

**KIT
MÉDIA**



RICARDO





RICARDO

DES RÉSULTATS SPECTACULAIRES

« Toute l'équipe de Ricardo Media est enchantée des résultats de la plus récente étude Vividata! La croissance constante du lectorat du magazine RICARDO démontre clairement que notre marque occupe une place de choix dans la vie des Québécois. Ces chiffres exceptionnels nous donnent, plus que jamais, envie de continuer à inspirer les Québécois en mettant les valeurs de partage au premier plan. »

POUR LA PREMIÈRE FOIS!

Plus de **1 000 000** de lecteurs! (version imprimée seulement)

PORTÉE COMBINÉE

RICARDO est la marque de **magazine numéro 1** au Québec.
(versions imprimée et numérique combinées)

n° 1

PORTÉE NUMÉRIQUE

Le site ricardocuisine.com est numéro 1 au Québec avec une audience de **1 147 000 visiteurs**.

AUDITOIRE DE PREMIER PLAN

Parmi toutes les marques de magazines au Québec, RICARDO est numéro 1 pour ces cibles publicitaires:

- Adultes de 25 à 54 ans;
- Femmes de 25 à 54 ans;
- Femmes de 25 à 54 ans ayant un revenu familial de 75 000 \$ et plus;
- Femmes de 25 à 54 ans ayant un revenu familial de 100 000 \$ et plus.

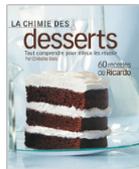
RICARDO media

Une histoire à succès



2002

- La **quotidienne RICARDO** est diffusée sur ICI Radio-Canada
- Lancement du **magazine RICARDO** (français)



2007

- Ricardo anime l'émission **Ricardo and Friends** sur Food Network Canada
- Publication du livre **La chimie des desserts**

2009

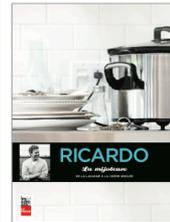
- Lancement du site **ricardocuisine.com**
- Lancement du livre **Meals for every occasion**

2010

- Création de **Productions 350°**, maison de production télé
- L'émission Ricardo and Friends est diffusée (**dans plus de 75 pays** à ce jour)

2012

- Ricardo reçoit un **prix Gémeaux** pour meilleur animateur
- Ricardo est à la barre de l'émission **Fermier urbain** diffusée sur ICI Radio-Canada
- Publication du livre, **La mijoteuse - De la lasagne à la crème brûlée** - + de 175 000 copies vendues depuis la sortie



2014

- Arrivées des **vins Ricardo** à la SAQ
- Ricardo reçoit l'**Ordre du Canada**
- Lancement au Canada de l'**édition anglophone du magazine RICARDO**
- Ouverture de la 1^{ère} boutique **Espace Ricardo** à Saint-Lambert et de la chocolaterie **Mama Choka**



2016

- Ouverture du **Café Ricardo** adjacent à l'Espace Ricardo
- Ricardo devient collaborateur hebdomadaire de **Star Touch** et de **Toronto Star**
- Lancement du **quatrième vin**, un rosé provenant de France
- Le magazine RICARDO est nommé « **Meilleure marque d'un magazine** » et reçoit la **médaille d'or** pour son dossier « **Végé inspiré** » aux Prix du magazine Canadien
- Nouvelle **émission Les Gourmands**, animée par Ricardo et Francis Reddy, sur ICI Radio-Canada
- Publication d'un livre en France, **Un Québécois dans votre cuisine**



2002 2004 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

2004

- Publication du livre **Ma cuisine week-end**



2008

- Publication du livre, **Parce qu'on a tous de la visite...**

2011

- Ricardo lance sa **ligne d'accessoires de cuisine**. Plus de deux millions d'articles sont vendus depuis ses début



2013

- Site Web revampé. RICARDO Media reçoit le **prix Boomerang** (Choix du public), et est finaliste dans la catégorie Site média
- Lancement du livre - **Slow Cooker Favourites**
- Des recettes RICARDO dans **La Presse+** toutes les semaines

2015

- Lancement des livres, **La mijoteuse 2** et **Mon premier livre de recettes**
- Lancement d'un **troisième vin**, un Monastrell provenant d'Espagne
- RICARDO co-produit et anime l'émission **Un Chef À L'oreille**.
- Ricardo reçoit un **2^e prix Gémeaux** pour l'émission RICARDO



RICARDO



RICARDO français & anglais

LE SEUL ET UNIQUE MAGAZINE DE CUISINE AU CANADA

.....

PREMIER NUMÉRO

- En français : Novembre 2002
- En anglais : Septembre 2014

FRÉQUENCE

- En français : 8 numéros
- En anglais : 6 numéros

DIFFUSION NATIONALE

- Dans les grandes surfaces et les boutiques spécialisées

TIRAGE

- En français : + de 140 000
- En anglais : + de 100 000

PUBLIC CIBLE

- Familles aisées et foodies en zones urbaines

RICARDO

Texture par Next Issue

Texture c'est une application mobile qui donne accès à tout ce que vous aimez, avec plus de 100 magazines parmi les meilleurs au monde.

En français : plus de 7 500 téléchargements mensuels

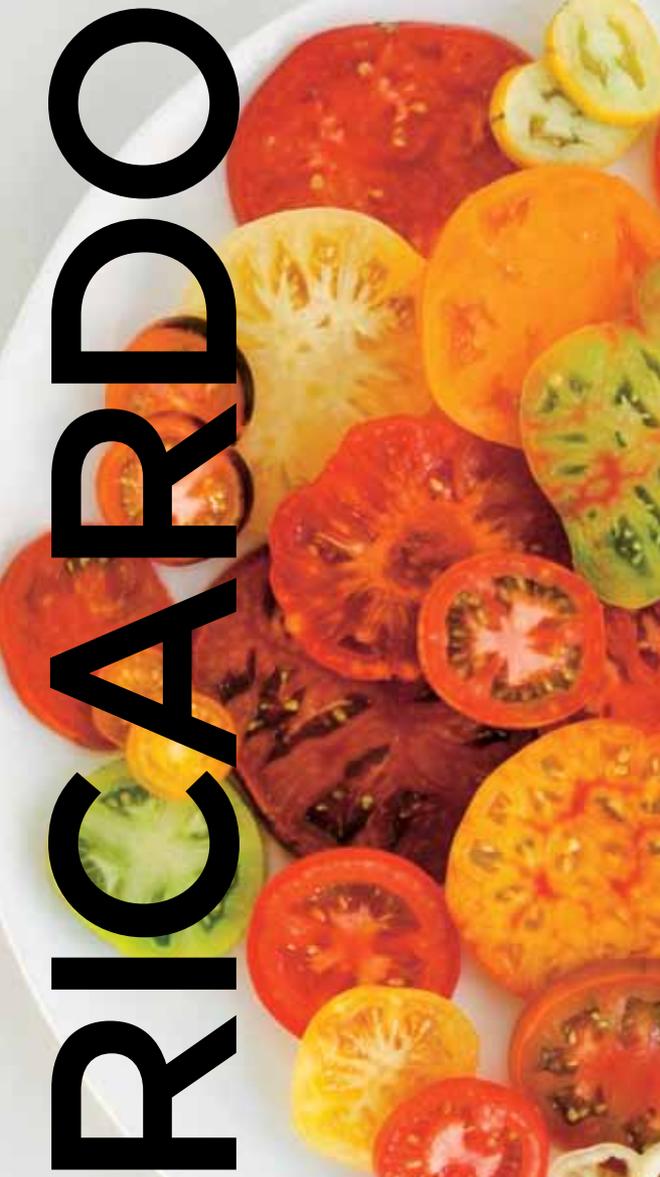
En anglais : plus de 18 600 téléchargements mensuels

App Store par Apple

Disponible depuis mi-décembre 2015 dans l'App Store en version iPad.



RICARDO



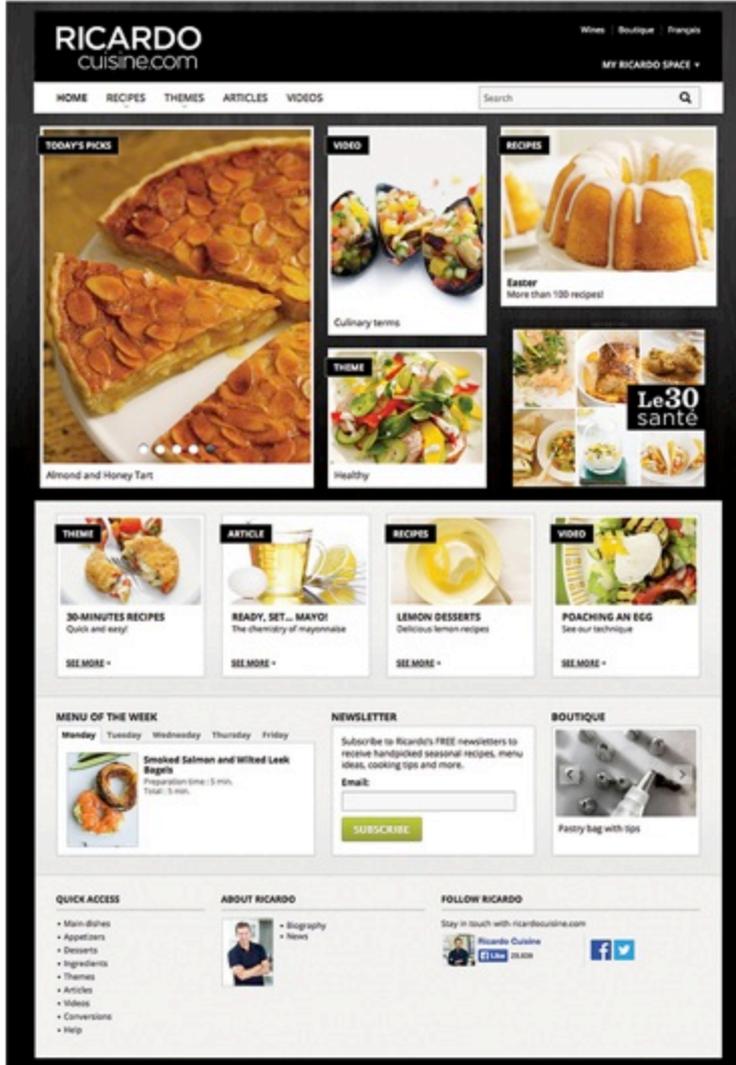
ricardocuisine.com en français, c'est :

- • • • •
- Plus de **5 000 RECETTES** en ligne.
- Plus de **16,5 millions de pages vues** chaque mois.
- Plus de **3 millions de visiteurs uniques** mensuellement.
- Les usagers passent en moyenne plus de **2,5 minutes consécutives** sur l'ensemble du site.
- Ils consultent en général **3 pages par visite**.
- Ricardo possède la page **fan FACEBOOK francophone la plus populaire pour un Chef au Canada avec plus de 400 000 fans**.

ricardocuisine.com en anglais, c'est :

- • • • •
- Plus de **4 700 RECETTES** en ligne.
- Plus de **954 000 pages vues** chaque mois.
- Plus de **377 000 visiteurs uniques** mensuellement.
- Les usagers passent en moyenne plus de **2 minutes consécutives** sur l'ensemble du site.
- Ils consultent en général **2 pages par visite**.
- Ricardo possède plus de **53 500 fans sur sa page FACEBOOK anglophone**.
- Les usagers de **iPad** visitent plus de **178 000 pages par mois**.

RICARDO



3 409 004

VISITEURS UNIQUES

RICARDOCUISINE.COM

.....

Une performance qui bat tous les records!

- 50,7 % SONT DES FEMMES
- 49,9 % SONT DES HOMMES
- 47,4 % SONT ÂGÉS DE 25 À 54 ANS
- 44,4 % ONT UN REVENU FAMILIAL SUPÉRIEUR À 75 000 \$
- 30,2 % ONT UN REVENU FAMILIAL SUPÉRIEUR À 100 000 \$
- 58,6 % VIVENT EN COUPLE

RICARDO



PLUS DE

41 000

ADEPTES SUR
INSTAGRAM



PLUS DE

400 000 (fr.)

53 500 (an.)

AMIS FACEBOOK
PLUS DE



35 800

ADEPTES SUR TWITTER



PLUS DE

17 700

ADEPTES SUR PINTEREST



PLUS DE

320 021 (fr.)

16 188 (an.)

MEMBRES RICARDO

TAUX D'ENGAGEMENT

9%

RICARDOCUISINE.COM

.....

La plateforme numérique dédiée
à la cuisine la plus influente
au Canada

TOP 10 DES SITES CONSULTÉS PAR LES QUÉBÉCOIS | LIFESTYLES

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	% Composition Unique Visitors	Composition Index UV	Composition Index PV
Ricardo Media Inc.	786	12.0	91.5	394	412
MSN Lifestyle Network	628	9.6	21.2	91	64
RECETTES.QC.CA	522	8.0	96.4	415	426
Aufeminin - Livingly	487	7.4	30.8	132	50
Meredith Digital	487	7.4	17.4	75	36
SheKnows Media	417	6.3	15.0	65	33
Journal Des Femmes	410	6.2	98.8	425	429
IGA.NET	374	5.7	95.0	409	397
CANALVIE.COM	360	5.5	97.2	418	421
METRO.CA	317	4.8	63.6	274	259

TOP 10 DES SITES CONSULTÉS PAR LES QUÉBÉCOIS | FOOD

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	% Composition Unique Visitors	Composition Index UV	Composition Index PV
Ricardo Media Inc.	786	12.0	91.5	394	412
RECETTES.QC.CA	522	8.0	96.4	415	428
Allrecipes	417	6.4	19.4	83	46
IGA.NET	374	5.7	95.0	409	397
METRO.CA	317	4.8	63.6	274	259
COUPDEPOUCE.COM	243	3.7	98.8	425	429
KRAFTCANADA.COM	221	3.4	41.4	178	153
MSN Food & Drink	216	3.3	25.7	111	106
CUISINEAZ.COM	178	2.7	97.1	418	410
Webedia Food	157	2.4	92.5	398	400

TOP 10 DES SITES CONSULTÉS PAR LES CANADIENS | FOOD

Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach	% Composition Unique Visitors	Composition Index UV	Composition Index PV
Ricardo Media Inc.	786	12.0	91.5	394	412
RECETTES.QC.CA	522	8.0	96.4	415	428
Allrecipes	417	6.4	19.4	83	46
IGA.NET	374	5.7	95.0	409	397
METRO.CA	317	4.8	63.6	274	259
COUPDEPOUCE.COM	243	3.7	98.8	425	429
KRAFTCANADA.COM	221	3.4	41.4	178	153
MSN Food & Drink	216	3.3	25.7	111	106
CUISINEAZ.COM	178	2.7	97.1	418	410
Webedia Food	157	2.4	92.5	398	400

TOP 20 DES SITES CONSULTÉS PAR LES CANADIENS | LIFESTYLES

			Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach
1	+	P U	Conde Nast Digital	3,078	10.9%
2	+	S U	MSN Lifestyle Network	2,956	10.5%
3	+	P U	Meredith Digital	2,798	9.9%
4	+	P U	SheKnows Media	2,773	9.8%
5	+	P U	AdThrive Sites	1,960	6.9%
6	+	M U	Hearst Digital Media	1,800	6.4%
7	+	M U	Aufeminin - Livingly	1,583	5.6%
8	+	P U	Scripps Networks Interactive Inc.	1,539	5.5%
9	+	M U	AOL-HuffPost Lifestyle	1,519	5.4%
10	+	C U	Reddit Lifestyles	1,425	5.0%
11	+	S U	Yahoo Style And Beauty Network	1,408	5.0%
12	+	P U	Trusted Media Brands (fka Reader's...	981	3.5%
13	+	P U	LittleThings, Inc.	927	3.3%
14	+	P U	PopSugar	877	3.1%
15	+	P U	Autodesk Consumer Group	868	3.1%
16	+	P U	Ricardo Media Inc.	858	3.0%
17		P U	DIPLY.COM	855	3.0%
18		S U	KIJJI.CA Pets	799	2.8%
19	+	M U	Globe And Mail - Life	768	2.7%
20	+	P	The Match Group	745	2.6%

Le site canadien no 1

TOP 10 DES SITES CONSULTÉS PAR LES CANADIENS | FOOD

	Media	Total Unique Visitors (000)	% Reach
	Allrecipes	2,152	7.6%
	Food Network Sites	1,338	4.7%
	Food Innovation Group: Bon Appetit...	1,268	4.5%
	Ricardo Media Inc.	858	3.0%
	MSN Food & Drink	840	3.0%
	SheKnows Media/BlogHer - Food	807	2.9%
	THEKITCHN.COM	559	2.0%
	RECETTES.QC.CA	541	1.9%
	KRAFTCANADA.COM	534	1.9%
	MyRecipes Network	532	1.9%

Le site canadien no 1

SEGMENTATION RICARDO



Foodies techno :

- Utilisateurs de tablettes
- Utilisateurs de téléphone intelligent
- Membres RICARDO



Les décideurs efficaces :

- Utilisateurs de liste d'épicerie
- Utilisateurs de téléphone intelligent entre 16h-19h
- Visiteurs de la section *Repas de semaine* et *Repas moins 30 minutes*



RICARDO heavy users :

- Membres RICARDO
- Visiteurs de + de 2 fois par semaine

RICARDO

SEGMENTATION RICARDO

- Contacts actifs : 494 046 (+12,65%)
- Membre du site :
 - 320 021(FR)
 - 16 188 (AN)
- Abonnés aux infolettres hebdomadaires :
 - 255 031 (FR)
 - 27 079 (AN)
- Opt in :
 - 152 119 (FR)
 - 11 199 (AN)



RICARDO

GRAND SONDAGE | COMPORTEMENTS

- 1/3 des Canadiens croient qu'un bon repas n'est pas complet sans un verre de vin.
- 50% de la population improvise au moment de cuisiner le souper.
- 76% des Canadiens cuisinent à la mijoteuse.
- 18% n'apportent jamais leur lunch alors que 48% dînent au resto au moins une fois par semaine.
- 34% considèrent que la préparation des lunches est une corvée.
- 42% des Canadiens préfèrent la cuisine de type italienne.
- 65% des ménages décident de ce qu'ils vont manger pour souper le jour même.
- Le choix du repas se fait généralement vers 16h-17h.

COMMENT
**MANGEZ-
VOUS ?**



ANNEXES

NUMÉRO	THÈME	FERMETURE DES PUBS	RÉCEPTION DU MATÉRIEL	SORTIE EN KIOSQUE
V15 N2	HIVER 1	2 novembre 2016	11 novembre 2016	16 décembre 2016
V15 N3	HIVER 2	12 décembre 2016	22 décembre 2016	3 février 2017
V15 N4	PRINTEMPS	1 ^{er} février 2017	10 février 2017	17 mars 2017
V15 N5	ÉTÉ 1	15 mars 2017	24 mars 2017	28 avril 2017
	BOOKAZINE (à déterminer)	TBC	TBC	28 avril 2017
V15 N6	ÉTÉ 2	26 avril 2017	5 mai 2017	9 juin 2017
V15 N7	AUTOMNE 1	21 juin 2017	30 juin 2017	4 août 2017
V15 N8	AUTOMNE 2	9 août 2017	18 août 2017	22 septembre 2017
V16 N1	NOËL	20 septembre 2017	29 septembre 2017	3 novembre 2017
	BOOKAZINE chocolat	TBC	TBC	3 novembre 2017
V16 N2	HIVER 1	1 ^{er} novembre 2017	10 novembre 2017	15 décembre 2017

NUMÉRO	THÈME	FERMETURE DES PUPS	RÉCEPTION DU MATÉRIEL	SORTIE EN KIOSQUE
V4 N1	WINTER	31 octobre 2016	4 novembre 2016	19 décembre 2016
V4 N2	SPRING	27 janvier 2017	3 février 2017	20 mars 2017
V4 N3	SUMMER	21 avril 2017	28 avril 2017	12 juin 2017
V4 N4	BACK TO SCHOOL	16 juin 2017	23 juin 2017	7 août 2017
V4 N5	FALL	4 août 2017	11 août 2017	25 septembre 2017
V4 N6	HOLIDAY	15 septembre 2017	22 septembre 2017	6 novembre 2017
V5 N1	WINTER	27 octobre 2017	3 novembre 2017	18 décembre 2017

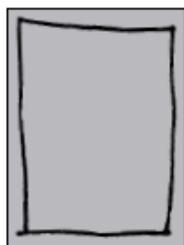
SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES



Double-page

LARGEUR: 16 pouces

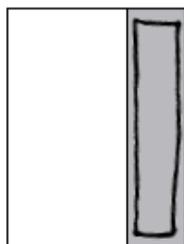
HAUTEUR: 10,75 pouces



1 page

LARGEUR: 8 pouces

HAUTEUR: 10,75 pouces



1/3 page

LARGEUR: 2,7535 pouces

HAUTEUR: 10,75 pouces

LINÉATURE	150 lpi
MARGE DE SÉCURITÉ (TEXTE)	½ pouce
FOND PERDU (BLEED)	¼ pouce
DENSITÉ MAXIMALE D'ENCRE	280 %

- Les images doivent être de profil SWOP (CMYK) et ne contenir aucune couleur Pantone.
- Le fichier doit avoir une résolution minimale de 300 dpi.
- Repousser les marques de coupe à l'extérieur du *bleed* (les repousser de 12 points).
- Un texte en renversé ne doit pas être plus petit que 7 points.

VOUS POUVEZ NOUS FAIRE PARVENIR VOTRE MATÉRIEL D'UNE DES FAÇONS SUIVANTES:

1. SITE FTP

<http://pub.ricardocuisine.com> (Internet)

<ftp://pub.ricardocuisine.com> (Fetch)

Nom d'utilisateur: ricardocuisine

Mot de passe: pubclient

2. COURRIEL

pub@ricardocuisine.com

Pour de plus amples informations, veuillez joindre

melissa@ricardocuisine.com

RICARDO



RICARDO

COORDONNÉES

.....

Pour plus d'informations, communiquez
avec l'équipe de vente de *Ricardo* :

BUREAU DE MONTRÉAL

ÉMÉLIE BRUNET

Directrice principale des ventes

emelie@ricardocuisine.com

B : 450-465-4500 (286)

M : 514-942-5182

ANOUK LEBRUN MALBEUF

Directrice de comptes

anouk@ricardocuisine.com

B : 450-465-4500 (246)

M : 514-515-0373

MANON BEAUDRY

Directrice des ventes corporatives

manon@ricardocuisine.com

B : 450-465-4500 (206)

MÉLISSA CUSSON

Chargée de comptes

melissa@ricardocuisine.com

B : 450-465-4500 (213)

NATHALIE RHO

Directrice de comptes

nathalierho@ricardocuisine.com

M : 514-516-4900

PASCALE MARQUIS

Coordonnatrice & Chargée de
projets aux ventes numériques

pascale@ricardocuisine.com

B : 450-465-4500 (248)

BUREAU DE TORONTO

CATHERINE GAUTHIER

Directrice des ventes Toronto

catherineg@ricardocuisine.com

M : 514-244-2976

YVONNE XENIDIS

Directrice de comptes

yvonne@ricardocuisine.com

M : 416-624-5496