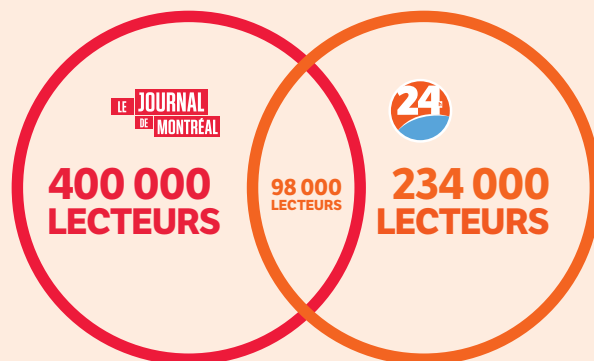


# 4 bonnes raisons d'ajouter le 24 Heures à votre campagne dans *Le Journal de Montréal*



**732 000 LECTEURS PAR JOUR**



**400 000 personnes** lisent exclusivement *Le Journal de Montréal*<sup>1</sup>, ce qui représente **80%** de lecteurs exclusifs chaque jour.

**234 000 personnes** lisent exclusivement le journal *24 Heures*<sup>1</sup>, ce qui représente **70%** de lecteurs exclusifs chaque jour.

**UNE PARUTION EN SEMAINE DANS LE JOURNAL DE MONTRÉAL ET LE JOURNAL 24 HEURES REJOINT 732 000 LECTEURS DANS LE GRAND MONTRÉAL.**

## 1. POUR AUGMENTER VOTRE PORTÉE DANS LE GRAND MONTRÉAL<sup>1</sup>

> Ajouter une seule publicité dans le journal *24 Heures* vous permet de rejoindre 234 000 lecteurs supplémentaires, puisque ces consommateurs ne lisent pas *Le Journal de Montréal*.

## 2. POUR AUGMENTER VOTRE PORTÉE SUR L'ÎLE DE MONTRÉAL<sup>2</sup>

> Ajouter une seule publicité dans le *24 Heures* vous permet de rejoindre 161 000 lecteurs supplémentaires sur l'île de Montréal.

## 3. DES LECTEURS AUX PROFILS DIFFÉRENTS<sup>1</sup>

*Le Journal de Montréal* et le *24 Heures* ne rejoignent pas la même clientèle. Il y a une forte concentration des groupes cibles ci-dessous parmi les lecteurs du *24 Heures* :

- > Les jeunes de 18-34 ans : indice = 111
- > Les étudiants : indice = 108
- > Les utilisateurs du transport en commun : indice = 172
- > Les célibataires : indice = 112
- > Les allophones : indice = 143

## 4. PLUS FORTS QUE LA COMPÉTITION<sup>3</sup>

> Une parution dans nos quotidiens rejoint 321 000 lecteurs de plus qu'une parution dans *La Presse* et le journal *Métro* (978 000 VS 657 000).

Seulement  
**13 %**  
de duplication

Source : 1 - Vividata Q2 2017, Montréal RMR, 12 +, lu hier (L-V), version imprimée seulement.  
2 - Vividata Q2 2017, Île de Montréal, 12 +, lu hier (L-V), version imprimée seulement.  
3 - Vividata Q2 2017, Montréal RMR, 12 +, édition du samedi du *Journal de Montréal* et de *La Presse*.



Contactez votre conseiller publicitaire : **514 393-1010**