

## Augmentation et nouveautés

L'affichage, où les investissements publicitaires ont augmenté, a été un secteur passablement actif.

**S**elon les données de Nielsen Recherche Média, les dépenses publicitaires en affichage ont augmenté de 11 % en 2007, grâce, entre autres, aux gouvernements et aux entreprises de télécommunications. On a vu passablement d'action dans ce secteur au cours de la dernière année, avec plusieurs nouveaux joueurs. Les afficheurs ont aussi innové dans l'emploi de nouvelles technologies, telles l'animation en numérique et l'utilisation du SMS, ainsi que par de nouveaux formats

ou supports, tels les grands formats sur les échafaudages ou les étalages à cigarettes dans les dépanneurs.

Comme à chaque édition, le *Guide annuel des médias (GAM)* recense les faces d'affichage disponibles au Québec, segmentées par régions et par formats. Cet inventaire a été compilé à partir des données fournies par chaque afficheur, sans autre forme de vérification.

Enfin, pour une seconde année, le *GAM* publie les données de PMB sur les habi-

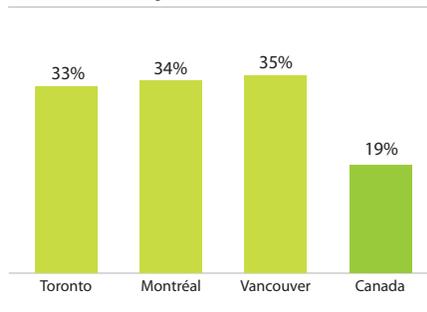
tudes de déplacement et les moyens de transport des Canadiens. Bien qu'indirectes, elles s'avèrent utiles pour estimer la proportion de gens exposés aux divers types d'affichage. Comme l'an dernier, les transports en commun (autobus, métro, tramway, trains de banlieue et trains légers urbains) sont, proportionnellement, plus populaires auprès des jeunes et des anglophones. La fréquentation des transports en commun a toutefois augmenté chez les francophones entre 2007 et 2008. ●

### 1. Transports en commun - taux de fréquentation par groupe d'âge (7 derniers jours)

CATÉGORIES D'ÂGE	CANADA	CANADA ANGLOPHONE	CANADA FRANCOPHONE
Total	19%	19%	16%
12-17 ans	29%	28%	36%
18-24 ans	35%	35%	34%
25-34 ans	23%	24%	20%
35-49 ans	16%	16%	13%
50-64 ans	13%	14%	9%
65 ans et +	11%	11%	9%

Source: PMB 2008 (données sur 2 ans)

### 2. Transports en commun - taux de fréquentation par marché (7 derniers jours)



Source: PMB 2008 (données sur 2 ans)

#### 1.

En général, les jeunes emploient davantage les transports en commun. C'est notamment le cas de 35 % des Canadiens de 18-24 ans. Les anglophones utilisent davantage les transports en commun que les francophones, exception faite des 12-17 ans.

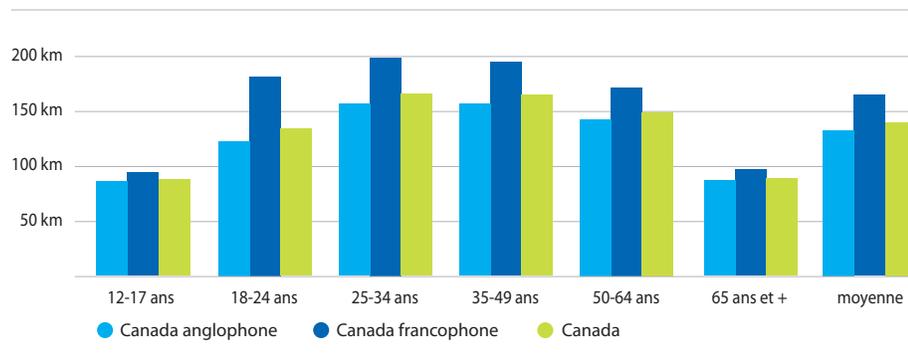
#### 2.

Vancouver est toujours en tête quant à l'utilisation des transports en commun, avec un taux de fréquentation de 35%. Montréal (34%) arrive deuxième, devant Toronto (33%).

#### 3.

Les francophones circulent plus en automobiles que la moyenne canadienne. De façon générale, on remarque une augmentation du kilométrage hebdomadaire parcouru partout au pays par rapport à 2007.

### 3. Kilométrage parcouru en moyenne par semaine



Source: PMB 2008 (données sur 2 ans)