

Un secteur occupé

Plusieurs titres subissent des baisses de lectorat dans un marché où le nombre de parutions va en augmentant. C'est d'ailleurs un nouveau venu qui devient le magazine le plus lu.

La plupart des magazines ont connu à nouveau une baisse des lecteurs, selon le sondage 2008 de PMB. Tout comme l'an dernier, les publications d'intérêt général encaissent le coup, ainsi que celles d'affaires, et celles du secteur famille/jeunesse/3^e âge. Le créneau des magazines féminins s'en tire mieux. À cet égard, *Qu'est-ce qui mijote*, magazine édité par Kraft et distribué gratuitement, est désormais le magazine le plus lu, devançant *Coup de pouce*.

Si le lectorat de plusieurs magazines baisse, le nombre de publications, lui, va en augmentant. *Qu'est-ce qui mijote* fait d'ailleurs partie de ceux qui ont connu leurs premiers résultats PMB l'an dernier, comme *Ricardo*, *Adorable*, *Le Magazine Jobboom*, *Côté Jardins*, *Star Système*, *Summum*, *Style de vie* et *Famous Québec*. La plupart de ces maga-

zines (aux seules exceptions d'*Adorable* et du *Magazine Jobboom*) ont augmenté leur lectorat. Parmi les autres qui enregistrent des hausses, on retrouve *Touring*, *Elle Québec* et *DécorMag*. Trois nouveaux magazines francophones sont par ailleurs répertoriés: *Tout simplement Clodine*, *Moi & cie* et *Extra*.

Et bon nombre de nouvelles publications ne se retrouvent pas au classement PMB. Ainsi, TVA Publications a ajouté *Le magazine Rona* à la liste de ses produits « sur mesure », qui comprend *Montréal centre-ville*, *Les Idées Réno-Dépôt* et *Branché* (pour Vidéotron). Transcontinental a lancé *Publimag*, distribué à 200 000 exemplaires dans son Publi-Sac, et Les Éditions Gesca ont créé *Expérience BMW*. Vélo Québec Éditions, qui publie *Vélo Québec* et *Géo Plein Air*, a lancé *Nature sauvage*. L'éditeur a acheté, en avril dernier, *Québec Science*.

On voit toutefois certains titres disparaître. En septembre 2007, les Éditions Rogers ont annoncé la fin du bimestriel de magasinage pour la maison *Chocolat*, lancé un an auparavant. ●

1.

Après deux ans au classement PMB, *Qu'est-ce qui mijote* devient le magazine le plus lu, avec un peu plus de 1,3 million de lecteurs. Il ravit ainsi la place à *Coup de pouce*, qui, après trois ans en tête de liste, passe au second rang avec sensiblement les mêmes résultats que l'an dernier, soit 1,3 million. *7 jours* perd également une position et se classe troisième, avec 1,1 million de lecteurs. Même constat pour *Sélection du Reader's Digest*, qui dégringole au quatrième échelon, avec 1 million. À l'instar de l'année précédente, les publications d'intérêt général subissent toutes une perte de lectorat. Même constat pour les catégories affaires et famille/jeunesse/3^e âge. Pour ce qui est des magazines féminins, qui, en 2007, affichaient tous une baisse de lectorat, exception faite de *Styles de vie*, on remarque quelques remontées. En effet, *Qu'est-ce qui mijote*, *Clin d'Œil*, *Ricardo* et *Styles de vie* enregistrent de meilleurs résultats.

Tirage et lectorat

1. Nombre de lecteurs par type de magazine

MAGAZINE	TIRAGE (EN MILLIERS)	NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)*	POURCENTAGE HOMMES	POURCENTAGE FEMMES
INTÉRÊT GÉNÉRAL				
7 Jours	113	1 121	37,7%	62,3%
Sélection du Reader's Digest	258	1 096	46,3%	53,7%
L'actualité	190	911	51,4%	48,6%
La Semaine	78	643	41,0%	59,0%
Le Lundi	26	513	33,7%	66,3%
Dernière Heure	19	279	27,6%	72,4%
AFFAIRES				
Les Affaires	87	345	61,4%	38,6%
Affaires Plus	90	318	58,2%	41,8%

Source: PMB, données sur le lectorat, 2008 *Les magazines sont classés dans chacune des catégories de façon décroissante en fonction de leur lectorat.

Nombre de lecteurs par type de magazine (suite)

MAGAZINE	TIRAGE (EN MILLIERS)	NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)*	POURCENTAGE HOMMES	POURCENTAGE FEMMES
AFFAIRES (SUITE)				
Magazine PME	38 	134 	59,0%	41,0%
Commerce	44 	129 	72,9%	27,1%
FÉMININ				
Qu'est-ce qui mijote	647 	1317 	28,5%	71,5%
Coup de pouce	230 	1300 	26,5%	73,5%
Châtelaine	209 	985 	25,0%	75,0%
Elle Québec	91 	793 	26,2%	73,8%
Clin d'Œil	74 	766 	25,3%	74,7%
Ricardo	n.d.	509 	29,5%	70,5%
Tout simplement Clodine	30 	443 	15,3%	84,7%
Femme d'aujourd'hui	n.d.	286 	23,4%	76,6%
Madame	108 	262 	14,1%	85,9%
Moi & cie	32 	224 	5,8%	94,2%
Styles de vie	203 	205 	35,1%	64,9%
FAMILLE / JEUNESSE / 3^e ÂGE				
Le Bel Âge magazine	144 	662 	29,0%	71,0%
Cool!	55 	427 	29,7%	70,3%
Filles Clin d'Œil	42 	336 	12,5%	87,5%
Le Magazine Enfants Québec	65 	304 	28,3%	71,7%
Adorable	n.d.	165 	31,5%	68,5%
JOURNAUX URBAINS				
Voir	135 	563 	58,4%	41,6%
Mirror	60 	155 	61,3%	38,7%

Source: PMB, données sur le lectorat, 2008 *Les magazines sont classés dans chacune des catégories de façon décroissante en fonction de leur lectorat.

Magazines

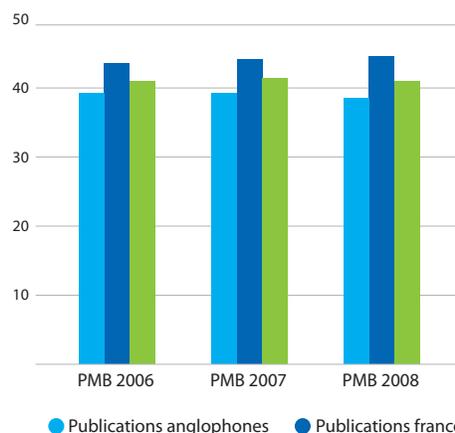
Nombre de lecteurs par type de magazine (suite)

MAGAZINE	TIRAGE (EN MILLIERS)	NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)*	POURCENTAGE HOMMES	POURCENTAGE FEMMES
JOURNAUX URBAINS (SUITE)				
Hour	43 	139 	58,3%	41,7%
Ici	87 	89 	59,6%	40,4%
DÉCORATION / HABITAT / JARDINAGE				
Les idées de ma maison	73 	852 	37,1%	62,9%
Décoration Chez-Soi	79 	822 	31,5%	68,5%
Décormag	89 	660 	35%	65%
Rénovation Bricolage	35 	564 	53%	47%
Fleurs, Plantes et Jardins	86 	462 	25,5%	74,5%
Côté Jardins	n.d.	316 	26,6%	73,4%
DIVERTISSEMENT / TÉLÉVISION				
TV 7 Jours / TV Hebdo	232 	837 	41,3%	58,7%
Star Inc.	40 	539 	38,4%	61,6%
Primeurs	410 	526 	50,4%	49,6%
Star Système	31 	312 	33%	67%
Échos Vedettes	35 	300 	32%	68%
En Primeur	105 	292 	48,3%	51,7%
Famous Québec	120 	190 	n.d.	n.d.
Extra	36 	117 	n.d.	n.d.
TOURISME / SCIENCE / LOISIRS / DIVERS				
Touring (français et anglais)	636 	1 078 	52,3%	47,7%
Sentier Chasse-Pêche	61 	530 	76,6%	23,4%
Magazine Jobboom	98 	444 	58,8%	41,2%
Québec Science	19 	338 	60,1%	39,9%
Summum	23 	232 	74,6%	25,4%

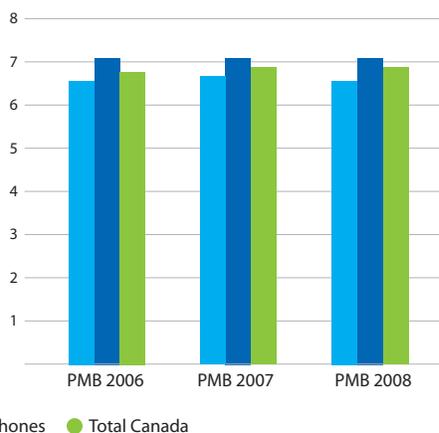
Source : PMB, données sur le lectorat, 2008 *Les magazines sont classés dans chacune des catégories de façon décroissante en fonction de leur lectorat.

2. Tendances de lecture des magazines

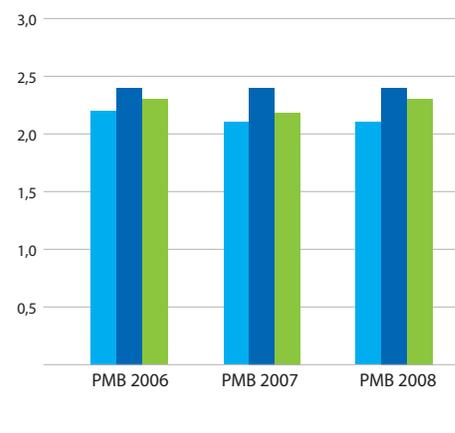
Temps moyen de lecture par magazine (en min.)



Degré d'intérêt sur une échelle de 1 à 10

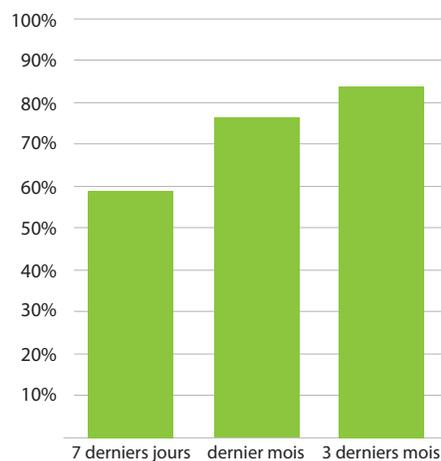


Nombre de consultations par magazine



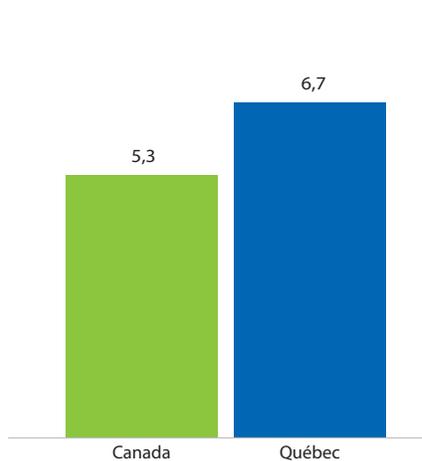
Source: PMB 2006, 2007, 2008

Taux de lecture



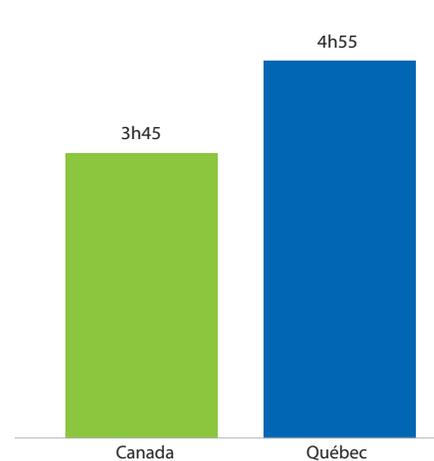
Source: PMB 2008, Québec, 12 ans et plus

Nombre moyen d'exemplaires lus par mois



Source: PMB 2008, base de données de lectorat sur 2 ans

Temps moyen de lecture par mois



Source: PMB 2008, base de données de lectorat sur 2 ans

2.

Le temps moyen de lecture par magazine est demeuré stable au cours des trois dernières années. Il se chiffre à environ 45 minutes pour les publications francophones, alors que du côté anglophone, le temps est inférieur à 40 minutes. Même constat pour le degré d'intérêt des lecteurs qui n'a que très peu varié depuis 2006. Les données PMB montrent aussi que les magazines francophones sont consultés à un plus grand nombre de reprises que les anglophones. Avec une moyenne de 6,7 exemplaires lus par mois, les Québécois lisent davantage que la moyenne canadienne, qui se chiffre à 5,3. Par rapport à 2007, le temps moyen accordé chaque mois à la lecture des magazines a augmenté tant au Québec (+ 13 minutes) qu'au Canada (+ 32 minutes).