



## ...Rencontres éclair

**Les 40 prochaines minutes pourraient changer votre vie**





**Je cherche une relation  
stable avec quelqu'un de  
fort et de fiable.  
Comment êtes-vous?**





## Stable

« Je crois que les **journaux sur papier seront là encore longtemps** ... les lecteurs continuent à rechercher les journaux, tant sur papier qu'en ligne. En fait, le lectorat **combiné (en ligne et sur papier)** des journaux était **le même** en 2008 qu'en 2003. »

- *Hugh Dow, président du Conseil, Mediabrands Canada*

*National Post*, article intitulé "Black and white and still read all over", 24 avril 2009





## Puissant

- Hier, **41 % plus** de gens de par le monde **ont lu un journal** imprimé qu'il y en a qui ont visité **Internet**
- Il y a **plus** de gens qui lisent un journal chaque jour qu'il y en a qui mangent un **Big Mac** dans une **année**





# Puissant

- 97 quotidiens et plus de 1 100 journaux régionaux
- **Près de la moitié lisent un quotidien chaque jour**
- 3 sur 4 lisent un **quotidien** chaque semaine;  
3 sur 4 ont lu un des 4 derniers numéros d'un **journal régional**
- 48 minutes pour lire un quotidien en semaine;  
68 minutes le samedi
- **62 %** des lecteurs de journaux **conservent** souvent des cahiers ou tout le journal **pendant plus d'une journée**
- **75 %** des lecteurs de journaux **regardent les publicités**





# Puissant



LAW OFFICES  
**SYLVIA WEST**  
DIVORCE AND FAMILY LAW  
202 ELLIOT BAY PLAZA, 2415 WESTERN AVENUE  
SEATTLE, WASHINGTON 98121  
TELEPHONE: (206) 688-0226

**Sylvia West,  
avocate,  
spécialisée  
en droit de la  
famille et du  
divorce**





# Fiable

Les Canadiens lisent les journaux  
(imprimés et en ligne) **davantage**  
en période de crise ou  
d'événements importants pour  
l'information **fiable** et **digne de**  
**confiance** qu'ils présentent







# Pertinent

<b>Sources de nouvelles</b>	
<i>Sources de nouvelles</i>	<i>% des répondants</i> <i>(Réponses multiples)</i>
<b>Site Web de nouvelles</b>	<b>65%</b>
<b>Journal (en ligne)</b>	<b>57</b>
<b>Journal (imprimé)</b>	<b>55</b>
Nouvelles nationales à la télé	55
Télé locale affiliée	42
Agrégateur de nouvelles	36
Blogue	23
Site de réseautage social	11





# Pertinent

**Canadian Red Cross**

After waves of disaster hit Asia Pacific this week, we're on the ground providing aid, support and hope.

**Please donate now.**  
[www.redcross.ca/asiadisasters](http://www.redcross.ca/asiadisasters)  
1-800-801-9920



**Cela m'intrigue.  
Mais, vous qui avez de  
l'expérience, quelle est  
votre histoire?**





## Perception

### Propriétaire $\neq$ Journal

Dette trop élevée  
chez certains

Livre l'auditoire  
Rentable

## Recoupement

### États-Unis Canada

2009 -30% -11%

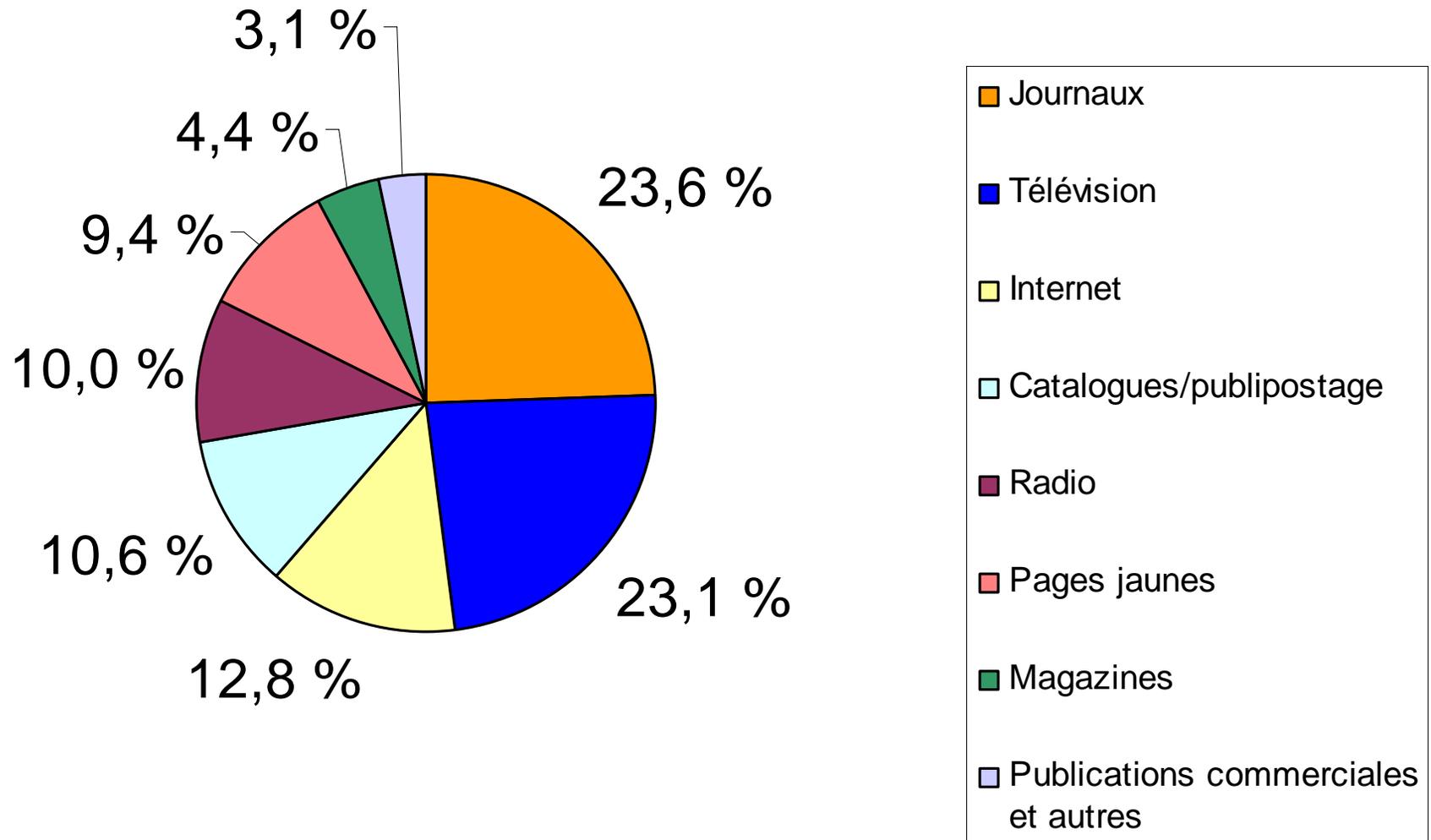
2010E -6% +5%

Estimation des revenus des journaux : J.P. Morgan (Avril 2010); TD Newcrest/TVB 2010





## Industrie canadienne des médias - 2009



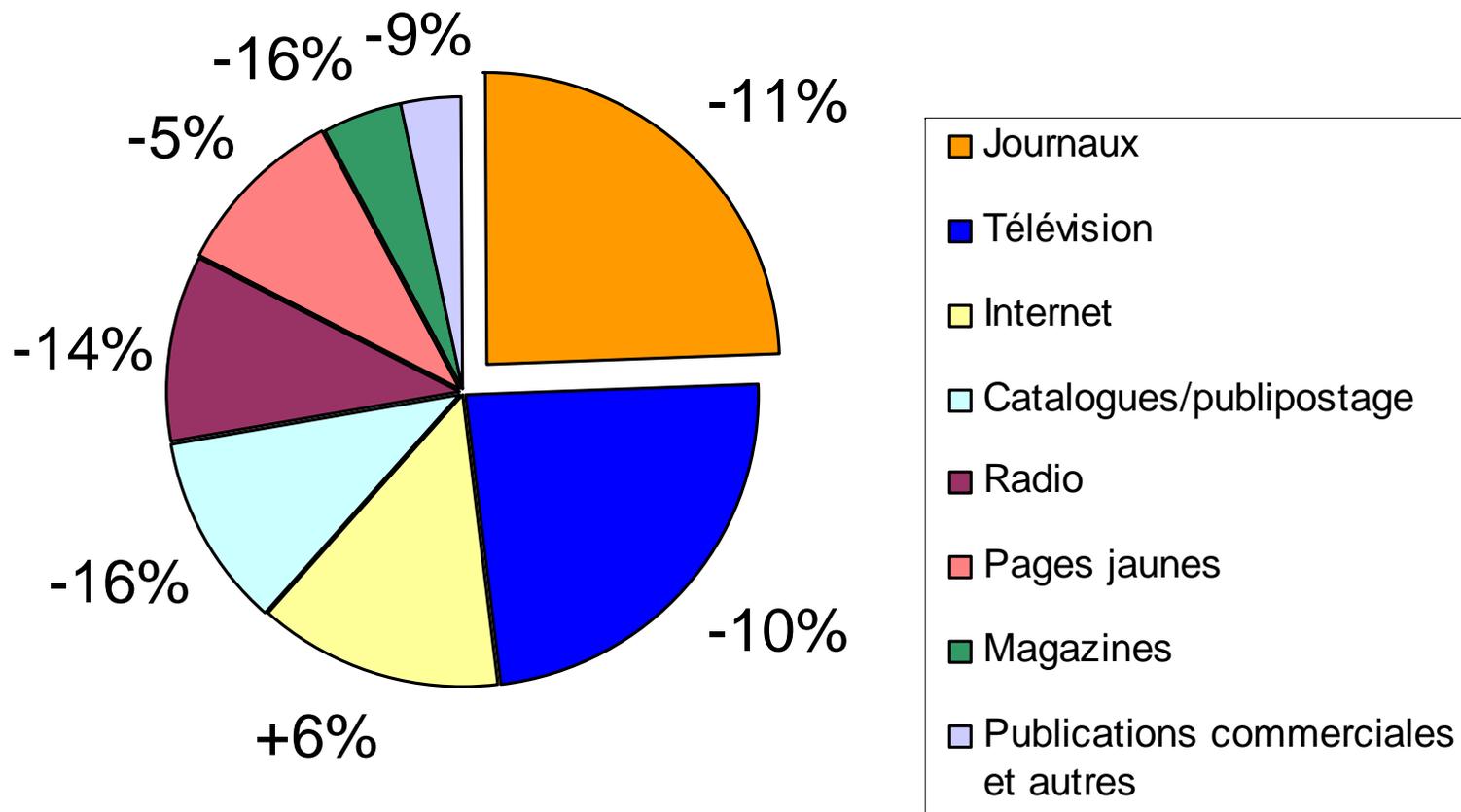
Source: TVB, estimations TD Newcrest, janvier 2010





# Industrie canadienne des médias - 2009

## % de changement sur l'année 2008

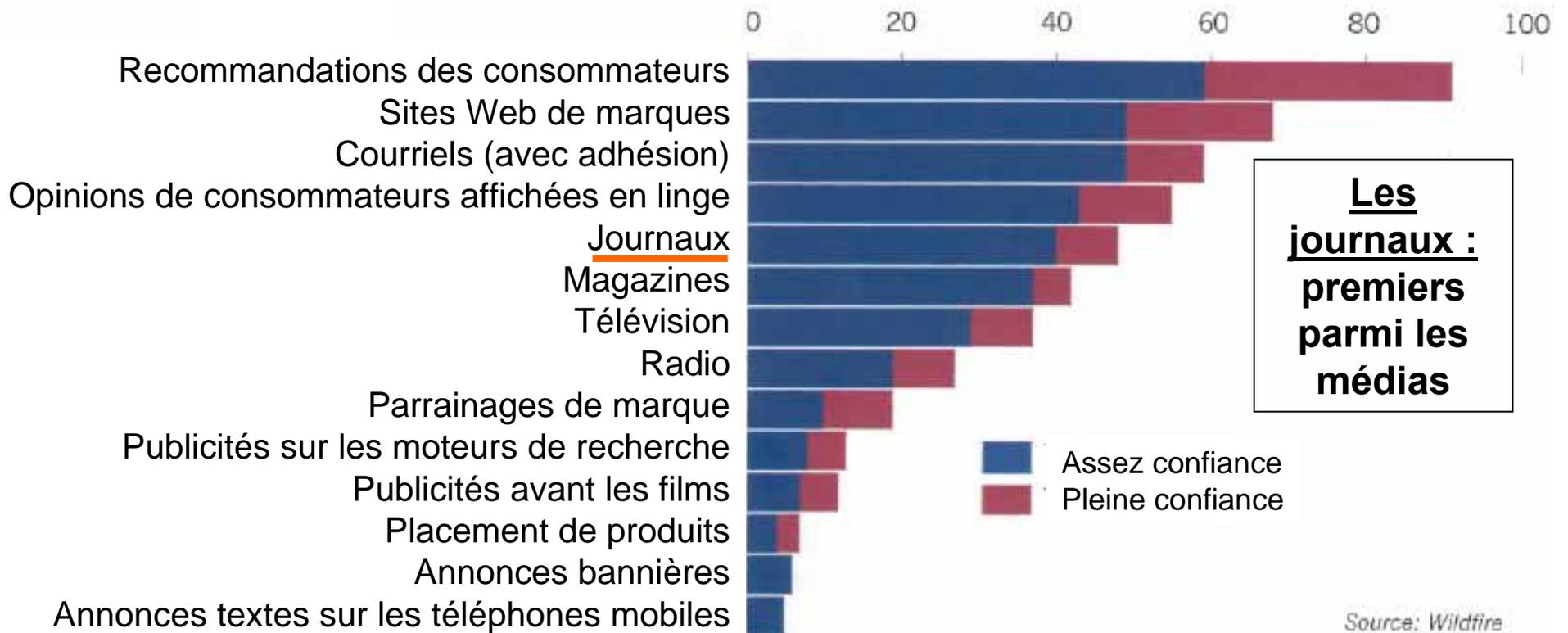


Source: TVB, estimations TD Newcrest, janvier 2010



# Une grande qualité – la confiance

## Confiance des consommateurs





# Confiance

## Importante mise à jour de Toyota Canada.

On a beaucoup parlé de Toyota.  
Voici donc les faits pour nos clients.

Votre sécurité demeure notre première priorité :

- Dans l'intérêt de nos clients, Toyota a examiné à fond, et continuera de le faire, les préoccupations relatives à nos produits et veillera à régler les problèmes qui ont été relevés.
- Nous continuerons de prendre les mesures appropriées pour résoudre les problèmes, s'il y a lieu, et nous informerons nos clients le plus rapidement possible.

Les derniers développements concernant le rappel des pédales d'accélérateur qui se coincent :

- Les concessionnaires ont tous reçu les pièces de réparation et les techniciens certifiés Toyota ont commencé à modifier les véhicules touchés.
- Nos concessionnaires sont là pour intervenir sur votre véhicule et ils seront nombreux à effectuer de longues heures de travail.

Les véhicules Toyota sont conçus et fabriqués en fonction de votre sécurité. Toute notre organisation dans le monde entier a été mobilisée et nous redoublons d'efforts pour nous améliorer et continuer d'offrir des produits de qualité à nos clients.

Depuis que nous avons commencé à vendre des voitures au Canada, il y a plus de 45 ans, nous nous sommes engagés à vous offrir un produit fiable et de qualité. En retour, vous nous avez récompensés par votre fidélité et votre confiance. Notre but est de continuer à mériter cette confiance tous les jours.

Pour obtenir les derniers renseignements, veuillez visiter notre site Web [toyota.ca](http://toyota.ca) mis à jour, consulter votre concessionnaire ou appeler notre centre d'interaction avec la clientèle au 1 888 TOYOTA-8 (1 888 869-6828).



## An important message from Toyota Canada.

As you know, we have issued a recall on select Toyota models in response to reports that, in rare cases, there is the possibility that the accelerator pedal may mechanically stick.

We have also taken the unprecedented step of suspending the production and delivery of the affected models.

We regret any loss of peace of mind that this recall may have caused. But a recall was necessary because we place the safety of you, our customers, above everything else.

We mobilized our engineering teams around the world to immediately find a solution for the problem. And they have. This will be applied to all affected models – on the road and on the production line – so that every Toyota owner can continue to feel confident in their vehicle.

This week, we will begin mailing information directly to every Toyota owner affected by this recall, with instructions on exactly what they should do next.

For the latest information we encourage you to visit our updated website at [toyota.ca](http://toyota.ca), contact your dealer, or call the customer interaction centre at 1-888-TOYOTA-8 (1-888-869-6828).





# Un autre bon point – on préfère les imprimés

**Près de la moitié** des adultes âgés entre 18 et 64 ans disent **préférer** l'expérience de lire un **journal imprimé** plutôt que des sources en ligne.





# La force de l'imprimé

Je t'ai vu  
dans le  
journal



Si les journaux en  
parlaient!

## BOMBSHELL

Extortion  
charges for  
Ludwig in  
pipeline case

By RYAN CORRIER, HANNEKE BRODYMAN  
AND PAULA SIMON

EDMONTON — Corried oil patch bomber Wiebo Ludwig is to be charged with one count of extortion of the energy company EnCana, which has been the target of a mysterious series of attacks on gas pipelines in northeastern B.C. over the past 18 months. It's a stunning turn of events in the case, considering that Mr. Ludwig was said last year to be helping police bring the attacks to an end.  
See PIPELINE on Page A6

N'en parlez surtout pas  
sur la première page

**Times Transcript**  
141 YEARS  
WREATH, N.S.  
THURSDAY / 7 A.M.  
DECEMBER 17, 2009  
timestranscript.com

**Hasty MRI use 'playing with fire': MD**

■ The Moncton Hospital's imaging unit shut down after patients burned

BY JESSE HEMBLAND  
THE MONCTON STAR

Health-care officials are playing with fire if they reactivate The Moncton Hospital's MRI unit before the cause of a recent rash of unexplained burns is found, the department head says.

Dr. Roy Thibault, medical director of The Moncton Hospital's medical imaging department, says it is the absence of a known cause that worries radiologists.

"That is what makes it impossible to tell patients that, yes, this did happen but it won't happen to you," he said.

The magnetic resonance imaging equipment was shut down about two weeks ago after three patients suffered mysterious burns from The Moncton Hospital's MRI equipment over a seven-day period at the end of November.

An investigation from the burns determined no definitive cause, and thorough examinations by the equipment's manufacturer indicate that

► See BURNING AT

Letters to Santa  
Inside today/D5



**« Comment vos amis vous décriraient-ils? »**





# Excitant

« Nous continuons à croire en la valeur des entreprises médiatiques traditionnelles pourvu qu'elles soient prêtes à s'adapter, qu'elles présentent une bonne gamme d'actifs (y compris ceux moins touchés par les tendances à long terme), et qu'elles aient la force financière nécessaire pour investir dans leur adaptation. Nous croyons que nous vivons présentement dans la période la plus enlevante de toute l'histoire des médias. »

- *Scott Cuthbertson, analyste industriel,  
TD Securities*

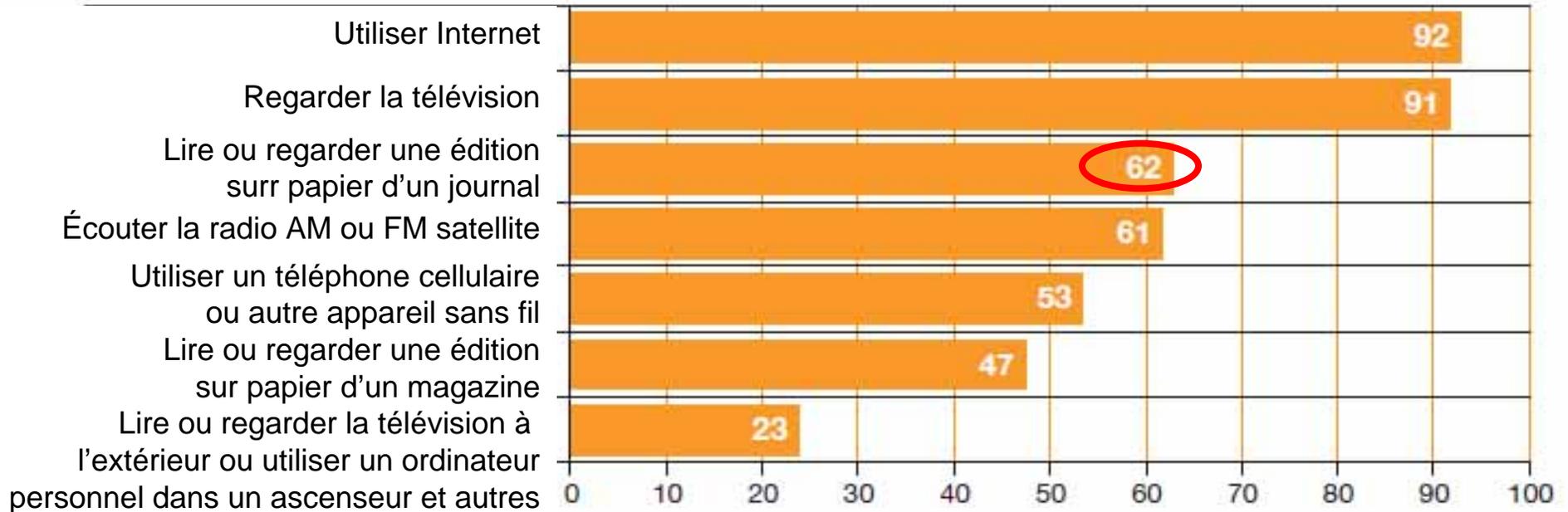




# Populaire

## Usage des médias hier, au Canada

Ont passé du temps à... Base : Tous les usagers d'Internet au Canada, 18 ans et plus





# Engageant

## 8 critères d'engagement :

Fiabilité

Connexion personnelle

Sait m'inspirer

Remarque habituellement

les publicités\*

Mon moment de relaxation

Rend ma vie plus belle

Améliore mes interactions avec les autres

J'aurais tendance à l'acheter\*

	Moyenne du % d'engagement	Moyenne de l'indice d'engagement	Moyenne du % d'engagement avec la publicité*	Moyenne de l'indice d'engagement Avec la publicité*
Journaux	43 %	109	37 %	118
Télévision	37 %	101	26 %	100
Radio	37 %	100	26 %	98
Internet	33 %	95	22 %	95
<b>Total des médias</b>	<b>37 %</b>	<b>100</b>	<b>26 %</b>	<b>100</b>





## Ouvert et positif (à la publicité)

Consommateurs ayant une opinion positive de la publicité :

**Imprimés (journaux et magazines) 52%**

Affichage 50%

Télévision 49%

Cinéma 45%

Courriels (avec adhésion) 36%

Radio 35%

Pub. de recherche en ligne 28%

Placement de produits 21%

Annonces en ligne 20%

Publipostage 14%

Courriels (sans adhésion / pourriels) 9%

Télémarketing 7%

Publicités sur appareils  
mobiles 6%



# Attirer l'attention et savoir influencer

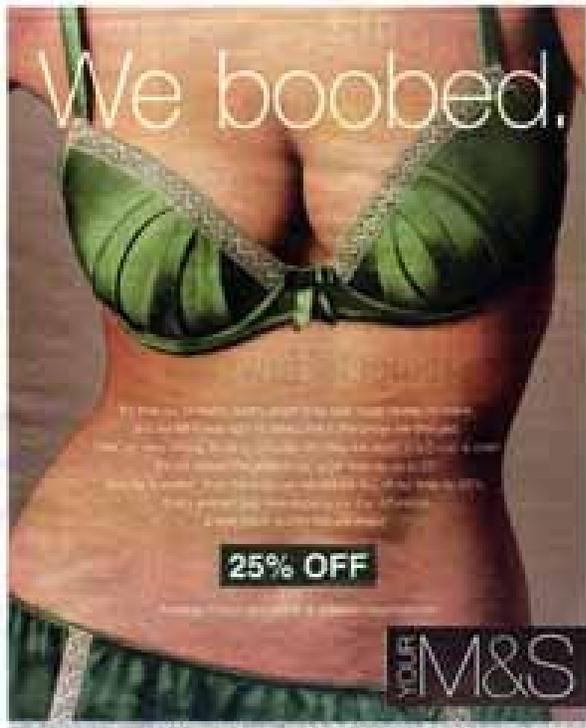
**73 % des lecteurs de journaux  
ont été influencés à acheter  
quelque chose après avoir vu  
une publicité dans un journal  
imprimé.**

Ipsos Reid for CNA 2010





# Attirer l'attention et influencer les achats



**Nous nous sommes  
doublement trompés!**

**Marque :**

Marks & Spencer

**Situation :**

Prix 2 livres plus élevé pour la  
taille DD

**Solution :**

La publicité dans le journal  
annonçait que le prix serait  
réduit de 2 livres en plus d'un  
rabais de 25 % pendant 2  
semaines





# Incitatif vers le Web

Je suis allé(e) en ligne pour me renseigner davantage sur quelque chose que j'avais lu dans le journal imprimé

**D'accord**



**70%**

Jusqu'à quel point êtes-vous d'accord avec ces énoncés :  
Base : Lecteurs de journaux n=669

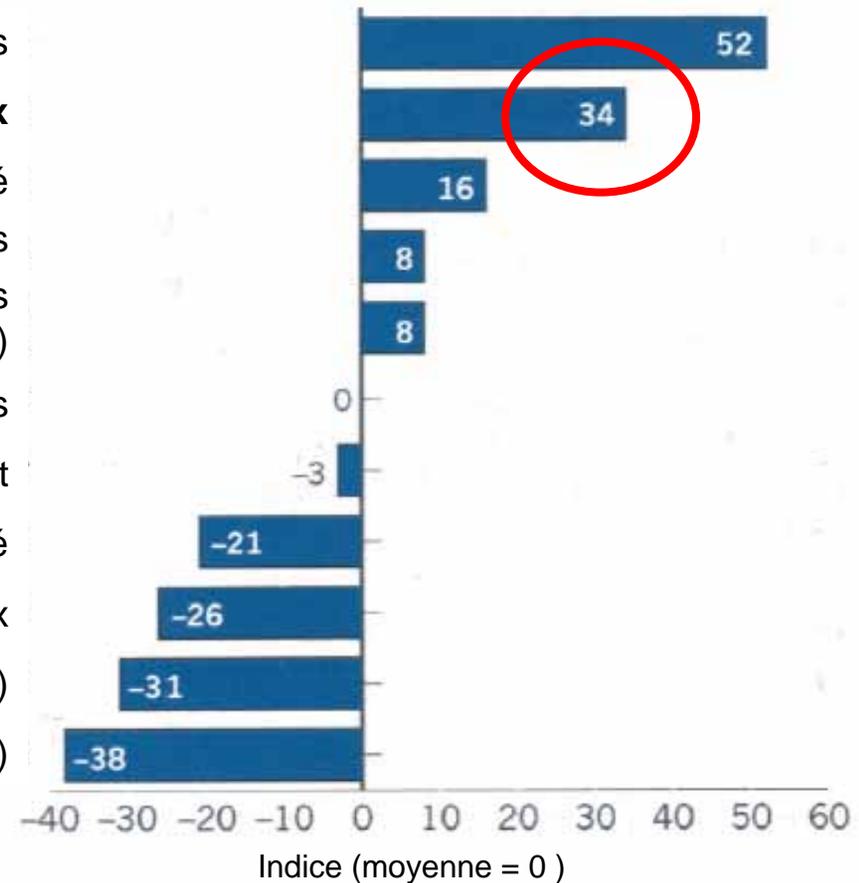




# Incitatif vers le Web

## Efficacité de la publicité à inciter les consommateurs à visiter le Web et à acheter en ligne

- Courriels envoyés aux consommateurs
- Publicités à la télévision ou dans les journaux**
- Publipostage ciblé ou personnalisé
- Lien de moteurs de recherche commandités
- Publicités sur/avec les factures ou relevés (encarts de tierce partie)
- Prospectus volants – magazines
- Texte mobile – client
- Publipostage non personnalisé
- Publicité sur les réseaux sociaux
- Courriel (sans adhésion)
- Texte mobile (sans adhésion)



Admap, article intitulé "Driving e-commerce traffic: online may not be the best way", décembre 2008





# Incitatif vers le Web



## Marque :

Vegemite – Nouvelle saveur de fromage

## Défi :

Les Australiens détestent le nom

## Solution :

Annonces dans le journal pour demander au public de voter en ligne pour trouver un nouveau nom.





# Incitatif vers le Web



## Marque :

Vegemite – Nouvelle saveur de fromage

## Défi :

Les Australiens détestent le nom

## Solution :

Annonces dans le journal pour demander au public de voter en ligne pour trouver un nouveau nom.





# Ouvert à l'expérimentation

## Plus d'intervenants



Nouveaux produits

Starlink



Calgary, Ottawa, Toronto, Vancouver, Montreal



## Contenu





**Êtes-vous  
à l'écoute de  
votre côté féminin?**



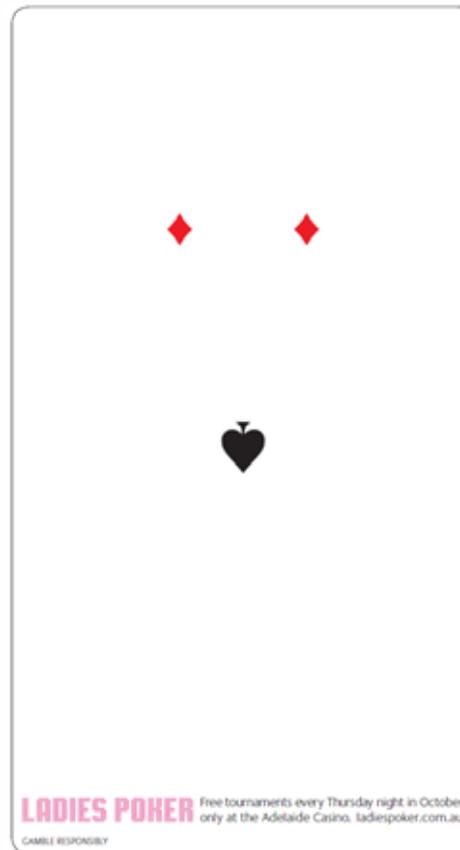


# Les femmes

Près de la moitié ont lu un quotidien hier

75 % ont lu un quotidien (imprimé ou en ligne) la semaine passée

76 % ont lu un des quatre derniers numéros d'un journal régional



**Poker féminin**

NADbank 2009;  
ComBase 2008/2009





# Ciblez tous les groupes

**« Les journaux  
fournissent une portée  
instantanée »**

*- Hugh Dow, président,  
Mediabrand Canada*

*National Post, article intitulé "The enduring newspaper: Advertisers still bullish on print", 27 avril 2009*





# Ciblez tous les groupes démographiques

O  
KA  
Y YOUR  
EYES ARE FINE  
BUT HOW ABOUT YOUR TEETH?  
*Dr. Kenneth Montague  
& Associates, Dentists*  
800 Barbara #503 (opposite Barbara Subway) Tel. 533-3712

Ça va vos yeux  
voient bien mais  
qu'en est-il  
de vos dents





# Les hommes

**51 %** ont lu un quotidien **hier**

**80 %** ont lu un **quotidien** (imprimé ou en ligne) la **semaine passée**

**72 %** ont lu **un des quatre derniers numéros** d'un journal **régional**



NADbank 2009;  
ComBase 2008/2009





# Les familles

**Près de la moitié** ont lu un quotidien **hier**

**Les trois quarts** ont lu un **quotidien** (imprimé ou en ligne) la **semaine passée**

**Les trois quarts** ont lu **un des quatre derniers numéros** d'un journal **régional**

**Need help? We're toilet trained.**

**Colours Like**  
 Contemporary stainless steel showerheads and faucets. Available in chrome, brushed nickel, or oil rubbed bronze. **\$489**

**Master Diamond II 1.28**  
 Made of high-quality vitreous china, this toilet is built to last. Features a 1.28 GPF flush valve and a 1.6 GPF toilet. **\$579**

**Carroll Coramite Dual Flush**  
 Features a dual flush valve and a 1.6 GPF toilet. Made of high-quality vitreous china. **\$399**

**Pearl Mariner™ Spa Whirlpool**  
 If you love the beach, you'll love the Pearl Mariner™ Spa Whirlpool. Features a 1.6 GPF flush valve and a 1.6 GPF toilet. **\$2749**

**25% OFF**

**Appliance Accessories**  
 The perfect accessories for your kitchen. Includes a variety of items, all at low prices. **\$429**

**Basin**  
 Features a white porcelain basin and a chrome faucet. **\$1699**

**TAPS 24 HOURS**

**TORONTO**  
 4000 LAWRENCE AVE. W.  
 UNIT 100-1010 (at Bayview)  
 905-709-8229 or 1-800-383-3379  
 Mon-Fri 9-5, Thurs 9-6, Sat 9-3

**MISSISSAUGA/OAKVILLE**  
 1000 VICKI BLVD.  
 UNIT 100-1010 (at Bayview)  
 905-276-1122 or 1-800-383-3379  
 www.tapsinc.com

**Besoin d'aide?  
 Nous sommes là  
 pour ça!**

NADbank 2009;  
 ComBase 2008/2009

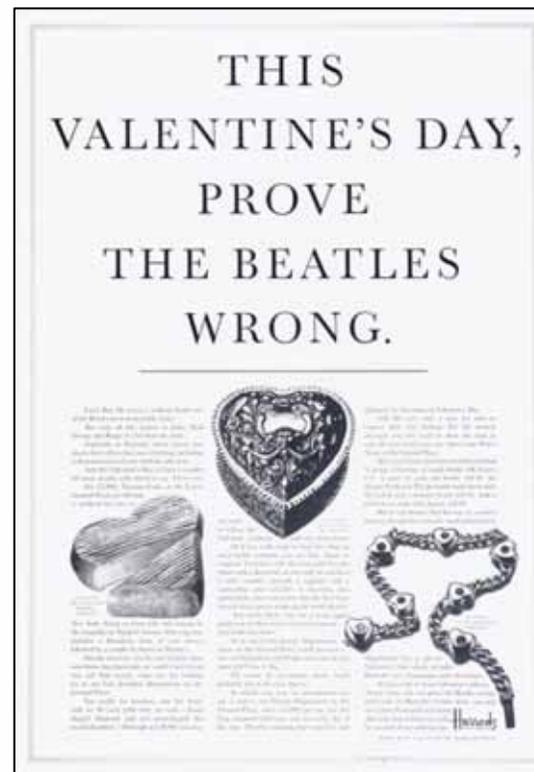


# Les baby-boomers

**56 %** ont lu un quotidien **hier**

**81 %** ont lu un **quotidien** (imprimé ou en ligne) la **semaine passée**

**79 %** ont lu **un des quatre derniers numéros** d'un journal **régional**



**Cette année, à la Saint-Valentin, prouvez que les Beatles avaient tort.**

NADbank 2009;  
ComBase 2008/2009  
Âgés entre 50 et 64 ans





# Les cadres du monde des affaires

50 % ont lu un quotidien hier

82 % ont lu un quotidien (imprimé ou en ligne) la semaine passée

75 % ont lu un des quatre derniers numéros d'un journal régional

Introducing Tracy Redies, our new CEO.  
She passed on fancy photos to give you lower fees.

We think Tracy is going to be a real find. Because she wants to bring you even more low fee and no fee products. And because unlike a big bank CEO, she won't be tucked away from the other people on the 30th floor of a skyscraper. No, she'll be on the 4th floor of our rather smart head office in Surrey. And space offers only a few of a bunch, meaning a customer like you. Tracy comes to us with outstanding credentials, including over 20 years experience in the financial industry. Both in SAC and IBC divisions, she lives right here in BC. So what's done to work. Which is great, since we don't have a corporate jet.

 coastcapital. *How can we help you?*

**Annonceur :**  
Coast Capital

**Titre :**  
Présentation de Tracy Redies,  
notre nouvelle PDG

**Texte :**  
A préféré ne pas faire faire de  
photos en studio pour vous  
donner de meilleurs tarifs

NADbank 2009;  
ComBase 2008/2009





## Les ados

### LECTURE

- 73% lisent les journaux
- 69% visitent les sites Web de journaux

### FRÉQUENCE

- 1 ado sur 4 lit le journal un jour de semaine typique
- 53% ont lu un journal la semaine passée  
(60 % chez les 15-17 ans)
- 4 sur 10 visitent souvent un site Web de journal

### PRINCIPAUX CAHIERS

- 52 % Nouvelles locales → 18-19 = 65 %
- 51 % Culture → 60 % chez les filles
- 48 % Bandes dessinées
- 42 % Nouvelles nationales
- 36 % Sports → 47 % chez les garçons

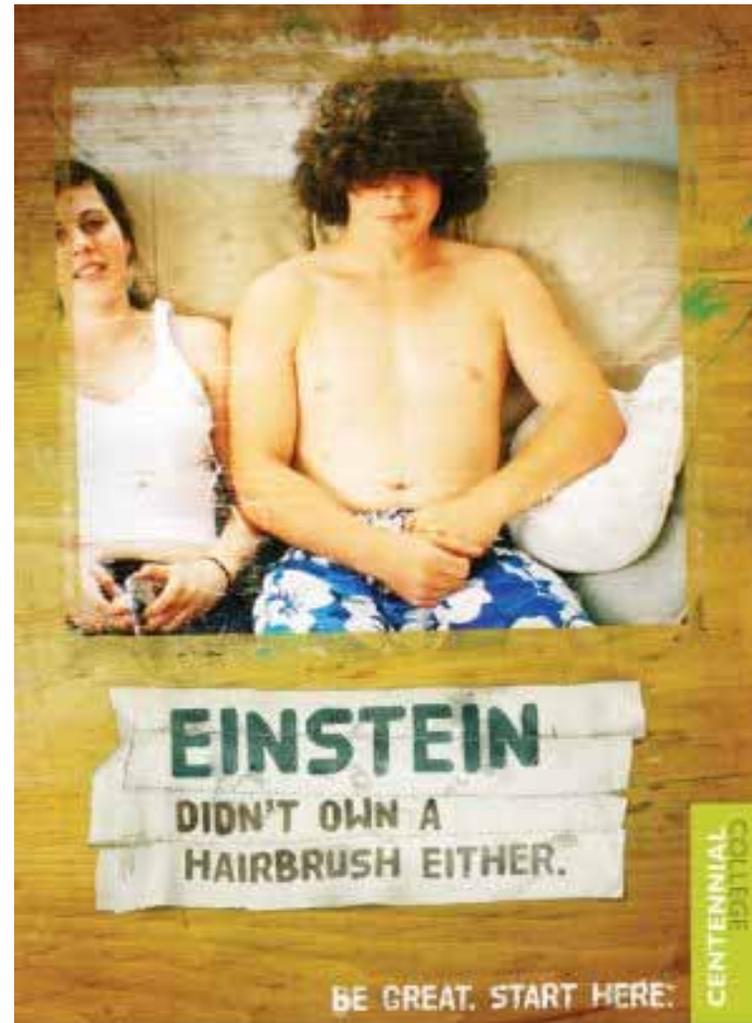
### DÉPENSES DES JEUNES LECTEURS

- 65 % veulent acheter une auto usagée
- 63 % veulent acheter un téléphone (année)
- 62 % ont visité un magasin à rayons\*
- 62 % ont visité un magasin spécialisé\*  
(par ex. : Old Navy, Abercrombie)

\* Derniers 30 jours



# Les ados



**Einstein  
n'avait pas  
de brosse à  
cheveux non  
plus.**





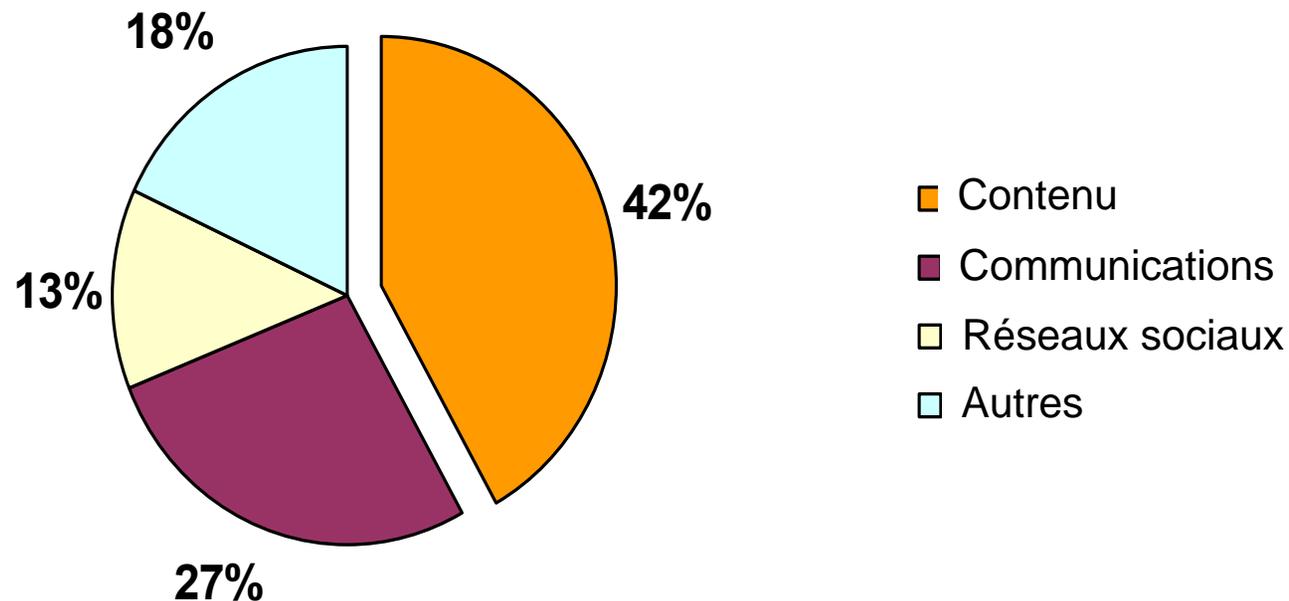
***J'ai vraiment hâte de voir de  
quoi tu as l'air en ligne!***





# Le contenu est la clé du succès

Où les usagers d'Internet passent-ils leur temps?



**Le contenu a crû – il était de 32% en 2003**





# Destination

- **37%** de tout l'achalandage sur Internet va vers des **sites Web de journaux**
- **Les sites Web de journaux** sont le **principal site local** dans 22 des 25 principaux marchés

Nielsen Online, avril 2010; National Post, article intitulé "It's like time travel: Power of the printed news has to hold our culture", 29 avril 2009





# Les utilisateurs de sites Web de journaux

- **30%** des Canadiens visitent un site Web de journal ou un concentrateur\*
- **Lisent les journaux imprimés** : La plupart (80 %) des lecteurs de sites Web de journaux lisent aussi un journal imprimé
- **Vont en ligne plus souvent** : 58 % vérifient Internet plusieurs fois par jour (contre 34 % pour les autres adultes qui vont en ligne)
- **Visitent d'autres sites en ligne** : 75 % ont vu quelque chose sur un site de journal et sont ensuite allés en ligne pour se renseigner davantage
- **Font des achats** : 62 % ont magasiné sur Internet (contre 55 % de tous les adultes) dans la dernière semaine^

\* Site global qui présente divers journaux (par ex.: CanWest qui publie Canada.com; Quebecor, Canoe.ca et Cyberpresse.ca, le site Web des journaux du groupe Gesca)

^ excludes grocery, gas, toiletries and drugs



## La publicité est très probante sur les sites Web de journaux

« Les publicités sur les sites Web qui offrent du contenu original, y compris ceux exploités par les **journaux, performent mieux** que celles sur les autres sites comme les portails... Les publicités sur les sites à contenu ont obtenu de meilleurs résultats que celles sur d'autres sites dans **quasi tous les 47 secteurs étudiés**, allant de la reconnaissance de la marque aux intentions d'achats...

(on a noté) une **forte réponse** chez les **18-34 ans** car ce groupe a **deux fois plus tendance** à avoir une opinion favorable d'une marque sur un site de contenu que sur un portail. »





## Les journaux et le Web

**Pris individuellement**, les sites Web de journaux et les journaux imprimés **sont aussi efficaces** en termes de publicité. **Lorsque combinés**, ils peuvent **améliorer l'efficacité générale de la publicité.**

Journal of Advertising Research, septembre 2009





# Les journaux et Internet

Non au massacre des rôties



**Marque :**

Beurre à tartiner Gay Lea

**Objectif :**

Renforcer les avantages du beurre qui se tartine

**Action :**

Après le lancement dans les magazines et en ligne, un test fut effectué dans les journaux et sur leurs sites Web.

**Résultats :**

- Toutes les métriques ont connu une hausse
- Bonne augmentation des ventes – la plus haute jamais enregistrée dans une région!



NOTORIÉTÉ DU PRODUIT (BEURRE À TARTINER)	+ 16 %
ESSAI DU PRODUIT (BEURRE À TARTINER)	+ 9 %
ADOPTION POSSIBLE DU PRODUIT	+ 20 %
MARQUE DE COMMERCE GAY LEA	+ 14 % (+ 23 % en ligne*)

\*En ligne, la reconnaissance de la marque dans l'annonce était plus forte et les résultats se sont avérés encore plus probants



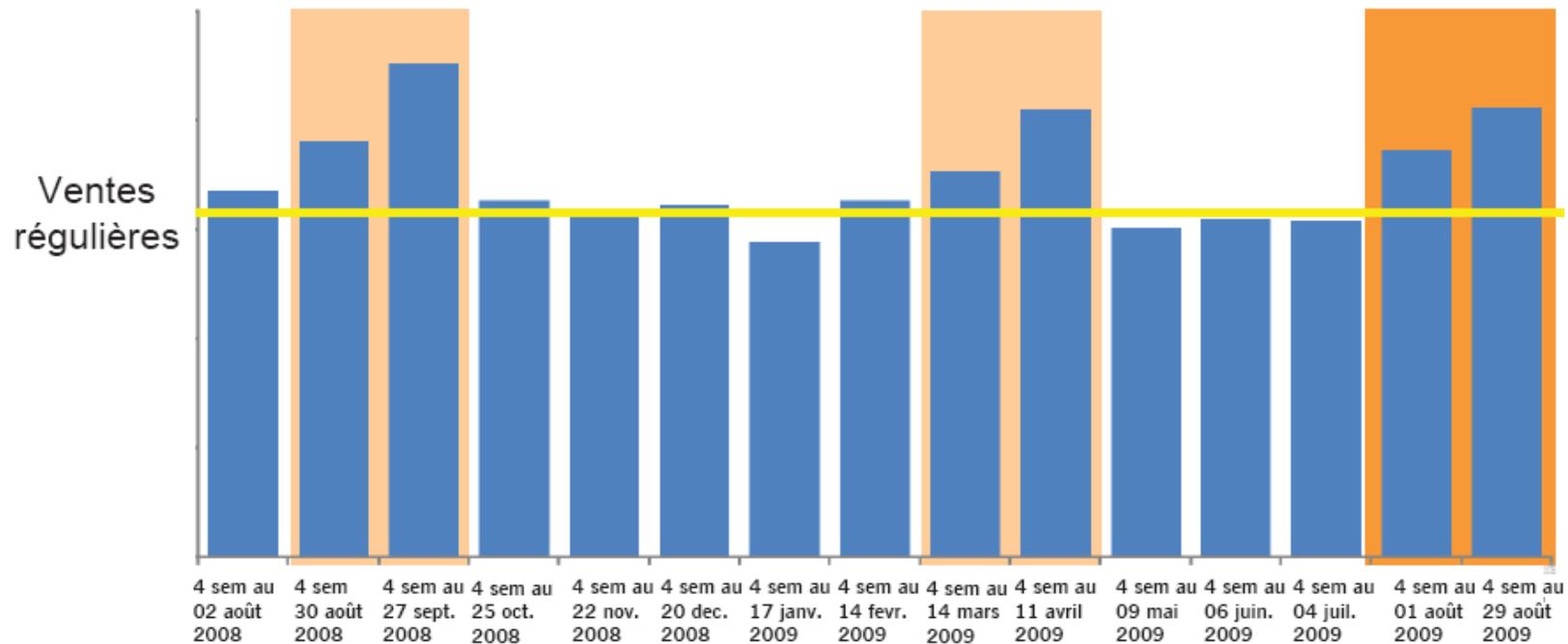


## Volume national

Important rabais  
du prix de vente

Important rabais  
du prix de vente

Publicité imprimée  
et en ligne  
20 juillet au 27  
août





**Travaillez-vous?  
Que faites-vous?  
Dans quelles  
sphères excellez-  
vous?**





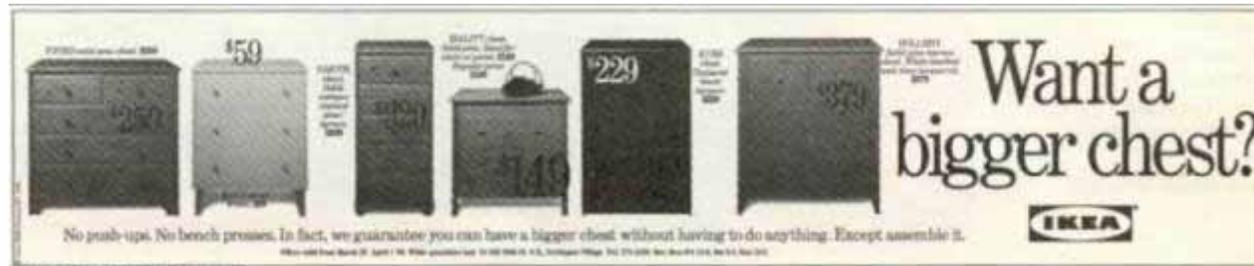
« Les journaux fonctionnent. C'est aussi simple que cela. Nous le savons. Ils attirent **l'attention**. Ils offrent **l'instantanéité, la crédibilité**. C'est un très très bon média pour **la vente au détail**... le meilleur jumelage en publicité des journaux se fait lorsqu'une annonce imprimée peut aider à **clore une vente**. »

- *Sunni Boot*  
*présidente et chef de la direction*  
*ZenithOptimedia Canada*





# Attention



Besoin de plus d'espace?





# Attention – À la une

100 649 7 MILLION

1.75% **NETOUR** AGE JUST A NUMBER TV PREVIEW TOUR

**Winnipeg Free Press**  
WEEKEND EDITION

**Going prorgue no Tory bestseller**  
Della dove Prime Minister Stephen Harper is doing himself no political favour by keeping the Conservative majority seat March 3 82

**On the FRONT LINES of air-travel CHAOS**  
Barbory Kives has a first-hand account of dysfunction in the skies after the worst for Christmas holidaying A10

**Warming their winter**  
Bill and Beverly Sutherland, one of the Winter Escapee resident winners, say the timing couldn't be better B8

**Today's lesson: keeping a secret**  
Digs for major crime scenes hidden, school officials must remain discreet B1

**Show us the money trail**  
Bank members want audit of \$1.5 M payment, Chief Justice deftly responds B3

**Hard path to Big Easy**  
City that's planned canoe trip to New Orleans, who sport immunity? B1

**NHL veteran a force** **Bombers sign Serna**

Small text at the bottom: Read Winnipeg Free Press online at www.winnipegfreepress.com

East Central Alberta

**REVIEW**

Thursday November 19, 2009 Volume 99, No. 43

**Professional bull riders have voted**  
The Professional Bull Riders have voted to support the 2010 World Finals of Vegas, Nevada. The 2010 World Finals will be held in Las Vegas, Nevada, on the 13th and 14th of November. The 2010 World Finals will be the largest and most prestigious event in the world. The 2010 World Finals will be held in Las Vegas, Nevada, on the 13th and 14th of November. The 2010 World Finals will be the largest and most prestigious event in the world.

**Volvo points on both sides**  
OPINION: Col. J. 'Monopoly' Coopers' Page 6

**Lab 67**  
LUBE OILS AND ACCESSORIES  
ADD POWER TOOLS TO YOUR SHOP!  
What is your choice of power tools to put in your shop?  
All Change from '98'  
Phone 888-822-4424-8882

**Future G**  
www.futureg.ca  
Supreme

We are Dealers for Supreme Vertical Mixer Wagons

**San Antonio Express-News**  
Thursday, July 30, 2009 | mySA.com  
The voice of South Texas since 1850

**TALKING BIG 12**  
UT and Tech gearing up for football season SPORTS 1D

**WILLIAMS TRYING TO MESH WITH ROMO** SPORTS 1D  
**SAISO EXPECTING 'UNACCEPTABLE' RATING** METRO 1B

**DOWNTOWN AREA | A TOURIST HAZARD**

**Council hears a plea for River Walk funds**

**'I didn't mean to do it. He told me to.'**

**Long-delayed upgrades are being pushed**

**Accord gives health care legislation a big boost**

**Handwriting on wall for teachers?**

**She wants Perry gone**

**FOR BACK TO SCHOOL**

**Look what's free!**



# Attention – Bien placé pour bien annoncer

**Renault won't fight crash allegations**  
Team principal, engineering director may face lifetime ban

**Pro surfing tournament comes to Canada**

going around in circles probably

The Planet Café Free Store for Families Serves from 11:30 to 4:30 pm at the Planet Café Centre for Family Excellence, 405 Kipling Ave., Etobicoke. Visit [www.planetcafe.ca](http://www.planetcafe.ca)

**Hostage swap only hope for couple as UK refuses to pay**

**DRIVE-YARD SHIFT DUSTING OFF DEATHS CORNERS**

**Bear whisperer explodes the honey myth**

**Toy Jews' are the peaceniks of J Street**

**Old statements reflect on the fall of Berlin Wall**

**Come fly with me.**

Profitez du réseau 5G+ le plus étendu du pays.

**C'est énorme.**

**Benoit Corbeil échappe de 15 mois de prison**

**Un fraudeur de retour derrière les barreaux**

**Une pension alimentaire record accordée à une divorcée en Ontario**

**Pensez de 5 ans avant de vous divorcer**

TELUS

**Open has backer**

PV21 Tour

golf

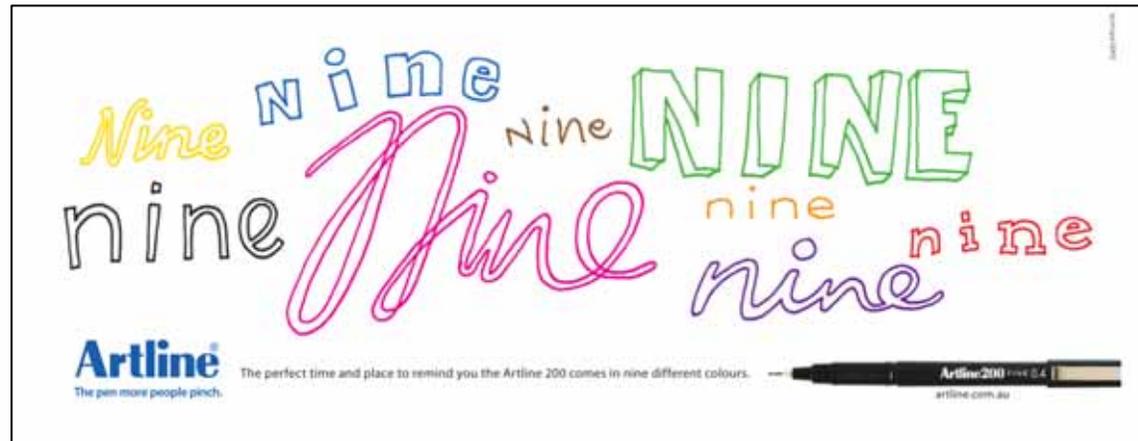


# Attention – Soyez unique





# Instantanéité – le Jour J



**Marque :**  
Marqueurs Artline

**Défi :**  
Promouvoir leurs 9 différentes couleurs

**Solution :**  
Une annonce publiée sur la page 9, le 9 septembre 2009





# Instantanéité – Répondre à la nouvelle

**Doing a fair edge:** The farmer uses his hedge-trimmer. Photo: ANTHONY PUGH

## It's cutting-hedge technology

OFFENSIVE? They'd take too long, a hedge? No fun at all. In New Zealand, there is only one way to trim a hedge — with a tractor and a pole-mounted mower.

The driver of the mower, who did not want to be named, admitted it was not the easiest way to trim his hedge in Capefildon, on the North Island.

But he said it was all done as a bit of a joke, as he wanted to film the usual. The video went better than the newspaper, and the tractor driver was doing a great job. But the hedge-trimmer before he had his hand after falling off the tractor.

**SOMEONE NEEDS A RYOBI HEDGE TRIMMER FOR CHRISTMAS**

**RYOBI**  
TOOLS YOU'LL WANT TO USE

A OUT ABOVE RYOBI.COM/NZ

**Texte :**  
 Quelqu'un  
 avait besoin  
 d'un taille-haie  
 Ryobi pour  
 Noël





# Crédibilité

"Unlimited local anytime any day." - Canadian Press

"phones should be unlimited talk any or night" - cnet

"unlimited local calling..." - news

"We need an unlimited voice and data plan" - Robust

No wonder you want unlimited plans: we all hate running out of



You asked for unlimited plans. We've got unlimited voice, unlimited text and unlimited data. [WINDmobile.ca](http://WINDmobile.ca)

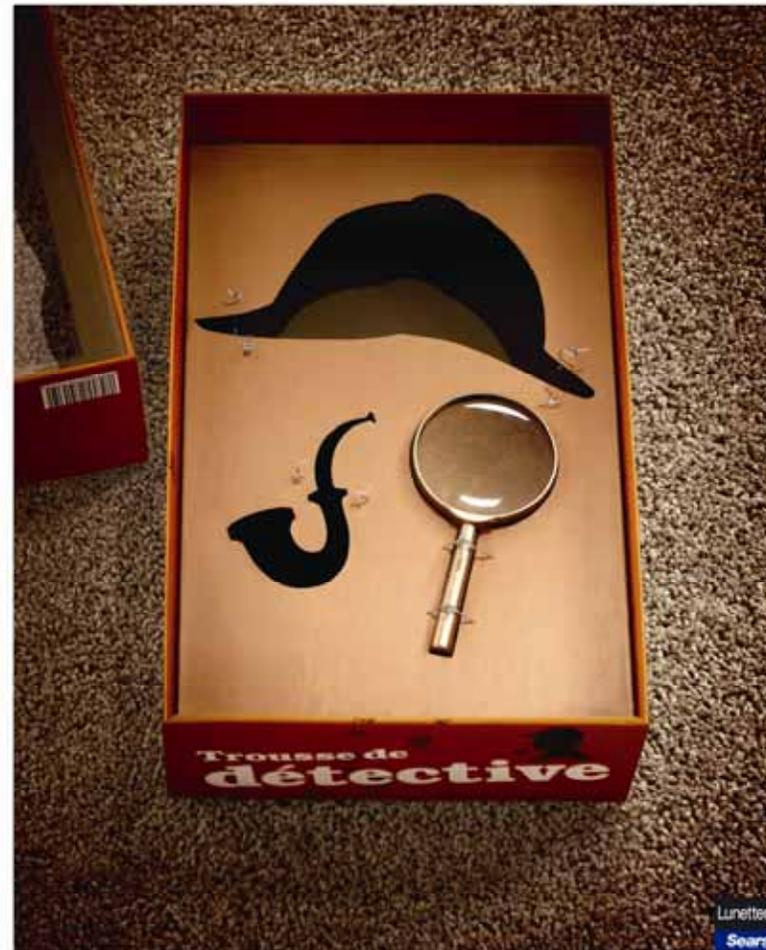
**WIND**  
The Power of Connection™

**Pas surprenant que vous vouliez un plan illimité... nous détestons tous manquer d'esp**





# Vente au détail



Les lunetteries  
Sears

\*Detective Kit\*

Sears Optical





## Vente au détail – marché local

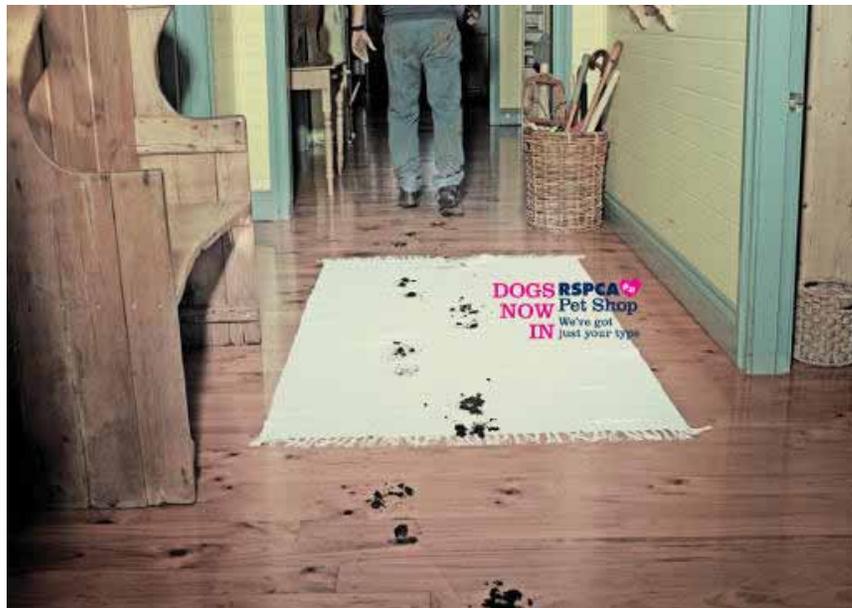


Parmi les adultes qui **n'avaient pas lu** un journal dans la dernière semaine, **36 % avaient UTILISÉ** un journal pendant cette même semaine. L'usage comprenait **le fait de regarder les soldes dans les magasins locaux**

**Annonceur :**  
Animalerie

**Titre :**  
DOGS NOW IN  
(LES CHIENS SONT  
LÂCHÉS!)

Scarborough 2008; MORI 2009





# Clore la vente

**THOMAS**  
Il s'est beaucoup  
promené mais n'a jamais  
oublié les déchets

**THOMAS**  
Grand voyageur  
Excellent mari

**IT'S BETTER WHEN YOU PLAN IT YOURSELF.**

**YES! I SEE THE BENEFIT OF PRE-PLANNING.**

LIFE, Estate Planner     Duffin Meadows Cemetery Pre-Planning Info Package  
 Funeral Info Package     A phone call to arrange an appointment

NAME \_\_\_\_\_  
STREET \_\_\_\_\_ APT \_\_\_\_\_  
CITY \_\_\_\_\_ POSTAL CODE \_\_\_\_\_ PHONE \_\_\_\_\_

MAIL TO:  
65 Overlea Blvd., Suite 500  
Toronto, Ontario M4H 1P1

I do not wish to receive any additional information or notifications in the future.

 Duffin Meadows Cemetery

**Texte :**  
**C'est toujours  
mieux quand  
on le planifie  
soi-même.**





# Démonstration

The big guys will overwhelm you.  
We'll just whelm you.

**Phil's**  
TV and Appliance

3141 Sylvania Ave

419-473-1115

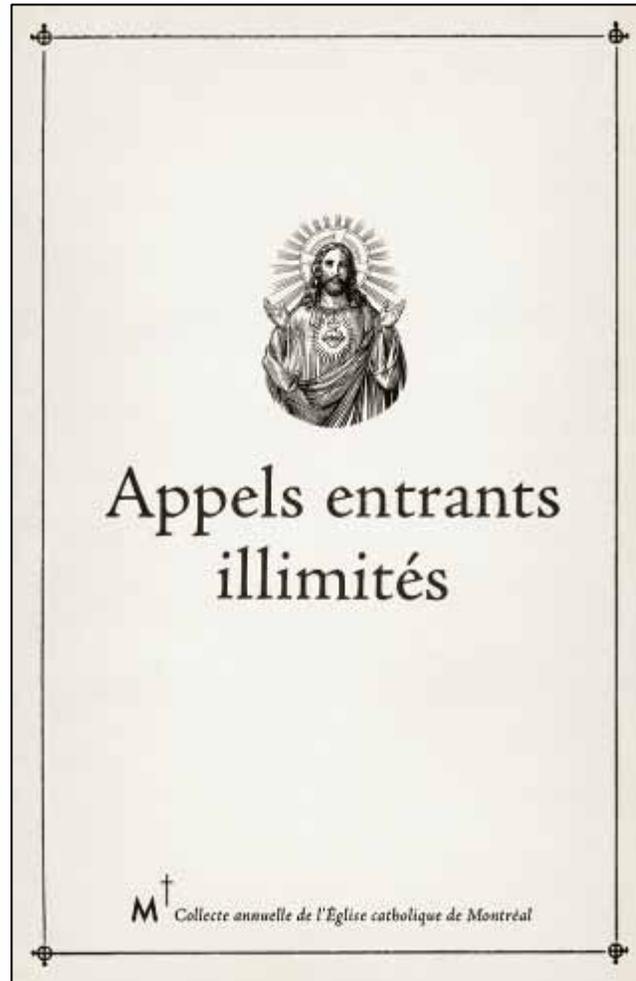
No Frills. Just Phil's.

Les grands noms vont vous surprendre.  
Nous allons vous servir.





# Pour faire bouger les choses

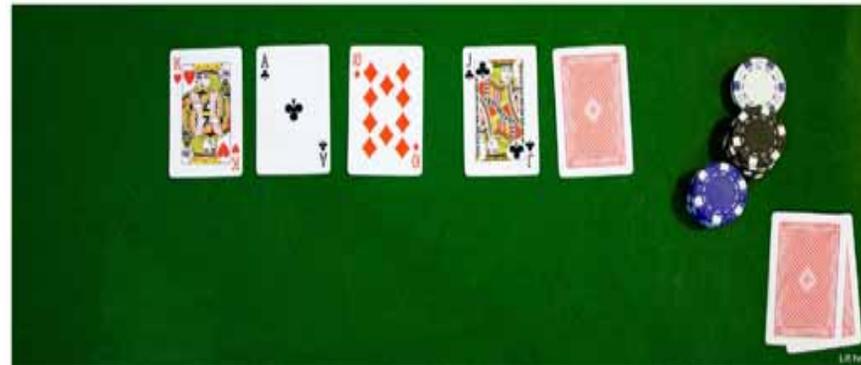


**Titre :**  
Appels entrants  
illimités





# Interactif





# Interactif



**Marque :**

Nations Unies

**Défi :**

Raviver le débat

**Solution :**

Image d'une bouche avec texte – pour recevoir un rappel afin d'entendre la vraie histoire de la personne en vedette.





# Interactif

## Codes de réponse rapide

**UNSEEN**  
UNIQUE PERSPECTIVES  
AND EXPERIENCES IN FILM

YOU COULD WIN THE ULTIMATE FILM FESTIVAL EXPERIENCE

ENTER AT → [CLUBSTELLAARTOIS.COM](http://CLUBSTELLAARTOIS.COM)

WANT TO GET INSIDE INFO?  
Scan the QR code to get more information about the festival and the beer.

**STELLA ARTOIS**  
LEGERE

**tiff.**

At our healthcare industry conference this week, more than 600 investors and executives made a prognosis for

# GOOD HEALTH

View the webcast presentations from our 2009 Focus on Healthcare Conference at [bmocm.com/healthcare](http://bmocm.com/healthcare).

Access our conference materials on your mobile phone by scanning this QR code with iScan's app.

**BMO Capital Markets\***  
Your ambition achieved.™

[www.tifs.com](http://www.tifs.com)





Mais je ne sais pas si ça va fonctionner... Quels sont vos antécédents? Je ne fais que regarder pour l'instant mais j'aimerais bien savoir si cette relation pourrait me convenir!





# Aide-mémoire publicitaire

<b>Principal média pour consulter la publicité</b>	
<i>Média</i>	<i>% des répondants</i>
<b>Journaux</b>	<b>41 %</b>
Internet	21 %
Publipostage	14 %
Télévision	8 %
Catalogues	6 %
Magazines	3 %
Radio	2 %
Aucun de ces médias	5 %

Source : MORI Research/NAA, juillet 2009; Center for Media Research, article intitulé "Newspapers Still Send Consumers To The Store", 10 août 2009





## Les résultats attendus

« Selon les annonceurs, la version **imprimée** du journal demeure le **média le plus efficace** pour atteindre cet objectif (le rendement du capital investi). **Nous voyons que cela fonctionne, nous pouvons suivre les résultats**, de dire Penny Stevens, présidente de Media Experts, un groupe torontois d'achats médias. »





# RCI

BrandScience a analysé 400 études de cas  
de marques de commerce

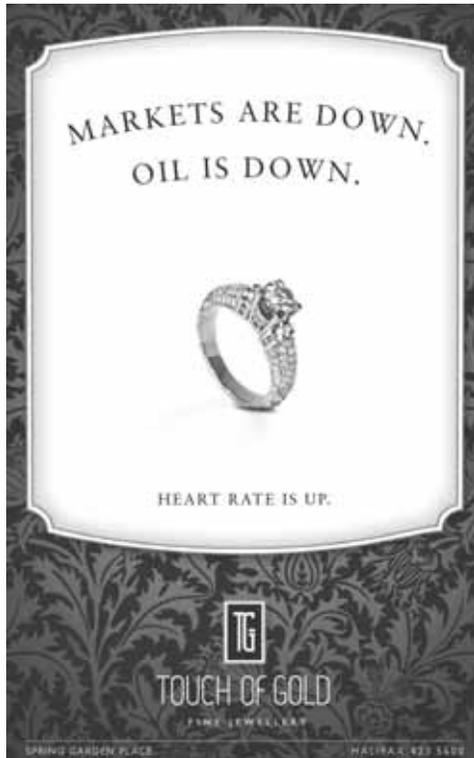
Somme dépensée	Média	Croissance des ventes
<b>Pour chaque livre sterling</b>	<b>Journal</b>	<b>£6.23</b>
For every livre sterling	Télévision	£3.57
For every livre sterling	Affichage	£3.57
For every livre sterling	En ligne	£2.23

Marketing Magazine UK, article intitulé : "Research claims outdoor advertising's ROI rivals TV", 22 septembre 2009





## Étude de cas



**Marchés à la baisse  
Baril de pétrole à la  
baisse  
Rythme cardiaque à  
la hausse**

**Marque :**  
Bijouterie Touch of Gold

**Défi :**

- Noël approche et il faut se démarquer

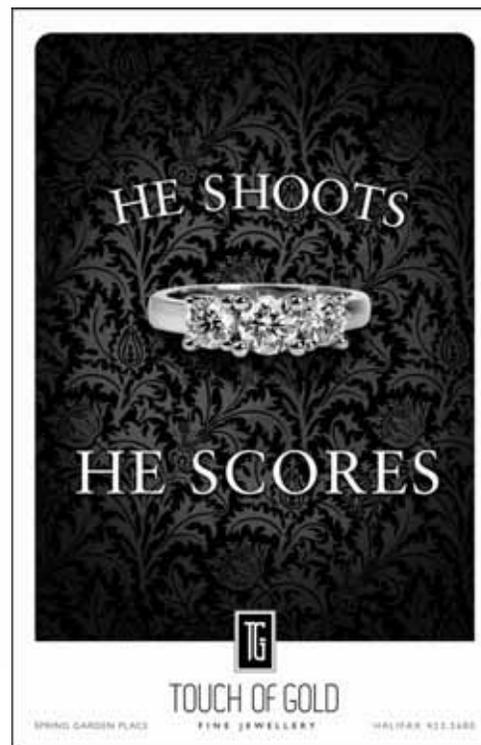
**Solution :**

- Publicité dans le journal et en magasin

**Résultats:**

- L'achalandage en magasin a augmenté (et le bouche à oreille)
- « Très satisfaits des résultats de cette campagne qui a utilisé les journaux. »

**Il lance...  
Et compte!**





# Entreprise à entreprise

**Marque :** The BrainStorm Group

**Défi :**

- Faire croître la notoriété de la marque dans un marché difficile
- Augmenter les visites au (nouveau) site Web

**Solution:**

- Annonce pleine page dans le journal

**Résultats:**

- 1600 nouveaux visiteurs sur le site le jour où l'annonce fut publiée
- Referait la même chose!



**Rabais de 40 000 \$ sur les frais d'agence**





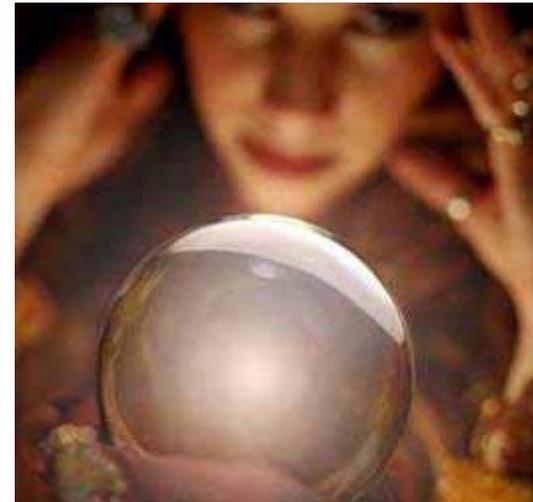
Comment voyez-vous  
l'avenir?  
Où vous voyez-vous  
dans cinq ans?





# L'avenir

- Contenu payant?
- Contenu hyper local
- Contenu généré par l'utilisateur
- Contenu et publicité vidéo
- Impression à l'externe
- Plus de couleur
- Plus de journaux gratuits?
- Journaux plus petits?
- Contenu à créneau ou personnalisable
- Applications
- Plus grand usage de la technologie





# Le journal personnalisé

Nationale und Internationale  
Tageszeitungen



Inhalte aus  
dem Internet

Deine Auswahl vereint in deiner niuu

## Niuu

- Lancé à Berlin
- Choix de cahiers provenant de 20 journaux
- À commander avant 14 h
- Éditions personnalisées livrées à domicile
- Coût : €1,80 (€1,20 pour étudiants)

Kooperationspartner:





# Journaux spécialisés



## Marque :

Movistar avec Publimetro de Metro

## Situation :

- Collectivité aveugle du Chili représentant 635 000 personnes
- Aucun journal ou magazine

## Solution :

Publication mensuelle en braille



# Un journal vertical?





# Tablettes électroniques

## Qu'est-ce que c'est :

Appareil électronique léger pour la lecture de livres, journaux et publications

(prix au détail : 260 \$ - 850 \$)

## Fabricants :

Amazon - Kindle (A et D),  
Barnes & Noble - Nook (B),  
Sony Reader (C),  
Apple iPad (E)

## Occasion d'affaires :

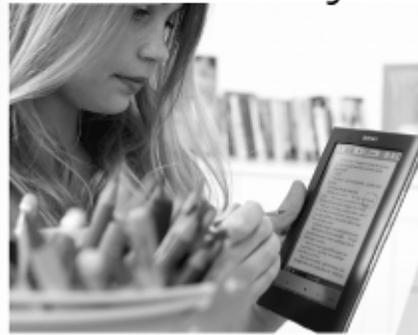
Les étudiants, les femmes  
Les ventes devraient doubler  
en 2010\*





Blyth Academy, Sony Canada  
and Pearson Canada make

# Digital Textbooks a reality



Blyth Academy is the first high school in Canada to announce the supply of Sony® Reader Digital Books in place of printed textbooks.

Together with Sony Canada and Pearson Canada, the world's largest educational publisher, Blyth Academy will replace traditional textbooks and provide each student with their own personal Sony Reader.

Blyth Academy is one of Canada's leading private schools with three campuses in Greater Toronto and International accredited programs in 28 countries around the world.

**For more information on Blyth Academy:**

[www.BlythEducation.com](http://www.BlythEducation.com)  
email: info@blytheducation.com  
416-960-3552

**Blyth**

be brilliant!

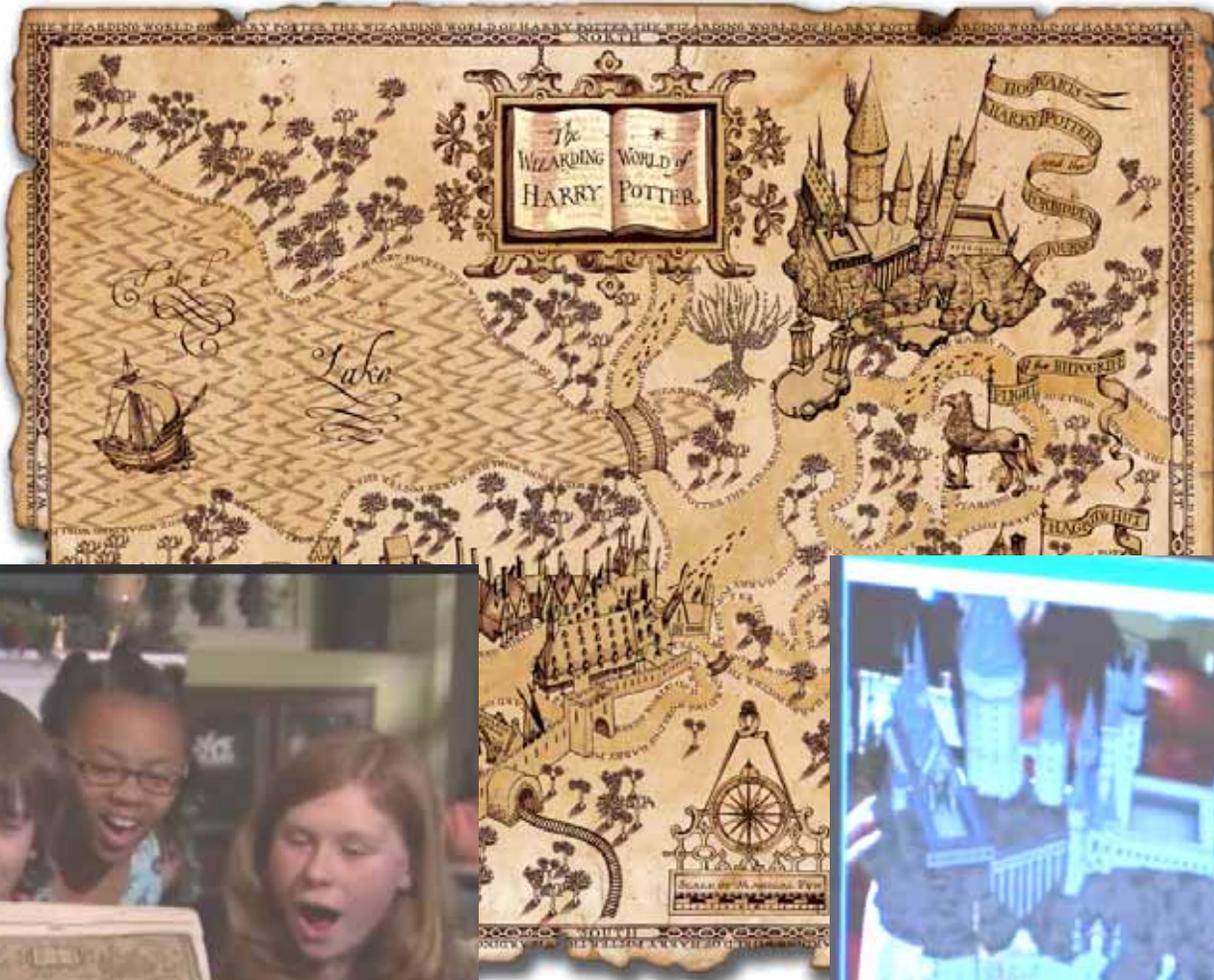


**Livres de cours  
numériques :  
maintenant une  
réalité**





# Réalité augmentée





# Interface gestuelle



Media Post, article intitulé : Fast Forward: Reality Check, 1er novembre 2009; <http://gizmodo.com/346845/orange-shows-off-gesture-based-interaction-screen-touch-screens-look-on-in-horror>



**Et finalement, avez-vous une philosophie personnelle?**





# Vivez longtemps!

Le 19 juin 2009,  
Tomoji Tanabe,  
l'homme le plus vieux du monde,  
est décédé au Japon.  
Il avait 113 ans.

Il buvait du lait  
**et lisait le journal chaque jour!**

Globe and Mail, 25 juin 2009





# Soyez heureux!

Que font les gens heureux?

## Ils lisent le journal!

Et ils lisent le journal en proportion importante dans tous les groupes démographiques.





**Je crois que nous sommes faits pour nous entendre!**



**Rencontres éclair**

**... j'aime les  
longues marches  
sur la plage, les  
longues marches  
dans le parc, les  
longues marches...**





