

Lectorat des magazines Vividata Printemps 2021, Adultes 18+

Lectorat moyen par numéro 18+ (000)		
Titre	Empreinte (1)	Imprimé (2)
N'importe quel magazine ang/fr (3)	17,834	14,329
N'importe quel magazine ang/fr (3) Portée %	58%	47%
Magazines anglais		
N'importe quel magazine anglais (3)	14,924	12,015
Air Canada enRoute	1,600	1,077
AMA Insider Magazine	1,207	1,037
Best Health	1,262	605
CAA Ontario & Atlantic (formerly CAA Magazine)	3,371	2,993
CAA Manitoba	285	260
CAA Saskatchewan	274	234
CAA Magazine Summary	5,137	4,523
Canada's History	1,664	878
Canadian Geographic	3,516	2,123
CANADIAN HOUSE & HOME	2,025	1,372
Canadian Living	3,263	2,302
Chatelaine	2,894	1,793
Cottage Life	1,874	1,084
ELLE CANADA	2,091	1,310
FASHION Magazine	1,871	1,085
FOOD & DRINK	2,233	1,640
Good Times	381	310
Hello! Canada	1,486	555
Maclean's	3,725	1,878
Our Canada	1,679	944
Professionally Speaking	799	493
Reader's Digest	3,852	2,906
Report On Business Magazine	1,977	803
Style at Home	2,025	1,293
Toronto Life	1,699	812
Zoomer Magazine	1,936	1,197

Lectorat moyen par numéro 18+ (000)		
Titre	Empreinte (1)	Imprimé (2)
Magazines français		
N'importe quel magazine français (3)	4,469	3,407
Bel Âge magazine	943	808
CAA Québec	1,827	1,451
Châtelaine (Fr)	746	521
Clin d'oeil	640	478
Coup de pouce	1,271	971
ELLE QUÉBEC	633	444
L'actualité	1,136	617
Les Affaires/Les Affaires Plus	996	488
Les Idées de ma Maison	666	488
Magazine Véro	741	409
RICARDO Magazine	1,847	975
Sélection du Reader's Digest	570	436
Urbania (Digital Only)	319	-

Période du terrain du Printemps 2021 : Janvier 2020 - Décembre 2020 (12 mois)

Des changements ont été apportés à la méthodologie d'échantillonnage en 2019 et, par conséquent, nous suggérons que des comparaisons avec des études ÉCC antérieures soient effectuées en tenant compte que des différences ne soient peut-être pas attribuables uniquement aux changements du marché, mais aussi aux changements dans la collecte de données.

Notes:

- (1) Empreinte = Auditoire non dupliqué de l'imprimé et du numérique. (Numérique = Auditoire ayant lu ou regardé du contenu numérique au cours de la période de qualification. (l'intervalle de qualification varie d'hier jusqu'au dernier 6 mois, en fonction de la fréquence de publication du magazine).
- (2) Imprimé = Auditoire moyen par numéro du magazine en version imprimé en fonction de son intervalle de qualification (hier jusqu'à 6 derniers mois, selon la fréquence de publication du magazine imprimé).
- (3) N'importe quel magazine = Auditoire moyen non dupliqué d'un numéro de tous les magazines mesurés.

* Données relativement instables (faible taille de l'échantillon)

Source: Étude Vividata Printemps 2021

Portée numérique mensuelle des magazines

Vividata Printemps 2021, Adultes 18+

Portée numérique mensuelle 18+ (000)	
Titre	Numérique (1)
N'importe quel magazine ang/fr (2)	8,404
Portée %	27%
Magazines anglais	
N'importe quel magazine anglais (2)	6,811
Air Canada enRoute	546
AMA Insider Magazine	154
Best Health	559
CAA Ontario & Atlantic (formerly CAA Magazine)	321
CAA Manitoba	26*
CAA Saskatchewan	31
CAA Magazine Summary	532
Canada's History	627
Canadian Geographic	1,224
CANADIAN HOUSE & HOME	817
Canadian Living	1,218
Chatelaine	974
Cottage Life	695
ELLE CANADA	987
FASHION Magazine	823
FOOD & DRINK	521
Good Times	97
Hello! Canada	1,023
Maclean's	2,213
Our Canada	636
Professionally Speaking	219
Reader's Digest	1,223
Report On Business Magazine	1,244
Style at Home	742
Toronto Life	1,069
Zoomer Magazine	689

Portée numérique mensuelle 18+ (000)	
Titre	Numérique (1)
Magazines français	
N'importe quel magazine fr (2)	2,229
Bel Âge magazine	197
CAA Québec	337
Châtelaine (Fr)	181
Clin d'oeil	173
Coup de pouce	403
ELLE QUÉBEC	249
L'actualité	616
Les Affaires/Les Affaires Plus	515
Les Idées de ma Maison	190
Magazine Véro	225
RICARDO Magazine	1,020
Sélection du Reader's Digest	171
Urbania	319

Période du terrain du Printemps 2021 : Janvier 2020 - Décembre 2020 (12 mois)

Des changements ont été apportés à la méthodologie d'échantillonnage en 2019 et, par conséquent, nous suggérons que des comparaisons avec des études ÉCC antérieures soient effectuées en tenant compte que des différences ne soient peut-être pas attribuables uniquement aux changements du marché, mais aussi aux changements dans la collecte de données.

Notes:

(1) Empreinte = Auditoire non dupliqué de l'imprimé et du numérique. (Numérique = Auditoire ayant lu ou regardé du contenu numérique au cours de la période de qualification. (l'intervalle de qualification varie d'hier jusqu'au dernier 6 mois, en fonction de la fréquence de publication du magazine).

(2) Imprimé = Auditoire moyen par numéro du magazine en version imprimé en fonction de son intervalle de qualification (hier jusqu'à 6 derniers mois, selon la fréquence de publication du magazine imprimé).

(3) N'importe quel magazine = Auditoire moyen non dupliqué d'un numéro de tous les magazines mesurés.

* Données relativement instables (faible taille de l'échantillon)

Source: Étude Vividata Printemps 2021