

CAA Magazine révèle une croissance importante de son lectorat et annonce une augmentation de son volume

Toronto, 16 décembre 2013 – Le rapport automne 2013 du PMB¹ démontre que [CAA Magazine](#) a connu une augmentation impressionnante de 10 % de son lectorat depuis l'automne 2012, le positionnant 7^e magazine le plus lu au Canada. Le magazine, créé et publié trimestriellement par [Totem](#) en partenariat avec quatre clubs de la *Canadian Automobile Association*, a gagné 236 000 nouveaux lecteurs, portant son lectorat total à 2 647 000 Canadiens (12 ans et plus). Profitant de l'enthousiasme suscité par le design renouvelé du numéro d'automne 2013 et encouragé par les excellents résultats du PMB, *CAA Magazine* est fier d'annoncer une augmentation de 15 % de son volume, qui passera à 56 pages à partir du numéro du printemps 2014.

« La croissance constante du lectorat de *CAA Magazine* montre que le magazine occupe une place de choix dans la vie des Canadiens, a déclaré Paul Ferriss, rédacteur en chef chez Totem, TC Media. Nous continuons de tout mettre en œuvre pour plaire à nos lecteurs, en leur offrant des articles fascinants et un design percutant. »

CAA Magazine a non seulement augmenté son lectorat, mais également son temps de lecture. En effet, ses lecteurs consacrent 7 % plus de temps à la lecture d'un numéro et sont plus intéressés par le contenu. 13 % plus de lecteurs ont attribué une note de 8 à 10 sur 10 au magazine et il y a eu une augmentation de 5 % des occasions de lecture depuis l'automne 2012. « Nous sommes ravis des derniers résultats du PMB pour *CAA Magazine*, a soutenu Rhonda English, vice-présidente, Marketing d'entreprise et valeur pour les membres, CAA du centre-sud de l'Ontario. Dépasser les attentes de nos membres est la clé de notre succès et ces progrès témoignent de la pertinence de CAA dans la vie de nos membres. »

Les résultats du dernier sondage PMB indiquent également que le lectorat de *CAA Magazine* se démarque par un revenu moyen des ménages de 87 646 \$. Comptant un professionnel, gestionnaire ou propriétaire d'entreprise sur quatre lecteurs, le lectorat du magazine est mieux nanti que la population canadienne en général. Par ailleurs, les résultats révèlent que 1,3 million de lecteurs de *CAA Magazine* ont fait un voyage à l'étranger au cours de la dernière année. De plus, 1,6 million d'entre eux ont fait un voyage au Canada durant leurs vacances l'année dernière et, de ce nombre, un lecteur sur trois a effectué trois voyages ou plus.

Le Concours Texas Thrills

Pour récompenser ses fidèles lecteurs, *CAA Magazine* est heureux de présenter le Concours Texas Thrills, qui permettra à deux personnes de gagner un voyage comprenant six nuits d'hébergement au Texas. Depuis le 12 novembre, et ce, jusqu'au 31 décembre 2013, tous les résidents légaux des provinces de

¹ Print Measurement Bureau, Automne 2013

l'Ontario, du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse, de l'Île-du-Prince-Édouard et de Terre-Neuve-et-Labrador peuvent s'inscrire au Concours Texas Thrills en ligne, à l'adresse suivante : www.caamagazine.ca/texas-contest.html. Le grand prix consiste en un voyage comprenant six nuits d'hébergement pour deux personnes au Texas. D'une valeur de 7 500 \$, ce prix comprend des billets pour une partie de baseball des Rangers du Texas, un essai de quatre tours de piste dans le siège passager d'une voiture de course, dans le cadre de la course NASCAR Texas Motor Speedway, des visites touristiques, des attractions et des activités palpitantes, et plus encore. Tous les détails sont disponibles en ligne.

CAA Magazine est produit pour les membres de quatre clubs de la CAA : la CAA du centre-sud de l'Ontario, la CAA du nord et de l'est de l'Ontario, la CAA du Niagara et la CAA de l'Atlantique. Une version électronique gratuite du magazine peut être consultée en ligne, au www.caamagazine.ca/e-edition/. Le numéro du printemps 2014 est attendu pour le 7 février 2014.

À propos de Totem

Totem crée du contenu de marque et des solutions de marketing intégré en faisant appel conjointement à des journalistes et des professionnels du marketing extrêmement talentueux pour permettre à ses clients de développer des relations très enrichissantes avec leurs consommateurs. Totem, une division de TC Media, possède des bureaux à Toronto et à New York. Sur la liste des clients nord-américains de Totem figurent la Canadian Automobile Association (CAA), GEICO, Canadian Tire, Acura et la Philadelphia Convention and Visitors Bureau, notamment. Totem a remporté plus de 170 prix nationaux et internationaux. Pour en savoir plus sur Totem ou pour consulter son portfolio, visitez le www.totem.tc.

À propos du CAA

CAA est le nom qui inspire le plus confiance en matière d'assistance routière. Comptant plus de 5,5 millions de membres au Canada, la CAA offre plusieurs produits et services additionnels, allant des assurances auto, habitation et voyage à des rabais dans des centaines de magasins et d'attractions, partout en Amérique du Nord. La CAA contribue également à la sécurité des communautés, grâce à des programmes tels que la Patrouille de sécurité scolaire de la CAA et Les pires routes.

À propos de TC Media

Chef de file de solutions médias et d'activation marketing au Canada, employant plus de 3500 personnes, TC Media rejoint 24 millions de consommateurs au Canada à travers son offre intégrée multiplateforme qui inclut les médias imprimés et numériques, la production de magazines, de journaux, de livres et de contenus sur mesure, le marketing de masse et personnalisé, les applications mobiles et interactives, et la distribution de porte en porte.

TC Media est une marque de Transcontinental inc. (TSX : TCL.A TCL.B TCL.PR.D), qui compte plus de 9000 employés au Canada et aux États-Unis, et des revenus de 2,1 milliards de dollars canadiens en 2013. Site www.tc.tc



Pour de plus amples renseignements ou pour des demandes d'entrevue :

Médias

Katherine Chartrand

Directrice des communications internes et externes

TC Media

Téléphone : 514 392-2091

katherine.chartrand@tc.tc