A modern dining room featuring a long, rectangular glass table with a gold base. The table is surrounded by red upholstered chairs with black legs. A large, geometric chandelier with black and gold faceted pieces hangs above the table. In the center of the table is a tall, light-colored vase containing a bouquet of flowers and a gold balloon. The room has large windows with white curtains and dark brown drapes. A staircase with a white wall and dark wood railing is visible in the background. The floor is light-colored wood.

VOTRE DOSE D'INSPIRATION DESIGN

/ 2023

décormag

QUÉBECOR
EXPERTISE | MÉDIA

mot de la rédactrice

DÉCORMAG EST L'UN DES MAGAZINES DE DÉCORATION LES PLUS CONNUS AU QUÉBEC.

Depuis sa fondation en 1972, il inspire ses lecteurs en leur proposant des portraits de créateurs d'ici et d'entreprises innovantes. Il leur offre un accès privilégié aux maisons de prestige, aux icônes du design et aux produits les plus haut de gamme de l'industrie.

/ EXTRAVAGANT

/ ACTUEL

/ ÉTONNANT



du contenu diversifié pur luxe



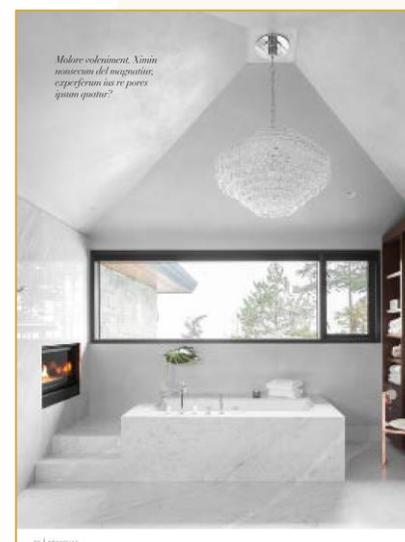
ACTUALITÉS
du milieu



SHOPPING
de produits
d'exception



PORTRAITS
de créateurs
et d'entreprises
renommées



VISITES
de maisons
de prestige



DOSSIER
informatif

stratégies de contenu

Note: les stratégies de contenu doivent être approuvées 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 décormag 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 décormag, 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 : décormag 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



Exemple : Tanguay

contenu co-marqué sur le web

VISIBILITÉ

Adaptation de votre contenu co-marqué imprimé pour le numérique,
hébergé sur coupdepouce.com/section/maison :

- 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

*Matériel remis par l'annonceur

6 000
pages vues
garanties



annexes



pourquoi choisir les magazines?

ILS SONT TOUJOURS POPULAIRES

Plus de **la moitié** des Canadiens (57%) 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

39% des Canadiens ont posé une action après avoir vu une publicité dans un magazine.

ILS TOUCHENT TOUTES LES GÉNÉRATIONS

47% de la génération **Z**, **52%** des **Milléniaux**, **56%** de la génération **X**, **63%** 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.
21,6 millions de magazines ont été vendus dans la dernière année.

Québecor Insights

Sources: Vividata Printemps 2021, Canada total, 14+ (Gén Z_1966-2019, Milléniaux 1980-1995, Gen. X_1966-1979, Baby Boomers_1946-1965, Gen. Silencieuse avant 1946) / AAM: janvier - décembre 2020

planification éditoriale 2023

décor mag

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