

Dynamisme

Depuis 22 ans, la *Guide des médias* est l'outil indispensable des professionnels des communications pour la planification de leurs stratégies médias et permet de mieux comprendre les changements qui ont lieu dans l'industrie.

Dans cette édition, nous pouvons constater que nous avons assisté en 2012 à une augmentation, bien que moins marquée qu'en 2010 et 2011, des investissements publicitaires dans plusieurs secteurs de l'industrie. La télévision occupe toujours le premier rang du classement, avec 812 millions de dollars, soit une augmentation de 2,4%, suivie par les quotidiens (+4,8%), internet (+3,5%), les hebdomadaires, la radio (+4,4%), l'affichage (-2,6%) et les magazines (-0,6%). Dernier au classement, le mobile a par contre connu un bond remarquable depuis 2011 avec une hausse de 75,7% de ses investissements publicitaires. Les différentes sections du Guide vous seront dorénavant présentées selon ce classement.

Afin d'approfondir le contenu des sections, notre journaliste Julie Buchinger s'est entretenue avec plusieurs membres du Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ), qui ont accepté de commenter les faits marquants dans les différents médias. Leur lecture éclairée de l'activité de l'industrie vous est proposée au début de chaque section.

Parmi les événements importants de 2013, le lancement de *La Presse+*, une application destinée exclusivement aux tablettes, a marqué le paysage. «C'est ce qu'on appelle une innovation, dévelop-

pée ici de surcroît», a indiqué Michèle Savard, vice-présidente Planification stratégique chez Carat Montréal et présidente du CDMQ, dans l'entrevue qu'elle a accordée à notre journaliste (voir p. 22).

Toutefois, c'est la transaction permettant à Bell Média de faire l'acquisition d'Astral qui constitue probablement le principal fait saillant de la dernière année. Afin de satisfaire les exigences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), Bell Média devra se départir de plusieurs chaînes spécialisées, notamment *Historia*, *Séries+*, *Télétoon*, *Télétoon Rétro* qui iront à Corus, ainsi que de 84 stations de radio, mais aucune ne changera de main au Québec. Le CRTC a également autorisé Radio-Canada, en mai dernier, à diffuser de la publicité sur Espace Musique et CBC 2.

Analyses d'experts, données ciblées, répertoire: le Guide réaffirme son importance et sa raison d'exister. Nous souhaitons d'ailleurs souligner encore l'apport exceptionnel des membres du CDMQ dans l'élaboration de cette publication. Son équipe a collaboré de près avec celle des Éditions Infopresse pour organiser, rassembler, valider et faire évoluer le contenu de cette 22^e édition.

Bonne lecture. •

Isabel CHARBONNEAU
Directrice du contenu, guides,
concours et projets spéciaux
— Éditions Infopresse

Président et éditeur
Bruno Gautier
Vice-présidente
et directrice générale
Sandrine Archambault
Vice-président,
directeur des contenus
et rédacteur en chef
Arnaud Granata
Directrice du contenu
des concours, guides
et projets spéciaux
Isabel Charbonneau
Journaliste médias
Julie Buchinger
Coordonnatrice au
contenu des guides
Marie-Julie Dalpé
Réviseur
Claire Jaubert
Graphistes seniors
Lison Minville
Camille Dussault
Graphiste
Anne-Laure Jean
Répertoires et index
Karine Lelacheur-Titley
Julie Wagner
Responsable, bases
de données
Stéphane Bertrand
Hugo Fontaine-Brossard
Gestionnaire de projets
production
Laurence Chalifour
St-Denis
Coordonnatrice,
marketing et production
Estelle Durrieu
Comptabilité
Elena Della Fazio
Anick Girard
Stéphanie Patry
PUBLICITÉ
514 842-5873
Directrice ventes
et marketing
Élisabeth Starenkyj
Chargée de comptes et
stratégie média
Amélie Roy-Fortin
Conseillère publicitaire
Inès Zerzeri
Pour nous joindre:
prénom.nom
@infopresse.com

LISTE D'ABONNÉS
Il nous arrive de mettre notre liste d'abonnés à la disposition d'entreprises offrant des produits ou des services susceptibles de vous intéresser. Pour faire retirer votre nom de cette liste, demandez-le-nous par écrit, en joignant une étiquette d'envoi de votre magazine.

Infopresse est édité 10 fois par an par les Éditions Infopresse inc.

Infopresse est répertorié dans Repères.

- www.infopresse.com
- magazine@infopresse.com
- publicite@infopresse.com

Tous droits réservés.
Le contenu du magazine ne peut être reproduit sans autorisation écrite des Éditions Infopresse inc. Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec, Bibliothèque nationale du Canada issn-1709-6618.

Nous reconnaissons l'appui financier du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) pour nos activités d'édition.

Les Éditions Infopresse réalisent également: **Le magazine Infopresse**: la référence des professionnels des communications et du design — **Le guide Com**: le répertoire annuel des agences de publicité et des entreprises de services en communication et design — **Créa**: le concours de création publicitaire — **Les prix Média**: le concours des meilleures stratégies médias — **Les prix Boomerang**: le concours de communications interactives — **Les prix Grafika**: le concours de design graphique — **Les prix Lux**: le concours de photographie et d'illustration professionnelles — **Les journées Infopresse et les journées Grafika**: conférences thématiques s'adressant aux professionnels des communications — **La newsletter quotidienne Infopresse**: la newsletter hebdomadaire **Grafika** — **Les formations Campus Infopresse**: formations pointues s'adressant aux professionnels des communications. — **Infopressjobs**: le site d'emploi des professionnels des communications.

INFOPRESSE®
Canada

- **1 an** (8 numéros incluant 2 guides)
- **Canada** \$9,99 \$ + taxes
- **Étranger** 125 \$
- Abonnements de groupes sur demande: 514 842-5873 ou abonnement@infopresse.com

ABONNEMENTS
C.P. 1413, Succ. Saint-Martin
Laval, Québec H7V 3P7
Tél: **514 842-5873**
infopresse.abonnement@groupmarketing.ca

abonnement@infopresse.com

Le Guide annuel des médias a été réalisé en collaboration avec le Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ).

Merci à: Isabel Gingras, Nicolas Marin, Marc Hamelin, Isabel Bernier, Gilbert Marin, Michèle Savard, Alain Tardy, Dave Gourde, Julie Courtemanche, Yves Michel, Yvon Gosselin, Maria Spensieri, Conseil des directeurs médias du Québec • Amy Quach, Manon Van Vlioodorp, Nielsen Recherche Média Jean-François Gagnon, Cossette Média • Isabelle Michaud, Print Measurement Bureau (PMB) • Line Boutin, NADbank • Christine Gagnon, Sondages BBM Maria Rivera, Kantar Média • Angie Sanna, Audit Bureau of Circulation Matt Pasquale, Canadian Circulations Audit Board (CCAB) • Giber Paquette, Hebdomas Québec • Samuel Parent, Internet Advertising Bureau • Normand Chiasson, AMCA • Laura Di Costanzo, Seevibes • Patrick Lavallée, Bleu Blanc Rouge • Simon Joly, Carat • Marie-Claude Dion, Zénith Optimédia

Les Éditions Infopresse ne sont pas responsables des données publiées par les entreprises annonçant dans ce guide.

Au-devant des tendances

La profession de stratège média se redéfinit chaque jour. Elle évolue, depuis la dernière décennie, aussi vite que la montée en puissance du web, des médias sociaux et de la mobilité. Le stratège doit toujours être au-devant des tendances médias des consommateurs tout en élaborant pour les annonceurs des stratégies et des tactiques créatives et engageantes. Dans un univers convergent où le consommateur peut et veut s'engager auprès des marques qu'il aime, le stratège doit intégrer ses connaissances en marketing et ses aptitudes techniques inhérentes à la fonction média pour maximiser l'efficacité des campagnes.

Les mesures d'évaluation de l'impact des médias traditionnels et émergents évoluent toujours et s'avèrent de plus en plus performantes. Elles doivent répondre aux besoins de rendement d'investissement requis des agences et des annonceurs. Le stratège média est en mesure d'interpréter ces données pour produire des recommandations stratégiques, pertinentes, créatives et efficaces qui répondent aux objectifs de communication et de marketing des annonceurs.

Le *Guide annuel des médias* constitue un outil unique et performant, préparé en collaboration avec un comité du Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ) formé de membres chevronnés de la profession: Marc Hamelin (Viseum), Isabel Gingras (Havas Media), Gilbert Marin (Espace M), Isabel Bernier (Média Secours) et Maria Spensieri (kbs+). Il vous aidera dans vos réflexions médias et vous permettra de prendre des décisions éclairées.

Passionnés de leur profession et libres de leurs choix et recommandations, les 23 membres du CDMQ sauront vous conseiller dans l'adoption et le déploiement de vos stratégies médias. N'hésitez pas à communiquer avec eux.

Bonne lecture.

**MICHÈLE
SAVARD**

Présidente

— *Conseil des directeurs médias du Québec*



Le conseil des
directeurs médias
du Québec Inc.

2015, rue Peel, bur. 925
Montréal (Québec) H3A 1T8
T 514 990-1899
info@cdmq.ca
www.cdmq.ca

Un mot sur le CDMQ

Le Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ) est un organisme sans but lucratif créé en 1981 et qui regroupe une vingtaine de professionnels des médias œuvrant dans des agences établies au Québec. Sa mission est d'être un point de convergence d'opinions et d'information, un instrument de défense des intérêts des annonceurs/agences ainsi qu'un outil de promotion et de stimulation de la fonction média.

Le CDMQ accomplit sa mission :

- En servant de table de discussions des directeurs médias, le **Conseil est au centre des débats sur des questions touchant leurs intérêts**. Il prend position et organise des actions concernant des dossiers spécifiques, comme l'audimétrie et les autres mesures des médias, en plus de rencontrer la direction des médias pour partager des points de vue.
 - **En développant la relève**, notamment par la mise sur pied de **programmes de formation**. Au fil des ans le Conseil a élaboré et offert des cours sur les achats (radio, télé, internet, imprimés) et sur la planification médias.
 - **En élaborant des outils** (GAM, site web, lexique média) qui lui assurent un **rôle de leadership et de promotion de la fonction média**. Le Conseil développe aussi les connaissances au moyen de recherches spécifiques (comme celle sur l'intégration au contenu des émissions de télé) et d'analyses spéciales.
 - **En faisant la promotion de la fonction média** et en sensibilisant les divers membres de l'industrie au travail des professionnels en placement média.
- À cet égard, le **Conseil a initié et est un acteur principal du concours des Prix Média**. En outre, il assure sa visibilité au moyen de campagnes de communication destinées à sensibiliser l'industrie.
- En participant activement et en **veillant au contenu d'une conférence annuelle** (RDV Média) qui favorise le savoir et **les échanges parmi les membres de l'industrie**, et en organisant des événements rassembleurs (Classique annuelle de golf).
 - **En favorisant une convergence et un échange d'informations pertinentes sur les pratiques médias**. À cette fin, le Conseil réalise des évaluations sur la commercialisation et les équipes de représentation des médias, et mène périodiquement un sondage sur l'état des médias.
 - En assurant une **vigilance face à tout ce qui est relatif à l'opération média** et en réagissant rapidement à des questions comme les pratiques de vente et les politiques de commercialisation. De plus le **Conseil fait entendre sa voix sur les questions touchant le développement du spectre média**. Il intervient aussi au besoin auprès des organismes concernés (CRTC, Bureau de la concurrence, Comité du patrimoine canadien).
 - En maintenant des liaisons avec **l'A.C.A.** (Association canadienne des annonceurs), **l'A.A.P.Q.** (Association des agences de publicité du Québec), le **B.E.C.** (Bénévolat d'entraide aux communicateurs) et le **C.M.D.C.** (Canadian Media Directors' Council).



Le conseil des directeurs médias du Québec Inc.

2015, rue Peel, bur. 925
Montréal (Québec) H3A 1T8
T 514 990-1899
info@cdmq.ca
www.cdmq.ca

Le Conseil et ses membres

Le conseil des directeurs médias du Québec regroupe une vingtaine de professionnels spécialisés en médias.

Le Comité exécutif 2013-2014

Présidente



Michèle Savard
Carat
Caratcanada.com

Président sortant



Alain Tardy
Marketel
Marketel.com

Vice-présidente



Monique Brosseau
ZénithOptimédia
Zenithoptimedia.com

Vice-président



Frédéric Rondeau
DentsuBos
Dentsubos.com

Vice-présidente



Isabel Gingras
Havas Media
Havasmedia.com

Vice-président



Nicolas Marin
Touché! OMD
Toucheomd.com

Secrétaire-trésorière



Maria Spensieri
Kbs+
Kbsp.ca

Les membres du Conseil d'administration 2013-2014



Sylvie Charland
BCP
Bcp.ca



Dave Gourde
Bleublancrouge
Bleublancrouge.ca



Sophie Tamafo -Goupil
Brad
Brad.ca



Guylaine Racine
Challenge agence-
conseil en médias
Challengemedia.qc.ca



Julie Courtemanche
Cossette Média
Cossette.com



Gilbert Marin
Espace M
Espace-m.ca



Audrey-Karen Sylvestre
Initiative
Initiative.com



Sylvie Lasalle
MEC Montréal
sylvie.la.salle@
mecmtl.ca



Lisa DiMarco
Média Experts
Mediaexperts.com



Isabel Bernier
Média Secours
Mediassecours.com



Richard Giguère
Médiacom
Mediacom.com



Yves Michel
Médialliance
Medialliance.ca



Yvon Gosselin
Tam-Tam/TBWA
Tamtamtba.com



Maxime Corriveau
PHD
Touchephd.com



Martin Soubeyran
Touché!
Touchephd.com



Marc Hamelin
Vizeum
Vizeum.com



Le conseil des
directeurs médias
du Québec Inc.

Agences membres du CDMQ

Agences membres du CDMQ (par ordre alphabétique)

NOM DE L'ENTREPRISE Propriété	Membre	ANNÉE DE FONDATION	PRINCIPAUX CLIENTS
BCP Publicis Groupe S.A. (France)	Sylvie Charland	1963	Allstate, CN, Fédération des médecins omnipraticiens du Québec, Imvescor (Mikes, Scores, Bâton Rouge, Pizza Delight), Métro / Super C (média), NAPA, Old Spice, Pharmacies Brunet (média), Procter & Gamble (P&G), Santé Canada, SpinMaster Toy, Firma Studio
Bleublancrouge 100% Québec (Sébastien Fauré, Gaëtan Namouric, Francis Armstrong, Bernard Asselin)	Dave Gourde	1983	20 Minutes, Apple, Association des concessionnaires Toyota du Québec, Bristol-Myers Squibb, Loto-Québec-Direction des commandites, Lucasfilm/X3, Olymel, Ordre des ingénieurs du Québec, The Gazette, Tourisme Nouveau-Brunswick
Brad	Sophie Tamafo-Goupil	1994	Centre de services partagés du Québec, CSST, Gouvernement du Canada, Yahoo! Canada, Preverco, Expo Québec, Centre PHI, Institut canadien des actuaires, Qatar Airways, Condominiums Le Peterson.
Carat	Michèle Savard	1979	Corbeil Électroménagers, Desjardins, Disney, Familiprix, GM, Rona/Réno-Dépôt, Rôtisseries St-Hubert, Sobelys Québec, Subway, Ultramar
Challenge agence-conseil en médias 100% Québec (Marilou Bédard, Guylaine Racine, Shanie Bédard)	Guylaine Racine	1989	Benny & Co, Clarins Canada, Convector, Educ'Alcool, Salon des métiers d'art, Laboratoires Yves Ronroy, Essilor, OACIQ, Télé-Québec, Constellation Brands Québec
Cossette Média 100% Canada (Cossette Communication) Entente spéciale: Membre de Columbus Media International.	Julie Courtemanche	1972	Aéroplan, Association de marketing Chevrolet-Buick-GMC du Québec, Banque de Montréal, Gouvernement du Canada, Gouvernement du Québec, Ministère du Tourisme du Québec, Monnaie Royale Canadienne, Saputo, Telus Communications Canada, Transat.
DentsuBos 100% Autre (Dentsu Holding USA) Réseau: Dentsu	Frédéric Rondeau	1988	
Espace M 100% Québec (Gilbert Marin, Patrice Marin, Alexandre Duhaime)	Gilbert Marin	2007	Cage aux Sports, Équiterre, L'Oréal, McGill, Place Sainte-Foy, Quartier des Spectacles, Rockland, SSQ groupe financier, TV5, Groupe Yellow
Havas Media 100% Autre	Isabel Gingras	1994	Agilent Technologies, Danone, Fidelity Investments, Hotel.com, Intact Assurances, LVMH, Merck, Quiznos, Volvo, Tourisme Mexico
Initiative 100% Autre (Interpublic Group of Companies (NYSE-IPG))	Audrey-Karen Sylvestre	1979	Association des concessionnaires Hyundai, Best Western, Coke, Dr. Oetker, Fairmont Hotel, Financière Sun Life, Hyundai Canada, Monnaie Royale Canadienne, Victoria's Secrets, YMCA
Kbs+ montréal 100% Canada (MDC Partners)	Maria Spensieri	1958	BDC (Banque de développement du Canada), Prestige Brands, Les Producteurs laitiers du Canada, Groupe Lavo (La Parisienne, Hertel), MSSS (Ministère de la santé et des services sociaux), Brother

Agences membres du CDMQ (par ordre alphabétique)

NOM DE L'ENTREPRISE Propriété	Membre	ANNÉE DE FONDATION	PRINCIPAUX CLIENTS
Marketel 80 % Cadres de l'agence 20 % McCann Worldgroup	Alain Tardy	1977	AB inbev (Alexander Keith's, Beck's, Brava, Budweiser, Labatt Bleue, Michelobe Ultra, Rolling Rock, Stella Artois), Air Canada, Chrysler Canada, L'Association des concessionnaires Chrysler du Québec, Fonds de Solidarité FTQ, Fédération des producteurs de lait du Québec, Banque du Canada, Simone Perele Canada
MEC Montréal 51 % Québec 49 % Canada	Sylvie La Salle	2001	BRP, Colgate-Palmolive, Financière Liberté 55, Groupe Investors, Hachette Collections, Imperial Tobacco, Loto-Québec, Mega Groupe, Molson Coors, Paramount Pictures
Média Experts 100 % Québec (Mark Sherman)	Lisa DiMarco	1981	Aldo Group, Bell Canada, Best Buy, BMW Canada, Couche Tard, Future Shop, Mini Canada, Virgin Mobile, WestJet, Workopolis
Média Secours 100 % Québec (Isabel Bernier)	Isabel Bernier	2004	n.d.
Mediacom 100 % Autre: MediaCom fait partie de GroupM, qui regroupe les opérations médias de WPP	Richard Giguère	1972 (Montréal)	CIBC, Pfizer Canada, Michelin Amérique du Nord (Canada), Diageo, YUM, Procter & Gamble, Mars Wrigley, Industrielle-Alliance Assurance Auto et Habitation, Volkswagen, PPG Architectural Coatings Canada.
Médialliance 100 % Québec	Yves Michel	2012	byebyeBob.com, Centropolis, Fix Auto, Groupe Marcelle, Garaga, Laboratoire Pouliot, Mobiliz, Novartis, Pro-Fab, Tourisme Cantons-de-l'Est
TAM-TAM\TBWA 51 % Québec (Partenaires québécois) 49 % Canada (Omnicom Canada) Réseau: TBWA	Yvon Gosselin	1986	Alcoa, ArcelorMittal Mines Canada, Camoplast Solideal, Chambre de la sécurité financière, Co-operators, Communauto, HydroSolution, Infiniti du Canada, Investissement Québec, Nissan Canada
Touché! OMD	Nicolas Marin	1999	Assurances Merlin, Fromageries Bel Canada, Insurance Hunter, Mercedes-Benz Canada, Restaurants McDonald's du Canada
PHD Montréal 100 % Canada (Omnicom Canada)	Maxime Corriveau	2003	Belairdirect, Duproprio, Gaz Métro, GMCR Canada, Loto-Québec, Red Bull, SAQ, Simons, STM, Tourisme Montréal
Touché! 100 % Canada (Omnicom Canada)	Martin Soubeyran	1995	Belron, Birks, Canadian Tire, Hydro-Québec, Lassonde, Mark's/L'équipeur, Sport Chek/Sports Experts, SAAQ, Sanofi, Uniprix, Via Rail
Vizeum Canada 100 % Autre (Aegis Media)	Marc Hamelin	2006	eOne Entertainment, Agropur (fromages fins), Market Place Events, TVA Publications, Harley-Davidson, A&W, Total Canada, Déco-Surfaces, La Piazzetta, RDS
ZénithOptimédia	Monique Brosseau	1996	Home Depot, Hyundai, Kia, L'Oréal Paris, Lancôme, Loblaw's / Provigo / Maxi, Nespresso, Sanofi, Ubisoft, Vichy