



Communiqué de presse

TVA PUBLICATIONS MAINTIENT SA POSITION DE CHEF DE FILE AU QUÉBEC

L'éditeur québécois demeure aussi un incontournable au Canada

MONTREAL, le 19 avril 2018 – Toujours un influenceur indispensable au Canada et le chef de file au Québec, TVA Publications rejoint maintenant 9,1 millions de lecteurs au Canada, toutes plateformes confondues. En effet, confirmant son statut de pilier dans le marché des magazines au Canada, ses titres anglophones sont lus par 6,7 millions de lecteurs tandis que ses titres francophones en rejoignent 2,9 millions.

« *Les Canadiens sont très loyaux envers les marques qui leur parlent et leur ressemblent, a affirmé Lyne Robitaille, vice-présidente principale, Journaux, Magazines, Distribution et Imprimerie, Québecor. Le dernier sondage Vividata le démontre, dans tous les créneaux, que ce soit dans le domaine de l'art de vivre, de la mode, de la décoration ou de l'actualité artistique, nos lecteurs et particulièrement nos lectrices démontrent un engagement remarquable envers nos magazines. Nous remarquons également une augmentation du lectorat parmi deux magazines qui touchent des tranches d'âge opposées, c'est-à-dire **Cool!** et **Bel Âge**. Comme quoi, nos titres informent et divertissent les Canadiens de toutes les générations. C'est un beau clin d'œil qui nous amène à nous dépasser et à faire preuve de diversité dans nos approches* ».

La référence mode au Canada pour près de 2,3 millions de lecteurs toutes plateformes confondues

Les magazines de mode de TVA Publications demeurent les références pour les fashionistas d'un océan à l'autre. **ELLE Canada** et **ELLE Québec** s'avèrent le combo mode #1 au Canada avec près de 2 millions de lecteurs multiplateformes. Au Québec, **ELLE Québec** et **Clin d'œil** rejoignent 818 000 passionnés chaque mois. D'ailleurs, **Clin d'œil** confirme sa position de leader sur le marché de la mode au Québec avec 522 000 lecteurs en format imprimé et 575 000 lecteurs multiplateformes.

Des magazines Art de vivre qui inspirent près de 6 millions de lecteurs

Avec son offre diversifiée à travers les pages de **Canadian Living**, **Coup de pouce**, **Good Times** et **Bel Âge**, les magazines Art de vivre de TVA Publications rejoignent près de 6 millions de lecteurs multiplateformes.

Toujours une référence au Québec, **Coup de pouce** est le magazine francophone Art de vivre le plus lu avec plus de 1,3 million de lecteurs multiplateformes. C'est aussi le magazine imprimé #1 auprès des femmes 18+ et 18-34.

Un incontournable chez les 50 ans et plus, le **Bel Âge**, a aussi enregistré une croissance très appréciable de son lectorat multiplateforme, rejoignant maintenant quelque 929 000 lecteurs, tandis que son équivalent anglophone, le **Good Times**, rejoint quant à lui 594 000 lecteurs sur toutes les plateformes.

Toujours du côté du Canada anglais, **Canadian Living** continue de se démarquer et rejoint 3 669 000 lecteurs sur toutes les plateformes.

Les références décoration au pays : Les idées de ma Maison et Style at Home

C'est indéniablement chez TVA Publications que se trouve la destination maison la plus recherchée au pays, ses titres attirant plus de 2,4 millions de lecteurs toutes plateformes confondues. Au Québec, le magazine **Les idées de ma Maison** est un indispensable en décoration avec 621 000 lecteurs, tandis que **Style at Home** demeure le magazine décoration au Canada le plus lu chez les femmes 18+ et 18-34, avec 1 840 000 lecteurs toutes plateformes confondues.

L'actualité artistique : une passion pour les lecteurs québécois

L'actualité artistique est toujours l'un des sujets favoris des Québécois, les titres qui s'intéressent au milieu artistique et culturel – dont **7 Jours**, **La Semaine**, **Écho Vedettes** et **TV Hebdo** – rassemblent plus d'un million de lecteurs multiplateformes. Par ailleurs, **7 Jours** s'avère toujours la référence artistique #1 la plus populaire avec 503 000 lecteurs.

Enfin, chez les jeunes, le magazine **Cool!** se démarque avec une hausse remarquable de son lectorat autant en version imprimée (8 %) que multiplateforme (9 %).

Source :

Vividata Printemps 2018, multiplateforme, Canada Total, 12+ / Variations vs Q3 2017

(30)

Renseignements :

Véronique Mercier

Vice-présidente, Communications

Groupe TVA inc.

Veronique.mercier@tva.ca