

Magazines

EXCEPTIONS DANS LES FÉMININS

Les magazines canadiens traversent difficilement la crise des médias, ce qui se traduit, encore cette année, par de nombreuses baisses de lectorat.

La grande majorité des magazines ont vu leurs lectorats diminuer au cours de la dernière année, selon le sondage 2010 du Print Measurement Bureau (PMB). Parfois, des catégories entières baissent. On note quelques exceptions, entre autres dans le créneau des titres féminins. C'est le cas pour *Châtelaine*, *Moi & Cie* et *Ricardo*. Parmi les autres publications qui enregistrent des hausses, on compte *Dernière Heure*, *Affaires Plus* et *Le Magazine Enfants Québec*.

Qu'est-ce qui mijote?, édité par Kraft et distribué gratuitement, demeure au premier rang, toutes publications confondues, avec 1,4 million de lecteurs. *Coup de pouce* conserve la deuxième position pour une troisième année, avec 1,2 million de lecteurs.

À noter que *Québec Science* n'est plus mesuré par PMB. Par ailleurs, Transcontinental a cessé la parution de *Commerce* en décembre 2009 et a lancé *Premium*, un bimestriel qui s'adresse aux dirigeants du monde des affaires. Décrit comme un «bookzine», la publication traite de sujets liés à la gestion.

Quelques publications ont célébré des anniversaires marquants: *Coup de pouce* a fêté ses 25 ans, *Elle Québec* ses 20 ans, *Loulou* ses cinq ans, et *Vita* (version francophone du titre canadien *More*) a soufflé sa première bougie. D'autres ont revu leur grille graphique et leur contenu, dont *Ricardo* et le magazine *Affaires Plus*, qui s'appelle désormais *a+* •

01 Pour une troisième année consécutive, *Qu'est-ce qui mijote* demeure le magazine le plus lu au Québec, même si son lectorat a diminué de 1,4 % pour se chiffrer à 1 372 000 personnes. Les deuxième et troisième rangs sont toujours occupés par *Coup de pouce* et *Touring* (français et anglais), malgré des baisses respectives de 2 % et 5 %. En quatrième position, *Sélection du Reader's Digest* perd 4,8 % de son lectorat pour atteindre 1 013 000 lecteurs. *Châtelaine*, qui a enregistré un gain de 6,3 %, a surpassé, en cinquième place, *7 Jours*, dont le lectorat a chuté de 7 %. Bien que, de façon générale, les lectorats diminuent, quelques augmentations sont notables. C'est le cas de *Dernière Heure* (17,5 %), *Magazine Enfants Québec* (14,3 %), *Sentier Chasse-Pêche* (8,8 %) et *Star Système* (8,2 %). Les journaux urbains ont, pour leur part, tous connu des baisses.

01 Nombre de lecteurs par type de magazine

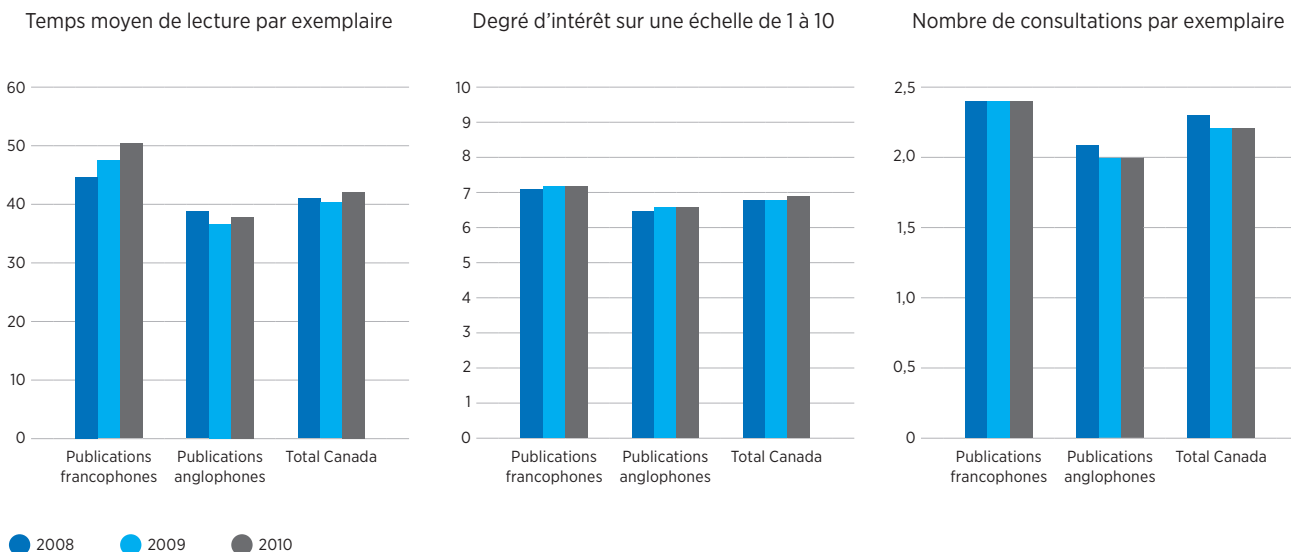
MAGAZINE	TIRAGE (EN MILLIERS)	NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)*	POURCENTAGE HOMMES	POURCENTAGE FEMMES
Intérêt général				
Sélection du Reader's Digest	246	1013	47,4 %	52,7 %
7 Jours	94	916	36,8 %	63,2 %
L'actualité	182	831	51,7 %	48,1 %
La Semaine	59	495	37,0 %	63,0 %
Le Lundi	27	437	36,6 %	63,2 %
Dernière Heure	21	349	40,7 %	59,6 %
Affaires				
Affaires Plus	86	287	67,2 %	32,4 %
Les Affaires	85	256	66,4 %	34,0 %

01 Nombre de lecteurs par type de magazine – suite

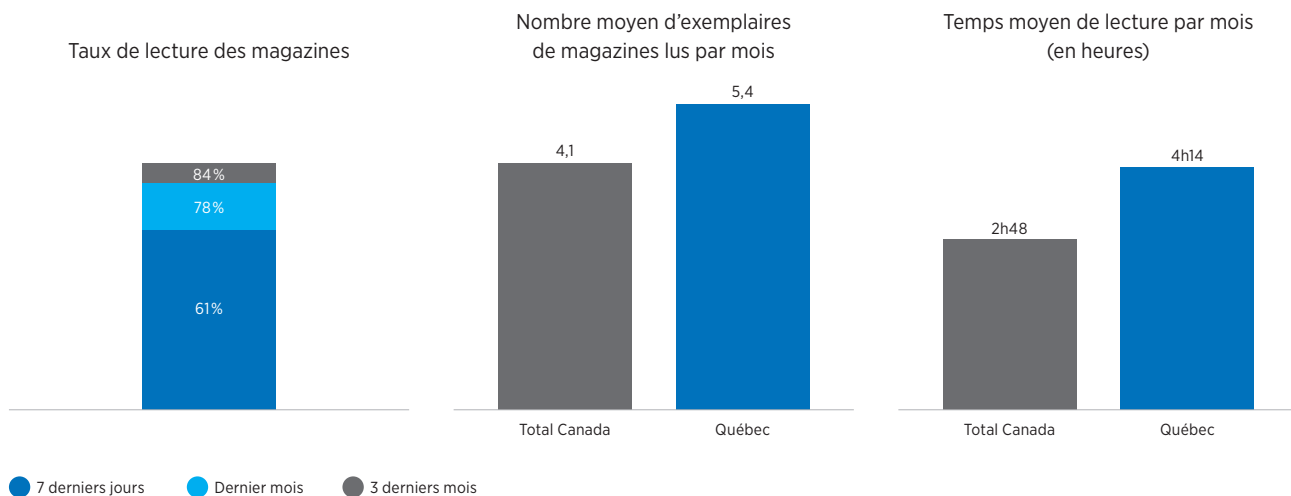
MAGAZINE	TIRAGE (EN MILLIERS)	NOMBRE DE LECTEURS (EN MILLIERS)*	POURCENTAGE HOMMES	POURCENTAGE FEMMES
Féminin				
Qu'est-ce qui mijote	544 	1372 	31,2%	68,8%
Coup de pouce	225 	1229 	28,0%	72,0%
Châtelaine	204 	951 	27,5%	72,5%
Elle Québec	90 	764 	20,0%	80,0%
Clin d'œil	74 	660 	20,6%	79,4%
Ricardo	n.d.	521 	28,6%	71,4%
Tout simplement Clodine	35 	324 	14,2%	85,8%
Loulou	74 	292 	9,9%	90,1%
Madame	101 	262 	13,0%	87,0%
Moi & cie	43 	239 	10,0%	90,0%
Femme d'aujourd'hui	n.d.	208 	26,4%	73,6%
Famille / Jeunesse / 3^e Âge				
Le Bel Âge Magazine	142 	605 	29,3%	70,7%
Cool!	n.d.	352 	33,0%	67,0%
Le Magazine Enfants Québec	62 	255 	22,4%	77,6%
Journaux urbains				
Voir	n.d.	457 	57,5%	42,5%
Mirror	59 	119 	65,5%	34,5%
Hour	34 	94 	57,4%	41,5%
Décoration / Habitat / Jardinage				
Les idées de ma maison	71 	682 	36,5%	63,5%
Chez soi	81 	627 	31,6%	68,6%
Décormag	90 	564 	31,2%	68,8%
Rénovation Bricolage	33 	512 	62,7%	37,3%
Fleurs, Plantes et Jardins	71 	497 	43,7%	56,3%
Côté Jardins	n.d.	232 	37,5%	62,1%
Divertissement / Télévision				
TV 7 Jours / TV Hebdo	200 	651 	41,6%	58,4%
Star Inc.	33 	384 	41,4%	58,6%
Star système	34 	371 	33,2%	66,8%
Primeurs	374 	330 	48,2%	51,5%
Échos Vedettes	35 	243 	41,6%	58,4%
Famous Québec	150 	162 	38,3%	61,7%
Tourisme / Loisirs / Divers				
Touring (français et anglais)	721 	1113 	54,6%	45,4%
Sentier Chasse-Pêche	62 	520 	79,0%	21,0%
Le Magazine Jobboom	82 	366 	62,6%	37,4%
Summum	25 	261 	79,3%	20,7%

Source: PMB Printemps 2010 (base de données 2 ans), 12 ans et plus, classement de catégories effectué par Infopresse

02 Tendances de lecture des magazines



Source: PMB Printemps 2010 (base de données 2 ans), 12 ans et plus
Note: Sont exclus de la moyenne les guides télé et les quotidiens.



Source: PMB Printemps 2010 (base de données 2 ans), 12 ans et plus
Note: Données basées sur les magazines mesurés par PMB.

02 Le temps moyen de lecture par magazine a augmenté au Canada par rapport à l'année précédente. Pour les publications francophones, le temps moyen de lecture par magazine continue de progresser depuis 2008, se chiffrant à 50,1 minutes. Pour les périodiques anglophones, le temps de lecture moyen a légèrement augmenté depuis 2009, passant de 36,3 à 37,5 minutes. De son côté, le degré d'intérêt fluctue toujours peu. 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 baissé de 1,8 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre 84 %. Les Québécois continuent de lire davantage d'exemplaires que la moyenne canadienne, soit 5,4 titres par mois. Le temps moyen accordé mensuellement à la lecture des magazines a diminué tant au Québec (-10 minutes) qu'au Canada (-6 minutes).