



QUÉBECOR EXPERTISE MÉDIA

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



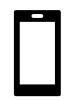
Lectorat masculin 33 %



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



extravagant 125



Aiment regarder des idées déco

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



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





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 approuvés 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

styleathome



Exemple : Canvas

contenu co-marqué sur le web

VISIBILITÉ

Adaptation de votre contenu co-marqué imprimé pour le numérique,

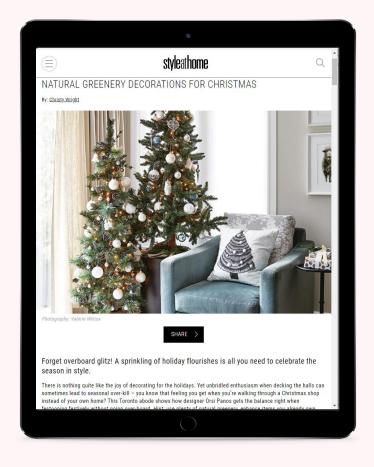
hébergé sur styleathome.com :

- 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
- 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



stylethome 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	3,67 PEB
3 insertions**	2 M	X	1,72 fois	=	3,6 M	11,02 PEB
6 insertions***	2,7 K	X	2,65 fois	=	7 M	22,04 PEB

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



composition du lectorat



A14-17 **4** %

A18-34 **38** %



A35-64 **46** %

A65+

12%





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 stylenhome



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