



LA VIE, EN PLUS FACILE

/2023

coup de pouce

/ un guide de vie inspirant et éclairant !

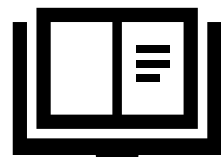
Il nous ressemble, nous donne des clés pour mieux comprendre la société, pour consommer intelligemment et pour croquer dans la vie avec plaisir et légèreté.

PORTRAIT DE LA MARQUE :



F35+

INDICE 131



Lecteurs / exemplaire

6,4



Abonnés / Infolettre

75 286



Lectorat masculin

34 %



Lectorat féminin

66 %



Lectorat Québec

96 %



Visiteurs

72 %



À SOULIGNER

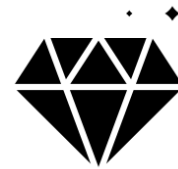
- 1 172 000 lecteurs multiplateforme
- 832 000 lecteurs pour l'imprimé
- 129 680 exemplaires (circulation)
- 96 330 abonnés

NUMÉRIQUE

- 1 900 000 pages vues par mois
- 525 000 visiteurs uniques par mois
- 60 000 abonnés Pinterest
- 242 000 abonnés Facebook
- 18 000 abonnés Instagram

coup de pouce

/ pour la femme d'aujourd'hui



Est
extravagante
108



A des enfants de
moins de 12 ans
119



Adore acheter des
vêtements
122



Aime passer du
temps en famille
105



Fidèle
aux marques
107



coup de pouce

/ un guide de vie inspirant et éclairant !

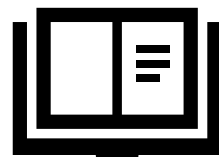
Il nous ressemble, nous donne des clés pour mieux comprendre la société, pour consommer intelligemment et pour croquer dans la vie avec plaisir et légèreté.

PORTRAIT DE LA MARQUE :



F35+

INDICE 131



Lecteurs / exemplaire

6,4



Abonnés / Infolettre

75 286



Lectorat masculin

34 %



Lectorat féminin

66 %



Lectorat Québec

96 %



Visiteurs

72 %



À SOULIGNER

- 1 172 000 lecteurs multiplateforme
- 832 000 lecteurs pour l'imprimé
- 129 680 exemplaires (circulation)
- 96 330 abonnés

NUMÉRIQUE

- 1 900 000 pages vues par mois
- 525 000 visiteurs uniques par mois
- 60 000 abonnés Pinterest
- 242 000 abonnés Facebook
- 18 000 abonnés Instagram



coup de pouce

/ le magazine art de vivre #1



Est
propriétaire

588K

320K



Aime recevoir
à la maison

414K

223K



Adore
cuisiner

415K

235K



Favorise les
achats locaux

454K

260K

● Coup de Pouce

● Châtelaine

mot de la rédactrice

LE MAGAZINE LE PLUS COMPLET POUR LES FEMMES D'AUJOURD'HUI !

Coup de Pouce présente des contenus cuisine, santé, psycho, mode, beauté et décoration. Il apporte un éclairage d'experts sur les sujets qui nous préoccupent et partage avec nous toutes les astuces éprouvées par une équipe de rédaction chevronnée et passionnée.

/ CRÉDIBLE

/ ACCESSIBLE

/ PRATIQUE

5 SECTIONS:

- À L'AGENDA
- MODE & BEAUTÉ
- MA VIE
- CUISINE
- MAISON



coup de pouce

/ un guide de vie inspirant et éclairant !

Il nous ressemble, nous donne des clés pour mieux comprendre la société, pour consommer intelligemment et pour croquer dans la vie avec plaisir et légèreté.

PORTRAIT DE LA MARQUE :



F35+

INDICE 131



Lecteurs / exemplaire

6,4



Abonnés / Infolettre

75 286



Lectorat masculin

34 %



Lectorat féminin

66 %



Lectorat Québec

96 %



Visiteurs

72 %



À SOULIGNER

- 1 172 000 lecteurs multiplateforme
- 832 000 lecteurs pour l'imprimé
- 129 680 exemplaires (circulation)
- 96 330 abonnés

NUMÉRIQUE

- 1 900 000 pages vues par mois
- 525 000 visiteurs uniques par mois
- 60 000 abonnés Pinterest
- 242 000 abonnés Facebook
- 18 000 abonnés Instagram



ancrages d'association

Aime la cuisine et l'art de recevoir

Consomme intelligemment

Cultivée, curieuse

Achète des cosmétiques chaque mois

Aime la mode, achète plus
que la moyenne

Cherche des inspirations déco

Croque dans la vie

Engagée auprès de sa famille

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 Coup de Pouce 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 Coup de Pouce, 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 : Coup de Pouce 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

LA VIE, EN PLUS FACILE
COUP de POUCE

COUP de POUCE et **Laboratoire Dr Renaud** présentent

Dr Renaud: la science au service de la peau depuis 75 ans

Depuis sa fondation, la marque québécoise Dr Renaud offre des solutions personnalisées et efficaces pour répondre à tous les problèmes cutanés. La clé de son succès: des soins professionnels offerts en institut et des produits innovants.

Dès 1947, le dermatologue Louis Raymond Renaud se positionne comme chef de file de la cosmétologie moderne en créant, au-delà d'une gamme de produits innovants aux textures uniques et luxueuses, un réseau d'experts en soins esthétiques dûment formés. Son héritage est toujours aussi vivant, 75 ans plus tard. Ainsi, quelles que soient ses préoccupations, on peut compter non seulement sur une gamme exhaustive de produits, mais aussi sur des soins professionnels alliant ce que la science et la nature ont de mieux à offrir pour sublimer notre beauté. Science et magnificence: voilà le leitmotiv de cette marque fièrement québécoise.

QUATRE PRODUITS ICONIQUES signés Laboratoire Dr Renaud

- 1. POUR COMBLER LES RIDES**
Inspiré des techniques de comblement des rides, ce sérum hydratant intense minimise naturellement l'apparence des rides et ridules tout en nourrissant la peau.
1. **Knollys HA - Hyaluronate** volumisant, 175 ml, à laboratoire.com
- 2. POUR ILLUMINER LE TEINT**
Un hydratant pour redonner de l'éclat au teint, protéger la peau des radicaux libres et corriger l'apparence des dommages prématernels.
2. **Sérum Vitamine C 10%** avec technologie MCP, 100 ml, à laboratoire.com
- 3. POUR NOURRIR LES PEAUX SÈCHES**
Elle ne se contente pas d'hydrater en profondeur peaux sèches et peaux matures, cette crème nourrit et stabilise également l'équilibre du microbiote de la peau.
3. **Teinté Lipid - Skin jeunesse** régénérant, 90 g, à laboratoire.com
- 4. POUR EFFACER LES MARQUES DE FATIGUE**
Rendant la nuit, cet élixir onctueux nourrit notre épiderme et aide à le régénérer. Résultats au réveil, les signes de fatigue sont effacés et les ridules lissées.
4. **PURE - Concentré jeunesse** nuit complète, 90 g, à laboratoire.com

Des soins professionnels d'exception
Besoin d'un petit coup d'éclat à l'arrivée du printemps? Les esthéticiennes certifiées Laboratoire Dr Renaud sont formées pour nous offrir des soins sur mesure, élaborés à partir des meilleurs ingrédients actifs d'origine naturelle. Après une analyse de notre peau, notre professionnelle détermine le geste soin facial qui répondra le mieux à nos besoins du moment, résume Isabelle Villeneuve, dermocosmétologue et vice-présidente Stratégie et Innovation.

Les soins de base du Programme fondamental Laboratoire Dr Renaud permettent un nettoyage en profondeur qui illumine le teint tout en redynamisant l'épiderme, point de départ d'un rituel de soins quotidiens à domicile. Parfait pour les changements de saison! Débarassée des impuretés et animée d'une énergie nouvelle (ou redynamisée) grâce, d'une part, à une déincrustation végétale et, d'autre part, à une desquamation des cellules mortes, notre peau sera fin prête à accueillir la belle saison.

Des rougeurs, des taches pigmentaires ou même de l'acné? Notre esthéticienne peut dans ce cas procéder à un facial spécifique du Programme Optimal Laboratoire Dr Renaud, des soins interventionnels qui combinent des résultats instantanés et une amélioration durable de l'apparence de la peau, peu importe la problématique cutanée que l'on souhaite cibler.

Des produits performants pour la maison
Afin de maximiser l'efficacité du soin professionnel reçu en institut et d'en prolonger les effets, on adopte un rituel de beauté au quotidien, bâti autour de produits haut de gamme bioinspirés de qualité professionnelle.

Notre esthéticienne est en mesure de nous suggérer un régime de soins personnalisé en fonction de nos préoccupations et de nos habitudes de vie. Le complément idéal aux soins professionnels!

Pour en savoir plus sur Laboratoire Dr Renaud et trouver un institut: laboratoire.com

Exemple : Dr. Renaud

contenu co-marqué sur le web

LA VIE, EN PLUS FACILE
**COUP
de
POUCE**

6 000
pages vues
garanties

VISIBILITÉ

Adaptation de votre contenu co-marqué imprimé pour le numérique,
hébergé sur coupdepouce.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
- Banque d'impressions de tuiles natives
- Amplification organique dans le module de recommandation de contenu

*Matériel remis par l'annonceur





une campagne performante

/ campagne imprimée

	De personnes seront rejointes au Canada		Exposées à la campagne en moyenne		Impressions publicitaires brutes	
1 insertion*	832 K	X	1 fois	=	832 K	2,57 PEB
3 insertions**	1,3 M	X	1,83 fois	=	2,5 M	7,7 PEB
6 insertions***	1,7 M	X	2,89 fois	=	5 M	15,39 PEB

Québecor Insights :

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

*Estimation faite pour 1 parution dans le Coup de Pouce

**Estimation faite pour 3 parutions dans le Coup de Pouce

***Estimation faite pour 6 parutions dans le Coup de Pouce

annexes



composition du lectorat



A14-17

3 %



A18-34

28 %



A35-64

46 %



A65+

23 %





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



**Pour connaître la planification éditoriale, veuillez contacter
kimberley.rouse@quebecormedia.com**