IMMOBILIER COMMERCIAL

AFFAIRES IMMOBILIÈRES ET DÉVELOPPPEMENT URBAIN

Trousse média **2025**

MAGAZINE D'INFORMATION JOURNALISTIQUE EN AFFAIRES IMMOBILIÈRES ET DÉVELOPPEMENT URBAIN

JBC MÉDIA

jbcmedia.ca

LE MAGAZINE DES DÉCIDEURS, DES GRANDS ACTEURS ET DES PROFESSIONNELS EN IMMOBILIER COMMERCIAL ET DÉVELOPPEMENT URBAIN AU QUÉBEC

IMMOBILIER COMMERCIAL

Trousse média 2025

FAITS SAILLANTS - Magazine *Immobilier commercial*

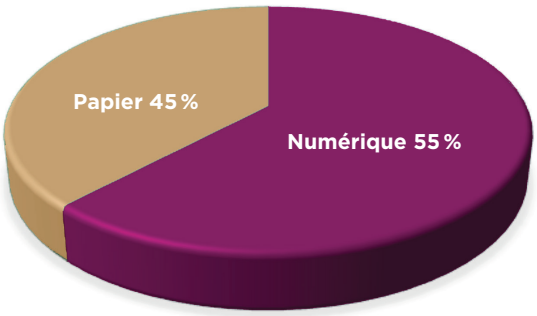
- DIFFUSION NUMÉRIQUE ET PAPIER
- IMPRESSION SUR PAPIER ÉCOLOGIQUE, CONTENANT 100 % DE FIBRES POSTCONSOMMATION, FABRIQUÉ AVEC UN PROCÉDÉ SANS CHLORE ET À PARTIR D'ÉNERGIE BIOGAZ
- PUBLIÉ 6 FOIS PAR ANNÉE POUR UNE 18e ANNÉE CONSÉCUTIVE
- CONTENU JOURNALISTIQUE DE QUALITÉ
- COUVRE TOUT LE QUÉBEC
- REJOINT LES GRANDS ACTEURS, PROPRIÉTAIRES, DÉVELOPPEURS ET INFLUENCEURS DE L'INDUSTRIE IMMOBILIÈRE DU SECTEUR PRIVÉ AU QUÉBEC, DE MÊME QUE LES PROFESSIONNELS QUI FONT PARTIE DE SON LARGE ÉCOSYSTÈME

DIFFUSION*

- Papier : 6 000 exemplaires bien ciblés
- Numérique : 7 475 envois bien ciblés par courriel

Total : 13 475 + rediffusion sur les réseaux sociaux

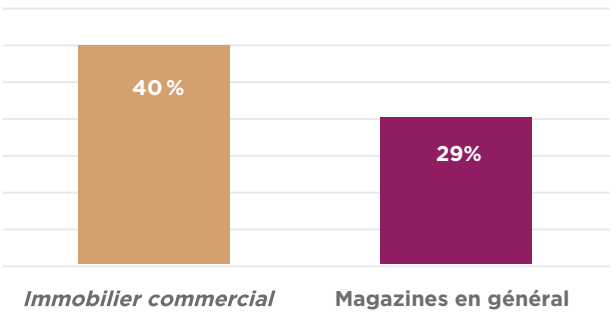
* Moyenne des 6 numéros de 2024



PORTÉE (Taux d'ouverture des magazines numériques)

- *Immobilier commercial* numérique*
- Lectorat des magazines au Canada**

* Moyenne des 6 numéros de 2024, Cyberimpact
** Vividata automne 2021, Adultes 18+



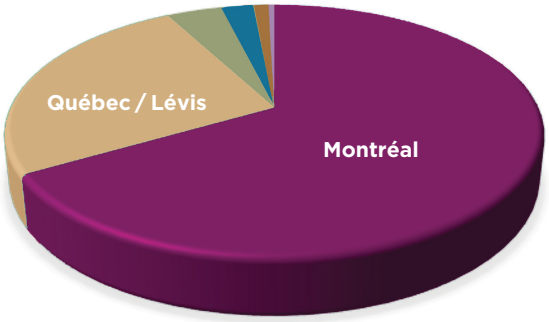
NOMBRE DE LECTEURS (exemplaires papier)

Les grandes agences de publicité accordent habituellement 3,5 lecteurs par exemplaire : 21 000 lecteurs.

JBC MÉDIA

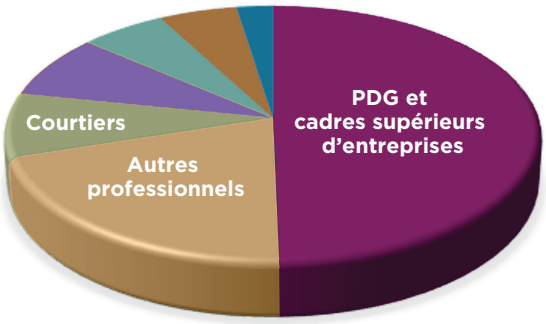
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

- Région de Montréal : 66,7 %
- Région de Québec / Lévis : 25,5 %
- Région de Gatineau : 4 %
- Région de Sherbrooke : 2,3 %
- Région de Trois-Rivières : 1 %
- Autres : 0,5 %



LECTORAT

- PDG et cadres supérieurs d'entreprises : 49,7 %
- Autres professionnels (évaluateurs, avocats, urbanistes, architectes, financiers…) : 20,4 %
- Courtiers experts en immobilier commercial : 8,1 %
- Élus (municipaux et Assemblée nationale) : 8,1 %
- Influenceurs (dirigeants et cadres supérieurs d'associations sectorielles, fonctionnaires, dirigeants d'ordres professionnels, membres de conseils d'administration) : 5,9 %
- Gestionnaires de grands immeubles privés : 5,3 %
- Enseignants, étudiants, bibliothèques : 2,5 %



NOTORIÉTÉ

- Proche collaborateur de BOMA Québec depuis 2012
- Proche collaborateur de la Chaire Ivanhoé Cambridge d'immobilier de l'ESG UQAM depuis 2012
- Proche collaborateur de l'Institut de développement urbain du Québec (IDU) depuis 2008
- Proche collaborateur du Cercle 13 depuis 2018
- Proche collaborateur de CREW M depuis 2012

POLITIQUE ÉDITORIALE ET QUALITÉ DES CONTENUS

Le contenu éditorial est indépendant du contenu publicitaire. Les articles sont signés par des journalistes indépendants et les chroniques par des experts invités. Tout contenu promotionnel porte la mention Reportage promotionnel ou Contenu commandité.

DOSSIERS THÉMATIQUES

Le magazine *Immobilier commercial* est une publication d'information générale en affaires immobilières et développement urbain. Nos lecteurs ne connaissent habituellement pas à l'avance les thèmes traités, ce qui attise leur intérêt à consulter avec empressement et curiosité chaque numéro.

Toutefois, avant la parution de chaque magazine, notre service des ventes a accès au contenu et il informe de façon ciblée les annonceurs occasionnels qui pourraient être intéressés par un thème se rapportant à leur secteur d'activités. Si vous êtes dans cette catégorie, vous pouvez faire part des thèmes qui vous intéressent à votre conseillère ou conseiller publicitaire afin de ne pas rater l'occasion d'être contacté advenant un article sur le sujet.

Il faut également savoir que le magazine compte plusieurs chroniques spécialisées qui reviennent d'un numéro à l'autre : développement durable, économie, droit immobilier, etc. Vous pouvez demander à ce que votre publicité soit insérée, dans la mesure du possible, près de la chronique qui vous intéresse. N'oubliez pas que nous rejoignons votre clientèle actuelle et potentielle à chaque édition. La meilleure stratégie en publicité demeure assurément la répétition de vos messages et/ou de votre image de marque.

Message important: *Mise à jour en date du 23 avril 2025.*
Veuillez noter qu'il est possible que nous apportions des ajustements de dates ou autres en cours d'année. Consultez les trousses média sur **jbcmedia.ca** afin de vous assurer d'avoir la version la plus récente.

DATES DE TOMBÉE

PARUTIONS	FÉVRIER MARS	AVRIL MAI	JUIN JUILLET	AOÛT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE	DÉCEMBRE JANVIER
Volume – numéro	18 – 1	18 – 2	18 – 3	18 – 4	18 – 5	18 – 6
Réservation d'espace	16 janvier 2025	7 mars 2025	7 mai 2025	27 juin 2025	5 septembre 2025	31 octobre 2025
Matériel à produire	17 janvier 2025	10 mars 2025	9 mai 2025	30 juin 2025	8 septembre 2025	3 novembre 2025
Matériel prêt à imprimer	20 janvier 2025	12 mars 2025	12 mai 2025	2 juillet 2025	10 septembre 2025	5 novembre 2025
Distribution	Début février 2025	Début avril 2025	Début juin 2025	Début août 2025	Début octobre 2025	Début décembre 2025

TARIFS PUBLICITAIRES

FORMAT	1 x	3 x	6 x	2 ANS 12 x
Double page	8 480 $	7 855 $	6 755 $	6 215 $
Pleine page	5 695 $	5 240 $	4 495 $	4 155 $
2/3 page	4 870 $	4 390 $	3 920 $	3 665 $
1/2 page îlot	3 765 $	3 530 $	3 045 $	2 795 $
1/2 page	3 395 $	3 160 $	2 690 $	2 570 $
1/3 page carré	2 690$	2 450 $	1 980 $	1 860 $
1/3 page	2 150 $	1 925 $	1 555 $	1 435 $
1/4 page	1 925 $	1 680 $	1 310 $	1 190 $
C-2	–	–	6 670 $	6 070$
C-3	–	–	6 295 $	5 695 $
C-4	–	–	6 895 $	6 305 $
Avis de nomination A (max. 150 mots)	935 $	–	–	–
Avis de nomination B (max. 60 mots)	710 $	–	–	–
CONTENU COMMANDITÉ : Informez-vous de nos forfaits sur mesure pour un contenu commandité, comprenant au besoin l'apport de notre équipe pour la rédaction et les photos.				

FRAIS DE PRODUCTION : Supplément de 10 % si nous produisons votre publicité. Ne s'applique pas aux avis de nomination.

CONDITIONS DE PAIEMENT : Facturation sur parution. Tarifs bruts*. Taxes en sus.

À noter que nous vérifions les spécifications techniques de toutes les publicités que nous recevons.
Celles-ci sont également révisées sans frais par notre service linguistique.
S'il y a lieu, nous vous informerons de tout problème technique ou de toute recommandation linguistique.
C'est notre façon de vous en donner plus !

*** Le matériel provenant des agences commissionnables doit être prêt à imprimer.**

FORMATS DE PUBLICITÉS

LOGICIELS : InDesign, Photoshop ou Illustrator (MAC)

TYPE DE FICHIER – PDF EN HAUTE RÉSOLUTION

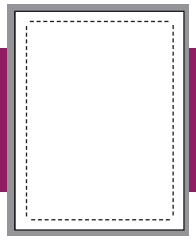
Les images doivent être en CMYK, à 300 ppp à 100%.

Aucune couleur RGB ou PANTONE

Si vous nous envoyez néanmoins un fichier en mode RVB ou PANTONE, il sera transformé obligatoirement en CMJN. La conversion en CMJN risque de modifier les couleurs par rapport au rendu sur écran.

Assurez-vous que les marques de coupe ne sont pas dans les marges perdues.

1 PAGE

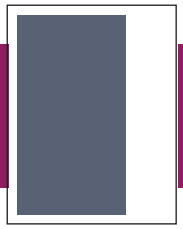


COUPE
Largeur Hauteur
8,5 po X 11 po

SÛRETÉ
Largeur Hauteur
7,75 po X 10,25 po

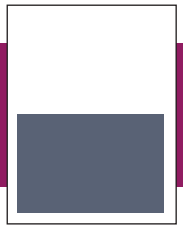
MARGES PERDUES
Largeur Hauteur
8,75 po X 11,25 po

2/3 PAGE

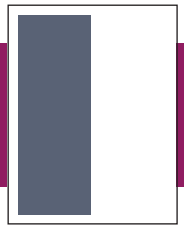


FORMAT VERTICAL
Largeur Hauteur
5 po X 9,65 po

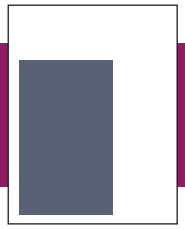
1/2 PAGE



FORMAT HORIZONTAL
Largeur Hauteur
7 po X 4,625 po

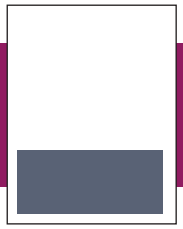


FORMAT VERTICAL
Largeur Hauteur
3,5 po X 9,65 po

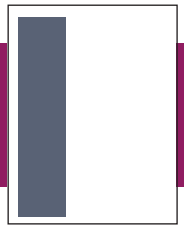


FORMAT ÎLOT
Largeur Hauteur
4,75 po X 7,5 po

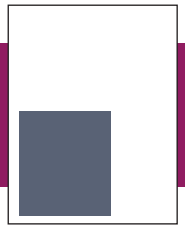
1/3 PAGE



FORMAT HORIZONTAL
Largeur Hauteur
7 po X 3 po

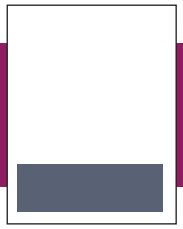


FORMAT VERTICAL
Largeur Hauteur
2,33 po X 9,65 po

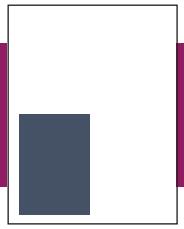


FORMAT CARRÉ
Largeur Hauteur
4,75 po X 4,625 po

1/4 PAGE

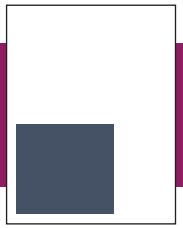


FORMAT HORIZONTAL
Largeur Hauteur
7 po X 2,25 po

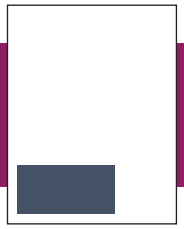


FORMAT VERTICAL
Largeur Hauteur
3,375 po X 4,625 po

AVIS DE NOMINATION



FORMAT A
MAX. 150 MOTS
Largeur Hauteur
4,90 po X 4,50 po



FORMAT B
MAX. 60 MOTS
Largeur Hauteur
4,90 po X 2,45 po

JBC MÉDIA

IMMOBILIER COMMERCIAL

Trousse média 2025

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS, COMMUNIQUEZ AVEC NOUS.

70, rue De La Barre, bureau 120
Longueuil (Québec) J4K 5J3

MONTRÉAL 450 670-7770
QUÉBEC 418 317-0669
SANS FRAIS 1 866 446-3185

info@jbcmedia.ca

jbcmedia.ca

VENTES
ventes@jbcmedia.ca

SERVICE À LA CLIENTÈLE ET ADMINISTRATION
administration@jbcmedia.ca

ABONNEMENTS
abonnement@jbcmedia.ca

JBC MÉDIA