

## **APPENDICE R :**

### **TOLÉRANCES DE L'ÉCHANTILLONNAGE**

#### **A. COMMENTAIRE GÉNÉRAL**

Dans les sondages basés sur un échantillon de population, on peut s'attendre à ce que les résultats projetés diffèrent légèrement des résultats comparables obtenus en interrogeant la population entière. En lançant deux fois une pièce de monnaie, on n'obtient pas nécessairement des résultats de 50 % pile et 50 % face. En lançant la pièce 10 ou 100 fois plus souvent, cela produira des résultats très près du 50 % - 50 %, mais ce ne sera pas nécessairement le total exact. Ces différences prévues et produites par le processus d'échantillonnage peuvent être mesurées si l'échantillon est bien conçu. Ces mesures sont appelées tolérances de l'échantillonnage et, dans ce rapport, correspondent aux limites de confiance de 95 pour cent communément utilisées, ou tolérance deux-sigma. Ces limites de confiance sont telles qu'il y a une chance de 95 % que la valeur de la population se situe dans l'intervalle défini par l'estimation découlant du sondage, plus ou moins la tolérance de l'échantillonnage. Par exemple, si pour une estimation de 1 000 000, la tolérance de l'échantillonnage est de 75 000, alors les chances sont de 19 sur 20 (95 %) que la véritable valeur de la population soit à l'intérieur d'un intervalle de 925 000 à 1 075 000.

#### **B. EFFETS DU PLAN DE SONDRAGE**

Les tolérances de l'échantillonnage sont déterminées par le plan de l'échantillon, selon la grosseur de l'échantillon employé et l'homogénéité des caractéristiques de la population interrogée. Les autres facteurs étant sur un pied d'égalité, les plus gros échantillons produisent de plus petites tolérances et les caractéristiques dispersées uniformément produisent de plus petites tolérances que les caractéristiques groupées ou en grappes.

Il faudrait remarquer qu'à part les erreurs normales et les erreurs non liées à l'échantillonnage associées à toutes comparaisons entre un ensemble de données prélevées d'un échantillon et un recensement complet en utilisant une technique identique, il existe un élément de biais systématique. Cela peut être produit par l'élaboration du questionnaire, la compréhension et l'interprétation du questionnaire et les barrières linguistiques. Ce biais n'est pas forcément uniforme, mais peut varier selon les sous-échantillons individuels.

Théoriquement, chaque estimation individuelle possède sa propre tolérance d'échantillonnage. Du point de vue pratique, il serait tout à fait impossible de tabuler et mettre cette vaste gamme de données à la disposition des gens. Comme option, on donne à l'utilisateur dans les tableaux suivants un ensemble de tolérances d'échantillonnage simples et de méthodes raisonnablement rapides d'évaluation de toutes les autres tolérances d'estimation du sondage.

## C. PMB 2008

Différentes estimations des niveaux de tolérance sont fournies aux utilisateurs; une est basée sur l'estimation théorique et les deux autres sur des estimations d'échantillons répétés :

### 1. Formule théorique

La formule théorique présentée ci-dessous s'applique véritablement aux échantillons de base. Son application au PMB 2008 est limitée par deux facteurs :

- 1) L'échantillon du PMB 2008 est mis en grappes, ce qui tend à augmenter les erreurs d'échantillonnage;
- 2) Le PMB 2008 surreprésente les régions aux revenus plus élevés, ce qui peut résulter en une diminution d'erreurs d'échantillonnage.

**Formule :**

$$\text{Limite de tolérance} \times \sqrt{\left[ \frac{p(100-p)}{n} \right]}$$

p = Score du lectorat (%)

n = Taille de l'échantillon

Limite de tolérance = 1,96 à 95 % du niveau de confiance

### 2. Estimations d'échantillons répétés

L'utilisation d'échantillons répétés permet le calcul des limites de tolérance des données du sondage. Essentiellement, l'échantillon est divisé en sous-échantillons aléatoires «n» ou en échantillons répétés. Le degré de différence dans les habitudes de lecture parmi les échantillons répétés fournit une mesure des intervalles de tolérance. Dans le PMB 2008, on a utilisé dix échantillons répétés.

**a) Estimations solides** – [telles que décrites par Denning (1960)]

**Formule :**

$$\text{Limite de tolérance} \times \left[ \frac{(H-L)}{k} \right]$$

H = Score du lectorat le plus élevé des échantillons répétés k

L = Score du lectorat le plus faible des échantillons répétés k

k = Nombre d'échantillons répétés

Limite de tolérance = 1,96 à 95 % du niveau de confiance

**b) Estimation moyenne – [basée sur une définition théorique de la variance]**

**Formule :**

$$\text{Limite de tolérance } x \quad \sqrt{\left[ \frac{\sum (x_i - x)^2}{k(k-1)} \right]}$$

k = Nombre d'échantillons répétés

x = Score du lectorat des échantillons répétés

x = Moyenne générale de la score du lectorat

Limite de tolérance = 1,96 à 95 % du niveau de confiance

Les trois estimations des scores de la moyenne des lecteurs d'un numéro sont présentées sur les pages suivantes.

Les tableaux de références des limites de tolérance supplémentaires sont également fournis aux pages R16 à R18.

**D. MÉTHODES D'ESTIMATION DES AUTRES TOLÉRANCES D'ÉCHANTILLONNAGE**

Des estimations raisonnables d'autres tolérances peuvent être calculées en utilisant le ratio de l'échantillon choisi (réel) par le nombre total réel des 24 915 entrevues du PMB 2008.

Si... l'échantillon sélectionné d'individus à Calgary est 888

Alors... le ratio de l'échantillon choisi par l'échantillon total  $\frac{888}{24\,915} = 0,0356$

Donc ... multipliez la tolérance sélectionnée montrée au tableau précédent par la

$$\text{limite de tolérance } x \quad \sqrt{\frac{1}{0,0356}} = 5,30$$

**PMB 2008 : Base de données de deux ans  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,5	0,1	0,2	0,2
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,0	0,2	0,4	0,3
CAA MAGAZINE	7,6	0,3	0,6	0,5
CANADIAN BUSINESS	3,5	0,2	0,3	0,3
CANADIAN FAMILY	3,3	0,2	0,4	0,3
CANADIAN GARDENING	7,7	0,3	0,4	0,5
CANADIAN GEOGRAPHIC	12,2	0,4	0,9	0,8
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	8,9	0,4	0,3	0,3
CANADIAN HOME & COUNTRY	6,0	0,3	0,4	0,4
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,9	0,2	0,5	0,5
CANADIAN HOUSE & HOME	8,9	0,4	0,4	0,5
CANADIAN LIVING	15,2	0,4	0,6	0,6
CARP FOR THE 50 PLUS	2,4	0,2	0,3	0,3
CHATELAINE	13,6	0,4	0,5	0,5
CITY PARENT	0,4	0,1	0,1	0,1
COTTAGE LIFE	3,6	0,2	0,2	0,2
ELLE CANADA	5,6	0,3	0,3	0,3
ENROUTE	3,4	0,2	0,4	0,4
EYE WEEKLY	0,7	0,1	0,2	0,2
FAMOUS	4,4	0,3	0,5	0,4
FASHION MAGAZINE	6,7	0,3	0,5	0,5
FINANCIAL POST BUSINESS	4,1	0,2	0,3	0,4
FLARE	5,5	0,3	0,4	0,4
FOOD & DRINK	8,1	0,3	0,4	0,4
FOREVER YOUNG	0,6	0,1	0,1	0,1
GARDENING LIFE	5,4	0,3	0,4	0,4
GARDENWISE	0,4	0,1	0,1	0,1
GLOW	4,1	0,2	0,5	0,4
GOLF CANADA	5,1	0,3	0,4	0,4
GOOD TIMES	1,8	0,2	0,1	0,1
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	3,3	0,2	0,2	0,2
HOMEMAKERS	6,4	0,3	0,2	0,2
HOURLY	0,5	0,1	0,1	0,1
INSIDE ENTERTAINMENT	5,5	0,3	0,4	0,4
MACLEAN'S	8,8	0,4	0,6	0,5
MIRROR	0,5	0,1	0,1	0,1
MONEYSENSE	3,2	0,2	0,3	0,3
MOVIE ENTERTAINMENT	5,8	0,3	0,4	0,4
NATIONAL POST (L-V)	2,7	0,2	0,4	0,3
NATIONAL POST (SAM.)	2,4	0,2	0,2	0,2
NOW	1,0	0,1	0,2	0,2
ONTARIO GOLF	1,0	0,1	0,2	0,2
ONTARIO OUT OF DOORS	2,3	0,2	0,2	0,2
OTTAWA MAGAZINE	0,5	0,1	0,1	0,0
OUTDOOR CANADA	5,8	0,3	0,3	0,3
PEOPLE	12,8	0,4	0,6	0,7
PROFESSIONALLY SPEAKING	1,0	0,1	0,2	0,2
PROFIT	1,1	0,1	0,1	0,1
READER'S DIGEST	24,2	0,5	0,6	0,6
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,8	0,3	0,3	0,2
SHOW	3,2	0,2	0,3	0,3
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	0,3	0,3	0,4
STARWEEK	3,9	0,2	0,2	0,2
STYLE AT HOME	6,0	0,3	0,7	0,6
TEEN TRIBUTE	3,6	0,2	0,5	0,5
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,6	0,3	0,5	0,5
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,4	0,3	0,2	0,2
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	7,0	0,3	0,4	0,4
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	0,2	0,3	0,3
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	0,2	0,5	0,4
THE TORONTO SUN (DIM.)	2,9	0,2	0,4	0,4
TIME	8,7	0,3	0,7	0,7
TODAY'S PARENT	6,3	0,3	0,5	0,5

**PMB 2008 : Base de données de deux ans  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
TORONTO LIFE	2,6	0,2	0,2	0,2
TORONTO STAR (L-V)	5,1	0,3	0,4	0,4
TORONTO STAR (SAM.)	6,2	0,3	0,4	0,5
TORONTO STAR (DIM.)	3,7	0,2	0,3	0,3
TRIBUTE	4,9	0,3	0,6	0,5
TV WEEK MAGAZINE	0,8	0,1	0,2	0,1
VANCOUVER MAGAZINE	1,0	0,1	0,1	0,1
VERVEGIRL	1,0	0,1	0,2	0,2
WESTERN LIVING	2,2	0,2	0,3	0,3
WESTWORLD	4,7	0,3	0,3	0,3
WHAT'S COOKING	12,6	0,4	0,5	0,6
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,4	0,1	0,2	0,2
7 JOURS	3,9	0,2	0,5	0,4
ADORABLE	0,6	0,1	0,2	0,2
AFFAIRES PLUS	1,1	0,1	0,2	0,2
BEL ÂGE MAGAZINE	2,3	0,2	0,3	0,3
CHÂTELAIN (FR)	3,5	0,2	0,3	0,3
CLIN D'OEIL	2,7	0,2	0,2	0,2
COMMERCE	0,5	0,1	0,1	0,1
COOL!	1,5	0,2	0,2	0,3
CÔTÉ JARDINS	1,1	0,1	0,2	0,2
COUP DE POUCE	4,6	0,3	0,3	0,3
DÉCORATION CHEZ-SOI	2,9	0,2	0,3	0,3
DÉCORMAG	2,3	0,2	0,2	0,2
DERNIÈRE HEURE	1,0	0,1	0,1	0,1
ÉCHOS VEDETTES	1,1	0,1	0,1	0,1
ELLE QUÉBEC	2,8	0,2	0,2	0,2
EN PRIMEUR	1,0	0,1	0,3	0,3
EXTRA	0,4	0,1	0,2	0,2
FAMOUS QUEBEC	0,7	0,1	0,1	0,2
FEMME D'AUJOURD'HUI	1,0	0,1	0,3	0,3
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	0,1	0,2	0,2
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,6	0,2	0,3	0,3
ICI	0,3	0,1	0,1	0,1
LA SEMAINE	2,3	0,2	0,2	0,2
L'ACTUALITÉ	3,2	0,2	0,3	0,3
LE DEVOIR (L-V)	0,5	0,1	0,1	0,1
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	0,1	0,2	0,1
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,5	0,3	0,4	0,4
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,6	0,3	0,3	0,5
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,3	0,2	0,3	0,4
LE LUNDI	1,8	0,2	0,2	0,2
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	1,1	0,1	0,2	0,2
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	0,2	0,2	0,2
LES AFFAIRES	1,2	0,1	0,2	0,2
LES IDÉES DE MA MAISON	3,0	0,2	0,1	0,1
MADAME	0,9	0,1	0,2	0,2
PME	0,5	0,1	0,1	0,1
PRIMEURS	1,8	0,2	0,2	0,2
QUÉBEC SCIENCE	1,2	0,1	0,2	0,2
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,6	0,3	0,4	0,3
RÉNOVATION BRICOLAGE	2,0	0,2	0,3	0,3
RICARDO	1,8	0,2	0,2	0,2
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,9	0,2	0,3	0,4
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,9	0,2	0,3	0,3
STAR INC.	1,9	0,2	0,3	0,2
STAR SYSTÈME	1,1	0,1	0,2	0,2
STYLES DE VIE	0,7	0,1	0,1	0,2
SUMMUM	0,8	0,1	0,1	0,1
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	3,8	0,2	0,4	0,5
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,9	0,2	0,4	0,4
VOIR	2,0	0,2	0,3	0,3

**PMB 2008 : Base de données de deux ans  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs			
	12 +	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	%	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,5	1,3- 1,6	1,3- 1,6	1,3- 1,7
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,0	3,7- 4,2	3,6- 4,3	3,6- 4,3
CAA MAGAZINE	7,6	7,2- 7,9	7,0- 8,1	7,0- 8,1
CANADIAN BUSINESS	3,5	3,2- 3,7	3,2- 3,8	3,2- 3,8
CANADIAN FAMILY	3,3	3,1- 3,5	2,9- 3,7	3,0- 3,6
CANADIAN GARDENING	7,7	7,4- 8,1	7,3- 8,1	7,3- 8,2
CANADIAN GEOGRAPHIC	12,2	11,8-12,6	11,3-13,1	11,4-13,0
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	8,9	8,5- 9,2	8,6- 9,2	8,6- 9,2
CANADIAN HOME & COUNTRY	6,0	5,7- 6,3	5,6- 6,4	5,6- 6,4
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,9	3,6- 4,1	3,4- 4,4	3,4- 4,3
CANADIAN HOUSE & HOME	8,9	8,5- 9,2	8,4- 9,3	8,4- 9,4
CANADIAN LIVING	15,2	14,7-15,6	14,5-15,8	14,5-15,8
CARP FOR THE 50 PLUS	2,4	2,2- 2,6	2,1- 2,7	2,1- 2,6
CHATELAINE	13,6	13,2-14,0	13,1-14,1	13,0-14,1
CITY PARENT	0,4	0,3- 0,5	0,3- 0,5	0,3- 0,5
COTTAGE LIFE	3,6	3,4- 3,9	3,4- 3,8	3,4- 3,8
ELLE CANADA	5,6	5,3- 5,9	5,3- 5,9	5,3- 5,9
ENROUTE	3,4	3,2- 3,6	3,0- 3,8	3,0- 3,8
EYE WEEKLY	0,7	0,6- 0,8	0,5- 0,8	0,5- 0,8
FAMOUS	4,4	4,1- 4,6	3,9- 4,8	4,0- 4,8
FASHION MAGAZINE	6,7	6,3- 7,0	6,2- 7,1	6,2- 7,1
FINANCIAL POST BUSINESS	4,1	3,9- 4,3	3,8- 4,4	3,7- 4,5
FLARE	5,5	5,2- 5,7	5,1- 5,8	5,1- 5,8
FOOD & DRINK	8,1	7,7- 8,4	7,6- 8,5	7,6- 8,5
FOREVER YOUNG	0,6	0,5- 0,7	0,5- 0,7	0,5- 0,7
GARDENING LIFE	5,4	5,1- 5,7	5,0- 5,9	5,0- 5,9
GARDENWISE	0,4	0,4- 0,5	0,4- 0,5	0,4- 0,5
GLOW	4,1	3,9- 4,3	3,6- 4,6	3,7- 4,5
GOLF CANADA	5,1	4,9- 5,4	4,8- 5,5	4,8- 5,5
GOOD TIMES	1,8	1,6- 1,9	1,7- 1,9	1,7- 1,9
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	3,3	3,1- 3,5	3,1- 3,5	3,1- 3,5
HOMEMAKERS	6,4	6,1- 6,7	6,2- 6,6	6,2- 6,6
HOUR	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,6	0,4- 0,6
INSIDE ENTERTAINMENT	5,5	5,3- 5,8	5,1- 5,9	5,2- 5,9
MACLEAN'S	8,8	8,4- 9,1	8,2- 9,3	8,3- 9,3
MIRROR	0,5	0,5- 0,6	0,4- 0,7	0,4- 0,7
MONEYSense	3,2	3,0- 3,4	2,9- 3,4	2,9- 3,5
MOVIE ENTERTAINMENT	5,8	5,5- 6,1	5,4- 6,2	5,4- 6,2
NATIONAL POST (L-V)	2,7	2,5- 2,9	2,3- 3,0	2,3- 3,0
NATIONAL POST (SAM.)	2,4	2,2- 2,6	2,2- 2,6	2,2- 2,6
NOW	1,0	0,9- 1,2	0,9- 1,2	0,8- 1,3
ONTARIO GOLF	1,0	0,9- 1,1	0,8- 1,2	0,8- 1,2
ONTARIO OUT OF DOORS	2,3	2,1- 2,5	2,2- 2,5	2,1- 2,5
OTTAWA MAGAZINE	0,5	0,5- 0,6	0,5- 0,6	0,5- 0,6
OUTDOOR CANADA	5,8	5,5- 6,1	5,4- 6,1	5,4- 6,1
PEOPLE	12,8	12,4-13,2	12,2-13,5	12,2-13,5
PROFESSIONALLY SPEAKING	1,0	0,9- 1,1	0,8- 1,2	0,8- 1,2
PROFIT	1,1	0,9- 1,2	0,9- 1,2	0,9- 1,2
READER'S DIGEST	24,2	23,7-24,7	23,6-24,8	23,6-24,8
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,8	4,6- 5,1	4,6- 5,1	4,6- 5,1
SHOW	3,2	3,0- 3,4	2,9- 3,5	2,9- 3,5
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	6,0- 6,6	6,0- 6,6	5,9- 6,7
STARWEEK	3,9	3,7- 4,2	3,7- 4,1	3,7- 4,1
STYLE AT HOME	6,0	5,7- 6,3	5,3- 6,8	5,4- 6,7
TEEN TRIBUTE	3,6	3,4- 3,9	3,2- 4,1	3,1- 4,1
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,6	4,3- 4,8	4,1- 5,0	4,1- 5,0
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,4	4,1- 4,6	4,2- 4,5	4,1- 4,6
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	7,0	6,7- 7,3	6,6- 7,4	6,6- 7,5
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	2,6- 3,0	2,5- 3,1	2,5- 3,1
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	2,0- 2,4	1,7- 2,7	1,8- 2,7
THE TORONTO SUN (DIM.)	2,9	2,7- 3,1	2,4- 3,3	2,5- 3,2
TIME	8,7	8,3- 9,0	7,9- 9,4	7,9- 9,4
TODAY'S PARENT	6,3	6,0- 6,6	5,9- 6,8	5,8- 6,9

**PMB 2008 : Base de données de deux ans**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs 12 + %	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
		A	B	C
TORONTO LIFE	2,6	2,4- 2,8	2,4- 2,8	2,4- 2,8
TORONTO STAR (L-V)	5,1	4,8- 5,4	4,7- 5,5	4,6- 5,5
TORONTO STAR (SAM.)	6,2	5,9- 6,5	5,7- 6,6	5,7- 6,6
TORONTO STAR (DIM.)	3,7	3,5- 4,0	3,4- 4,1	3,4- 4,1
TRIBUTE	4,9	4,7- 5,2	4,3- 5,5	4,4- 5,4
TV WEEK MAGAZINE	0,8	0,7- 0,9	0,6- 0,9	0,6- 0,9
VANCOUVER MAGAZINE	1,0	0,9- 1,1	0,9- 1,2	0,9- 1,2
VERVEGIRL	1,0	0,9- 1,1	0,8- 1,2	0,8- 1,2
WESTERN LIVING	2,2	2,0- 2,3	1,9- 2,5	1,9- 2,4
WESTWORLD	4,7	4,5- 5,0	4,5- 5,0	4,5- 5,0
WHAT'S COOKING	12,6	12,2-13,0	12,1-13,1	12,0-13,2
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,4	1,2- 1,5	1,1- 1,6	1,1- 1,6
7 JOURS	3,9	3,7- 4,2	3,4- 4,5	3,6- 4,3
ADORABLE	0,6	0,5- 0,7	0,4- 0,7	0,4- 0,7
AFFAIRES PLUS	1,1	1,0- 1,3	0,9- 1,3	0,9- 1,3
BEL ÂGE MAGAZINE	2,3	2,1- 2,5	2,1- 2,6	2,0- 2,6
CHÂTELAINE (FR)	3,5	3,2- 3,7	3,2- 3,8	3,1- 3,8
CLIN D'OEIL	2,7	2,5- 2,9	2,5- 2,9	2,5- 2,9
COMMERCE	0,5	0,4- 0,5	0,3- 0,6	0,3- 0,6
COOL!	1,5	1,4- 1,7	1,3- 1,7	1,2- 1,8
CÔTÉ JARDINS	1,1	1,0- 1,2	0,9- 1,3	0,9- 1,3
COUP DE POUCE	4,6	4,3- 4,8	4,3- 4,8	4,3- 4,8
DÉCORATION CHEZ-SOI	2,9	2,7- 3,1	2,6- 3,2	2,6- 3,2
DÉCORMAG	2,3	2,1- 2,5	2,1- 2,5	2,1- 2,6
DERNIÈRE HEURE	1,0	0,9- 1,1	0,9- 1,1	0,9- 1,1
ÉCHOS VEDETTES	1,1	0,9- 1,2	0,9- 1,2	0,9- 1,2
ELLE QUÉBEC	2,8	2,6- 3,0	2,6- 3,0	2,6- 3,0
EN PRIMEUR	1,0	0,9- 1,2	0,7- 1,3	0,8- 1,3
EXTRA	0,4	0,3- 0,5	0,2- 0,6	0,2- 0,6
FAMOUS QUEBEC	0,7	0,6- 0,8	0,5- 0,8	0,5- 0,8
FEMME D'AUJOURD'HUI	1,0	0,9- 1,1	0,7- 1,3	0,7- 1,3
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	1,0- 1,3	1,0- 1,4	1,0- 1,3
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,6	1,5- 1,8	1,3- 2,0	1,3- 1,9
ICI	0,3	0,2- 0,4	0,2- 0,4	0,2- 0,4
LA SEMAINE	2,3	2,1- 2,4	2,1- 2,4	2,1- 2,4
L'ACTUALITÉ	3,2	3,0- 3,4	2,9- 3,5	2,9- 3,5
LE DEVOIR (L-V)	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,6	0,4- 0,6
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,7	0,4- 0,6
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,5	4,3- 4,8	4,2- 4,9	4,2- 4,9
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,6	4,4- 4,9	4,3- 5,0	4,2- 5,1
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,3	3,1- 3,5	3,0- 3,6	2,9- 3,7
LE LUNDI	1,8	1,6- 2,0	1,6- 2,0	1,6- 2,0
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	1,1	0,9- 1,2	0,9- 1,3	0,8- 1,3
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	1,4- 1,7	1,4- 1,8	1,4- 1,8
LES AFFAIRES	1,2	1,1- 1,3	1,0- 1,4	1,0- 1,4
LES IDÉES DE MA MAISON	3,0	2,8- 3,2	2,9- 3,1	2,9- 3,1
MADAME	0,9	0,8- 1,0	0,7- 1,2	0,7- 1,1
PME	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,6	0,4- 0,6
PRIMEURS	1,8	1,7- 2,0	1,6- 2,1	1,6- 2,1
QUÉBEC SCIENCE	1,2	1,1- 1,3	1,0- 1,3	1,0- 1,3
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,6	4,4- 4,9	4,3- 5,0	4,3- 5,0
RÉNOVATION BRICOLAGE	2,0	1,8- 2,2	1,7- 2,3	1,7- 2,3
RICARDO	1,8	1,6- 2,0	1,6- 2,0	1,6- 2,0
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,9	3,6- 4,1	3,5- 4,2	3,5- 4,2
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,9	1,7- 2,0	1,5- 2,2	1,5- 2,2
STAR INC.	1,9	1,7- 2,1	1,6- 2,2	1,7- 2,1
STAR SYSTÈME	1,1	1,0- 1,2	0,9- 1,3	0,9- 1,3
STYLES DE VIE	0,7	0,6- 0,8	0,6- 0,9	0,6- 0,9
SUMMUM	0,8	0,7- 0,9	0,7- 0,9	0,7- 0,9
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	3,8	3,6- 4,0	3,3- 4,2	3,3- 4,3
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,9	2,7- 3,2	2,6- 3,3	2,6- 3,3
VOIR	2,0	1,8- 2,2	1,7- 2,3	1,6- 2,3

**PMB 2008 : Base de données de deux ans  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,5	10,2	10,6	12,2
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,0	6,1	9,6	8,5
CAA MAGAZINE	7,6	4,3	7,7	6,8
CANADIAN BUSINESS	3,5	6,6	8,7	8,6
CANADIAN FAMILY	3,3	6,7	11,1	10,0
CANADIAN GARDENING	7,7	4,3	5,4	6,1
CANADIAN GEOGRAPHIC	12,2	3,3	7,7	6,9
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	8,9	4,0	3,5	3,7
CANADIAN HOME & COUNTRY	6,0	4,9	6,5	5,9
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,9	6,2	12,8	12,0
CANADIAN HOUSE & HOME	8,9	4,0	5,0	5,4
CANADIAN LIVING	15,2	2,9	4,3	4,1
CARP FOR THE 50 PLUS	2,4	8,0	13,0	11,8
CHATELAINE	13,6	3,1	3,8	4,0
CITY PARENT	0,4	19,5	22,6	26,2
COTTAGE LIFE	3,6	6,4	5,7	5,3
ELLE CANADA	5,6	5,1	4,7	5,1
ENROUTE	3,4	6,6	12,0	11,6
EYE WEEKLY	0,7	15,0	23,1	23,1
FAMOUS	4,4	5,8	10,4	9,5
FASHION MAGAZINE	6,7	4,7	7,3	7,3
FINANCIAL POST BUSINESS	4,1	6,0	8,3	9,7
FLARE	5,5	5,2	7,0	7,0
FOOD & DRINK	8,1	4,2	5,4	5,5
FOREVER YOUNG	0,6	15,9	18,3	19,5
GARDENING LIFE	5,4	5,2	8,3	8,3
GARDENWISE	0,4	18,8	12,2	14,9
GLOW	4,1	6,0	12,0	9,9
GOLF CANADA	5,1	5,3	7,5	7,1
GOOD TIMES	1,8	9,3	5,3	5,3
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	3,3	6,7	6,4	5,9
HOMEMAKERS	6,4	4,7	3,1	3,3
HOURLY	0,5	17,7	21,9	21,0
INSIDE ENTERTAINMENT	5,5	5,1	7,1	6,5
MACLEAN'S	8,8	4,0	6,3	5,7
MIRROR	0,5	16,8	24,6	24,5
MONEYSENSE	3,2	6,8	8,0	8,3
MOVIE ENTERTAINMENT	5,8	5,0	6,7	6,5
NATIONAL POST (L-V)	2,7	7,5	14,5	12,9
NATIONAL POST (SAM.)	2,4	7,9	7,8	8,0
NOW	1,0	12,1	16,8	20,5
ONTARIO GOLF	1,0	12,4	22,4	22,8
ONTARIO OUT OF DOORS	2,3	8,0	7,6	8,6
OTTAWA MAGAZINE	0,5	16,7	9,2	8,9
OUTDOOR CANADA	5,8	5,0	5,6	5,5
PEOPLE	12,8	3,2	5,0	5,1
PROFESSIONALLY SPEAKING	1,0	12,2	16,8	18,1
PROFIT	1,1	11,9	12,4	13,8
READER'S DIGEST	24,2	2,2	2,6	2,6
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,8	5,5	5,4	5,1
SHOW	3,2	6,8	8,4	9,8
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	4,8	5,1	6,0
STARWEEK	3,9	6,1	5,7	5,5
STYLE AT HOME	6,0	4,9	12,2	10,4
TEEN TRIBUTE	3,6	6,4	12,5	14,0
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,6	5,7	10,0	10,0
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,4	5,8	4,4	5,0
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	7,0	4,5	6,0	6,3
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	7,3	9,5	10,4
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	8,2	21,9	20,1
THE TORONTO SUN (DIM.)	2,9	7,2	15,1	12,2
TIME	8,7	4,0	8,6	8,2
TODAY'S PARENT	6,3	4,8	7,2	8,5

**PMB 2008 : Base de données de deux ans**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
TORONTO LIFE	2,6	7,6	6,5	6,6
TORONTO STAR (L-V)	5,1	5,4	8,0	8,7
TORONTO STAR (SAM.)	6,2	4,8	7,1	7,5
TORONTO STAR (DIM.)	3,7	6,3	9,3	8,9
TRIBUTE	4,9	5,5	12,0	10,3
TV WEEK MAGAZINE	0,8	14,1	21,2	17,9
VANCOUVER MAGAZINE	1,0	12,2	14,6	13,2
VERVEGIRL	1,0	12,3	15,6	16,2
WESTERN LIVING	2,2	8,3	14,4	12,1
WESTWORLD	4,7	5,6	5,8	5,9
WHAT'S COOKING	12,6	3,3	3,8	4,6
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,4	10,6	18,0	16,3
7 JOURS	3,9	6,1	12,8	10,0
ADORABLE	0,6	16,3	27,9	28,7
AFFAIRES PLUS	1,1	11,7	17,6	18,9
BEL ÂGE MAGAZINE	2,3	8,0	10,9	12,5
CHÂTELAINE (FR)	3,5	6,6	8,5	9,2
CLIN D'OEIL	2,7	7,5	8,8	8,5
COMMERCE	0,5	18,4	24,4	23,6
COOL!	1,5	10,1	15,3	17,4
CÔTÉ JARDINS	1,1	11,7	16,1	17,6
COUP DE POUCE	4,6	5,7	5,8	6,0
DÉCORATION CHEZ-SOI	2,9	7,2	10,1	10,5
DÉCORMAG	2,3	8,1	9,4	10,2
DERNIÈRE HEURE	1,0	12,5	13,0	12,0
ÉCHOS VEDETTES	1,1	12,0	12,2	13,6
ELLE QUÉBEC	2,8	7,3	8,6	8,1
EN PRIMEUR	1,0	12,2	30,1	24,9
EXTRA	0,4	19,3	50,4	47,4
FAMOUS QUEBEC	0,7	15,1	22,2	23,4
FEMME D'AUJOURD'HUI	1,0	12,3	26,6	25,7
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	11,3	16,1	13,7
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,6	9,7	21,1	19,2
ICI	0,3	22,2	23,6	25,4
LA SEMAINE	2,3	8,2	8,0	7,8
L'ACTUALITÉ	3,2	6,8	10,3	8,4
LE DEVOIR (L-V)	0,5	17,9	23,1	21,4
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	17,3	30,6	26,6
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,5	5,7	7,8	8,4
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,6	5,6	7,5	10,0
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,3	6,7	10,3	11,1
LE LUNDI	1,8	9,2	9,9	10,8
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	1,1	11,9	19,3	22,3
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	9,9	12,8	13,3
LES AFFAIRES	1,2	11,2	15,5	17,0
LES IDÉES DE MA MAISON	3,0	7,1	4,8	4,7
MADAME	0,9	12,9	26,5	24,0
PME	0,5	18,1	21,7	22,7
PRIMEURS	1,8	9,0	13,0	13,2
QUÉBEC SCIENCE	1,2	11,3	12,6	12,7
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,6	5,6	7,7	7,1
RÉNOVATION BRICOLAGE	2,0	8,7	14,8	13,6
RICARDO	1,8	9,2	12,7	12,7
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,9	6,2	8,0	9,4
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,9	9,0	17,0	16,9
STAR INC.	1,9	8,9	14,8	11,9
STAR SYSTÈME	1,1	11,8	17,5	20,5
STYLES DE VIE	0,7	14,6	20,0	23,4
SUMMUM	0,8	13,7	13,1	13,3
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	3,8	6,3	11,7	13,3
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,9	7,1	13,3	12,4
VOIR	2,0	8,7	15,0	17,4

**PMB 2008 : Base de données d'un an  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,4	0,2	0,3	0,3
ALIVE	2,0	0,2	0,5	0,5
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,2	0,4	0,7	0,6
CAA MAGAZINE	8,6	0,5	0,6	0,7
CANADIAN BUSINESS	3,5	0,3	0,5	0,5
CANADIAN FAMILY	3,0	0,3	0,4	0,5
CANADIAN GARDENING	7,8	0,5	0,7	0,7
CANADIAN GEOGRAPHIC	11,2	0,6	0,9	1,0
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	9,5	0,5	1,0	1,1
CANADIAN HOME & COUNTRY	5,4	0,4	0,5	0,5
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,7	0,3	0,6	0,5
CANADIAN HOUSE & HOME	8,7	0,5	1,0	0,9
CANADIAN LIVING	14,3	0,6	0,7	0,7
CARP FOR THE 50 PLUS	1,7	0,2	0,2	0,2
CHATELAINE	13,1	0,6	0,8	0,7
CITY PARENT	0,4	0,1	0,2	0,2
COTTAGE LIFE	3,4	0,3	0,3	0,4
ELLE CANADA	5,9	0,4	0,5	0,4
ENROUTE	3,5	0,3	0,4	0,5
EYE WEEKLY	0,7	0,1	0,2	0,2
FAMOUS	4,3	0,4	0,7	0,6
FASHION MAGAZINE	7,6	0,5	0,7	0,6
FINANCIAL POST BUSINESS	3,8	0,3	0,6	0,6
FLARE	5,5	0,4	0,5	0,5
FOOD & DRINK	8,0	0,5	0,9	0,9
FOREVER YOUNG	0,5	0,1	0,1	0,1
GARDENING LIFE	5,1	0,4	0,5	0,5
GARDENWISE	0,3	0,1	0,1	0,1
GLOW	4,1	0,3	0,6	0,6
GOLF CANADA	4,9	0,4	0,4	0,5
GOOD TIMES	1,7	0,2	0,2	0,2
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	2,9	0,3	0,3	0,3
HOMEMAKERS	6,0	0,4	1,0	0,8
HOUR	0,4	0,1	0,1	0,1
INSIDE ENTERTAINMENT	5,2	0,4	0,4	0,4
MACLEAN'S	8,6	0,5	0,7	0,8
METRO TORONTO	1,9	0,2	0,4	0,4
METRO VANCOUVER	0,8	0,2	0,2	0,2
MIRROR	0,5	0,1	0,1	0,1
MONEYSENSE	3,0	0,3	0,4	0,4
MOVIE ENTERTAINMENT	6,6	0,4	0,8	0,7
NATIONAL POST (L-V)	2,1	0,3	0,3	0,4
NATIONAL POST (SAM.)	2,2	0,3	0,3	0,3
NOW	1,0	0,2	0,2	0,2
ONTARIO GOLF	0,9	0,2	0,2	0,2
ONTARIO OUT OF DOORS	2,1	0,3	0,4	0,4
OTTAWA MAGAZINE	0,5	0,1	0,2	0,2
OUTDOOR CANADA	5,6	0,4	0,6	0,5
PEOPLE	12,7	0,6	0,8	0,7
PROFESSIONALLY SPEAKING	0,9	0,2	0,2	0,3
PROFIT	1,0	0,2	0,3	0,3
READER'S DIGEST	22,7	0,7	0,6	0,7
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,4	0,4	0,3	0,3
SHOW	4,2	0,4	0,5	0,5
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	0,4	0,5	0,5
STARWEEK	3,8	0,3	0,4	0,4
STYLE AT HOME	6,4	0,4	1,1	1,1
TEEN TRIBUTE	3,7	0,3	0,6	0,5
THE BEAVER	1,2	0,2	0,2	0,2
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,1	0,3	0,4	0,4
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,3	0,4	0,4	0,4
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	6,6	0,4	0,6	0,6
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	0,3	0,4	0,3
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	0,3	0,5	0,5
THE TORONTO SUN (DIM.)	3,3	0,3	0,5	0,5
TIME	8,5	0,5	1,0	0,9
TODAY'S PARENT	7,0	0,4	0,8	0,8
TORONTO LIFE	2,6	0,3	0,2	0,2

**PMB 2008 : Base de données d'un an**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
TORONTO STAR (L-V)	5,0	0,4	0,5	0,5
TORONTO STAR (SAM.)	6,6	0,4	0,7	0,7
TORONTO STAR (DIM.)	4,3	0,4	0,7	0,6
TRIBUTE	5,0	0,4	0,6	0,5
TV WEEK MAGAZINE	0,9	0,2	0,2	0,2
VANCOUVER MAGAZINE	1,1	0,2	0,3	0,3
VERVEGIRL	1,2	0,2	0,4	0,3
WESTERN LIVING	1,8	0,2	0,2	0,3
WESTWORLD	4,2	0,4	0,5	0,5
WHAT'S COOKING	13,3	0,6	0,8	0,9
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,7	0,2	0,6	0,6
WISH	1,7	0,2	0,4	0,4
24 HEURES (MONTREAL)	1,0	0,2	0,3	0,3
7 JOURS	3,7	0,3	0,3	0,4
ADORABLE	0,4	0,1	0,3	0,3
AFFAIRES PLUS	1,0	0,2	0,2	0,2
BEL ÂGE MAGAZINE	2,2	0,3	0,3	0,3
CHÂTELAIN (FR)	3,2	0,3	0,6	0,7
CLIN D'OEIL	2,5	0,3	0,3	0,3
COMMERCE	0,4	0,1	0,2	0,2
COOL!	1,3	0,2	0,2	0,2
CÔTÉ JARDINS	1,2	0,2	0,3	0,3
COUP DE POUCE	4,3	0,4	0,5	0,5
DÉCORATION CHEZ-SOI	3,0	0,3	0,7	0,6
DÉCORMAG	2,6	0,3	0,5	0,5
DERNIÈRE HEURE	0,9	0,2	0,2	0,2
ÉCHOS VEDETTES	1,0	0,2	0,2	0,3
ELLE QUÉBEC	2,7	0,3	0,6	0,5
EN PRIMEUR	0,7	0,2	0,4	0,3
EXTRA	0,5	0,1	0,4	0,4
FAMOUS QUEBEC	0,8	0,2	0,4	0,3
FEMME D'AUJOURD'HUI	0,9	0,2	0,3	0,4
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	0,2	0,3	0,4
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,5	0,2	0,3	0,3
ICI	0,3	0,1	0,1	0,1
LA SEMAINE	2,1	0,3	0,4	0,4
L'ACTUALITÉ	3,1	0,3	0,6	0,6
LE DEVOIR (L-V)	0,4	0,1	0,1	0,1
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	0,1	0,1	0,1
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,7	0,4	0,4	0,5
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,8	0,4	0,4	0,5
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,7	0,3	0,4	0,4
LE JOURNAL DE QUÉBEC (L-V)	1,6	0,2	0,4	0,3
LE JOURNAL DE QUÉBEC (SAM.)	1,8	0,2	0,3	0,4
LE JOURNAL DE QUÉBEC (DIM.)	1,2	0,2	0,3	0,3
LE LUNDI	1,8	0,2	0,3	0,3
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	0,7	0,1	0,2	0,2
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	0,2	0,3	0,3
LES AFFAIRES	1,0	0,2	0,3	0,3
LES IDÉES DE MA MAISON	2,8	0,3	0,4	0,4
MADAME	1,0	0,2	0,4	0,4
METRO MONTREAL	1,4	0,2	0,3	0,3
MOI&CIE	0,8	0,2	0,3	0,2
PME	0,4	0,1	0,2	0,2
PRIMEURS	1,6	0,2	0,3	0,3
QUÉBEC SCIENCE	0,9	0,2	0,2	0,3
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,7	0,4	0,4	0,4
RÉNOVATION BRICOLAGE	1,8	0,2	0,5	0,4
RICARDO	1,7	0,2	0,3	0,3
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,8	0,3	0,3	0,4
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,7	0,2	0,4	0,4
STAR INC.	1,9	0,2	0,4	0,4
STAR SYSTÈME	1,2	0,2	0,2	0,3
STYLES DE VIE	0,6	0,1	0,3	0,3
SUMMUM	0,8	0,2	0,3	0,3
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	4,0	0,3	0,5	0,6
TOUT SIMPLEMENT CLODINE	1,6	0,2	0,5	0,5
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,7	0,3	0,4	0,4
VOIR	1,8	0,2	0,3	0,4

**PMB 2008 : Base de données d'un an  
Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs			
	12 +	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	%	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,4	1,2- 1,7	1,1- 1,8	1,1- 1,8
ALIVE	2,0	1,7- 2,2	1,5- 2,5	1,5- 2,5
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,2	3,8- 4,6	3,5- 4,9	3,6- 4,8
CAA MAGAZINE	8,6	8,1- 9,1	8,0- 9,2	7,9- 9,3
CANADIAN BUSINESS	3,5	3,2- 3,8	3,0- 4,0	3,0- 3,9
CANADIAN FAMILY	3,0	2,7- 3,3	2,6- 3,4	2,6- 3,5
CANADIAN GARDENING	7,8	7,3- 8,3	7,1- 8,5	7,1- 8,5
CANADIAN GEOGRAPHIC	11,2	10,7-11,8	10,4-12,1	10,2-12,3
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	9,5	9,0-10,0	8,5-10,5	8,4-10,6
CANADIAN HOME & COUNTRY	5,4	5,0- 5,8	4,9- 5,8	4,9- 5,9
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,7	3,4- 4,1	3,2- 4,3	3,2- 4,3
CANADIAN HOUSE & HOME	8,7	8,2- 9,2	7,7- 9,7	7,8- 9,6
CANADIAN LIVING	14,3	13,7-14,9	13,6-15,0	13,6-15,0
CARP FOR THE 50 PLUS	1,7	1,4- 1,9	1,5- 1,9	1,5- 1,9
CHATELAINE	13,1	12,5-13,7	12,3-13,8	12,3-13,8
CITY PARENT	0,4	0,3- 0,5	0,2- 0,6	0,2- 0,6
COTTAGE LIFE	3,4	3,0- 3,7	3,0- 3,7	3,0- 3,7
ELLE CANADA	5,9	5,4- 6,3	5,4- 6,3	5,4- 6,3
ENROUTE	3,5	3,2- 3,8	3,0- 3,9	3,0- 4,0
EYE WEEKLY	0,7	0,6- 0,8	0,5- 0,9	0,5- 0,9
FAMOUS	4,3	4,0- 4,7	3,7- 5,0	3,7- 5,0
FASHION MAGAZINE	7,6	7,2- 8,1	7,0- 8,3	7,0- 8,2
FINANCIAL POST BUSINESS	3,8	3,5- 4,2	3,2- 4,5	3,2- 4,5
FLARE	5,5	5,1- 5,9	5,0- 6,0	5,0- 6,0
FOOD & DRINK	8,0	7,6- 8,5	7,2- 8,9	7,2- 8,9
FOREVER YOUNG	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,6	0,4- 0,6
GARDENING LIFE	5,1	4,8- 5,5	4,6- 5,7	4,6- 5,7
GARDENWISE	0,3	0,2- 0,4	0,3- 0,4	0,3- 0,4
GLOW	4,1	3,8- 4,5	3,6- 4,7	3,5- 4,7
GOLF CANADA	4,9	4,5- 5,3	4,5- 5,3	4,5- 5,4
GOOD TIMES	1,7	1,4- 1,9	1,5- 1,9	1,5- 1,8
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	2,9	2,6- 3,2	2,6- 3,2	2,6- 3,2
HOMEMAKERS	6,0	5,6- 6,4	5,0- 7,0	5,2- 6,8
HOUR	0,4	0,3- 0,5	0,3- 0,5	0,3- 0,6
INSIDE ENTERTAINMENT	5,2	4,9- 5,6	4,8- 5,7	4,8- 5,7
MACLEAN'S	8,6	8,1- 9,1	7,9- 9,4	7,9- 9,4
METRO TORONTO	1,9	1,7- 2,2	1,5- 2,3	1,5- 2,3
METRO VANCOUVER	0,8	0,6- 0,9	0,6- 1,0	0,6- 1,0
MIRROR	0,5	0,4- 0,6	0,4- 0,6	0,4- 0,6
MONEYSENSE	3,0	2,7- 3,3	2,6- 3,4	2,6- 3,4
MOVIE ENTERTAINMENT	6,6	6,1- 7,0	5,7- 7,4	5,8- 7,3
NATIONAL POST (L-V)	2,1	1,9- 2,4	1,8- 2,4	1,8- 2,5
NATIONAL POST (SAM.)	2,2	2,0- 2,5	1,9- 2,5	1,9- 2,5
NOW	1,0	0,8- 1,1	0,8- 1,2	0,7- 1,2
ONTARIO GOLF	0,9	0,7- 1,1	0,7- 1,1	0,7- 1,1
ONTARIO OUT OF DOORS	2,1	1,9- 2,4	1,7- 2,5	1,7- 2,6
OTTAWA MAGAZINE	0,5	0,4- 0,7	0,4- 0,7	0,4- 0,7
OUTDOOR CANADA	5,6	5,2- 6,0	5,0- 6,1	5,0- 6,1
PEOPLE	12,7	12,1-13,3	11,9-13,4	12,0-13,4
PROFESSIONALLY SPEAKING	0,9	0,8- 1,1	0,7- 1,2	0,7- 1,2
PROFIT	1,0	0,9- 1,2	0,7- 1,4	0,7- 1,4
READER'S DIGEST	22,7	22,0-23,4	22,1-23,3	22,0-23,4
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,4	4,1- 4,8	4,1- 4,8	4,1- 4,7
SHOW	4,2	3,9- 4,6	3,7- 4,7	3,7- 4,8
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	5,9- 6,7	5,8- 6,8	5,8- 6,8
STARWEEK	3,8	3,5- 4,2	3,4- 4,3	3,4- 4,3
STYLE AT HOME	6,4	5,9- 6,8	5,2- 7,5	5,3- 7,4
TEEN TRIBUTE	3,7	3,3- 4,0	3,1- 4,2	3,1- 4,2
THE BEAVER	1,2	1,0- 1,4	1,0- 1,5	1,0- 1,5
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,1	3,8- 4,5	3,7- 4,5	3,7- 4,5
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,3	3,9- 4,6	3,8- 4,7	3,9- 4,7
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	6,6	6,2- 7,1	6,0- 7,3	6,0- 7,2
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	2,5- 3,1	2,4- 3,2	2,4- 3,1
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	1,9- 2,5	1,7- 2,7	1,7- 2,7
THE TORONTO SUN (DIM.)	3,3	2,9- 3,6	2,8- 3,7	2,7- 3,8
TIME	8,5	8,0- 9,0	7,5- 9,5	7,6- 9,4
TODAY'S PARENT	7,0	6,6- 7,5	6,2- 7,8	6,2- 7,8
TORONTO LIFE	2,6	2,3- 2,9	2,4- 2,9	2,4- 2,9

**PMB 2008 : Base de données d'un an**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs 12 + %	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
		A	B	C
TORONTO STAR (L-V)	5,0	4,6-5,3	4,4-5,5	4,4-5,5
TORONTO STAR (SAM.)	6,6	6,2-7,0	5,9-7,3	5,9-7,3
TORONTO STAR (DIM.)	4,3	4,0-4,7	3,7-5,0	3,7-4,9
TRIBUTE	5,0	4,6-5,4	4,4-5,6	4,5-5,5
TV WEEK MAGAZINE	0,9	0,7-1,0	0,7-1,0	0,7-1,0
VANCOUVER MAGAZINE	1,1	0,9-1,3	0,8-1,4	0,8-1,4
VERVEGIRL	1,2	1,0-1,3	0,8-1,5	0,8-1,5
WESTERN LIVING	1,8	1,6-2,0	1,6-2,1	1,5-2,1
WESTWORLD	4,2	3,9-4,6	3,7-4,7	3,7-4,7
WHAT'S COOKING	13,3	12,7-13,9	12,6-14,1	12,4-14,2
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,7	1,5-2,0	1,1-2,3	1,2-2,3
WISH	1,7	1,5-1,9	1,3-2,1	1,3-2,1
24 HEURES (MONTREAL)	1,0	0,8-1,2	0,8-1,3	0,8-1,3
7 JOURS	3,7	3,3-4,0	3,4-4,0	3,3-4,0
ADORABLE	0,4	0,3-0,5	0,1-0,6	0,1-0,6
AFFAIRES PLUS	1,0	0,8-1,1	0,7-1,2	0,8-1,2
BEL ÂGE MAGAZINE	2,2	2,0-2,5	2,0-2,5	1,9-2,6
CHÂTELAIN (FR)	3,2	2,9-3,5	2,6-3,8	2,5-3,9
CLIN D'OEIL	2,5	2,3-2,8	2,2-2,8	2,2-2,9
COMMERCE	0,4	0,3-0,6	0,3-0,6	0,3-0,6
COOL!	1,3	1,1-1,5	1,1-1,5	1,1-1,5
CÔTÉ JARDINS	1,2	1,0-1,4	0,9-1,5	0,9-1,5
COUP DE POUCE	4,3	4,0-4,7	3,8-4,9	3,9-4,8
DÉCORATION CHEZ-SOI	3,0	2,7-3,3	2,2-3,7	2,3-3,6
DÉCORMAG	2,6	2,3-2,8	2,1-3,0	2,0-3,1
DERNIÈRE HEURE	0,9	0,7-1,1	0,7-1,1	0,7-1,1
ÉCHOS VEDETTES	1,0	0,9-1,2	0,8-1,3	0,8-1,3
ELLE QUÉBEC	2,7	2,5-3,0	2,2-3,3	2,2-3,3
EN PRIMEUR	0,7	0,6-0,9	0,4-1,1	0,4-1,1
EXTRA	0,5	0,4-0,6	0,1-0,9	0,1-0,9
FAMOUS QUEBEC	0,8	0,6-0,9	0,4-1,1	0,4-1,1
FEMME D'AUJOURD'HUI	0,9	0,7-1,1	0,6-1,2	0,6-1,3
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	1,0-1,4	0,9-1,6	0,9-1,6
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,5	1,3-1,7	1,1-1,8	1,2-1,8
ICI	0,3	0,2-0,4	0,2-0,4	0,2-0,4
LA SEMAINE	2,1	1,9-2,4	1,7-2,5	1,7-2,5
L'ACTUALITÉ	3,1	2,8-3,4	2,5-3,7	2,5-3,7
LE DEVOIR (L-V)	0,4	0,3-0,5	0,3-0,5	0,3-0,5
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	0,3-0,6	0,4-0,6	0,4-0,6
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,7	4,3-5,0	4,2-5,1	4,2-5,1
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,8	4,4-5,1	4,4-5,1	4,3-5,3
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,7	3,4-4,1	3,3-4,1	3,3-4,1
LE JOURNAL DE QUÉBEC (L-V)	1,6	1,4-1,8	1,2-2,0	1,2-1,9
LE JOURNAL DE QUÉBEC (SAM.)	1,8	1,5-2,0	1,4-2,1	1,4-2,1
LE JOURNAL DE QUÉBEC (DIM.)	1,2	1,0-1,4	0,9-1,5	0,9-1,5
LE LUNDI	1,8	1,6-2,1	1,5-2,1	1,5-2,1
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	0,7	0,6-0,9	0,5-1,0	0,5-0,9
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	1,3-1,8	1,2-1,9	1,2-1,9
LES AFFAIRES	1,0	0,8-1,1	0,7-1,2	0,7-1,2
LES IDÉES DE MA MAISON	2,8	2,5-3,1	2,4-3,2	2,4-3,2
MADAME	1,0	0,8-1,2	0,6-1,4	0,6-1,4
METRO MONTREAL	1,4	1,2-1,6	1,1-1,7	1,1-1,7
MOI&CIE	0,8	0,6-0,9	0,5-1,0	0,5-1,0
PME	0,4	0,3-0,5	0,2-0,6	0,2-0,5
PRIMEURS	1,6	1,4-1,8	1,3-1,9	1,3-1,9
QUÉBEC SCIENCE	0,9	0,7-1,1	0,6-1,1	0,6-1,2
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,7	4,3-5,1	4,3-5,0	4,3-5,1
RÉNOVATION BRICOLAGE	1,8	1,6-2,1	1,4-2,3	1,4-2,2
RICARDO	1,7	1,5-2,0	1,5-2,0	1,5-2,0
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,8	3,5-4,2	3,5-4,2	3,4-4,2
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,7	1,5-1,9	1,3-2,1	1,3-2,1
STAR INC.	1,9	1,7-2,2	1,6-2,3	1,5-2,3
STAR SYSTÈME	1,2	1,0-1,4	0,9-1,4	0,9-1,5
STYLES DE VIE	0,6	0,5-0,8	0,3-0,9	0,4-0,9
SUMMUM	0,8	0,6-1,0	0,5-1,1	0,5-1,1
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	4,0	3,6-4,3	3,4-4,5	3,4-4,6
TOUT SIMPLEMENT CLODINE	1,6	1,3-1,8	1,1-2,0	1,1-2,0
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,7	2,4-3,0	2,3-3,1	2,3-3,1
VOIR	1,8	1,6-2,0	1,4-2,1	1,4-2,1

**PMB 2008 : Base de données d'un an**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
24 HOURS TORONTO	1,4	14,5	23,3	22,1
ALIVE	2,0	12,4	26,4	26,4
BRITISH COLUMBIA MAGAZINE	4,2	8,4	15,6	15,4
CAA MAGAZINE	8,6	5,7	6,8	8,3
CANADIAN BUSINESS	3,5	9,2	13,6	13,0
CANADIAN FAMILY	3,0	10,0	13,2	14,9
CANADIAN GARDENING	7,8	6,0	9,2	8,7
CANADIAN GEOGRAPHIC	11,2	4,9	7,7	9,2
CANADIAN HEALTH & LIFESTYLE	9,5	5,4	10,5	11,5
CANADIAN HOME & COUNTRY	5,4	7,4	8,8	9,6
CANADIAN HOME WORKSHOP	3,7	8,9	14,8	14,1
CANADIAN HOUSE & HOME	8,7	5,7	11,5	9,9
CANADIAN LIVING	14,3	4,3	4,8	4,9
CARP FOR THE 50 PLUS	1,7	13,5	11,7	12,8
CHATELAINE	13,1	4,5	5,9	5,6
CITY PARENT	0,4	27,9	47,6	42,8
COTTAGE LIFE	3,4	9,4	9,8	10,8
ELLE CANADA	5,9	7,0	7,7	7,7
ENROUTE	3,5	9,3	12,7	13,9
EYE WEEKLY	0,7	21,0	30,3	31,6
FAMOUS	4,3	8,2	15,6	14,5
FASHION MAGAZINE	7,6	6,1	8,8	8,0
FINANCIAL POST BUSINESS	3,8	8,8	16,8	16,3
FLARE	5,5	7,3	8,6	8,6
FOOD & DRINK	8,0	5,9	10,7	11,0
FOREVER YOUNG	0,5	25,5	18,5	19,0
GARDENING LIFE	5,1	7,5	9,8	10,6
GARDENWISE	0,3	30,1	22,1	23,6
GLOW	4,1	8,5	13,4	14,6
GOLF CANADA	4,9	7,7	7,9	9,2
GOOD TIMES	1,7	13,5	12,5	11,6
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	2,9	10,2	10,6	11,7
HOMEMAKERS	6,0	7,0	16,2	13,8
HOURLY	0,4	26,6	25,9	30,9
INSIDE ENTERTAINMENT	5,2	7,5	7,7	8,2
MACLEAN'S	8,6	5,7	8,5	8,9
METRO TORONTO	1,9	12,6	19,8	20,8
METRO VANCOUVER	0,8	19,6	21,7	22,8
MIRROR	0,5	24,5	24,9	23,2
MONEYSENSE	3,0	10,0	13,5	13,4
MOVIE ENTERTAINMENT	6,6	6,6	12,9	11,2
NATIONAL POST (L-V)	2,1	11,9	14,5	16,4
NATIONAL POST (SAM.)	2,2	11,7	12,7	13,8
NOW	1,0	17,9	21,3	22,8
ONTARIO GOLF	0,9	18,5	26,9	26,5
ONTARIO OUT OF DOORS	2,1	11,9	18,5	20,0
OTTAWA MAGAZINE	0,5	24,0	31,9	32,3
OUTDOOR CANADA	5,6	7,2	10,5	9,5
PEOPLE	12,7	4,6	6,0	5,6
PROFESSIONALLY SPEAKING	0,9	18,1	26,5	28,3
PROFIT	1,0	17,1	32,7	30,4
READER'S DIGEST	22,7	3,2	2,6	3,1
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	4,4	8,2	7,7	6,7
SHOW	4,2	8,4	11,8	12,8
SPORTS ILLUSTRATED	6,3	6,8	7,7	8,3
STARWEEK	3,8	8,8	11,1	11,4
STYLE AT HOME	6,4	6,7	17,7	16,9
TEEN TRIBUTE	3,7	9,0	15,5	14,7
THE BEAVER	1,2	15,9	20,3	20,2
THE GLOBE AND MAIL (L-V)	4,1	8,5	9,9	10,9
THE GLOBE AND MAIL (SAM.)	4,3	8,3	10,4	9,2
THE HOCKEY NEWS MAGAZINE	6,6	6,6	9,7	9,0
THE TORONTO SUN (L-V)	2,8	10,4	13,9	12,0
THE TORONTO SUN (SAM.)	2,2	11,7	24,3	22,6
THE TORONTO SUN (DIM.)	3,3	9,6	14,7	16,6
TIME	8,5	5,8	11,7	10,4
TODAY'S PARENT	7,0	6,4	11,2	11,2
TORONTO LIFE	2,6	10,7	9,4	9,5

**PMB 2008 : Base de données d'un an**  
**Tableau des marges de tolérance**

	Total des lecteurs	Intervalle de confiance de 95 % (+/-)		
	12 + %	A	B	C
TORONTO STAR (L-V)	5,0	7,7	10,5	10,3
TORONTO STAR (SAM.)	6,6	6,6	11,0	10,0
TORONTO STAR (DIM.)	4,3	8,2	15,5	13,9
TRIBUTE	5,0	7,7	11,9	10,9
TV WEEK MAGAZINE	0,9	18,7	18,7	18,8
VANCOUVER MAGAZINE	1,1	16,6	31,3	27,4
VERVEGIRL	1,2	16,2	30,3	27,0
WESTERN LIVING	1,8	13,0	13,5	16,1
WESTWORLD	4,2	8,4	11,2	12,4
WHAT'S COOKING	13,3	4,5	5,7	6,6
WHAT'S UP KIDS FAMILY MAGAZINE	1,7	13,2	34,5	31,9
WISH	1,7	13,4	25,6	23,9
24 HEURES (MONTRÉAL)	1,0	17,3	25,3	25,5
7 JOURS	3,7	9,0	8,2	9,9
ADORABLE	0,4	28,7	68,9	71,5
AFFAIRES PLUS	1,0	17,8	22,8	22,4
BEL ÂGE MAGAZINE	2,2	11,6	12,3	14,7
CHÂTELAIN (FR)	3,2	9,7	19,4	20,7
CLIN D'OEIL	2,5	10,9	11,6	12,6
COMMERCE	0,4	26,4	36,2	34,1
COOL!	1,3	15,2	16,4	15,1
CÔTÉ JARDINS	1,2	15,8	25,3	24,3
COUP DE POUCE	4,3	8,3	12,0	10,5
DÉCORATION CHEZ-SOI	3,0	10,1	24,2	21,7
DÉCORMAG	2,6	10,9	19,4	19,8
DERNIÈRE HEURE	0,9	18,4	20,9	21,6
ÉCHOS VEDETTES	1,0	17,1	21,2	25,1
ELLE QUÉBEC	2,7	10,5	21,0	19,3
EN PRIMEUR	0,7	20,3	50,5	45,3
EXTRA	0,5	25,2	86,5	80,3
FAMOUS QUEBEC	0,8	20,1	46,9	42,7
FEMME D'AUJOURD'HUI	0,9	18,3	36,8	39,4
FILLES CLIN D'OEIL	1,2	15,8	27,4	29,3
FLEURS, PLANTES ET JARDINS	1,5	14,4	22,5	20,9
ICI	0,3	31,6	24,5	22,6
LA SEMAINE	2,1	12,0	18,0	20,2
L'ACTUALITÉ	3,1	9,8	19,6	19,1
LE DEVOIR (L-V)	0,4	26,8	19,2	20,3
LE DEVOIR (SAM.)	0,5	25,8	19,7	21,7
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (L-V)	4,7	8,0	9,6	10,5
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (SAM.)	4,8	7,8	7,8	10,5
LE JOURNAL DE MONTRÉAL (DIM.)	3,7	8,9	10,3	11,5
LE JOURNAL DE QUÉBEC (L-V)	1,6	13,9	24,8	21,3
LE JOURNAL DE QUÉBEC (SAM.)	1,8	13,2	19,8	20,6
LE JOURNAL DE QUÉBEC (DIM.)	1,2	16,0	28,1	26,2
LE LUNDI	1,8	12,9	15,2	16,6
LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	0,7	20,6	33,3	29,0
LE MAGAZINE JOBBOOM	1,6	14,0	20,8	20,9
LES AFFAIRES	1,0	17,9	27,6	30,8
LES IDÉES DE MA MAISON	2,8	10,4	13,2	13,8
MADAME	1,0	17,6	40,9	39,0
METRO MONTREAL	1,4	14,8	22,7	22,0
MOI&CIE	0,8	19,7	32,8	30,5
PME	0,4	28,7	47,7	46,3
PRIMEURS	1,6	13,7	18,7	18,5
QUÉBEC SCIENCE	0,9	18,5	27,2	29,4
QU'EST-CE QUI MIJOTE	4,7	7,9	7,7	9,1
RÉNOVATION BRICOLAGE	1,8	12,9	24,9	21,8
RICARDO	1,7	13,2	14,8	15,6
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	3,8	8,8	9,1	10,8
SENTIER CHASSE-PÊCHE	1,7	13,4	23,6	23,6
STAR INC.	1,9	12,5	19,5	20,2
STAR SYSTÈME	1,2	16,2	20,7	25,7
STYLES DE VIE	0,6	22,2	44,4	41,4
SUMMUM	0,8	19,6	41,7	33,8
TOURING (FRANÇAIS ET ANGLAIS)	4,0	8,6	13,4	14,9
TOUT SIMPLEMENT CLODINE	1,6	14,0	28,9	30,7
TV 7 JOURS/TV HEBDO	2,7	10,5	16,3	15,0
VOIR	1,8	13,0	19,2	20,0

**Tableau des intervalles de confiance — Tableau 1 — Pourcentages**  
(Intervalle de confiance de 95 % en utilisant la formule A)

Utilisez ce tableau lorsque vous connaissez la base de l'échantillon non pondéré et le pourcentage du lectorat.

% du lectorat	Base de l'échantillon non pondéré													
	50	60	75	100	150	250	500	1000	1500	2000	3000	5000	12000	20000
0,5	*	*	*	*	*	*	*	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
1,0	*	*	*	*	*	*	0,9	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,1
1,5	*	*	*	*	*	*	1,1	0,8	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2
2,0	*	*	*	*	*	1,7	1,2	0,9	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2
2,5	*	*	*	*	*	1,9	1,4	1,0	0,8	0,7	0,6	0,4	0,3	0,2
3,0	*	*	*	*	2,7	2,1	1,5	1,1	0,9	0,7	0,6	0,5	0,3	0,2
4,0	*	*	*	3,8	3,1	2,4	1,7	1,2	1,0	0,9	0,7	0,5	0,4	0,3
5,0	*	*	4,9	4,3	3,5	2,7	1,9	1,4	1,1	1,0	0,8	0,6	0,4	0,3
6,0	*	*	5,4	4,7	3,8	2,9	2,1	1,5	1,2	1,0	0,8	0,7	0,4	0,3
7,5	7,3	6,6	6,0	5,2	4,2	3,3	2,3	1,6	1,3	1,2	0,9	0,7	0,5	0,4
10,0	8,3	8,0	6,8	5,9	4,8	3,7	2,6	1,9	1,5	1,3	1,1	0,8	0,5	0,4
12,5	9,2	8,4	7,5	6,5	5,3	4,1	2,9	2,0	1,7	1,4	1,2	0,9	0,6	0,5
15,0	9,9	9,0	8,1	7,0	5,7	4,4	3,1	2,2	1,8	1,6	1,3	1,0	0,6	0,5
20,0	11,1	10,1	9,1	7,8	6,4	5,0	3,5	2,5	2,0	1,8	1,4	1,1	0,7	0,6
25,0	12,0	11,0	9,8	8,5	6,9	5,4	3,8	2,7	2,2	1,9	1,5	1,2	0,8	0,6
30,0	12,7	11,6	10,4	9,0	7,3	5,7	4,0	2,8	2,3	2,0	1,6	1,3	0,8	0,6
40,0	13,6	12,4	11,1	9,6	7,8	6,1	4,3	3,0	2,5	2,1	1,8	1,4	0,9	0,7
50,0	13,9	12,7	11,3	9,8	8,0	6,2	4,4	3,1	2,5	2,2	1,8	1,4	0,9	0,7

\* Non fiable au point de vue statistique, étant donné que l'intervalle de 95 % est plus grand que la valeur elle-même.

**Comment lire ce tableau :**

Si la base est (c.-à-d. l'échantillon non pondéré inscrit au haut de la colonne)..... 1000  
 Et que le magazine a un lectorat de..... 5,0 %  
 Alors l'intervalle de confiance de 95 % est de..... 5,0 % ± 1,4 %  
 (c.-à-d.) 3,6 % – 6,4 %

**Tableau des intervalles de confiance — Tableau 2 (en milliers)**  
(Intervalle de confiance de 95 % en utilisant la formule A)

Utilisez ce tableau lorsque vous connaissez le lectorat pondéré et non pondéré d'une cellule individuelle.<sup>1</sup>

Nombre non pondéré de la cellule	Lectorat pondéré					
	25 000	50 000	100 000	250 000	500 000	1 000 000
20	± 11 000	± 22 000	± 44 000	± 110 000	± 219 000	± 438 000
30	9	18	36	89	179	358
40	8	15	31	77	155	310
50	7	14	28	69	139	277
75	6	11	23	57	113	226
100	5	10	20	49	98	196
125	4	9	18	44	88	175
150	4	8	16	40	80	160
200	3	7	14	35	69	139
500	2	4	9	22	44	88
1000	2	3	6	15	31	62

**Comment lire ce tableau :**

Si le lectorat pondéré est de..... 250 000 lecteurs  
 Et que le nombre d'entrevues non pondéré par cellule est de..... 150  
 Alors l'intervalle de confiance de 95 % pour le lectorat est de..... 250 000 ± 40 000  
 (c.-à-d.) 210 000 – 290 000

**Remarque :** Toutes les estimations d'erreurs sont approximatives, Ce tableau particulier utilise une version de la formule «A» qui augmente un peu la marge d'erreur. Si vous désirez corriger cette augmentation, multipliez les chiffres ci-dessus par les facteurs de correction ci-dessous :

Lectorat (%)	Facteur de correction
1	0,99
5	0,97
10	0,95
20	0,89
30	0,84
40	0,77
50	0,71
60	0,63

**Exemple :** En utilisant l'exemple ci-dessus, si 250 000 lecteurs = 5 % du lectorat, alors la marge d'erreur est de ... 40 000 x 0,97 = 39 000.

<sup>1</sup>. Ces types de données sont souvent fournis directement par des fournisseurs en ligne via un terminal.

**Tableau des intervalles de confiance — Tableau 3**  
(Intervalle de confiance de 95 % en utilisant la formule A)

Utilisez ce tableau lorsque vous désirez évaluer l'intervalle de confiance par rapport au pourcentage du lectorat et que vous connaissez le lectorat non pondéré d'une cellule individuelle.<sup>1</sup>

Nombre non pondéré de la cellule	Lectorat pondéré (en %)									
	0,5 %	1 %	2 %	5 %	10 %	15 %	20 %	25 %	35 %	50 %
10	0,3	0,6	1,2	3,0	5,9	8,6	11,1	13,4	17,5	21,9
20	0,2	0,2	0,8	2,1	4,2	5,6	7,8	7,2	12,3	15,5
30	0,2	0,3	0,6	1,7	3,3	4,6	6,4	7,7	10,1	12,7
40	0,2	0,3	0,6	1,5	2,9	4,3	5,5	6,7	8,7	11,0
50	0,1	0,3	0,6	1,3	2,6	3,8	5,0	6,0	7,8	9,8
60	0,1	0,2	0,4	1,2	2,4	3,5	4,5	5,5	7,1	8,9
75	0,1	0,2	0,4	1,1	2,1	3,1	4,0	4,9	6,4	8,0
100	0,09	0,2	0,4	0,9	1,8	2,7	3,5	4,2	5,5	6,9
125	0,09	0,2	0,4	0,9	1,7	2,4	3,1	3,8	4,9	6,2
150	0,08	0,2	0,4	0,8	1,5	2,2	2,9	3,5	4,5	5,7
200	0,07	0,1	0,2	0,7	1,3	1,9	2,5	3,0	3,9	4,9
500	0,04	0,1	0,2	0,4	0,8	1,2	1,6	1,9	2,5	3,1
1000	0,03	0,1	0,2	0,3	0,6	0,9	1,1	1,3	1,7	2,2

**Comment lire ce tableau :**

Si le lectorat pondéré est de..... 5 %  
 Et que le nombre d'entrevues non pondéré par cellule est de..... 100  
 Alors l'intervalle de confiance de 95 % pour le lectorat est de..... 5 % ± 0,9 %  
 (c.-à-d.) 4,1 % – 5,9 %

<sup>1</sup>. Ces types de données sont souvent fournis directement par des fournisseurs en ligne via un terminal.