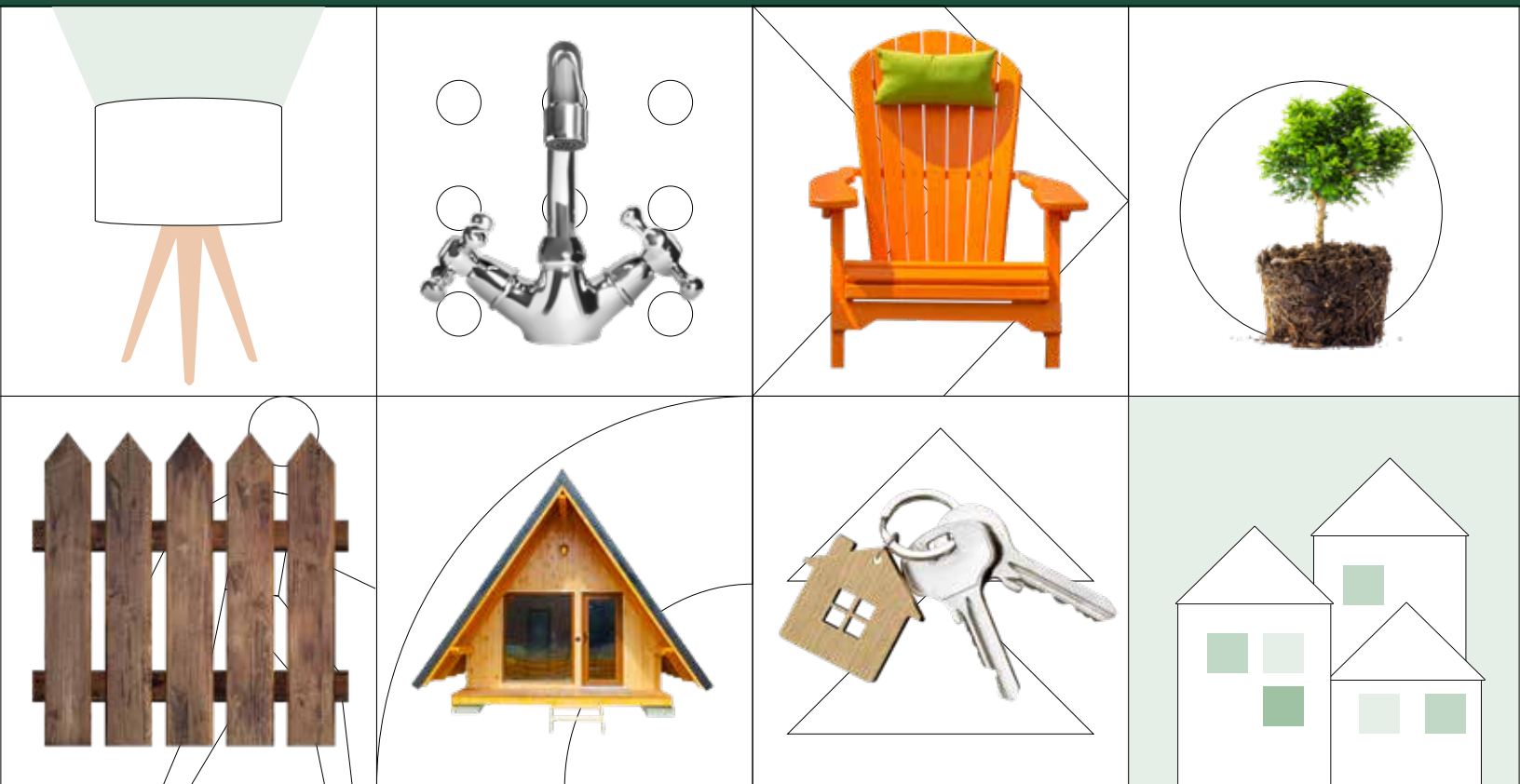


CAMPAGNE MÉDIA

DISTRICT HABITAT TERREBONNE

Dates de la campagne : 3 au 23 février 2025



- 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-Nord de Montréal (de Laval à Joliette)

MÉDIAS TRADITIONNELS

Télévision

Campagne télé de 15 sec. du 10 au 22 février

NOOVO :

- **228** occasions x 15 sec
- **75 %** pointe

TVA+ :

- **100 000** impressions

VIE:

- **273** occasions x 15 sec
- **50 %** pointe



Radio

Du 10 au 22 février

558 messages de 30 secondes

98,5 FM

- **140** occasions x 30 secondes

Rythme FM

- **130** occasions x 30 secondes

CJLM

- **43** occasions x 30 secondes

FM 103,3

- **131** occasions x 30 secondes

The Beat

- **60** occasions x 30 secondes

CIME

- **54** occasions x 30 secondes

Radio numérique géo-ciblée Rive-Nord

Du 3 au 22 février

- Audio-numérique 30 secondes : **676 286** impressions
- Pre-roll vidéo 15 secondes: **37 000** impressions
- Bannières publicitaires 5 formats : **175 000** impressions

Journal La Revue + Hebdo Rive-Nord

- Publicité avec un rabais de 5\$ dans les éditions papier du 5, 12 et 19 février + bannières dans les infolettres
- **25 000** impressions sur le site de La Revue

Journal de Montréal

- Publi-reportage + demie-page de publicité dans le cahier habitation du 15 février
- Demie-page de publicité dans l'édition du 19 février



MÉDIAS NUMÉRIQUES

Campagne du 10 au 23 février

Placement de bannières à travers le web

- Nombre d'impressions : **1 785 996**

Vidéos

- Impressions : **150 000+**



La Presse

- Publicité 1/2 écran dans La Presse +
 - Nombre d'impressions : **392 723**
 - Taux de clics : **0,49 %**
- Le concours du salon :
 - 1/2 écran sur la Presse +
 - Nombre d'impressions : **394 620**
 - Taux de clics : **1 %**



Double îlot dans la Presse.ca et la Presse mobile

- Nombre d'impressions : **976 351**
- Taux de clics : **0,52 %**
- Bannières dans la Presse.ca et la Presse mobile
 - Nombre d'impressions : **1 197 048**
 - Taux de clics : **0,50 %**



RELATIONS PUBLIQUES

- 2 communiqués de presse
- 8 entrevues réalisées en amont et sur place
- Au moins 24 mentions et couverture de presse
- Impressions totales: **+7,5M**

OUTILS DE COMMUNICATION DU SALON

Infolettres

8 infolettres envoyées entre le 22 janvier et le 23 février.

- Taux d'ouverture : **47,7 %**
- Taux de clics : **1,8 %**
- Augmentation du nombre d'abonnés de **36 %**

2 infolettres envoyées à l'ensemble des membres de l'APCHQ - MM (plus de 6300 membres)

- Taux d'ouverture : **47,5 %**
- Taux de clics : **0,9 %**

Site web

- **34 000** utilisateurs
- **81 307** pages vues
- Durée moyenne sur le site : **57 secondes**

Réseaux sociaux : Facebook et Instagram

- Vues de vidéos (15 sec) : **100 000 +**
- Total impressions Facebook : **1 109 216**.
- Total impressions Instagram : **3 801**

MERCI À NOS PARTENAIRES

