

Mutations

Alors que plusieurs magazines ont perdu du lectorat et que quelques titres notoires sont disparus, on a aussi vu des lancements et le revamping de nombreuses publications.

Encore cette année, la plupart des magazines ont perdu des lecteurs, selon le sondage 2009 réalisé par PMB. Les journaux urbains ainsi que les publications famille/jeunesse/troisième âge et d'affaires ont connu des baisses de leurs lectorats.

Contrairement à 2008, où les magazines féminins s'en tiraient bien, la plupart subissent cette année des baisses de lectorat, à l'exception de *Moi & cie*, *Madame* et *Qu'est-ce qui mijote*. Celui-ci, édité par Kraft et distribué gratuitement, se classe d'ailleurs au premier rang, toutes publications confondues, avec 1,4 million de lecteurs, une hausse de 5,7% par rapport à 2008. *Coup de pouce* conserve la deuxième place pour une seconde année, avec 1,3 million de lecteurs.

À noter qu'*En Primeur* ne fait plus partie des résultats PMB et que le titre *Summum girl* a remplacé *Adorable* chez les Éditions Genex en janvier 2009.

D'autres magazines, eux, ont cessé leur publication. C'est le cas de *PME*, *Style de vie*, *Filles Clin d'œil*, *Extra* et l'hebdomadaire urbain *Ici*. Quelques publications sont par contre apparues sur le marché québécois, dont le magazine féminin *Vita* (version francophone du titre canadien *More*), lancé en septembre 2008 par Transcontinental.

Plusieurs magazines se sont par ailleurs offert une nouvelle allure et un contenu repensé, c'est notamment le cas de *Sélection du Reader's Digest*, *Affaires Plus*, *Châte-laine*, *Nightlife* et *La Semaine*.

1.

Pour une deuxième année consécutive, *Qu'est-ce qui mijote* demeure le magazine le plus lu. Son lectorat a d'ailleurs gonflé de 5,7% pour atteindre 1 392 000 lecteurs. *Coup de pouce* conserve le deuxième rang, malgré une baisse de 3,5%. *Touring* (français et anglais) gagne deux positions et atteint la troisième place, avec une hausse de 8,6%. *Sélection du Reader's Digest* a surpassé *7 Jours* dans la catégorie Intérêt général, même si son lectorat a diminué de 2,9%, pour se chiffrer à 1 064 000 personnes. *7 Jours*, qui chute de deux positions, passe sous le million de lecteurs, avec une perte de 12,2% pour en totaliser 984 000. Les magazines d'affaires, les journaux urbains et les titres famille/jeunesse/troisième âge ont tous perdu du lectorat. Certaines remontées sont notables, comme c'est le cas de *Madame* (11,8%), *Star Système* (10%) et *Summum* (6,5%).

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 | | | | |
| Sélection du Reader's Digest | 255 | 1 064 | 45,8% | 54,2% |
| 7 Jours | 98 | 984 | 38,6% | 61,4% |
| L'actualité | 184 | 885 | 51,4% | 48,6% |
| La Semaine | 61 | 559 | 41,7% | 58,3% |
| Le Lundi | 28 | 513 | 39,5% | 60,5% |
| Dernière Heure | 20 | 297 | 35,0% | 65,0% |
| AFFAIRES | | | | |
| Les Affaires | 86 | 271 | 69,0% | 31,0% |
| Affaires Plus | 89 | 270 | 65,2% | 34,8% |
| Commerce | 44 | 127 | 70,9% | 29,1% |
| FÉMININ | | | | |
| Qu'est-ce qui mijote | 610 | 1 392 | 29,2% | 70,8% |
| Coup de pouce | 230 | 1 254 | 29,8% | 70,2% |

Source: PMB Printemps 2009 (base de données 2 ans), 12 ans et plus

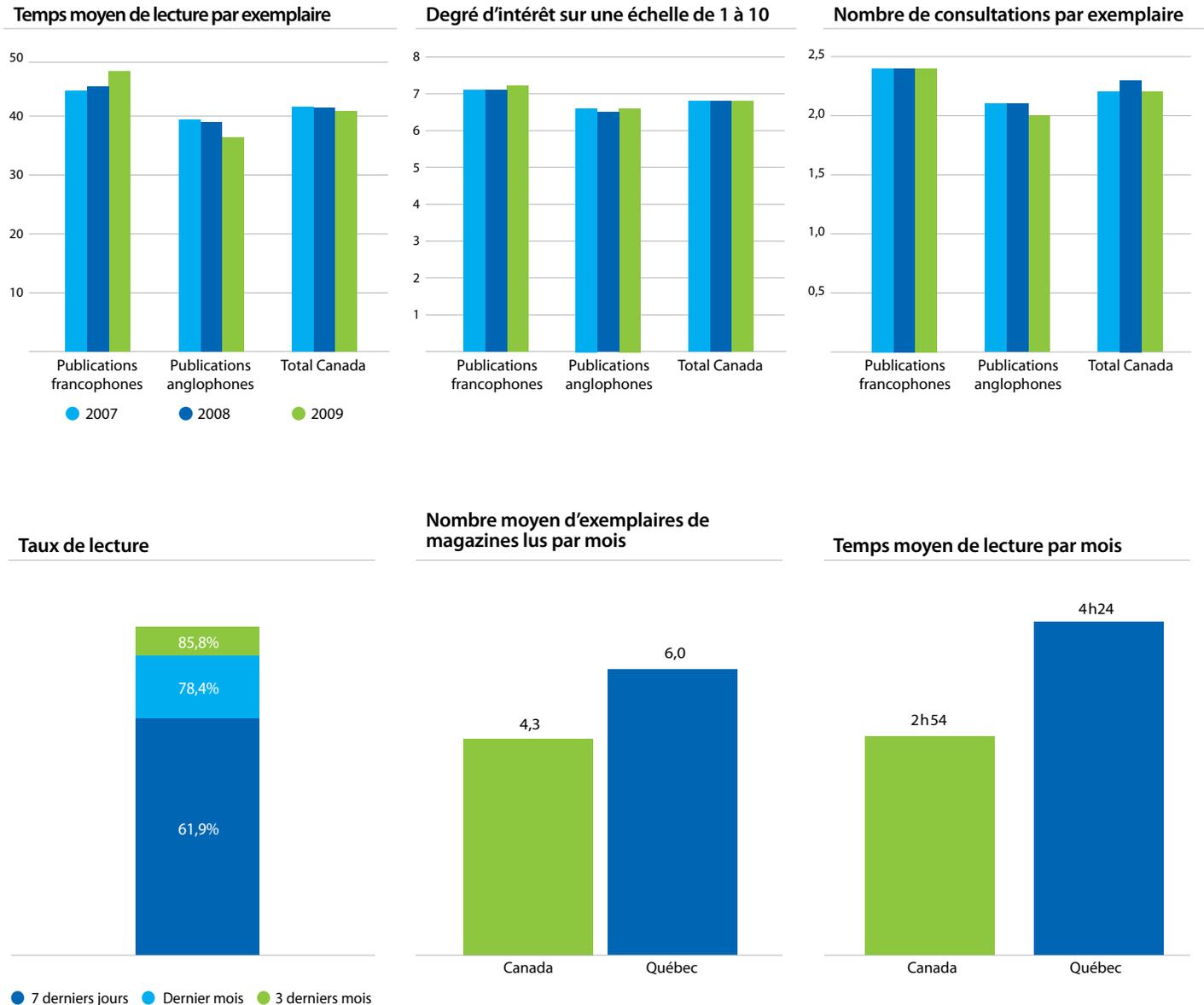
Nombre de lecteurs par type de magazine (suite)

| MAGAZINE | TIRAGE (EN MILLIERS) | NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)* | POURCENTAGE HOMMES | POURCENTAGE FEMMES |
|---|----------------------|-----------------------------------|--------------------|--------------------|
| FÉMININ (SUITE) | | | | |
| Châtelaine | 206 | 895 | 23,5 % | 76,5 % |
| Elle Québec | 93 | 788 | 20,9 % | 79,1 % |
| Clin d'Œil | 77 | 697 | 20,8 % | 79,2 % |
| Ricardo | n.d. | 511 | 26,0 % | 74,0 % |
| Tout simplement Clodine | 32 | 397 | 16,4 % | 83,6 % |
| Loulou | 74 | 332 | 14,5 % | 85,5 % |
| Madame | 100 | 293 | 14,3 % | 85,7 % |
| Femme d'aujourd'hui | n.d. | 251 | 22,6 % | 77,4 % |
| Moi & cie | 46 | 225 | 8,0 % | 92,0 % |
| FAMILLE / JEUNESSE / 3^e ÂGE | | | | |
| Le Bel Âge magazine | 143 | 653 | 28,8 % | 71,2 % |
| Cool! | 50 | 364 | 27,7 % | 72,3 % |
| Le Magazine Enfants Québec | 64 | 223 | 25,1 % | 74,9 % |
| JOURNAUX URBAINS | | | | |
| Voir | n.d. | 500 | 55,9 % | 44,1 % |
| Mirror | 61 | 127 | 64,8 % | 35,2 % |
| Hour | 37 | 103 | 57,8 % | 42,2 % |
| DÉCORATION / HABITAT / JARDINAGE | | | | |
| Les idées de ma maison | 74 | 746 | 36,6 % | 63,4 % |
| Décoration Chez-Soi | 83 | 744 | 31,7 % | 68,3 % |
| Décormag | 90 | 677 | 32,8 % | 67,2 % |
| Rénovation Bricolage | 35 | 564 | 59,3 % | 40,7 % |
| Fleurs, Plantes et Jardins | 71 | 465 | 35,0 % | 65,0 % |
| Côté Jardins | n.d. | 312 | 30,7 % | 69,3 % |
| DIVERTISSEMENT / TÉLÉVISION | | | | |
| TV 7 Jours / TV Hebdo | 211 | 719 | 42,3 % | 57,7 % |
| Star Inc. | 37 | 495 | 35,6 % | 64,4 % |
| Primeurs | 386 | 380 | 40,8 % | 59,2 % |
| Star Système | 34 | 343 | 33,2 % | 66,8 % |
| Échos Vedettes | 36 | 298 | 39,3 % | 60,7 % |
| Famous Québec | 142 | 182 | 43,4 % | 56,6 % |
| TOURISME / SCIENCE / LOISIRS / DIVERS | | | | |
| Touring (français et anglais) | 681 | 1171 | 54,7 % | 45,3 % |
| Sentier Chasse-Pêche | 61 | 478 | 75,1 % | 24,9 % |
| Le Magazine Jobboom | 83 | 411 | 56,6 % | 43,4 % |
| Québec Science | 20 | 262 | 58,8 % | 41,2 % |
| Summum | 27 | 247 | 76,8 % | 23,1 % |

Source: PMB Printemps 2009 (base de données 2 ans), 12 ans et plus

Magazines

2. Tendances de lecture des magazines



Source: PMB Printemps 2009 (base de données 2 ans), 12 ans et plus
 Note: Données basées sur les magazines mesurés par PMB.

2.

Le temps moyen de lecture par magazine au Canada a légèrement diminué par rapport à l'année précédente. Pour les publications francophones, le temps moyen de lecture par magazine progresse constamment depuis 2007 et se chiffre à 47,4 minutes. Du côté des périodiques anglophones, la tendance est plutôt à l'inverse, le temps de lecture moyen étant désormais inférieur à 40 minutes. Quant à l'intérêt, il a connu peu de fluctuations depuis 2007. Les magazines francophones demeurent les plus consultés, avec une moyenne de 2,4 consultations par magazine. Le taux de lecture cumulatif « trois derniers mois » a augmenté au Québec de 1,8 % depuis 2007, pour atteindre 85,8 %. Malgré une baisse de 0,7 exemplaire comparativement à 2008, les Québécois lisent davantage d'exemplaires que la moyenne canadienne, soit six par mois. Par rapport à 2008, le temps moyen accordé mensuellement à la lecture des magazines a diminué tant au Québec (-31 minutes) qu'au Canada (-1 heure, 9 minutes).