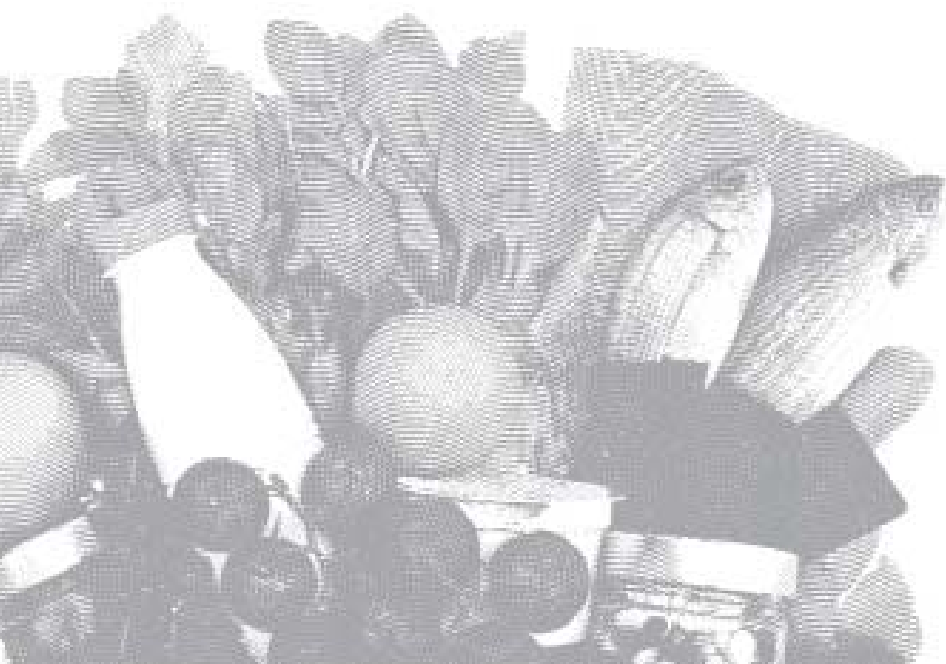


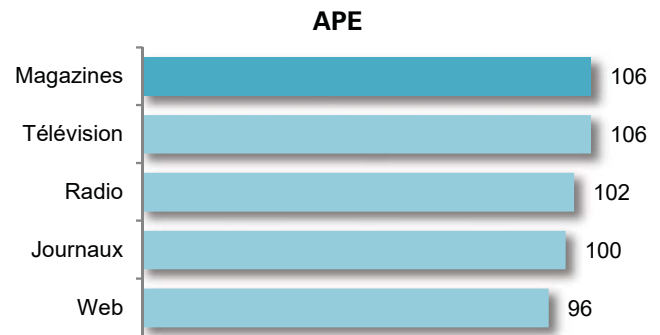
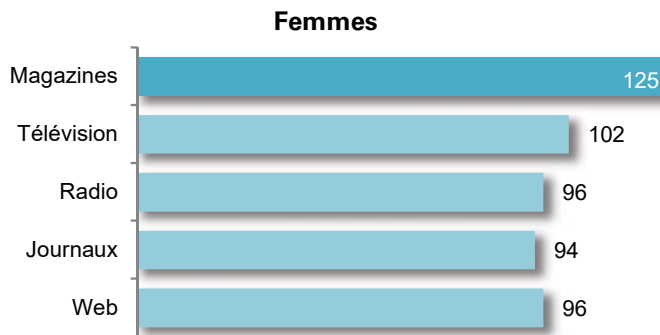
ALIMENTATION/PRODUITS ALIMENTAIRES



Catégories –
Survol éclair

Magazines
Canada

Les magazines rejoignent les femmes et acheteurs principaux de produits d'épicerie (APE)



Source: PMB, automne 2013 : A18+, quintiles les plus lourds (1 et 2)

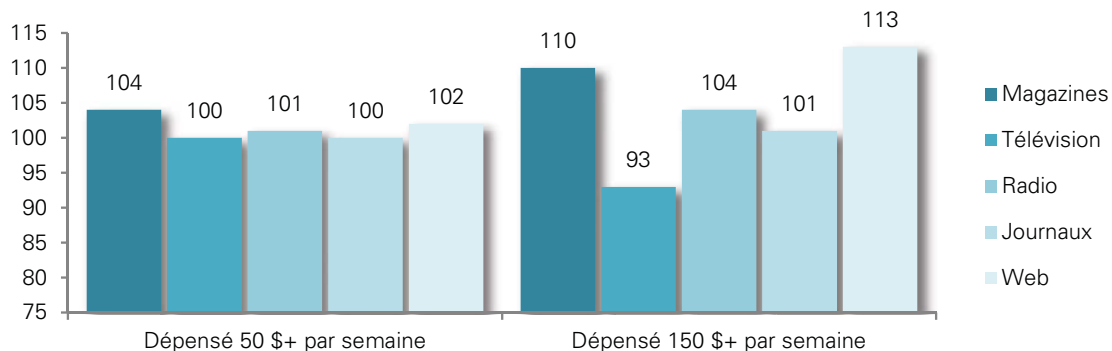
Source: PMB, automne 2013 : A18+, quintiles les plus lourds (1 et 2)

Les lecteurs de magazines utilisent plusieurs canaux pour magasiner l'achat de produits alimentaires

Aliments/produits alimentaires (Indice)	Magazines	Télévision	Radio	Journaux	Web
Magasinage de produits alimentaire (épicerie)	103	101	101	102	99
Magasinage de produits alimentaires (épicerie en vrac)	110	99	100	106	110
Magasinage de produits alimentaires (dépanneur)	102	104	108	102	106
Magasinage de produits alimentaires (mag. à rayons)	107	104	103	99	105
Magasinage de produits alimentaires (pharmacie)	108	108	103	108	95
Magasinage de produits alimentaires (fruiterie)	110	99	104	114	98
Magasinage de produits alimentaires (épicerie fine)	112	97	104	107	123
Magasinage de produits alimentaires (épicerie-santé)	112	92	96	103	100
Magasinage de produits alimentaires (marché public)	112	98	102	113	99

Source : PMB, automne 2013 : A18+, quintiles les plus lourds (1 et 2)

Les lecteurs de magazines dépensent davantage pour les aliments chaque semaine



Source : PMB, automne 2013 : A18+, quintiles les plus lourds (1 et 2)

Les lecteurs de magazines utilisent diverses catégories de produits alimentaires annoncés, don't :

Aliments/produits alimentaires (indice)	Magazines	Télévision	Radio	Journaux	Web
Céréales froides utilisées (dernière semaine)	106	100	101	101	98
Granola/céréales/muffins utilisés (dernière semaine)	113	95	103	97	104
Beurre utilisé (dernier mois)	108	99	199	104	96
Lait filtré utilisé (dernière semaine)	119	90	103	104	102
Lait au chocolat utilisé (dernière semaine)	107	98	101	93	112
Yogourt utilisé (dernière semaine)	108	98	102	103	100
Crème glacée utilisée (dernier mois)	116	89	100	102	103
Mélanges à biscuits utilisés (dernier mois)	108	100	100	95	99
Céréales chaudes utilisées (derniers 6 mois)	106	101	100	95	98
Trempelettes prêtes à servir utilisées (dernier mois)	113	98	104	100	99
Fromage à la crème utilisé (dernier mois)	111	101	104	104	98
Pâtes emballées utilisées (dernier mois)	108	98	100	101	99
Pizza congelée utilisées (dernier mois)	105	100	102	102	101
Préparation de repas principaux congelés	114	109	93	91	125
Jus d'orange utilisé (dernière semaine)	108	100	100	103	96
Bu du thé (dernière semaine)	107	100	98	102	94

Source: PMB, Fall 2013. A18+, Heaviest quintiles (1 & 2)

71 % des lecteurs de magazines passent à l'action après avoir vu une annonce sur les produits alimentaires

Gestes posés* : Aliments/produits alimentaires	(%)	
Ont une meilleure opinion de l'annonceur	20 %	} 28 % net - Impact traduit par un geste (% ayant subi un impact positif par l'annonce ou recommandé le produit.)
Ont recommandé le produit/service	14 %	
Ont visité le site Web	9 %	} 24 % net - Gestes de recommandation (% ayant recherché plus d'information au sujet du produit annoncé)
Ont recherché plus d'information sur le produit/service	13 %	
Ont découpé/conservé l'annonce	9 %	} 44 % net - Gestes d'achat (% ayant acheté ou considéré l'achat du produit annoncé)
Envisagent d'acheter le produit/service	27 %	
Ont acheté le produit/service	22 %	
Ont visité/se sont joint au réseau social de l'entreprise	4 %	
Ont photographié le code QR/snap tag avec leur cellulaire	3 %	
Ont posé un geste quelconque	71 %	

Source : StarchMetrix Canada – Catégorie des aliments, avril 2014 à mars 2016. * Gestes selon les répondants qui ont remarqué l'annonce Comprend ingrédients de cuisson, assaisonnements, mélanges, aliments préparés, produits laitiers, fruits et légumes, viande, volaille, poisson, boulangerie, boissons

Les magazines rejoignent les femmes et les principaux acheteurs de produits d'épicerie mieux qu'aucun autre média. Les lecteurs de magazines utilisent divers canaux et font des achats dans diverses catégories annoncées. Ils dépensent d'avantage chaque semaine pour les produits d'épicerie et passent à l'action après avoir vu des annonces de produits alimentaires dans les magazines : 71 % des lecteurs de magazines posent au moins un geste, et une proportion impressionnante de 44 % posent un geste d'achat.