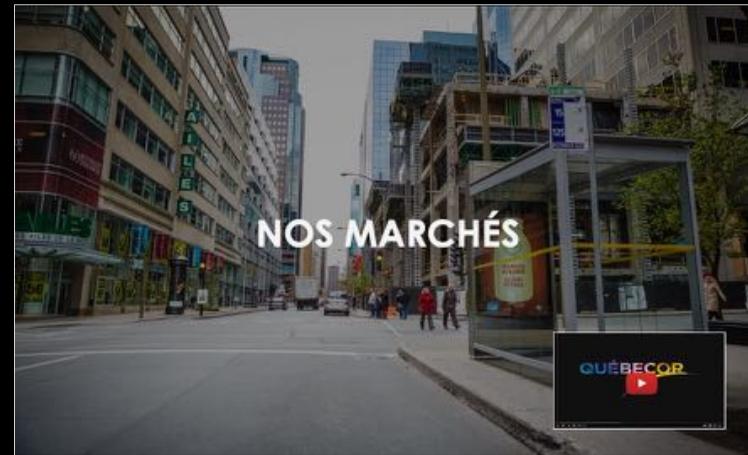




L'AFFICHAGE À SON MEILLEUR

QUÉBECOR

TABLE DES MATIÈRES





stm

6325

RECHARGEZ-LA
À DOMICILE.
AMENEZ-LA
PARTOUT.



PRIUS
PRIME



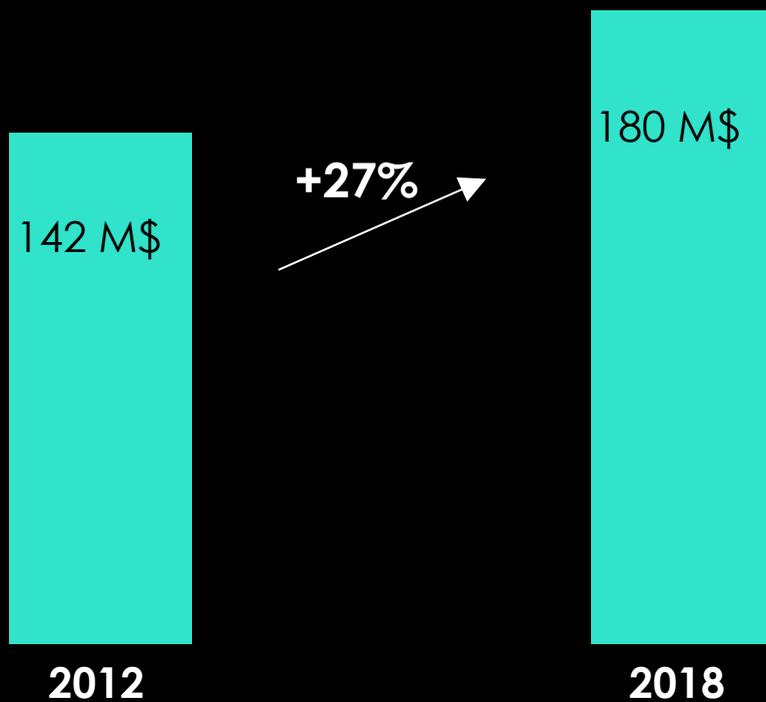
L'AFFICHAGE

Mock-up

L'AFFICHAGE UN MÉDIA EN PLEIN ESSOR

**FACTEUR DE CROISSANCE:
L'AFFICHAGE NUMÉRIQUE**

AUGMENTATION DES INVESTISSEMENTS
PUBLICITAIRES AU QUÉBEC DEPUIS 6 ANS



L'AFFICHAGE AU QUÉBEC UN MÉDIA DE RAPPEL ET D'ACTION

GRANDE VISIBILITÉ

79 % remarquent la publicité en affichage

VERS LA CONSOMMATION

59 % sont enclins à passer à l'acte après avoir vu une publicité en affichage

OUTILS D'INFLUENCE

41 % achètent des produits qu'ils n'avaient pas prévu acheter



L'AFFICHAGE AU QUÉBEC

UN MÉDIA QUI ATTIRE L'ATTENTION

79 % des consommateurs portent attention à l'affichage

PARMI LES UTILISATEURS DE TECHNOLOGIE, LE TAUX D'ATTENTION EST ENCORE PLUS GRAND:

UTILISATEURS DE
TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

81 %

UTILISATEURS DES
RÉSEAUX SOCIAUX

83 % 83 % 87 % 92%



UTILISATEURS DE
« ADBLOCKERS »

74 %

NOS MARCHÉS



UN RÉSEAU D'AFFICHAGE EFFICACE & EN EXPANSION

MONTRÉAL



STANDARD



NUMÉRIQUE

LAVAL



STANDARD



NUMÉRIQUE



RIVE-SUD



STANDARD



NUMÉRIQUE



LÉVIS



STANDARD



NUMÉRIQUE



SHERBROOKE



STANDARD



NUMÉRIQUE



PLUS DE 13 000 FACES PUBLICITAIRES



LE MARCHÉ DE MONTRÉAL RMR

POPULATION EN CROISSANCE

- **4 098 000** habitants (2017)

GROUPES CIBLES VARIÉS

- Revenu total médian des foyers en 2015: **61 790 \$**
- **32 %** des ménages sont des familles
- **56 %** propriétaires / **44 %** locataires
- Population étudiante très importante : **500 000**

EXPOSITION POTENTIELLE ACCRUE

- **9,4 M** de déplacements chaque jour
- **90%** des déplacements effectués quotidiennement par les résidents de l'île demeure sur l'île
- **↑ 15 %** des déplacements en auto (2008-2013)
- **↑ 10 %** des déplacements en transports collectifs (2008-2013)



LE MARCHÉ DE LAVAL

3^e VILLE EN IMPORTANCE AU QUÉBEC

- **437 413** habitants (2017)
vs 531 902 pour ville de Québec

UNE CIBLE PRISÉE

- Revenu total médian des foyers : **70 216 \$**
vs 52 519 \$ sur l'île de Montréal
- **43 %** des ménages sont des familles
- **69 %** propriétaires / **31 %** locataires
- Population étudiante importante: **40 000**

DÉPLACEMENTS CONCENTRÉS

- **809 400** déplacements chaque jour
- **66 %** des déplacements sont intramuraux
37% des résidents travaillent au sein de la ville
- **↑ 20 %** des déplacements en auto de (2008-2013)
- **↑ 7 %** des déplacements en transport collectif (2012-2017)
- **13 %** des résidents utilisent le transport en commun



LE MARCHÉ DE LA RIVE-SUD

4^E MARCHÉ EN IMPORTANCE AU QUÉBEC

- **415 350** habitants
Inclus: Boucherville, St-Lambert, Brossard, St-Bruno, Longueuil

UNE CIBLE PRISÉE

- Revenu total médian des foyers (2015): **66 932 \$**
vs 52 519 \$ sur l'île de Montréal
- **36 %** des ménages sont des familles
vs 22 % sur l'île de Montréal
- **63 %** de propriétaires / **37 %** de locataires
vs 40 % propriétaires / 60 % locataires sur l'île de Montréal
- Population étudiante importante: **15 000**
*Campus universitaires (Sherbrooke, UQAM, UDEM),
Cégep Édouard-Montpetit, Champlain Regional College*

DÉPLACEMENTS CONCENTRÉS

- **876 000** déplacements chaque jour
- **72 %** des déplacements sont intramuraux
46 % des résidents travaillent au sein de l'agglomération
- **↑ 13 %** des déplacements en automobile (2008-2013)
- **14 %** des résidents utilisent le transport en commun





LE MARCHÉ DE LÉVIS

UNE BANLIEUE IMPORTANTE DE QUÉBEC

- **146 794** habitants

UNE CIBLE PRISÉE

- Revenu médian des foyers de **68 071 \$** (2015)
vs 59 881 \$ dans la Ville de Québec
- **36 %** des ménages sont des familles
- **70 %** propriétaires / **30 %** locataires
- Population étudiante : **13 000**

DÉPLACEMENTS CONCENTRÉS

- **338 494** déplacements chaque jour
- **75 %** des déplacements sont intramuraux
59 % des résidents travaillent au sein de Lévis
- **↑ 15 %** automobiles dans la région lévisienne (2006-2015)
- **↑ 7 %** déplacements en transport collectif (2006-2015)



LE MARCHÉ DE SHERBROOKE

POPULATION

- **210 900** habitants

UNE VILLE ÉTUDIANTE

- Revenu médian des foyers de **53 747\$** (2015)
- **30 %** des ménages sont des familles
- **54 %** propriétaires / **46 %** locataires
- Plus de **50 000** étudiants niveau collégial et universitaire

EXPOSITION POTENTIELLE ACCRUE

- **544 157** déplacements quotidiens
- **91 %** des déplacements sont intramuraux
- **↑ 25 %** nombre de véhicules (2003-2012)
- **↑ 8 %** déplacements en transport collectif (2007-2016)

ABRIBUS STANDARD



LA FORCE DE L'ABRIBUS

DES EMPLACEMENTS EXCLUSIFS

- Au coeur des quartiers en demande: Griffintown, Rosemont, Villeray, Centre-Ville, Plateau, etc.
- Dominance dans plusieurs secteurs primés, incluant l'Ouest-de-l'Île de Montréal

PRÈS DU CONSOMMATEUR

- Localisation sur trottoir
- Emplacement à la hauteur des yeux
- Utile pour l'utilisateur du transport collectif

CIBLÉ

- Plus de 4 000 faces publicitaires
- Efficace auprès de plusieurs cibles

REJOINT TOUT LE MONDE

- Automobilistes
- Piétons et cyclistes
- Usagers du transport collectif



L'ABRIBUS

VS LES AUTRES FORMATS D'AFFICHAGE

MÉDIA DE MASSE



Portée mensuelle

MONTRÉAL RMR	98%
QUÉBEC RMR	68%
SHERBROOKE RMR	82%

MÉDIA D'ATTENTION



La publicité dans un abribus attire mon attention **toujours et/ou la plupart du temps**

MONTRÉAL RMR	142	Indice
QUÉBEC RMR	136	Indice
SHERBROOKE RMR	154	Indice

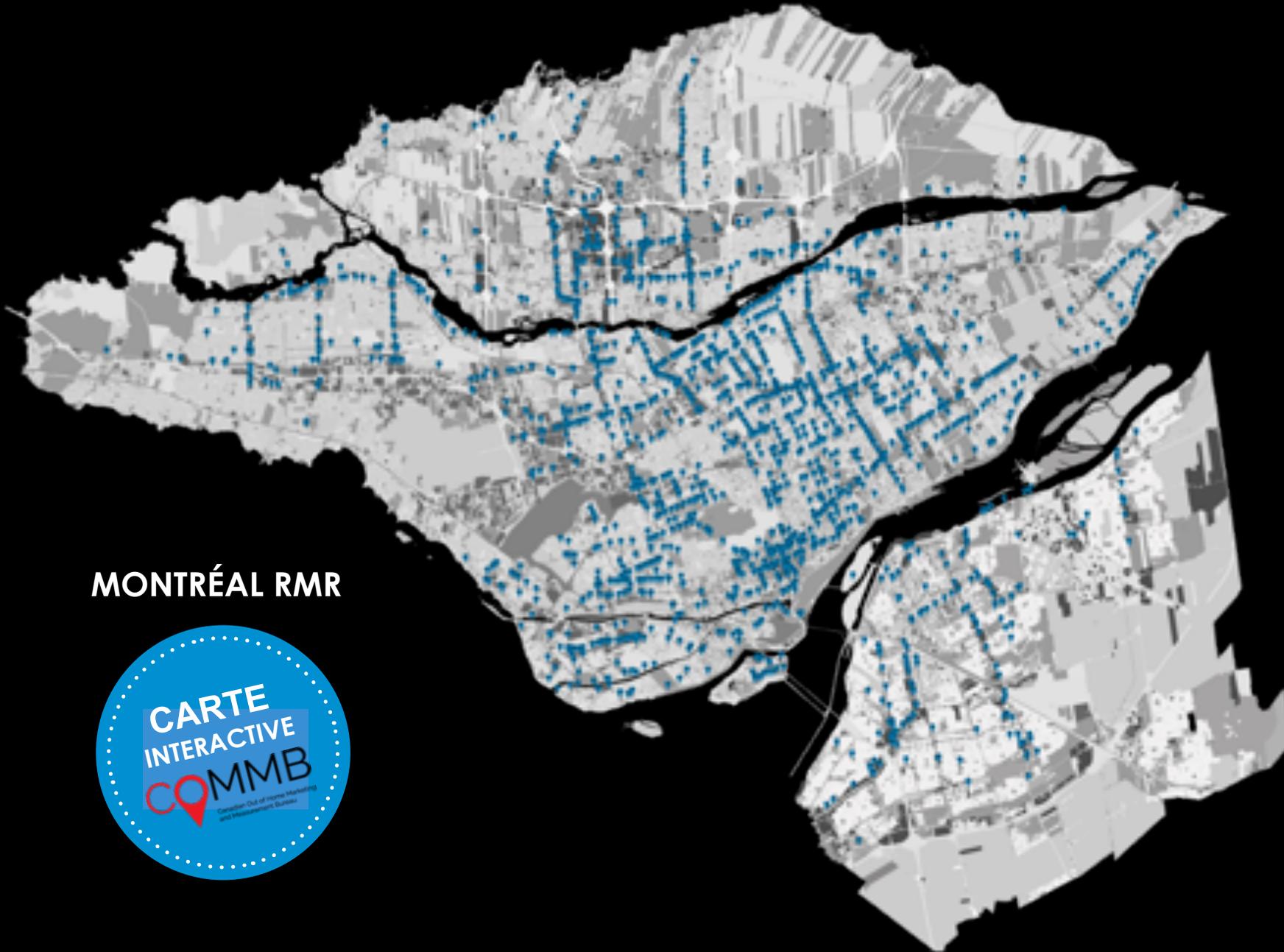
MÉDIA D'INFLUENCE



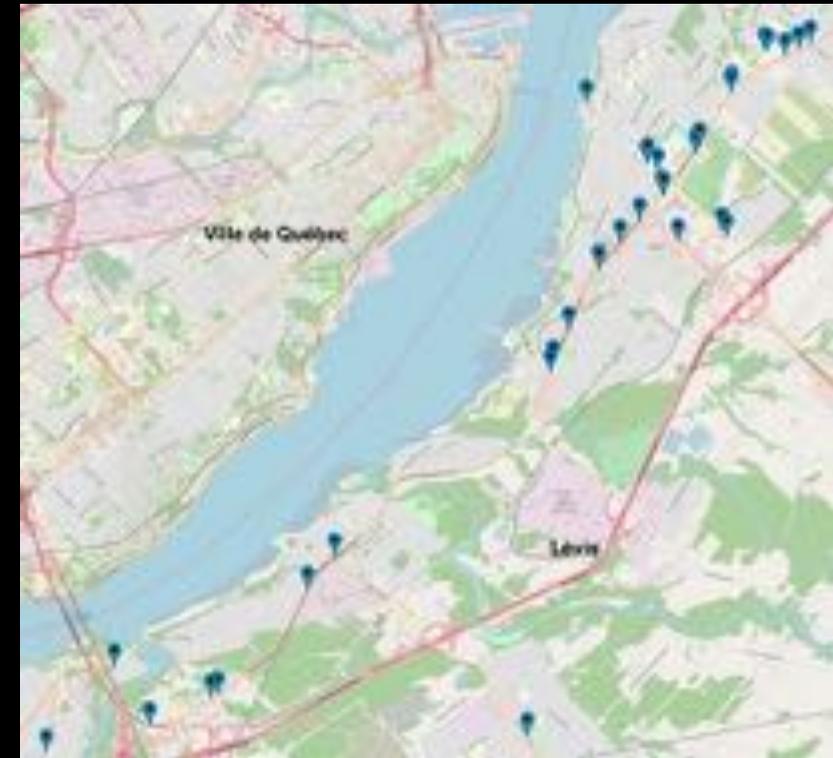
J'ai entrepris une action liée au produit/service que j'ai vu sur une publicité dans un abribus*

MONTRÉAL RMR	132	Indice
QUÉBEC RMR	123	Indice
SHERBROOKE RMR	***	Indice

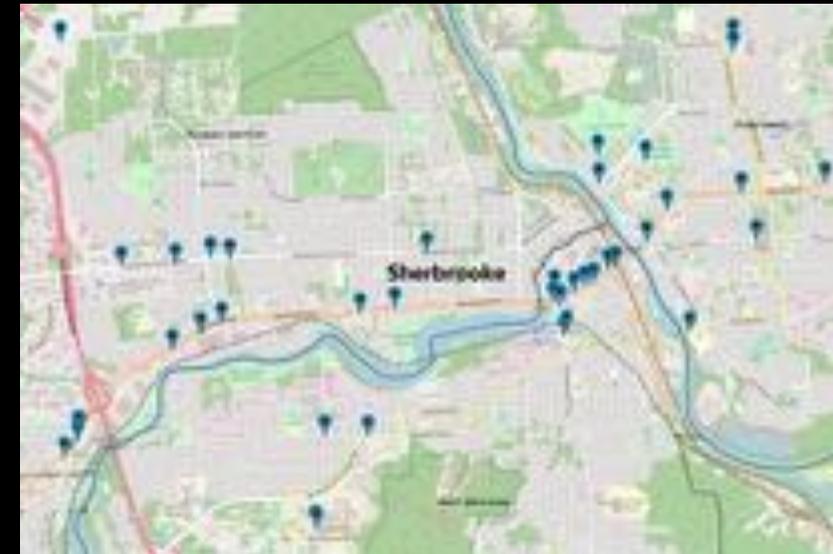
NOTRE INVENTAIRE ABRIBUS



MONTRÉAL RMR

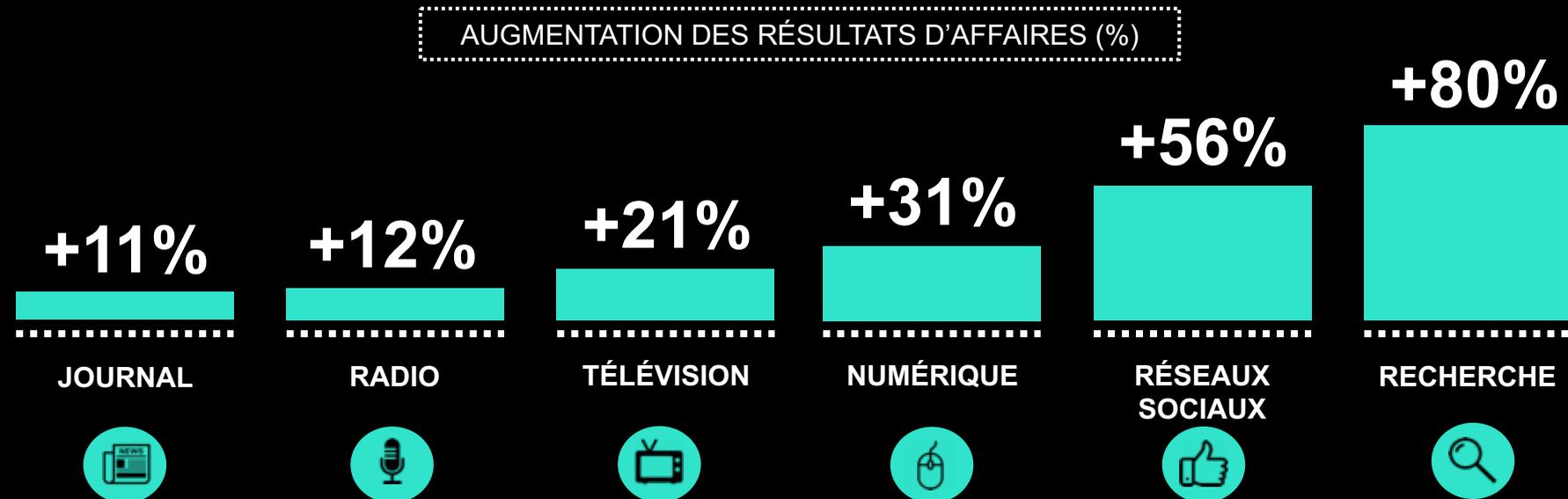


LÉVIS



SHERBROOKE

COMBINER LES PLATEFORMES C'EST PAYANT D'INCLURE L'AFFICHAGE



LES ANNONCEURS QUI CONSACRENT PLUS DE 15 % DE LEUR BUDGET PUBLICITAIRE À L'AFFICHAGE obtiennent des résultats supérieurs

VENTES
+ 22 %

RECONNAISSANCE DE MARQUE
+ 50 %

ESTIME DE MARQUE
+ 62 %

COMBINER LES FORMATS D’AFFICHAGE POUR AMÉLIORER LA PORTÉE D’UNE CAMPAGNE

Portée (%): 4 semaines – A25-54
Atribus Québecor + Panneau
Montréal RMR



COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + TÉLÉVISION

Marché de Montréal – Février



150 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	70	53	62
FRÉQUENCE	13	7	8



50 000 \$

+



100 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	92	81	90
FRÉQUENCE	14	12	13

Source: Montréal Marché étendu, TV (Numéris, CFTM, Ratio 30% Pointe - 70% Hors pointe), 2 au 29 février 2019, Affichage (COMMB, 40 PEB quotidiens X 4 semaines).

COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + TÉLÉVISION

Marché de Montréal – **Juillet**



150 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	63	49	56
FRÉQUENCE	16	10	13



50 000 \$

+



100 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	93	79	90
FRÉQUENCE	22	17,7	21

COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + TÉLÉVISION

Marché de Montréal – Octobre



150 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	71	62	66
FRÉQUENCE	12	7	8



50 000 \$

+



100 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	93	81	89
FRÉQUENCE	15	11	13

Source: Montréal Marché étendu, TV (Numéris, CFTM, Ratio 30% Pointe - 70% Hors pointe), 30 sept. au 27 octobre 2019), Affichage (COMMB, 40 PEB quotidiens X 4 semaines).

COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + RADIO



45 000 \$



50 000 \$

+



30 000 \$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	60	52	61
FRÉQUENCE	6,3	4,2	5,5

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE (%)	89	76	87
FRÉQUENCE	9,9	8,7	10,6

COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + WEB



35 000\$



20 000\$

+



15 000\$

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE P.Q.	14%	10%	17%
FRÉQUENCE P.Q.	2	1,4	1,7

	A18+	A18-34	A25-54
PORTÉE MTL RMR	78%	61%	74%
FRÉQUENCE MTL RMR	8,3	8,7	9,6

Québecor – Insights

Sources : Web; Comscore, Avril 2020, PQ franco, mix site web/médias sociaux/sites de recherche (SEM). 100% display, multiplateformes (desktop / mobile OS & android / tablette OS), Affichage; COMMB Hiver 2020 (janvier) et Numeris-RTS Automne 2019, Montréal rmr, abribus standard. Campagne, 20 PEB sur 4 semaines.

COMBINER LES PLATEFORMES

AFFICHAGE + PLATEFORMES NUMÉRIQUES

61% disent être **peu influencés par les médias numériques** (incluant 1,6 million 25-54 ans)

66% d'entre eux portent **attention à l’Affichage**

26% utilisent des logiciels **“Adblockers”** (52 % of A18-34)

83% d'entre eux portent **attention à l’Affichage**

“ En comparant différentes approches, c’est **l’alliance entre les publicités Facebook et [l’Affichage] extérieur qui a le mieux fonctionné** [...] ”

L’association de [l’Affichage] extérieur et de la publicité Facebook peut augmenter la **couverture** et l’**efficacité** des campagnes. [...]

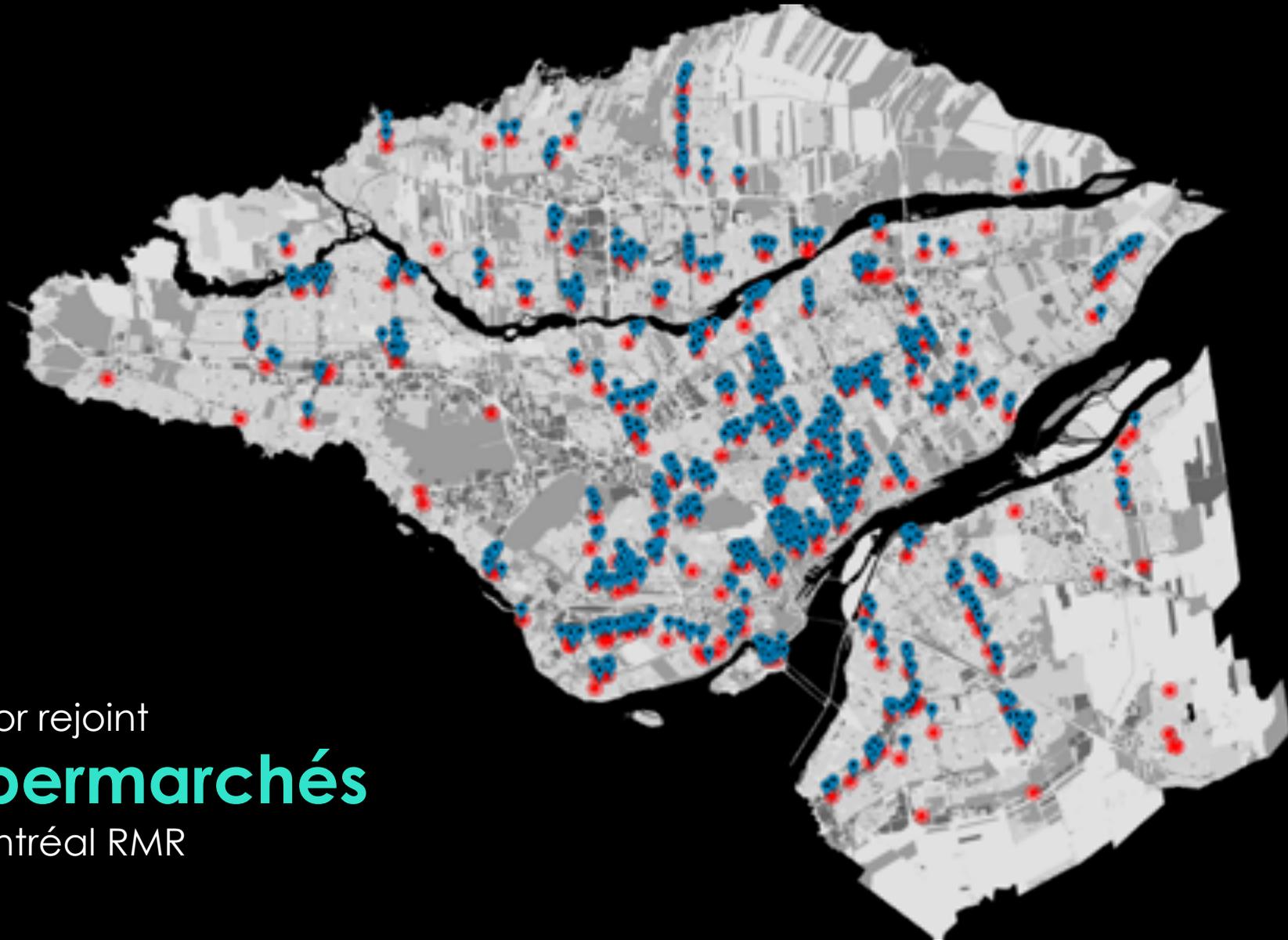
La publicité Facebook et [l’Affichage] extérieur sont tout particulièrement efficaces pour mieux **faire connaître les nouveaux produits** aux audiences les plus **jeunes** et leur donner envie de les **acheter**.

— Facebook for business



STRATÉGIE DE GÉOCIBLAGE

PAR RAYON, QUARTIER OU SEGMENT DE POPULATION



L'abribus de Québecor rejoint
90 % des supermarchés
dans la région de Montréal RMR

CRÉATIVITÉ EN AFFICHAGE

LES RÈGLES D'OR

- Concision du message
- Lisibilité
- Couleur
- Contraste
- Valorisation de la marque



RÉALISATIONS CRÉATIVES



LAISSEZ ALLER VOTRE CRÉATIVITÉ !

ABRIBUS NUMÉRIQUE

QUÉBECOR 

L'APPAREIL
MOBILE DE L'ANNÉE
LA TOUTE NOUVELLE
CHEVROLET SPARK



 4G LTE
80-112
18 MOIS

CHEVROLET 



L'ABRIBUS NUMÉRIQUE

FLEXIBLE ET INNOVATEUR

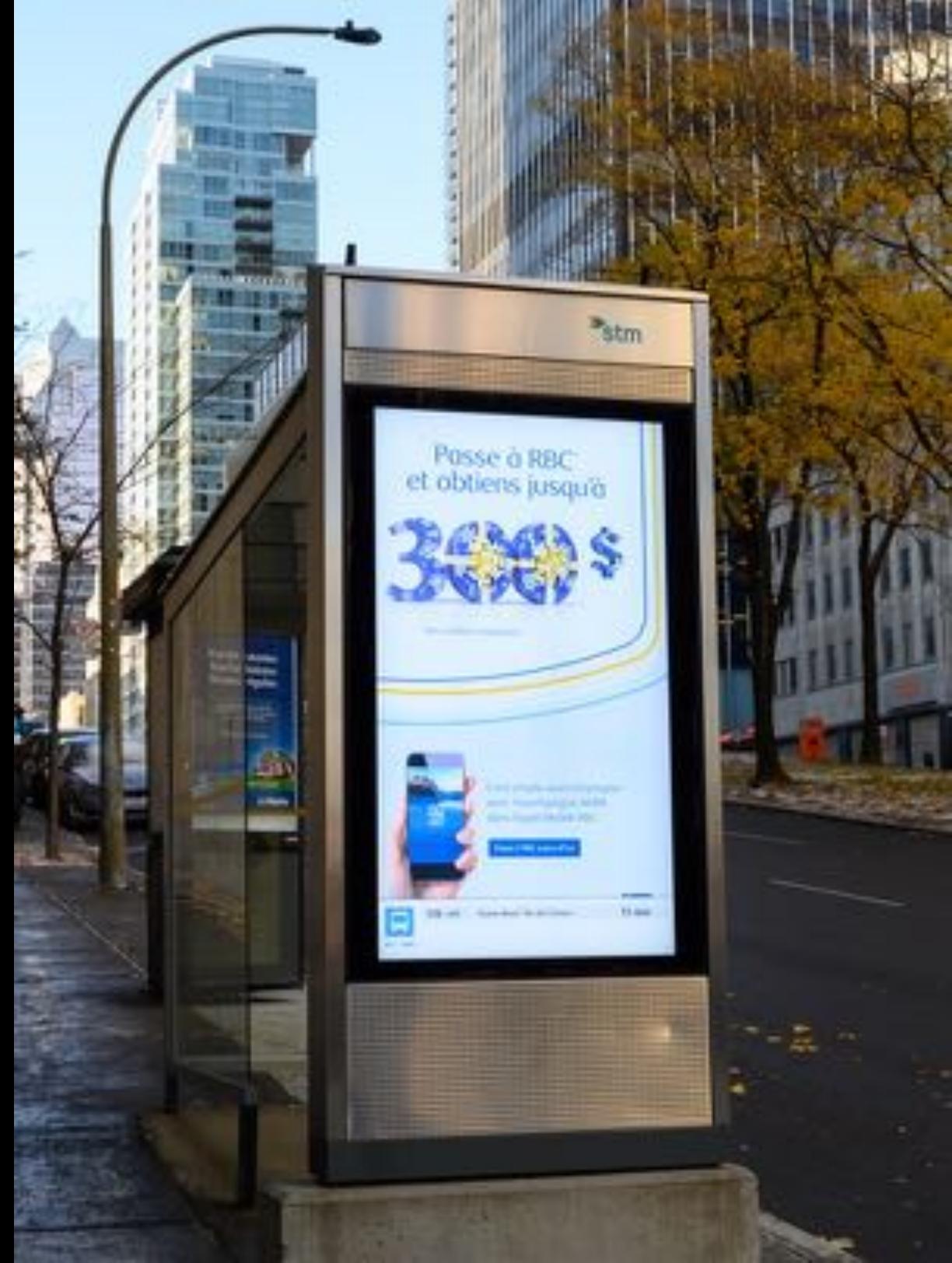
- Contenu publicitaire contextualisé selon l'heure, la température, le lieu, l'endroit et autres données disponibles
- Possibilité de faire un décompte ou une campagne de dévoilement
- Mise à jour rapide des visuels

URBAIN

- Réseau étendu rejoint l'ensemble de la population urbaine
- Affichage des horaires d'autobus en temps réel (Montréal et Laval)

FONCTIONNEMENT

- Boucles : 6 insertions x 8 secondes
- Réseaux prédéfinis selon 3 stratégies pertinentes pour les annonceurs



NOS RÉSEAUX NUMÉRIQUES MONTRÉALAIS



RÉSEAU CENTRE-VILLE - COMPLET

- 26 abribus
- Prédominance piéton: 149 910
- Circulation quotidienne: 568 878

RÉSEAU JEUNES URBAINS

- 24 abribus
- Axé 18-34 ans
- Axé piétons: 67 660
- Circulation quotidienne: 514 523

RÉSEAU GRANDS AXES - COMPLET

- 64 abribus – inc. 5 Laval et 9 Rive-Sud
- Artères principales
- Haute circulation quotidienne: 2 062 534

RÉSEAU CENTRE-VILLE - DEMI

- 13 abribus
- Prédominance piéton : 83 150
- Circulation quotidienne: 277 232

RÉSEAU JEUNES URBAINS / MÉTRO

- 20 abribus
- Proximité stations de métro
- Axé piétons: 81 740
- Circulation quotidienne: 524 774

RÉSEAU GRANDS AXES - DEMI

- 25 abribus
- Artères principales
- Haute circulation quotidienne: 878 101

NOS RÉSEAUX NUMÉRIQUES

LAVAL – RIVE-SUD – LÉVIS – SHERBROOKE



RÉSEAU LAVAL

- 5 Atribus
- Stratégie Grands Axes
- Circulation quotidienne: 87 771



RÉSEAU RIVE-SUD

- 9 Atribus
- Stratégie Grands Axes
- Circulation quotidienne: 209 551



RÉSEAU LÉVIS

- 2 Atribus
- Emphase 18-34 ans
- Travailleurs
- Circulation quotidienne: 11 060



RÉSEAU SHERBROOKE

- 7 sites
- 6 extérieurs / 1 intérieur de UdeS
- Emphase 18-34 ans
- Circulation quotidienne: 73 751

RÉALISATIONS CRÉATIVES



BUT DU CANADIEN



DÉCOMPTE



INDICE UV

LAISSEZ ALLER VOTRE CRÉATIVITÉ !

PROGRAMMATIQUE



QUÉBECOR AFFICHAGE

PARTENAIRES VENTE PROGRAMMATIQUE



« **Open market** » et **ententes privées** avec une robuste suite d'outils de géolocalisation et de planification de campagne.



Un **écosystème d'achat programmatique complet**, permettant l'achat automatisé basé sur des données de performance de campagne.



La plateforme programmatique nous permettant d'établir des **ententes privées** à travers une connexion à plus de **35 plateformes d'achat** (DSP) telles que:



« **Open market** » convivial présentant une grande variété d'inventaire tout en offrant les meilleurs outils de ciblage démographique.

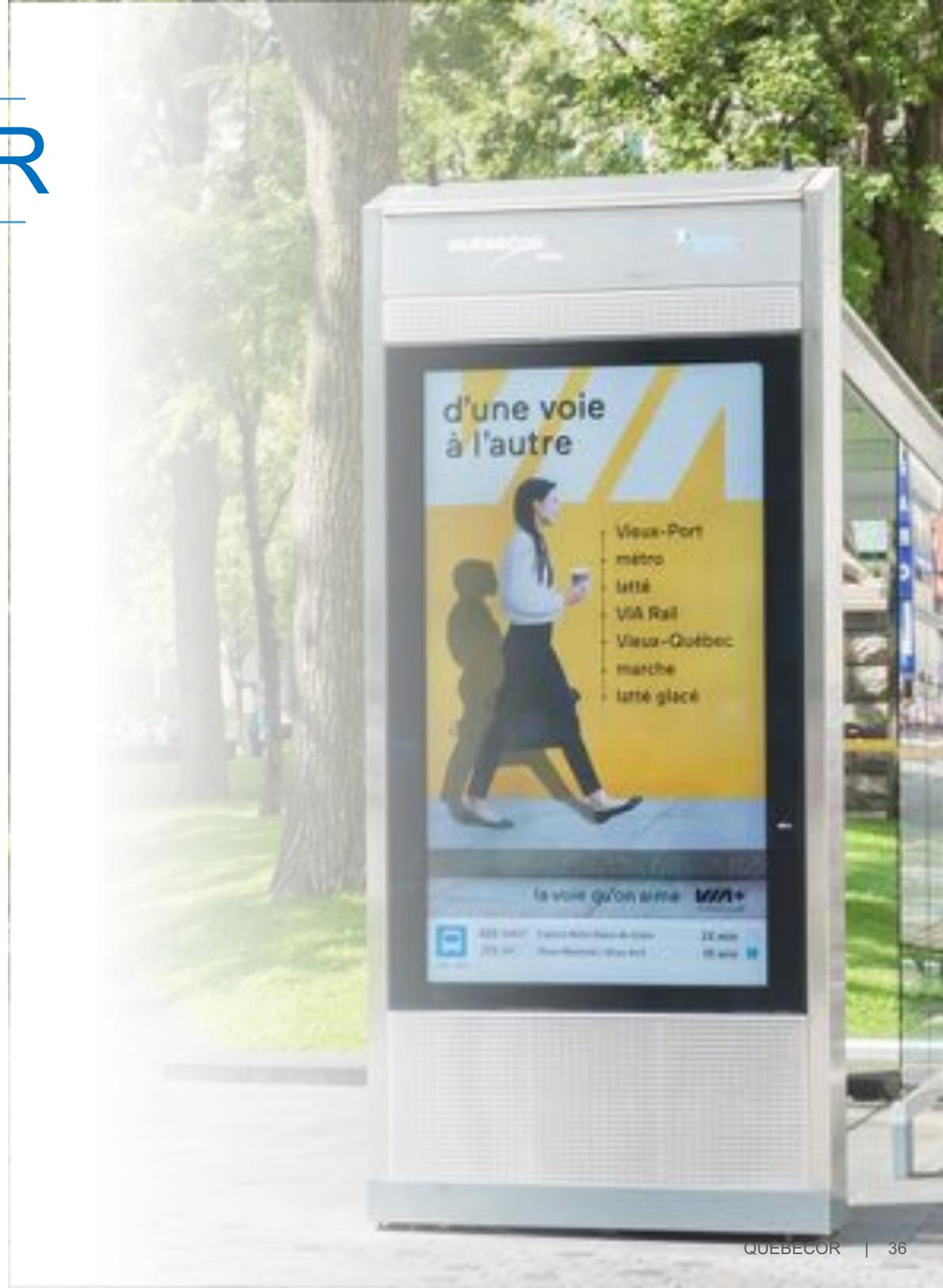
L'INVENTAIRE À CE JOUR

Circulation quotidienne
+ de 3 755 000

140 écrans disponibles

Marchés	Nombre d'écrans	Circulation quotidienne totale
Montréal	120 écrans	3 373 387
Laval	5 écrans	87 771
Rive-Sud	9 écrans	209 551
Sherbrooke	4 écrans	73 751
Lévis	2 écrans	11 060

Source: COMMB



TYPES D'ACHAT

	OPEN MARKET	PRIVATE DEAL
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Achat libre-service • CPM fixe¹ • Inventaire disponible simultanément pour tous • Ciblage à travers la plateforme directement (aucune données Québecor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Entente personnalisée <ul style="list-style-type: none"> • « 1 to many » - Ouvert à tous • « 1 on 1 » - spécifique à un seul client • CPM spécifique à chaque offre • Inventaire basé sur un ciblage de Québecor
Garanties	Ni l'inventaire, ni les investissements ne sont garantis	Ni l'inventaire, ni les investissements ne sont garantis
Quand l'utiliser	<ul style="list-style-type: none"> • Achat ponctuel selon vos besoins • Sans se commettre sur un investissement • Sujet aux disponibilités de l'inventaire pour la période 	<ul style="list-style-type: none"> • Accès à des forfaits premium prédéfinis • Sans se commettre sur un investissement • Sujet aux disponibilités de l'inventaire pour la période • Utilisation des données de ciblage précis de Québecor, sans frais • Pour établir une connexion à une DSP numérique ou omnicanale



¹ Québecor se réserve le droit de modifier le CPM sans préavis.

* VISTAR MEDIA sera disponible à partir de fin septembre/début octobre 2020

AUTOBUS



L'AUTOBUS

UNE COUVERTURE GLOBALE DU MARCHÉ

LÉVIS



89



3,97 millions / année

SHERBROOKE



94



9,6 millions / année

LAVAL



318



22 millions / année

RIVE-SUD



435

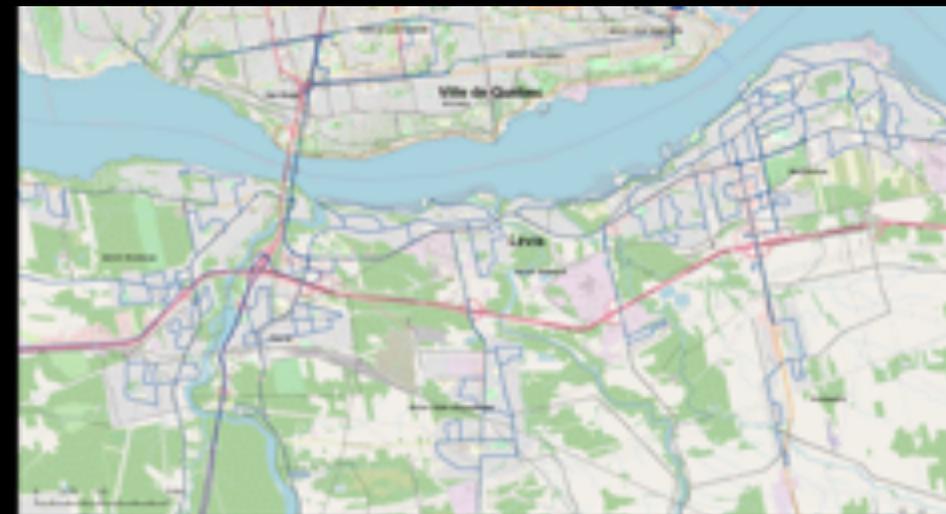
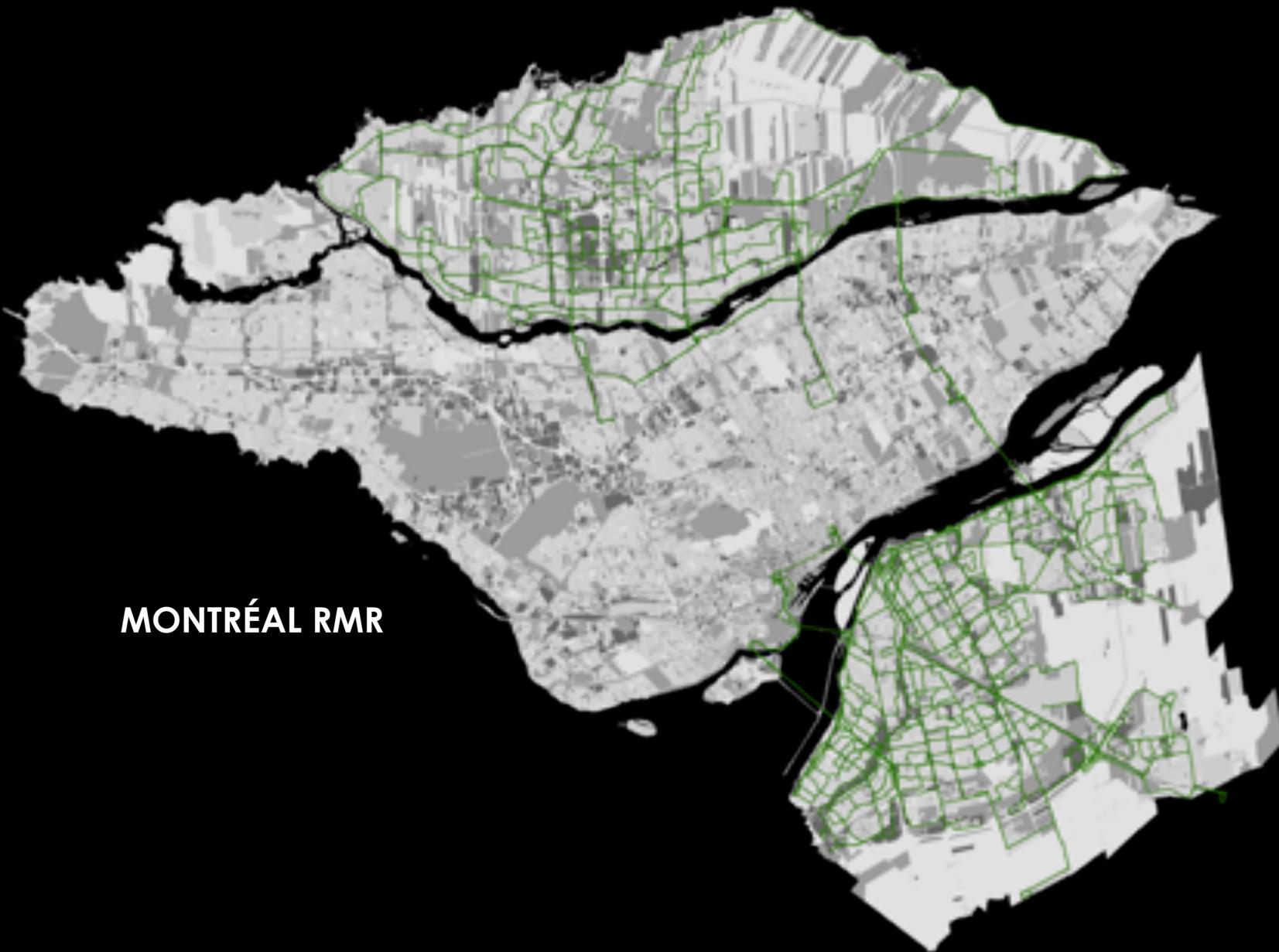


36,5 millions / année

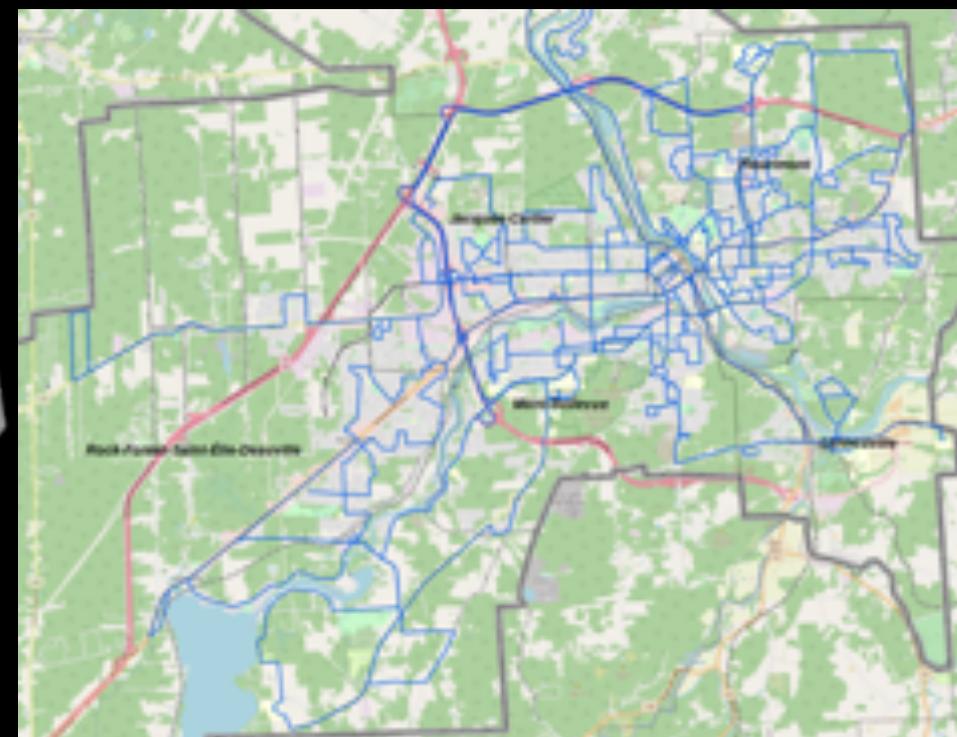


NOTRE COUVERTURE AUTOBUS

MONTREAL RMR



LÉVIS



SHERBROOKE

OFFRES PUBLICITAIRES



ARRIÈRE

- Efficacité: automobilistes
- Possibilité de murale arrière



CÔTÉ

- Efficacité: automobilistes, piétons, usagers
- Divers formats de murales coté



INTÉRIEUR

- Fréquence auprès des usagers
- Force: proximité et temps d'attente
- Habillage intérieur possible



FORMATS D'IMPACT



MURALE ARRIÈRE



MINIMURALE CÔTÉ



MURALE CÔTÉ ET SUPERBUS

RÉALISATIONS CRÉATIVES



LAISSEZ ALLER VOTRE CRÉATIVITÉ !

**METTEZ-NOUS AU DÉFI,
COMMUNIQUEZ
AVEC NOUS.**

QUÉBECOR MONTRÉAL
montreal@quebecormedia.com
514-526-9251 X3196

QUÉBECOR
