

Une industrie animée

Depuis 21 ans, le *Guide annuel des médias* est l'outil indispensable des professionnels des communications pour la planification de leurs stratégies médias et pour comprendre les changements qui s'opèrent dans l'industrie. Dans cette édition, nous pouvons constater la reprise amorcée l'année précédente avec la hausse de 4 % des investissements publicitaires au Québec en 2011 pour tous les médias, sauf les quotidiens (-2,9 %) et les magazines (-7,9 %). La télévision conserve le premier rang du classement, avec 793 millions\$, une augmentation de 3,3 %. Les quotidiens conservent la deuxième place malgré une baisse de près de 3 %. Les investissements y avaient toutefois grimpé de 15,7 % en 2010. Suivent internet, qui progresse fortement (+18 %), les hebdomadaires (+5,2 %), la radio (+0,5 %) et l'affichage (+2,5 %).

« Une section numérique enrichie. »

Pour la première fois, les appareils mobiles apparaissent au classement, avec près de 15 millions \$ investis en publicité, selon l'estimation d'eMarketer. Afin de suivre l'évolution de ce domaine, nous avons d'ailleurs enrichi la section numérique de cette 21^e édition en y ajoutant notamment des données sur les investissements et la consommation.

Autre amélioration: dans la section consacrée aux grands groupes, nous avons laissé une place à tous les groupes médias canadiens. Nous n'avons toutefois pas ajouté l'information relative à l'achat d'Astral par Bell, car à la fin d'août, les audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) n'avaient pas encore commencé, et la transaction n'avait donc pas été acceptée par l'organisme public. Le CRTC

doit aussi entendre Radio-Canada/CBC, qui demande l'autorisation de vendre de la publicité sur Espace Musique et Radio Two. Bell a également demandé de pouvoir transformer TSN 990 en RDS Radio 990, à Montréal.

Plusieurs faits ont également marqué la dernière année dans les autres médias. L'acquisition de Métromédia Plus par Cogeco, devenu Cogeco Métromédia, la gestion des abribus de la Société de transport de Montréal par Québecor et les produits publicitaires de l'Agence métropolitaine de transport confiés à Astral Affichage ont marqué l'actualité en affichage.

Côté hebdomadaires, TC Media est devenue l'unique propriétaire de Réseau Sélect. L'entreprise s'est également retirée d'Hebdos Québec, tout comme son compétiteur Québecor. Communications Voir a fermé l'hebdomadaire Hour et certaines éditions régionales de Voir. Québecor avait fermé l'hebdomadaire Mirror plus tôt dans l'année.

Finalement, en télé, les chaînes spécialisées TVA Sports et RDS 2 sont en ondes depuis l'automne 2011, tandis que la chaîne Explora, lancée par Radio-Canada, est offerte depuis le printemps.

Analyses, données ciblées, répertoire: le *Guide* réaffirme son importance et sa raison d'exister. Nous souhaitons aussi encore souligner l'apport exceptionnel du Conseil des directeurs médias du Québec 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 21^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
Arnaud Granata

Directrice du contenu, guides, concours et projets spéciaux
Isabel Charbonneau

Rédactrice en chef, créativité et entreprises
Bénédicte Prouvost

Recherchiste, coordonnatrice
Marie-Julie Dalpé
Répertoires et index
Anais Brasier
Catherine Marion

Responsable, bases de données
Sandrine Angers

Réviseur
François Perreault

Direction artistique
Brigade

Graphiste senior
Camille Dussault

Chargée de projets production, graphiste
Noémie Laurendeau

Coordonnatrice production
Estelle Durrieu

Comptabilité
Elena Della Fazio
Erika Philoxy
Jean-Philippe Paquin
Stéphanie Patry

PUBLICITÉ
514 842 5873

Directrice, ventes et marketing
Élisabeth Starenkyj

Chargée de comptes
Amélie Roy-Fortin

Conseillère publicitaire
Léa Vinson

Pour nous joindre par courriel:
prénom.nom@infopresse.com

ABONNEMENTS

En ligne:
www.expressmag.com

ExpressMag
8155, rue Larrey
Anjou, Qc H1J 2L5
Tél: **1 800 363-1310**
ou **514 355-3333**

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 guide Com: le répertoire annuel des agences de publicité et des entreprises de services en communication et design — **Le guide Média:** le répertoire annuel des médias (presse écrite, télévision, radio, etc.) — **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

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

Merci à:

Maria Spensieri, Isabel Gingras, Lisa DiMarco, Sylvie Charland, Nicolas Marin, Conseil des directeurs médias du Québec • Amy Quach, Manon Van Vloodorp, 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) • Gilber Paquette, Hebdos Québec • Samuel Parent, Steve Rosenblum, Internet Advertising Bureau • Normand Chiasson, AMCA • Bryan Segal, ComScore Media Metrix • Sylvain Martel, Médiamcom • Maxime Houle, Média Contacts.

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 : Sylvie Charland (BCP), Lisa Dimarco (Média Experts), Isabel Gingras (MPG) et Maria Spensieri (kbs+p). 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 22 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 2012-2013

Présidente



Michèle Savard
Carat
Caratcanada.com

Président sortant



Alain Tardy
Marketel
Marketel.com

Vice-présidente



Monique Brosseau
ZénithOptimédia
Zenithoptimedia.com

Vice-présidente



Karine Courtemanche
Touché! PHD
Touchephd.com

Vice-présidente



Lisa DiMarco
Média Experts
Mediaexperts.com

Vice-président



Nicolas Marin
Touché! OMD
Toucheomd.com

Secrétaire-trésorière



Maria Spensieri
kbs+p
kbsp.ca

Les membres du Conseil d'administration 2012-2013



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



Frédéric Rondeau
DentsuBos
Dentsubos.com



Gilbert Marin
Espace M
Espace-m.ca



Marielle Ruelland
Hop
Hopcom.ca



Audrey-Karen Sylvestre
Initiative
Initiative.com



Maria Castrechini
Médiacom
Mediacom.com



Isabel Bernier
Média Secours
Mediasecours.com



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



Isabel Gingras
MPG
Mpg.com



Yves Michel
Stratégie-Conseil
yves.michel@
videotron.ca



Marc Hamelin
Vizeum
Vizeum.com



Le conseil des
directeurs médias
du Québec Inc.

Date de création

1963

Agence intégrée

Filiales / divisions

- BCP Média
- BCP Cinéma
- BCP Contenu (Branded Entertainment)
- BCP Réputation – Conseils stratégiques et affaires publiques
- BCP Studio – Production imprimée, électronique et interactive
- BCP W – Solutions digitales

Services offerts

Services média :

- Stratégie média (traditionnels et numériques)
- Achat média (traditionnels et numériques)
- Commandite
- Stratégie nouveaux médias
- Référencement organique (SEO), positionnement et référencement payant (SEM)
- Recherche
- Stratégie de partenariat
- Génération de contenu (Branded Entertainment)

Autres services :

- Planification stratégique
- Service-conseil
- Création originale en français et en anglais
- Stratégie promotionnelle et événementielle
- Production imprimée et prépresse
- Production électronique, négociation de talents (UDA/ACTRA) et paiement de talents
- Production et intégration Web
- Relations publiques
- Gestion de la réputation
- Relations médias
- Conseils stratégiques
- Gestion de crise

Liste des principaux dirigeants**Alain Bergeron**

Président

Carol-Ann Kairns

Vice-présidente principale BCP /

Directrice générale média

(Membre des conseils d'administration

BBM et PMB)

Sylvie Charland

Directrice média

Nombre d'employés

BCP Média :

21

BCP Total :

71

Associations et accréditations

- AAPQ
- CAB
- CAN
- IAB
- COMB
- CARF
- CDMQ
- WARC
- PMB

Liste des clients

- Astral
- Bâton rouge
- Cinéma du Parc
- Cinéma Vault
- Conseil du patronat du Québec (CPQ)
- CN
- Media Evolution
- Développement Économique Sept-Îles
- Fédération des médecins omnipraticiens du Québec (FMOQ)
- Filmoption International
- Funfilm
- Imports Dragon
- K-Films Amérique
- La Régis des installations olympiques (R.I.O)
- Les Restaurants Mikes
- Les Films Séville
- Merck Frosst
- Métro

- Métropole Films
- Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)
- NAPA
- Old Spice
- Pizza Delight
- Pharmacies Brunet
- Port de Montréal
- Procter & Gamble
- Réseau des ingénieurs du Québec
- Rôtisseries Scores
- Santé Canada
- SpinMaster Toy (Aquadoodle, Air Hogs, Bakugan, DQ Blizzard Maker, Dr. Dreadful, Moon Dough, Redakai, Zoobles)
- Super C

Prix et distinctions 2011 :

- Business Partner Excellence Awards: Première entreprise canadienne à remporter ce prix remis par Procter & Gamble afin de reconnaître la performance supérieure soutenue parmi ses 75,000 fournisseurs mondiaux.
- Prix Boomerang: Campagne en ligne: campagne ou initiative menée entièrement sur Internet / Rallye Napa 5000.
- Lux 2011: Grand prix (ex-æquo) / Publicité / Publicités imprimées et web pour la Fédération des médecins omnipraticiens du Québec / Jean Malek, photographe.

Date de création

1979

Concept de l'agence

Réinventer le média.

Filiales / Divisions

Filiale du groupe Aegis Media, propriétaire de Carat, Vizeum, Isobar, Posterscope, iProspect, deepblue, ConnectProd et Velocity.

Bureaux au Canada

Montréal, Toronto et Vancouver. Présence mondiale dans 82 pays.

Réseau

Aegis Media

Services offerts

- Planification média 360°
- Stratégie numérique
- Achats médias
- Commandite et créativité média
- Création de contenu
- Marketing expérientiel
- Gestion des médias sociaux
- Relations publiques
- Recherche consommateur

Liste des principaux dirigeants

Jacques Dorion

Chef de la direction

Ody Giroux

Vice-présidente exécutive

Michèle Savard

Vice-présidente, Planification Stratégique

Geneviève Guay

Vice-présidente, Numérique et Expérience de marque

David Béland

Directeur, Recherche consommateur

Martine Mailly

Directrice, Placements électroniques

Louise Gauthier

Chef services financiers

Nombre d'employés

Québec: 74
Canada: 257

Associations et accréditations

Membre de 19 associations et accréditations dont:

- AAPQ
- CDMQ
- IAB Canada
- SQPRP
- Sponsorship Council of Canada

Liste des clients

- Abbott
- Astral Radio
- Bonduelle
- CCM
- Club Med
- Corbeil Électroménagers
- Desjardins
- Disney
- Familiprix
- Fédération des Médecins Spécialistes du Québec
- Fédération des producteurs de porcs du Québec
- Fondation
- Freudenberg Household Products
- Gaz Métropolitain
- General Motors
- IGA
- Loto-Québec
- Maison des futailles
- Mattel
- Meilleures Marques
- Reebok
- RONA/Réno-Dépôt
- Rôtisseries St-Hubert
- Saputo
- Sports Québec
- Subway
- Target
- Tourisme et Parcs Nouveau-Brunswick
- Ultramar
- Université Laval

Principales Réalisations en 2012

Carat no.1 au palmarès des meilleurs réseaux média mondiaux.

Carat a été nommé meilleur réseau média grâce à des performances exceptionnelles dans les 12 principaux marchés mondiaux dont le Canada.

Source : RECMA mai 2012

Prix Média 2012:

- Grand Prix Relève de l'année
- Grand Prix: Catégorie radio – Desjardins Assurances Générales
- Prix: Catégorie Meilleure utilisation des magazines - MANGO
- Prix: Catégorie Meilleure campagne sociétale – Société de Sauvetage
- Prix: Catégorie Meilleure utilisation de l'affichage – Saputo
- Prix: Catégorie Meilleure utilisation de la télévision – Desjardins
- Prix: Catégorie Meilleure utilisation de la presse écrite – Desjardins
- Prix: Catégorie Meilleure utilisation de la radio – DuProprio

- Gains de comptes majeurs: Disney, GM et Target
- Présidence au jury des Prix Média 2012
- Présidence au CDMQ (Conseil des directeurs médias du Québec)
- Membre du jury aux Media Innovation Awards 2012
- Membre du conseil d'administration du IAB Québec
- Membre du conseil d'administration du BEC

Vizeum Canada Inc.

MONTRÉAL

400, boul. de Maisonneuve Ouest, bureau 220
Montréal (Québec) H3A 1L4

T 514 270-1010

F 514 270-9492

Vizeumcanada.com

Facebook.com/vizeum-montreal

Twitter.com/Vizeum_MTL

Date de création

2006

Concept de l'agence

Nous sommes l'agence pirate, celle qui élabore des stratégies novatrices basées sur les motivations des consommateurs à adopter une marque ou un service.

Filiales / divisions

Deeplblue (recherche) Velocity (RP et marketing événementiel)

Propriété

100 % Aegis Media

Réseau

Aegis Media

Bureaux au Canada

Vizeum Toronto
22 St. Clair Ave. East, Suite 500
Toronto, ON.
M4T 2S5

Vizeum Vancouver,
1066 W Hastings St.
Vancouver, BC
V6E 3X1

Services offerts

- Conseil stratégique
- Planification et achats médias
- Programmes de créativité média et de commandites intégrés
- Planification web
- Search et médias sociaux

Liste des principaux dirigeants

Jacques Dorion

CEO, Aegis Media Canada

Marc Hamelin

Directeur général

Nombre d'employés

72

Associations et accréditations

- Association canadienne des journaux (Canadian Newspaper Association)
- Association des Agences de publicité du Québec (AAPQ)
- Audit Bureau of Circulation (ABC) BBM Canada
- Canadian Community Audit Bureau (CCAB)
- Canadian Marketing Association
- Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ)
- Chambre de commerce du Montréal Métropolitain
- CMDC (Canadian Media Director Council)
- COMB
- Comscore Media Metrix
- IAB (Interactive Advertising Bureau of Canada)
- PMB (Print Measurement Bureau)
- Nadbank
- National List of Advertisers
- Nielsen Media Research

Liste des clients

- A&W
- Agropur
- Alliance Vivafilm
- Canards du Lac Brôme
- CTA
- Conagra Foods
- Cora déjeuners
- DécoSurfaces
- Garant
- Groupe Master
- Harley-Davidson
- La Piazzetta
- Market Place Events
- Mr Lube
- PharmaScience
- Premier Tech
- Raymond Chabot Inc
- RDS
- Total Lubrifiants
- TVA Publications.

Principales réalisations 2012 :

Lancement des films *The Hunger Games*, *The Expendables 2*, *Goon*, *Omerta*, *Intouchables* et *Mirror Mirror*; campagne multimédia de la 30^e édition du Salon National de l'Habitation; entrée en radio de Mr Lube; campagne d'affichage nationale de Total Lubrifiants; campagnes interactives de Vrak.tv.