



# RÉFÉRENCE DÉCO PANCANADIENNE

/ 2023

# style at home

/ une déco pancanadienne inspirante, accessible & ludique !

Des conseils d'experts toujours au fait des dernières tendances, des aménagements inspirants pour permettre aux lecteurs de réaliser leurs habitats de rêves.

## PORTRAIT DE LA MARQUE :



F25-54

**INDICE 120**



Lecteurs / exemplaire

**15,8**



Abonnés / Infolettre

**75 197**



Lectorat masculin

**33 %**



Lectorat féminin

**67 %**



Lectorat Ontario

**47 %**



Visiteurs

**59 %**



## À SOULIGNER

- 2 352 000 lecteurs multiplateforme
- 1 191 000 lecteurs pour l'imprimé
- 76 090 exemplaires (circulation)
- 27 806 abonnés

## NUMÉRIQUE

- 100 000 pages vues par mois
- 10 000 visiteurs uniques par mois
- 493 000 abonnés Pinterest
- 376 000 abonnés Instagram
- 213 000 abonnés Facebook

Québecor Insights

Sources : Vividata, Automne 2021, Canada total, 14+ / Profil : Canada anglophone, 14+, version imprimée/ Circulation : Données internes, Juin 2022 / Médias sociaux : Novembre 2022 / Numérique : Google Analytics, moyenne mensuelle - 1er mai 2022 et 31 octobre 2022, Comscore, visiteurs uniques, moyenne mensuelle 1er mai 2022 et 31 octobre 2022 / Infolettres novembre 2022



# style at home

/ la référence déco pancanadienne



Femmes PCP  
**155**



Revenus 150 k +  
**126**



Hypothèque  
**117**



Est  
extravagant  
**125**



Aiment regarder  
des idées déco  
**121**

# style at home

/ une source inégalée pour des idées déco



Femmes  
18-34 ans

**143**

121



Toujours à la  
recherche de  
nouvelles idées  
de décoration

**132**

127



Aime recevoir  
à la maison

**109**

105



Intéressé  
par les arts

**101**

96

- Style at Home
- House & Home



# composition du lectorat



A14-17

**4 %**



A18-34

**38 %**



A35-64

**46 %**



A65+

**12 %**



# mot de la rédactrice

## STYLE AT HOME EST LA RÉFÉRENCE DÉCO PANCANADIENNE !

*Style at home* présente les plus beaux intérieurs à travers tout le pays. Le contenu est inspirant et accessible, en plus de présenter les dernières tendances et les produits les plus convoités. Son équipe de designers et de collaborateurs provenant de toutes les provinces a contribué à bâtir une marque forte et crédible en matière de décoration canadienne.

/ CRÉDIBLE

/ ACCESSIBLE

/ COMPLICE

### 4 SECTIONS:

- HOMES
- COLUMNS
- DECORATING
- FOOD



A top-down view of a breakfast table. In the foreground, a white plate with a pink and white striped border holds several golden-brown waffles. One waffle is topped with sliced red and green apples. A silver fork is placed on the plate. To the left, another similar plate holds more waffles. Above the plates, a small pink mug with a black rim contains coffee. To the right, a clear glass pitcher is filled with milk. In the top left, a small white plate holds a pile of sliced apples. The table is covered with a light-colored, textured cloth.

# ancrages d'association

Aime s'entourer de beau

Se laisse inspirer par les tendances

Recherche des coups de cœur

Dépense pour sa déco

Curieuse et créative

À l'affut des nouveautés

Aime changer de déco

Élégante et sophistiquée

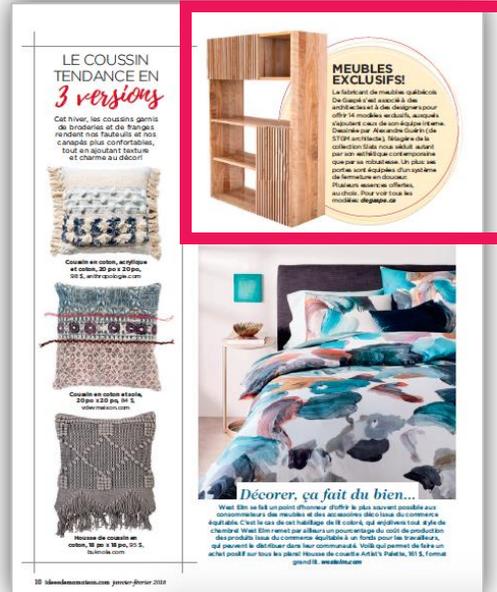
# stratégies de contenu

Note: les stratégies de contenu doivent être approuvées par la marque en tout temps



## CONTENU COMMANDITÉ

Association avec un contenu éditorial déjà disponible. Placement publicitaire en juxtaposition avec le contenu.



## INTÉGRATION ÉDITORIALE

Intégration de votre produit avec photo dans l'article rédactionnel. Texte sur le produit à proximité de la photo.



## CONTENU CO-MARQUÉ

Contenu créé par l'équipe éditoriale sur la base du brief de l'annonceur. Le contenu co-marqué doit présenter un intérêt réel pour les lecteurs et être cohérent avec l'ADN de la marque éditoriale.



## PUBLIREPORTAGE

Contenu publicitaire fourni par l'annonceur qui présente les caractéristiques et les avantages d'un produit ou d'une offre.

# contenu co-marqué

Il s'agit de contenu développé et endossé par l'équipe éditoriale, à partir d'un brief de l'annonceur. L'angle éditorial du contenu tient compte de l'objectif de communication de l'annonceur.

## BÉNÉFICES

L'équipe de *Style at Home* met son expertise à votre service pour la création et le développement de contenu pertinent permettant de créer de l'engagement avec une clientèle ciblée. Cette association à *Style at Home*, une marque bien établie, reconnue et appréciée de sa communauté, vous permettra également de bénéficier de la crédibilité et de la notoriété de celle-ci.

## VISIBILITÉ

Article co-marqué, pleine page ou double page, afin de promouvoir un produit

- Mention en début d'article : Style at Home x Annonceur
- Le nom du produit sera mentionné et certains attributs du produit seront intégrés au contenu de façon naturelle
- Photos du produit
- Droit de regard du client : 2 rondes d'approbation

*Sous approbation de l'équipe éditoriale*



Exemple : Canvas

# contenu co-marqué sur le web

## VISIBILITÉ

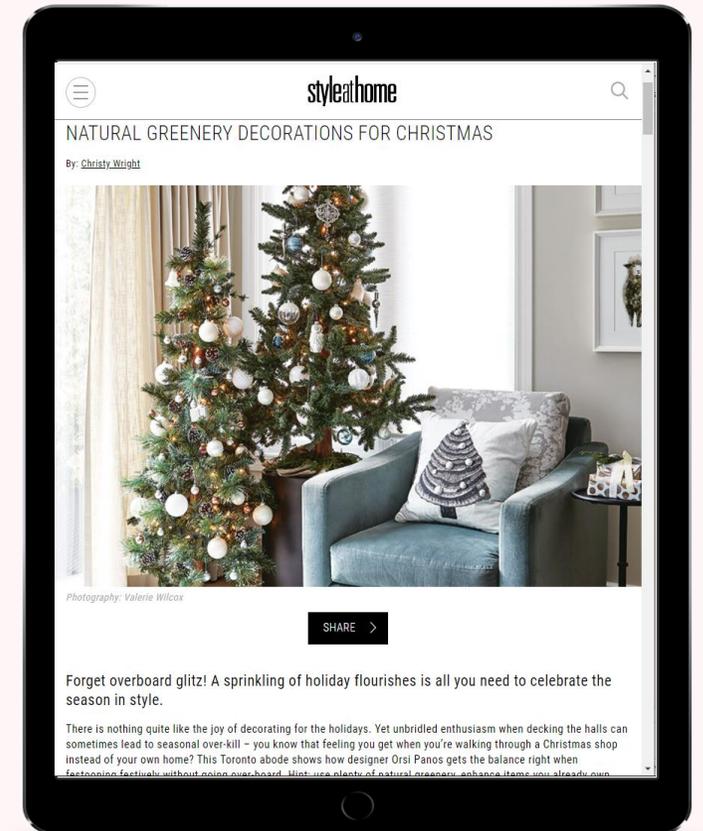
Adaptation de votre contenu co-marqué imprimé pour le numérique,  
hébergé sur [styleathome.com](https://styleathome.com) :

- Vos bannières publicitaires pendant 4 semaines autour du contenu\*
- Votre logo avec mention d'association en en-tête du contenu
- Footer au bas du contenu incluant votre logo et offre commerciale redirigeant vers votre site

## MISE EN VALEUR DE VOTRE CONTENU

- Une publication Facebook sur notre page avec votre identifiant et de l'amplification
- Une story swipe up sur notre page Instagram
- Banque d'impressions de tuiles natives
- Amplification organique dans le module de recommandation de contenu
- 2 000 pages vues garanties

\*Matériel remis par l'annonceur





CANADAS  
**styleathome**

# une campagne performante

/ campagne imprimée

	Personnes seront rejointes au Canada		Exposées à la campagne en moyenne		Impressions publicitaires brutes	
1 insertion*	1,2 M	X	1 fois	=	1,2 M	<b>3,67</b> PEB
3 insertions**	2 M	X	1,72 fois	=	3,6 M	<b>11,02</b> PEB
6 insertions***	2,7 K	X	2,65 fois	=	7 M	<b>22,04</b> PEB

Québecor Insights :

Source : Vividata Automne 2021 Canada, 14+, lectorat imprimé seulement.

\*Estimation faite pour 1 parution dans le Style at Home

\*\*Estimation faite pour 3 parutions dans le Style at Home

\*\*\*Estimation faite pour 6 parutions dans le Style at Home

annexes



# pourquoi choisir les magazines?

## ILS SONT TOUJOURS POPULAIRES

Plus de **la moitié** des Canadiens (53%) lisent la version imprimée d'un magazine, et plus de **1 sur 2** consulte un magazine numérique.

## ILS S'ADAPTENT

Édition **imprimée**, édition **numérique**, site **web**, **application** et **médias sociaux**. Le multiplateforme intègre les magazines dans les habitudes de vie des lecteurs.

## ILS POUSSENT À L'ACTION

**36%** des Canadiens ont posé une action après avoir vu une publicité dans un magazine.

## ILS TOUCHENT TOUTES LES GÉNÉRATIONS

**44%** de la génération **Z**, **47%** des **Milléniaux**, **51%** de la génération **X**, **61%** des **Baby Boomers** et **68%** de la génération **silencieuse** ont lu un magazine imprimé au cours du dernier mois.

## ILS ONT DE LA VALEUR

Dans une ère de gratuité, les Canadiens paient toujours pour leurs magazines. **21,4** millions de magazines ont été vendus dans la dernière année.

Québecor Insights

Sources: Vividata Automne 2021, Canada total, 14+ (Gén Z\_1966-2019, Milléniaux 1980-1995, Gen. X\_1966-1979, Baby Boomers\_1946-1965, Gen. Silencieuse avant 1946) / AAM: juillet 2020 à juin 2021

# planification éditoriale 2023

CANADA'S  
styleathome

## JANVIER / FÉVRIER TENDANCES 2023

Les tendances 2023 (mobilier, style, cuisine, salle de bain, environnement, céramique, couleurs de l'année des différentes compagnies de peinture)

- + **Cher pas cher** : Salle à manger
- + **Shopping** : Cuisine : tout pour la fondue
- + **Chroniques** : de Arren Williams, tapis marocain et Sam Pynn, l'art sur les murs
- + **Leçon d'accessoirisation** : Tablette au-dessus du foyer

**Réservation 15 novembre / Matériel 21 novembre / Kiosque 19 décembre**

## MARS

**Dossier** : Les animaux et l'aménagement de la maison. Comment intégrer leurs objets dans notre décor, comment protéger notre maison, conseils pour l'entretien.

- + Conseils pour éviter le fouillis dans la maison. Problématiques et solutions.
- + **Info** : Sanitaires et baignoires : quoi de neuf ?

**Réservation 17 janvier / Matériel 23 janvier / Kiosque 20 février**

## AVRIL / MAI

**Dossier** : Avant/après : des rénovations inspirantes (cuisine, salle de bain, salon).

- + Jouer avec la couleur pour rehausser le décor
- + **Cahier** Cours et terrasse, 36 pages

**Réservation 21 février / Matériel 27 février / Kiosque 27 mars**

## JUIN

**Dossier** : Les tendances de l'été en aménagement extérieur (mobilier, bbq, piscine, terrasse, etc.).

- + Des plantes dedans comme dehors

**Réservation 18 avril / Matériel 24 avril / Kiosque 22 mai**

# planification éditoriale 2023

CANADA'S  
styleat home

## JUILLET / AOÛT

**Dossier** : Évasions estivales, de beaux décors qui évoquent les vacances

+ De jolis solariums

+ Visite d'une cour de rêve

+ **Avant/après** : Revêtement extérieur/façade

+ Idées de centres de tables pour réceptions extérieures

**Réservation 23 mai / Matériel 29 mai / Kiosque 26 juin**

## SEPTEMBRE

**Dossier cuisine**: Les tendances pour la cuisine + bonnes idées d'aménagement

**Réservation 18 juillet / Matériel 24 juillet / Kiosque 21 août**

## OCTOBRE

**Dossier** : 10 objets indispensables à un bon rangement et une bonne organisation.

+ **L'art dans la maison**

**Réservation 22 août / Matériel 28 août / Kiosque 25 septembre**

## NOVEMBRE

**Dossier** : Créer des points rassembleurs dans la maison pour des activités communes (coin jeu, coin bistro, coin bar, coin cinéma, coin lecture).

+ **Cher pas cher** : avec foyer

+ 1001 façons d'utiliser le tapis comme élément de décor

**Réservation 19 septembre / Matériel 25 septembre / Kiosque 23 octobre**

## DÉCEMBRE

**Dossier** : Comment créer un Noël convivial et au naturel

+ **Guide cadeaux**

+ **Cher pas cher** : Une entrée remarquable

**Réservation 17 octobre / Matériel 23 octobre / Kiosque 20 novembre**

## JANVIER/FÉVRIER 2024

**Tendances 2024**

**Réservation 14 novembre / Matériel 20 novembre / Kiosque 18 décembre**