5 ET 4 FOIS PAR ANNÉE

La question de lecture récente et la question de fréquence sont posées tour à tour, pour chaque publication «pré-sélectionnée».

#### 4. Fréquence de lecture

Tous les répondants ayant répondu «**Oui**» ou «**Incertain(e)**» à la question de sélection devaient indiquer la fréquence à laquelle ils lisent le magazine. La question sur la fréquence était ainsi posée :

- 2-b) **(Lisez le titre) paraît (Lisez la fréquence).** En vous référant à la carte E (**Nommez la couleur**), combien de numéros diriez-vous que vous feuilletez habituellement? Veuillez lire l'énoncé et le code qui s'applique.

## CARTE E

### NOMBRE DE NUMÉROS QUE VOUS REGARDEZ HABITUELLEMENT

Tous les numéros (ou presque tous) .....	1
La plupart des numéros (environ trois sur quatre).....	2
Un certain nombre de numéros (environ la moitié) .....	3
Quelques numéros (environ un sur quatre).....	4
Regarde un numéro à l'occasion .....	5
Ne les regarde jamais .....	6

Les réponses à ces questions permettent à tous les lecteurs d'être classés en six catégories discrètes de fréquence de lecture déclarée— zéro sur quatre, moins d'un sur quatre, un sur quatre, deux sur quatre, trois sur quatre et quatre sur quatre. Pour chaque catégorie, une probabilité de lecture peut être établie — le ratio entre le nombre total de personnes ayant vu le numéro utilisé pour le sondage et le nombre de personnes déclarant cette fréquence. Ces probabilités peuvent ensuite être utilisées comme paramètres dans les modèles mathématiques évaluant la portée et la fréquence du magazine pour un nombre spécifié de numéros de magazine. En plus, ils sont utilisés dans le calcul des quintiles de publication du PMB.

## B. LES MESURES QUALITATIVES DE LECTURE — MAGAZINES

Après avoir posé les questions sur la lecture et la réception de tous les magazines, on posait aux lecteurs qui se qualifiaient comme étant des lecteurs moyens d'un numéro, une série de questions sur l'intérêt qu'ils avaient pour le numéro de la publication du sondage, y compris les questions suivantes :

- 1) Source de l'exemplaire, dernier numéro lu;
- 2) Endroits où l'on a regardé le dernier numéro lu;
- 3) Nombre d'occasions distinctes où l'on a regardé le dernier numéro lu;
- 4) Le temps total passé à lire le dernier numéro lu;
- 5) Le degré d'intérêt, en général, pour la publication.

## 1. Comment on a obtenu la publication

On a demandé aux lecteurs comment le dernier numéro lu leur était parvenu en sélectionnant une réponse parmi celles énumérées sur la carte F ci-dessous :

<b>CARTE F</b>	
<b>FAÇON DONT LA PUBLICATION VOUS EST PARVENUE</b>	
<b>NE SAIT PAS/INCERTAIN(E)</b> .....	20
<b>SE TROUVAIT DANS UN ENDROIT PUBLIC TEL QU'UN CABINET DE MÉDECIN, UNE SALLE D'ATTENTE, ETC.</b> .....	21
<b>INSÉRÉE DANS UN JOURNAL</b> .....	22
<b>OBTENUE GRATUITEMENT</b>	
Par le biais d'un abonnement à un club automobile, la télé payante, etc. ....	23
Livrée gratuitement chez vous ou à votre lieu de travail .....	24
Dans un avion .....	25
Dans une distributrice de journaux, au magasin, au cinéma, etc. ....	26
<b>ABONNEMENT LIVRÉ À DOMICILE</b>	
Principalement pour moi .....	27
Principalement pour une autre/d'autres personne(s).....	28
Pour moi et pour une autre/d'autres personne(s) également .....	29
<b>ABONNEMENT LIVRÉ AU TRAVAIL</b>	
Principalement pour moi .....	30
Principalement pour une autre/d'autres personne(s).....	31
Pour moi et pour une autre/d'autres personne(s) également .....	32
<b>ACHETÉE AU KIOSQUE À JOURNAUX</b>	
Principalement pour moi .....	33
Principalement pour une autre/d'autres personne(s).....	34
Pour moi et pour une autre/d'autres personne(s) également .....	35
<b>AUTRES MOYENS</b> .....	36

Voici les cinq codes sommaires disponibles dans le PMB 2010 pour la façon dont la publication est parvenue :

1. Abonnement personnel .....	27, 29, 30, 32
2. Obtenue gratuitement .....	23, 24, 25, 26
3. Endroit public .....	21
4. Insérée dans un journal .....	22
5. Kiosque à journaux/Autre .....	28, 31, 33, 34, 35, 36

## 2. Endroits où l'on a regardé le magazine

Les répondants devaient choisir une réponse parmi les 10 réponses possibles énumérées sur la carte G :

CARTE G	
ENDROITS OÙ VOUS AVEZ REGARDÉ LE MAGAZINE	
À l'école ou à la bibliothèque .....	1
Au travail .....	2
Dans un salon de beauté ou de barbier, dans un cabinet de médecin ou de dentiste, ou dans une salle d'attente.....	3
En vous rendant à votre travail ou en y revenant .....	4
En avion .....	5
Dans un autre moyen de transport .....	6
À un kiosque à journaux ou à une caisse lorsque vous attendez pour payer .	7
Dans la maison de quelqu'un d'autre .....	8
Chez vous .....	9
Ailleurs (Veuillez spécifier où) .....	10

Ces catégories permettent de classer l'auditoire en deux catégories principales, les lecteurs «à la maison» et les lecteurs «à l'extérieur de la maison».

## 3. Nombre d'occasions distinctes où l'on a feuilleté un numéro en particulier

La question relative au nombre d'occasions était ainsi posée :

À combien d'occasions distinctes vous souvenez-vous d'avoir feuilleté le dernier numéro de **(Nom de la publication)**?

#### 4. Temps passé en tout à lire un numéro en particulier

La question sur le temps passé à lire était ainsi posée :

En tenant compte de toutes les fois et occasions différentes où vous avez lu le dernier numéro de (**Nommez la publication**), environ combien de temps avez-vous passé en tout à le lire ou le feuilleter? Veuillez être aussi précis(e) que vous le pouvez.

#### 5. Degré d'intérêt (général)

La question relative au degré d'intérêt était ainsi posée :

Et dans quelle mesure la publication (**Nommez la publication**) vous semble-t-elle intéressante en général? Veuillez lui donner une note de 1 à 10 pour l'intérêt, 1 étant la note la plus basse et 10, la plus élevée.

### C. DÉTERMINATION ET DÉFINITION DE L'AUDITOIRE — JOURNAUX

#### 1. Rotations

Les questions sur le lectorat des journaux font partie de la section portant sur le lectorat des publications. Dans la moitié des cas, on a posé la section sur les journaux avant la section sur les magazines et dans la deuxième moitié des cas, la section sur les magazines était posée en premier.

Les journaux sont regroupés en éditions de semaine et de fin de semaine, puis à l'intérieur de chacun des groupes, tous les journaux sont listés dans l'ordre alphabétique dans chaque version régionale. Les questions sur le lectorat des éditions de semaine sont toujours posées avant les questions sur le lectorat des éditions de fin de semaine. Au sein de chacun des groupes d'éditions de semaine et de fin de semaine, l'ordre de présentation est alphabétiquement inversé dans la moitié des cas pour éviter tout biais lié à la présentation.

#### 2. Sélection

Depuis 2006/2007, une section de pré-sélection a été ajoutée afin de déterminer si les répondants ont lu ou feuilleté n'importe quelle édition d'un journal au cours des 3 derniers mois. Cette question permet d'évaluer le lectorat occasionnel ou le degré de familiarité avec un journal, tout en éliminant les répondants peu susceptibles de se qualifier comme lecteurs moyens d'une édition.

Des cartes imprimées en noir et blanc, identiques à celles utilisées pour la section des magazines, ont été créées pour chaque journal. Lors de la sélection, on demande aux répondants d'indiquer les journaux qu'ils ont lus ou feuilletés au cours des 3 derniers mois en plaçant chacune des cartes portant le nom d'un journal sur l'une des trois piles de cartes «**Oui**», «**Non**» et «**Incertain(e)**». La procédure et les façons d'inscrire les réponses sont identiques à celles utilisées à l'étape de sélection pour les magazines dont nous avons discuté précédemment.

### 3. Lectorat moyen d'une édition

La mesure des auditoires des journaux dans le PMB 2010 est basée sur le rappel d'une «édition spécifique», c'est-à-dire «Avez-vous lu ou feuilleté l'édition d'hier du **(Nom du journal)**» ou «Avez-vous lu ou feuilleté l'édition de samedi ou de dimanche dernier du **(Nom du journal)**». Si on interviewe le samedi, le dimanche ou le lundi, «hier» fait référence à l'édition de «vendredi» dernier.

On demande aussi à tous les répondants la fréquence à laquelle ils lisent chacun des journaux mesurés, éditions de semaine et de fin de semaine (la fréquence de lectorat pour les éditions de semaine est basée sur le nombre d'éditions qu'on dit avoir lu sur les cinq dernières éditions de semaine du journal; la fréquence de lectorat pour les éditions de fin de semaine est basée sur le nombre de fois qu'on dit avoir lu les quatre dernières éditions spécifiques du samedi et éditions spécifiques du dimanche).

### D. LES MESURES QUALITATIVES DE LECTURE — JOURNAUX

Pour chaque journal mesuré, on demande aux lecteurs comment l'édition leur est parvenue et le temps consacré à la lecture pour les éditions de semaine et de fin de semaine.

## E. DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Au cours du contact initial avec le foyer, le nombre de personnes de 12 ans ou plus a été établi. Les autres données démographiques obtenues incluaient :

	Version du questionnaire	
	Oct. 2007/Sept. 2008	Oct. 2008/Sept. 2009
Langue de l'entrevue	X	X
Sexe	X	X
Langue apprise dans l'enfance, toujours comprise	X	X
Langue dans laquelle on peut tenir une conversation	X	X
Langue parlée le plus souvent à la maison	X	X
Âge du répondant	X	X
Scolarité	X	X
État matrimonial	X	X
Structure du foyer	X	X
Chef masculin / féminin du foyer	X	X
Grands-parents	X	X
Soutien de famille	X	X
Principal responsable des achats d'épicerie	X	X
Situation de travail du répondant	X	X
Occupation	X	X
Nombre d'employés (total qui relève du répondant)	X	X
Champs d'activités de l'entreprise	X	X
Participation aux décisions concernant les achats faits pour l'employeur	X	X
Propriétaire ou locataire du domicile	X	X
Type de résidence	X	X
Composition de la famille	X	X
Présence d'enfants	X	X
Revenu du foyer	X	X
Revenu personnel du répondant	X	X

## F. EXPOSITION À D'AUTRES MÉDIAS

Avant de poser les questions sur le lectorat, on a interrogé les répondants au sujet de leurs habitudes d'écoute de la radio/de la télévision et sur leurs habitudes de lecture relativement à d'autres médias. La série de questions était la suivante :

	Version du questionnaire	
	Oct. 2007/Sept. 2008	Oct. 2008/Sept. 2009
Nombre moyen de jours de la semaine pendant lesquels le répondant a regardé la télévision	X	X
Moyenne de temps passé à regarder la télé pendant certains segments des jours de la semaine	X	X
Moyenne de temps passé à regarder la télé le samedi	X	X
Moyenne de temps passé à regarder la télé le dimanche	X	X
Écoute de la télé hier	X	X
Écoute de la radio hier	X	X
Nombre moyen de jours de la semaine où on écoute la radio	X	X
Moyenne de temps passé à écouter la radio pendant certains segments des jours de la semaine	X	X
Moyenne de temps passé à écouter la radio le samedi	X	X
Moyenne de temps passé à écouter la radio le dimanche	X	X
Lecture des quotidiens, hier	X	X
Lecture des quotidiens, éditions de la semaine	X	X
Lecture de la plus récente édition du samedi d'un quotidien	X	X
Fréquence de lecture de la plus récente édition du samedi	X	X
Fréquence de lecture de la plus récente édition du dimanche d'un quotidien	X	X
Fréquence de lecture de l'édition du dimanche	X	X
Lecture d'un journal local au cours du dernier mois et des 7 derniers jours	X	X
Fréquence de lecture d'un journal local	X	X
Dernière fois qu'on a lu ou feuilleté n'importe quel magazine	X	X
Accès à Internet au cours du dernier mois et temps consacré au cours des 7 derniers jours	X	X
Déplacements—distance parcourue en ville / banlieue au cours des 7 derniers jours	X	X
Déplacements—distance parcourue en ville / banlieue au cours des 4 dernières semaines	X	X
Visites dans les centres commerciaux au cours des 7 derniers jours et des 4 dernières semaines	X	X
Utilisation du transport en commun au cours des 4 dernières semaines	X	X
Nombre de voyages en transport en commun au cours des 7 derniers jours (Montréal / Toronto et villes avoisinantes)	X	X
Nombre de voyages en métro au cours des 7 derniers jours (dans les régions concernées)	X	X
Nombre de voyages en autobus et tramway dans les 7 derniers jours	X	X