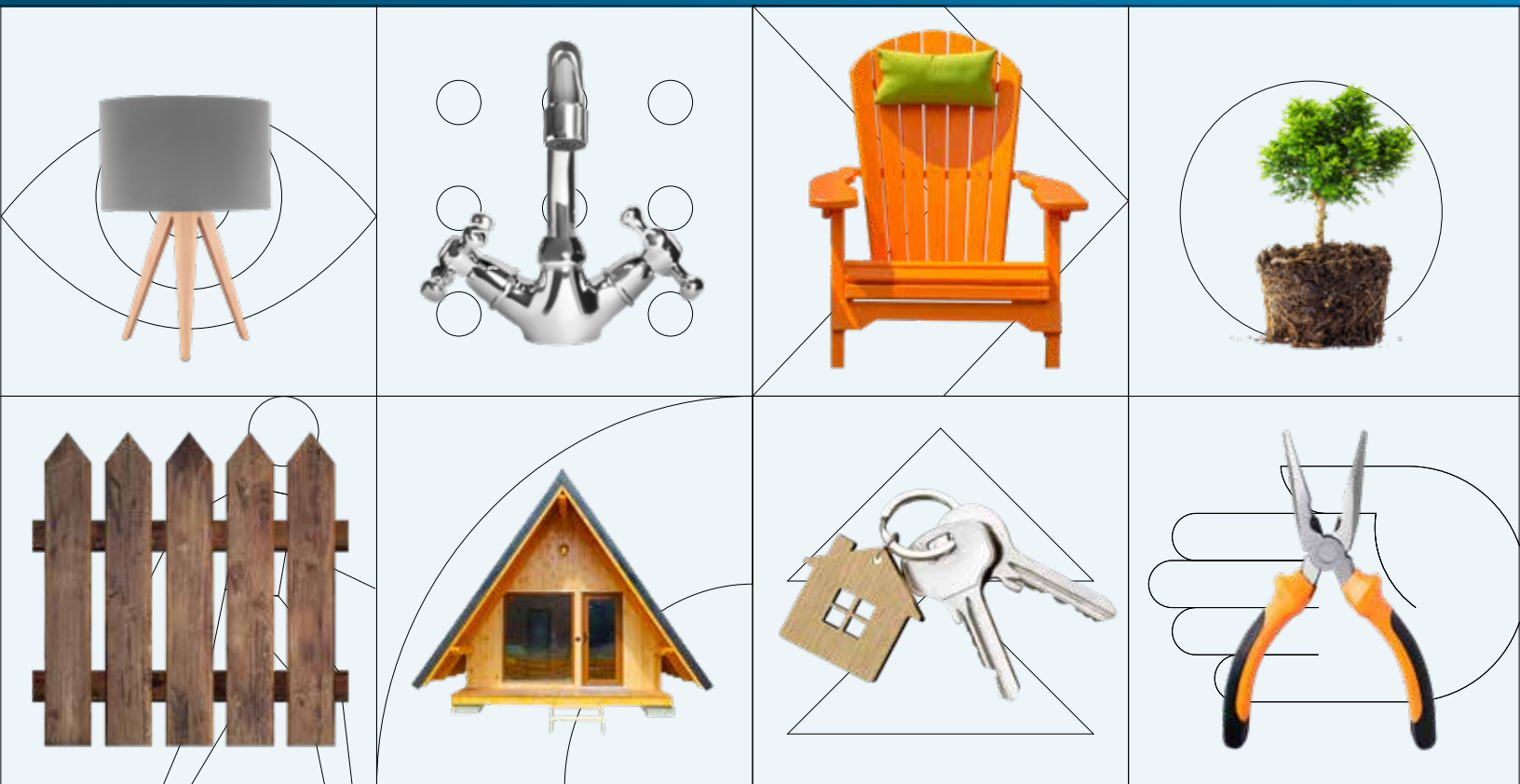




# CAMPAGNE MÉDIA

## DISTRICT HABITAT BROSSARD

Dates de la campagne : 7 octobre au 10 novembre 2024



- Cible principale : A25-64 ans, propriétaires avec projets de rénovation, construction et décoration.
- Cible secondaire : A25-54 ans et 18+ qui cherchent à acheter une première propriété.
- Marché : Rive-Sud de Montréal

## MÉDIAS TRADITIONNELS

### Télévision

Campagne télé de 15 sec. du 27 octobre au 9 novembre

#### NOOVO :

- 169 occasions x 15 sec
- 85% pointe
- 332 PEB

#### VIE:

- 298 occasions x 15 sec
- 50% pointe



### Radio

Du 27 octobre au 9 novembre

377 messages de 30 secondes

#### 98,5 FM

- 92 occasions x 30 secondes
- + 100 000 impressions audio-numériques géo-ciblées (Rive-Sud)

#### Rouge FM

- 113 occasions x 30 secondes

#### BOOM FM

- 36 occasions x 30 secondes

#### FM 103,3

- 36 occasions x 30 secondes

#### The Beat

- 60 occasions x 30 secondes
- + 100 000 impressions audio-numériques géo-ciblées (Rive-Sud)

#### CHOM FM

- 40 occasions x 30 secondes

### Panneaux d'autoroute

Du 21 octobre au 10 novembre

12 panneaux numériques

- 21 000 000 impressions



### Quartier DIX30

- Habillage des portes d'ascenseurs  
7 octobre au 10 novembre
- Affichage sur les écrans numérique du DIX30  
14 octobre au 10 novembre



# MÉDIAS NUMÉRIQUES

Campagne du 21 octobre au 10 novembre

## Placement de bannières à travers le web

- Nombre d'impressions : **+ 5M.**

## Vidéo

- Impressions : **2 075 881**
- Vues de vidéo à 100% : **1 351 320**



## La Presse

- L'Xtra dans la Presse+ :
  - Nombre d'impressions : **1 001 127**
  - **8 538** pages engagées 5 secondes+

- Publicité pleine page dans La Presse +
  - Nombre d'impressions : **129 234**
  - Taux de clics : **0,49%**

- Le concours du salon :
  - ½ écran sur la Presse +
  - Nombre d'impressions : **455 749**
  - Taux de clics : **0,58%**

Double îlot dans la Presse.ca et la Presse mobile

- Nombre d'impressions : **416 699**
- Taux de clics : **0,44%**

- Bannières dans la Presse.ca et la Presse mobile
  - Nombre d'impressions : **1 392 867**
  - Taux de clics : **0,444%**



## RELATIONS PUBLIQUES

- 1 communiqué de presse
- 1 entrevue radio

# OUTILS DE COMMUNICATION DU SALON

## Infolettres

8 infolettres envoyées entre le 13 septembre et le 10 novembre.

- Taux d'ouverture : **44 %**
- Taux de clics : **1,8 %**
- Augmentation du nombre d'abonnés de **15 %**

2 infolettres envoyées à l'ensemble des membres de l'APCHQ - MM (plus de 6200 membres)

- Taux d'ouverture : **49,1 %**
- Taux de clics : **1,2 %**

## Site web

- **31 000** utilisateurs
- **67 000** pages vues
- Durée moyenne sur le site : **46 secondes**

## Réseaux sociaux : Facebook et Instagram

- Impressions : **1 157 218**
- Vues de vidéos (15 sec) : **500 000 +**
- Visites sur la page Facebook : **11 500**
- Visites de la page Instagram : **1 000**

## MERCI À NOS PARTENAIRES

