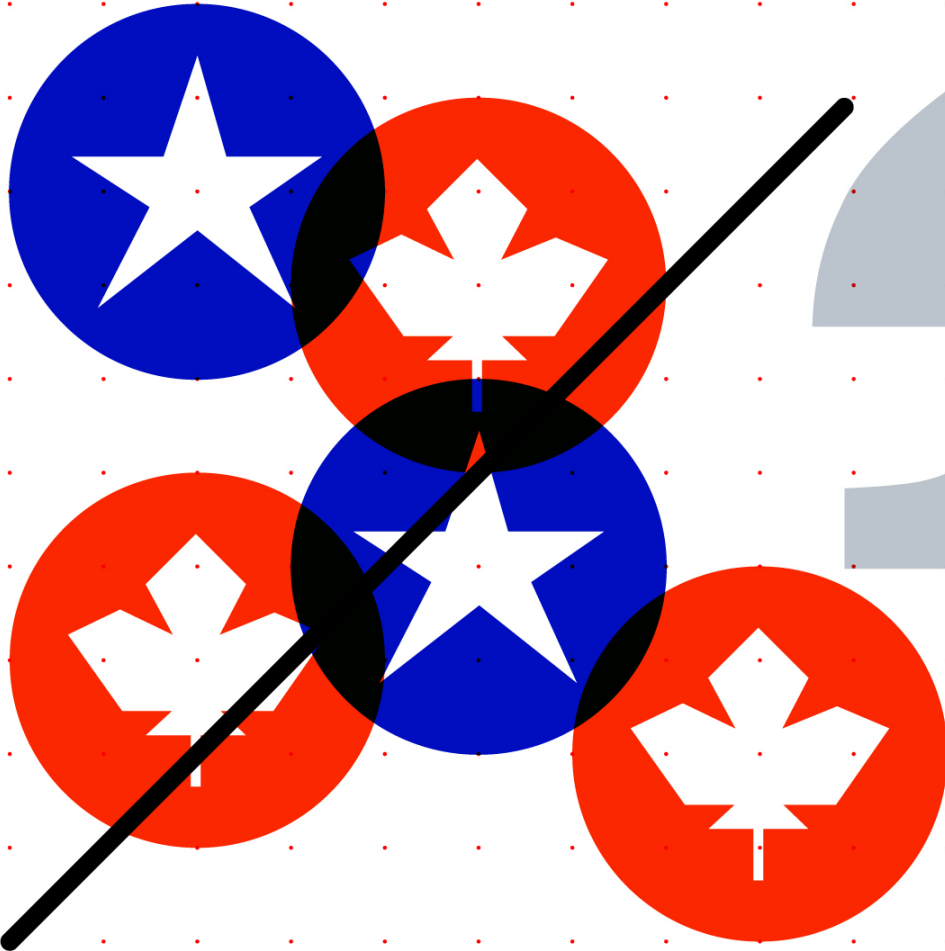


Débordement Américain au Canada

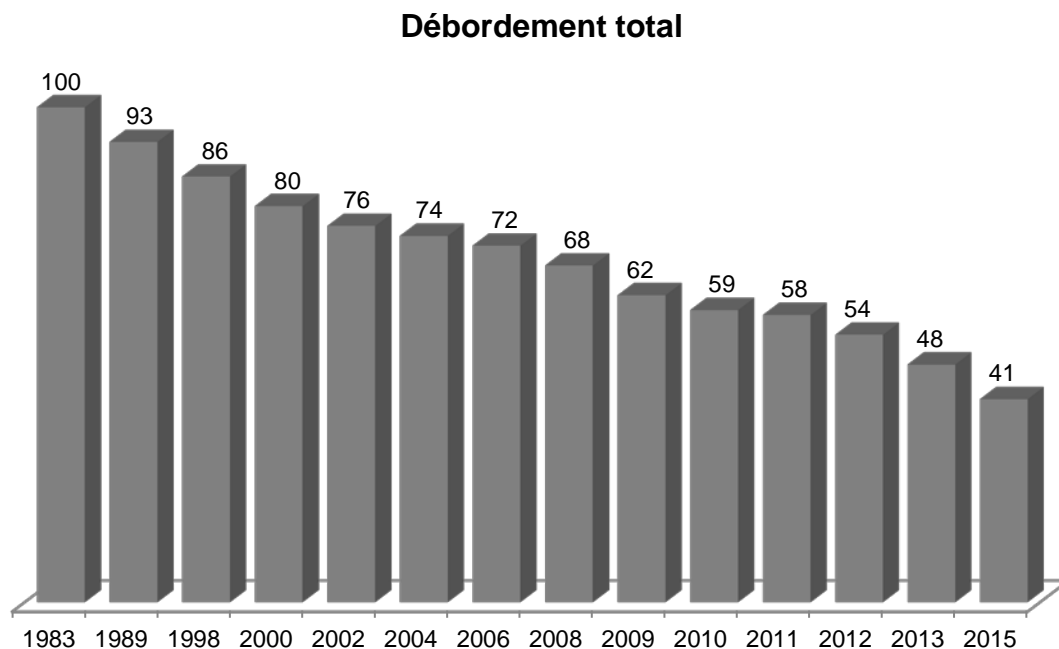
2016



Diffusion au Canada en déclin au long terme



Le déclin du débordement É.-U. se poursuit

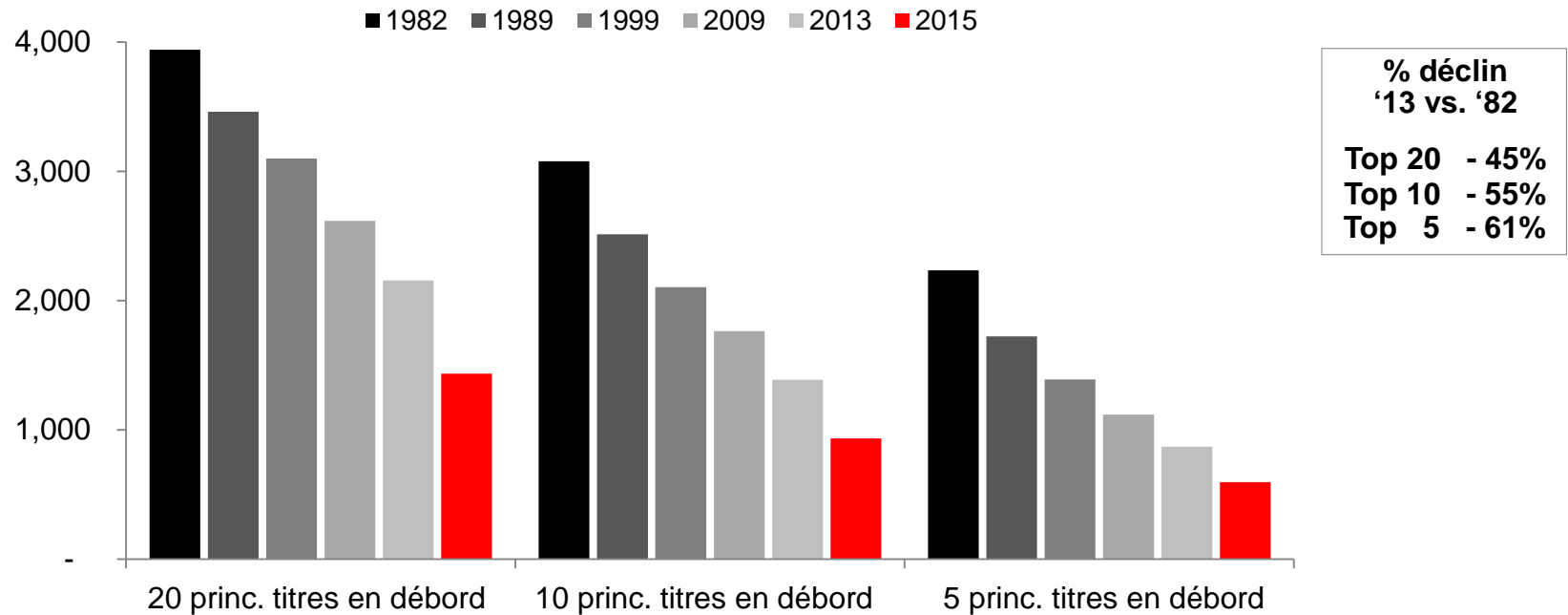


La diffusion par débordement de magazines É.U. est en déclin à long terme alors que les publications canadiennes rapatrient le lectorat



La diffusion des principaux magazines É.-U. en débordement au Canada est en déclin à long terme

Tirage moyen par numéro (000)



Six titres É.-U. en débordement parmi les 100 principales diffusions au Canada



Six titres É.-U. en débordement parmi les 100 principales diffusions au Canada

Titre (*rang*)

National Geographic (25)

People (50)

Cosmopolitan (71)

Woman's World (80)

Prevention (94)

Food Network Magazine (98)

Droit à la déduction fiscale

Les magazines d'origine étrangère
don't le contenu canadien original est inférieur à 80 % (comme ci-dessus)
ne peuvent déduire que 50 % de leurs dépenses publicitaires

Les magazines don't le contenu original canadien est de 80%+
peuvent déduire 100 % de ces dépenses



La force des magazines canadiens

Principaux titres canadiens	Diffusion (000)	Principaux titres américains	Circulation (000)
Canadian Living	460	Cosmopolitan	95
Chatelaine	440	Woman's World	90
Report on Business Mag	265	The Economist	69
CPA Mag	246	Bloomberg	21
CAA Magazine	1,676	National Geographic	209
Home Digest	1,000	Vanity Fair	53
Maclean's	241	Time	37



POURQUOI?

- De plus en plus d'excellents titres canadiens
- Contenu rédactionnel et publicitaire créé à l'intention particulière des lecteurs canadiens



Les magazines à contenu canadien offrent un contenu rédactionnel et publicitaire pertinent aux Canadiens

- 92 % reconnaissent que les magazines canadiens jouent un rôle important pour informer les canadiens au sujet des réalités canadiennes
- 88 % estiment personnellement qu'il est important qu'un magazine ait un contenu créé à l'intention particulière des lecteurs canadiens
- 90 % estiment que les titres É.-U. ne couvrent pas adéquatement les enjeux canadiens



Attitudes à l'égard de la publicité issue par débordement des É.-U.

Quelle est la perception des consommateurs canadiens à l'égard des annonces publiées dans les magazines américains?

Énoncé 1:

Je suis davantage porté à rechercher l'information dans les magazines canadiens que dans les magazines américains lorsque je prévois acheter un produit.

	Total
D'accord	77
En désaccord	23

Énoncé 2:

Les annonces paraissant dans les magazines canadiens sont plus pertinentes pour moi que les annonces paraissant dans les magazines américains.

	Total
D'accord	83
En désaccord	17

Pour Plus d'Informations



www.magazinescanada.ca



adinfo@magazinescanada.ca