

IMMOBILIER **C O M M E R C I A L**

Trousse média 2022

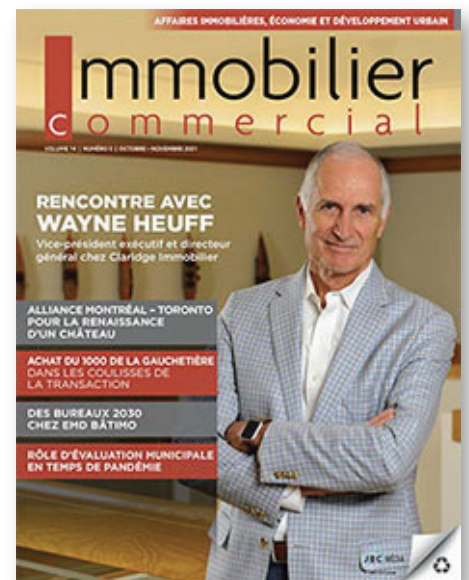


**MAGAZINE D'INFORMATION JOURNALISTIQUE
EN AFFAIRES IMMOBILIÈRES ET DÉVELOPPEMENT URBAIN**



jbcmedia.ca

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



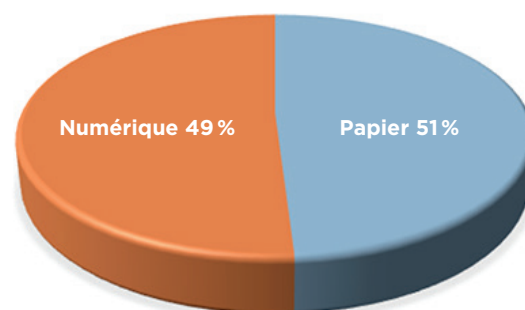
FAITS SAILLANTS

- ▶ DIFFUSION NUMÉRIQUE ET PAPIER
- ▶ IMPRESSION SUR PAPIER RECYCLÉ CERTIFIÉ, CONTENANT 100 % DE FIBRES POSTCONSOMMATION, FABRIQUÉ AVEC UN PROCÉDÉ SANS CHLORE ET À PARTIR D'ÉNERGIE BIOGAZ
- ▶ PUBLIÉ 6 FOIS PAR ANNÉE POUR UNE 15^e 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: 8 000 exemplaires postés
 - Numérique: 7 830 envois ciblés par courriel
- Total: 15 830

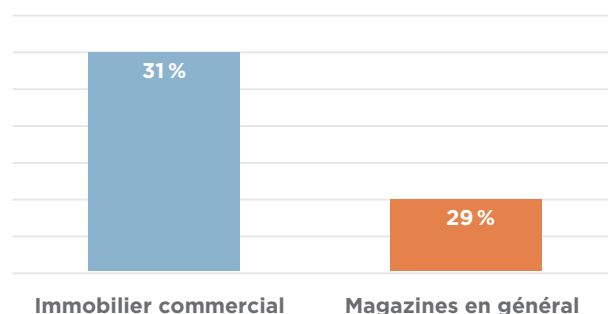
* Moyenne des 3 derniers numéros de 2021



PORTÉE (Taux d'ouverture des magazines numériques)

- *Immobilier commercial* numérique*
- Lectorat des magazines au Canada, Vividata automne 2021, Adultes 18+

* Volume 14, numéro 6, automne 2021, Cyberimpact

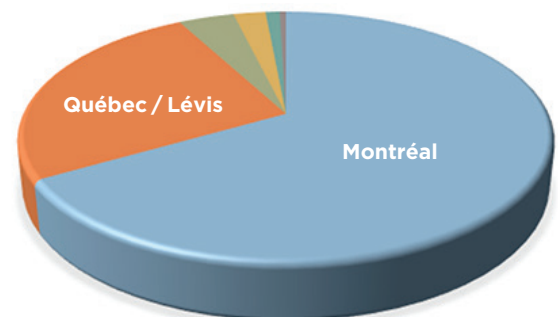


NOMBRE DE LECTEURS (exemplaires papier)

Les grandes agences de publicité accordent habituellement 3,5 lecteurs par exemplaire: 28 000 lecteurs.

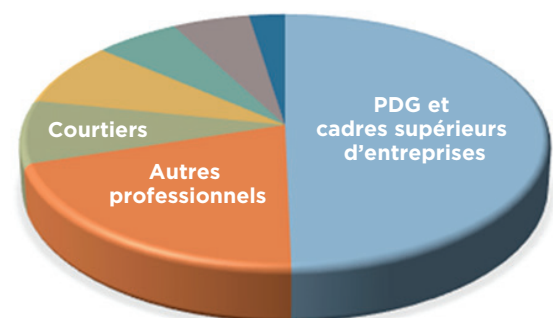
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

- 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%



LECTEURS MEMBRES DE L'INSTITUT DE DÉVELOPPEMENT URBAIN DU QUÉBEC (IDU): 26,5 %
AUTRES LECTEURS: 73,5 %

NOTORIÉTÉ

- Partenaire média de l'Institut de développement urbain du Québec (IDU) depuis 2008
- Partenaire média du Sommet immobilier de Montréal depuis 2009
- Partenaire média de la Chaire Ivanhoé Cambridge d'immobilier de l'ESG UQAM depuis 2012
- Partenaire média du Cercle 13 depuis 2018
- Participant actif au Marché international des professionnels de l'immobilier (MIPIM) pour faire valoir l'offre de Montréal et du Québec en immobilier commercial à Cannes depuis 2009
- Collaborateur de CREW M depuis 2012
- Collaborateur de BOMA Québec 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.

MARCHÉ HORS QUÉBEC

Une version nationale numérique 100 % anglophone (*Commercial Real Estate News – Québec Market*) sera diffusée par courriel au cours de l'année 2022, principalement dans les régions de Toronto et de Vancouver. Des statistiques seront disponibles dans la trousse média 2023, si nous poursuivons ce projet pilote qui vise à faire valoir l'offre immobilière du Québec et ses principaux acteurs.

DOSSIERS THÉMATIQUES ET PROMOTIONNELS

FÉVRIER: RÉTROSPECTIVE ANNUELLE

AVRIL: LES FEMMES DE L'IMMOBILIER
PRÉVISIONS ÉCONOMIQUES
IMMO LONGUEUIL

JUIN: IMMO LAVAL

AOÛT: DOSSIER SPÉCIAL IDU
IMMO QUÉBEC/LÉVIS

OCTOBRE: LES GRANDS COURTIERS
IMMO GATINEAU

DÉCEMBRE: AVOCATS EXPERTS EN
IMMOBILIER COMMERCIAL
IMMO TROIS-RIVIÈRES/
SHERBROOKE

Message important : Mise à jour en date du 26 mai 2022.

Veuillez noter qu'il est possible que nous apportions des ajustements de dates ou autres en cours d'année. Consultez les troupes média sur jbcmedia.ca afin de vous assurer d'avoir la version la plus récente.



Trousse média 2022

DATES DE TOMBÉE

PARUTIONS	FÉVRIER MARS	AVRIL MAI	JUIN JUILLET	AOÛT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE	DÉCEMBRE JANVIER
Volume – numéro	15 – 1	15 – 2	15 – 3	15 – 4	15 – 5	15 – 6
Réservation d'espace	20 janvier 2022	11 mars 2022	6 mai 2022	22 juin 2022	9 septembre 2022	4 novembre 2022
Matériel à produire	24 janvier 2022	14 mars 2022	9 mai 2022	27 juin 2022	12 septembre 2022	7 novembre 2022
Matériel prêt à imprimer	26 janvier 2022	16 mars 2022	11 mai 2022	29 juin 2022	14 septembre 2022	9 novembre 2022
Distribution	Début février 2022	Début avril 2022	Fin mai 2022	Début août 2022	Début octobre 2022	Fin novembre 2022

TARIFS PUBLICITAIRES

PARUTIONS	1 x	3 x	6 x	2 ANS 12 x
Double page	7 500 \$	6 950 \$	5 980 \$	5 500 \$
Pleine page	5 045 \$	4 635 \$	3 985 \$	3 675 \$
2/3 page	4 305 \$	3 885 \$	3 465 \$	3 245 \$
1/2 page îlot	3 325 \$	3 115 \$	2 695 \$	2 485 \$
1/2 page	3 015 \$	2 795 \$	2 375 \$	2 275 \$
1/3 page carré	2 375 \$	2 165 \$	1 745 \$	1 645 \$
1/3 page	1 895 \$	1 695 \$	1 375 \$	1 275 \$
1/4 page	1 695 \$	1 475 \$	1 155 \$	1 055 \$
C-2	–	–	5 895 \$	5 365 \$
C-3	–	–	5 575 \$	5 045 \$
C-4	–	–	6 095 \$	5 575 \$
Avis de nomination A (max. 150 mots)	825 \$	–	–	–
Avis de nomination B (max. 60 mots)	625 \$	–	–	–
CONTENUS COMMANDITÉS : FORMATS PLEINE PAGE OU DOUBLE PAGE SEULEMENT + 500 \$ la page si nous assumons la rédaction.				

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 FICHER PDF : PDF/X-1A ou Presse

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

Utilisez le profil d'impression ISO Coated v 300 % (ECI).

Aucune couleur RGB ou PANTONE, aucun JPEG.

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 po X 10 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	

**POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS,
COMMUNIQUEZ AVEC NOUS.**

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

MONTREAL 450 670-7770

QUÉBEC 418 317-0669

SANS FRAIS 1 866 446-3185

info@jbcmedia.ca

jbcmedia.ca

VENTES

Claire Boisvert
Conseillère senior en publicité
claire.boisvert@jbcmedia.ca
Poste 229

Camille Fréchette
Assistante en publicité
camille.frechette@jbcmedia.ca
Poste 227

**SERVICE À LA CLIENTÈLE
ET ADMINISTRATION**

Edith Lajoie
Directrice générale
edith.lajoie@jbcmedia.ca
Poste 224

ABONNEMENTS

Fatima Reynel
Responsable des abonnements
abonnement@jbcmedia.ca
Poste 230

ÉDITEUR

Jacques Boisvert
jacques.boisvert@jbcmedia.ca
Poste 222