

Sélection Reader's digest

READER'S DIGEST

digest

TROUSSE MÉDIA NUMÉRIQUE 2016



Nos propriétés Web

Les propriétés Web canadiennes de Reader's Digest offrent à leurs visiteurs du contenu fiable et soigneusement choisi. Nous donnons accès à de l'information exclusive liée à la cuisine, à la santé, au bien-être et au mode de vie en publiant des articles pertinents qui intéressent les consommateurs. Nos propriétés Web se composent comme suit* :

SITE	PAGES VUES AU TOTAL	VISITEURS UNIQUES AU TOTAL	PAGES PAR VISITEUR EN MOYENNE	MINUTES PAR VISITEUR EN MOYENNE
Readersdigest.ca (incluant ourcanada.ca)	3 millions	278 000	10,4	8,7
Selection.ca (français)	1 million	114 000	10,1	7,1
Besthealthmag.ca	1 million	318 000	3,9	2,9

VOICI CE QUE NOUS OFFRONS AU SEIN DE NOS SITES FIABLES

- Emplacements publicitaires de choix (728 x 90, 300 x 250, unités Rising Stars)
- Ciblage (géographique, démographique, sous-canal)
- Création de contenu sur mesure ou d'articles personnalisés
- Occasions de commandite
- Publicité native ou intégration contextuelle
- Présence dans l'encadré Nos partenaires



Source : comScore multiplateforme, de janvier à mars 2016 (moyenne)

Le réseau canadien étendu de publicité

Reader's Digest Canada offre maintenant une nouvelle façon de donner plus de portée à votre campagne de bannières publicitaires grâce au réseau canadien étendu de Reader's Digest ! Notre nouveau réseau publicitaire regroupe plus de 250 sites, dont les suivants.

FRÉQUENTATION DE SITES ET RÉSEAUX AMÉRICAINS SELON LES ADRESSES IP CANADIENNES

- Readersdigest.com
- Tasteofhome.com
- Birdsandblooms.com
- Countrywomanmagazine.com
- Country-magazine.com
- Reminisce.com

Au sein de notre nouveau réseau de publicité, nous offrons aux clients annonceurs des emplacements de choix : unités publicitaires courantes (728 x 90, 300 x 250, 160 x 600) et unités publicitaires Rising Stars (sidekick, portrait, filmstrip, pushdown).

Visiteurs uniques au total : 3 077 000

Pages vues au total : 13 millions

Minutes au total : 12 millions

Minutes par visiteurs en moyenne : 4

Pages par visiteur en moyenne : 4,1

Visites au total : 6,4 millions

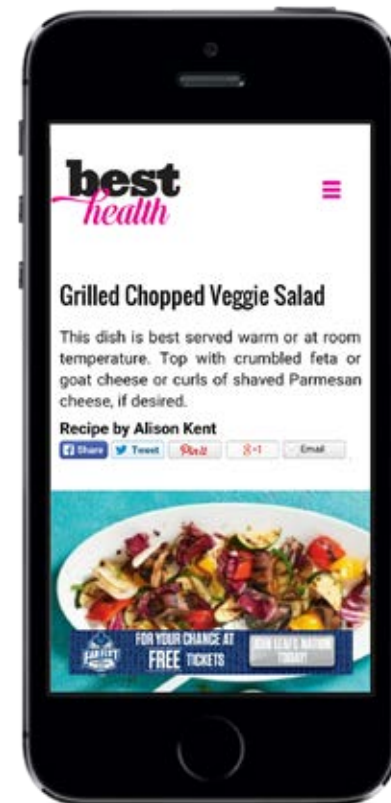
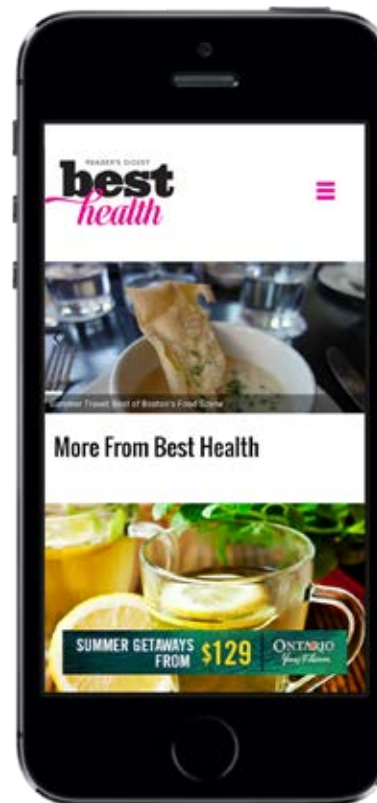
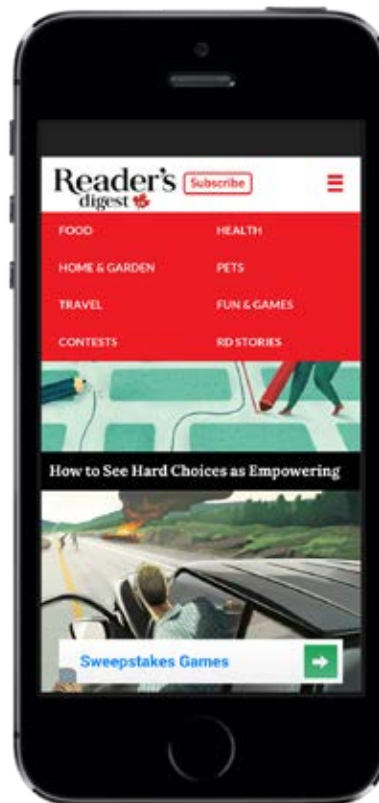
Source : comScore multiplateforme, de septembre à novembre 2015 en moyenne (ordinateurs de bureau et appareils mobiles)



Nous sommes passés au mobile !

Nous avons amélioré notre version mobile en vue d'offrir une expérience optimisée aux utilisateurs de téléphones intelligents sur rd.ca et selection.ca.

- Page d'accueil adaptative, de même que toutes les pages de contenu
- Occasions publicitaires (320 x 50, 300 x 50, 300 x 250)
- Offres d'abonnement
- Infolettres



Les éditions pour tablette

Nos éditions pour tablette permettent de mettre les marques en valeur dans un environnement interactif et captivant. Des commandites globales sont disponibles pour nos versions iPad ou des annonces pleine page peuvent être incluses dans un numéro. Les éditions pour tablette de Reader's Digest, Best Health, Sélection et Our Canada sont offertes en version feuilletage, laquelle est identique à la version papier. Toutes les publicités contenues dans les magazines seront incluses dans nos éditions pour tablette.



- Plus de 23 000 téléchargements jusqu'à maintenant*



- iPad : plus de 118 000 téléchargements jusqu'à maintenant
- Texture : plus de 99 000 téléchargements jusqu'à maintenant



Les éditions pour tablette de Reader's Digest, Best Health, Sélection et Our Canada sont offertes en version feuilletage, laquelle est identique à la version papier. Toutes les publicités contenues dans les magazines seront incluses dans nos nouvelles éditions pour tablette.



* En date de mars 2016 ; Texture, mars 2016

Base de données : infolettres

La base de données des destinataires de nos infolettres permet d'exposer votre marque et votre message à des consommateurs fidèles. Nos infolettres vous mettent en relation avec une audience intéressée par vos communications de marque et vos offres promotionnelles.

READER'S DIGEST	FRÉQUENCE	ABONNÉS
Read Up, Canada!	Hebdomadaire	77 327
The Health Report	Hebdomadaire	31 959
Art of Living	Hebdomadaire	21 961

SÉLECTION	FRÉQUENCE	ABONNÉS
Cette semaine	Hebdomadaire	14 488

BEST HEALTH	FRÉQUENCE	ABONNÉS
Best Health	Hebdomadaire	57 367
Best Tip	Hebdomadaire	24 146

PLAISIRS SANTÉ	FRÉQUENCE	ABONNÉS
Cultiver ma santé	Toutes les deux semaines	25 745

OUR CANADA	FRÉQUENCE	ABONNÉS
Our Canada	Toutes les deux semaines	30 815

Source : Exact Target, mars 2016



Base de données : publipostages électroniques

Les publipostages électroniques transmettent des messages exclusifs à propos de votre marque. Ils permettent de cultiver vos relations avec les consommateurs en leur diffusant de l'information sur mesure, ciblée et pertinente de l'information sur mesure, ciblée et pertinente au moyen de notre base de données conforme à la LCAP. Reader's Digest Média peut concevoir et personnaliser des publipostages électroniques selon les exigences et les besoins particuliers des clients annonceurs, incluant (mais sans s'y limiter) :

- Le lancement d'un nouveau produit
- Des offres spéciales
- Des concours
- Des incitatifs et des programmes en magasin
- Des programmes de fidélisation
- La conception en anglais et en français

**Taux d'ouverture
 moyen : 40 %**

**Taux de clic
 moyen : 3,5 %**

Source : données internes, en anglais, de juillet 2014 à décembre 2015 (moyenne).



Les médias sociaux

Grâce à notre nombre croissant d'abonnés sur Facebook, Twitter et Pinterest, nous pouvons rejoindre un plus grand public et recevoir instantanément des commentaires sur notre contenu. Les mesures Web révélatrices telles que le nombre de commentaires, de mentions J'aime, de partages, de micromessages relayés et d'images épinglées nous aident à personnaliser notre offre de médias sociaux selon les goûts de notre audience.

Tirez avantage de notre communauté de médias sociaux et établissez un lien entre votre marque et nos abonnés en commanditant nos pages Facebook et Twitter. Vous pouvez ajouter un clavardage en direct sur Facebook pour alimenter la conversation avec notre audience. Vous pouvez aussi créer un onglet personnalisé sur nos pages Facebook.

NOMBRE D'ABONNÉS À NOS RÉSEAUX SOCIAUX*

- **Reader's Digest** : 127 662
- **Sélection** : 35 907
- **Best Health** : 258 033
- **Plaisirs Santé** : 25 087
- **Our Canada** : 16 639

Audience totale de nos réseaux sociaux : 463 328*

* En date d'avril 2016

Toutes les publications réunies : Reader's Digest, Sélection, Best Health, Plaisirs Santé, Our Canada ; Facebook, Twitter et Pinterest ; anglais et français combinés



**Canadian Online Publishing Awards
 2013**

**Meilleure utilisation des médias sociaux :
 Reader's Digest**

Les unités publicitaires Rising Stars

Les unités publicitaires Rising Stars donnent accès à l'ampleur de la technologie de pointe actuellement disponible. Il s'agit de nouveaux outils qui plaisent aux consommateurs et qui constituent des véhicules puissants pour les annonceurs.



**Reader's Digest Média peut créer et développer l'une ou l'autre de ces unités :
babillard, filmstrip, portrait, pushdown, sidekick ou slider.**

1 BABILLARD : 970 x 250

Cette unité apparaît sous la principale barre de navigation des pages du site. Il y a un bouton « Fermer l'annonce X » dans le coin de l'unité. Quand l'internaute clique sur ce bouton, l'annonce s'effondre et le contenu de la page monte. Un bouton « Voir l'annonce » demeure visible. Si l'internaute clique sur ce bouton, l'annonce va s'élargir et réapparaître.

2 FILMSTRIP : 300 x 600 (jusqu'à 300 x 3000 pour une annonce)

Cette unité apparaît dans la bande verticale de droite sur les pages du site. Le format filmstrip améliore les capacités de raconter une histoire dans une seule annonce. L'unité de 300 x 3000 peut contenir cinq différents segments et est affichée dans une fenêtre de 300 x 600 à l'écran. Des caractéristiques simples – faire défiler, cliquer, pointer et toucher – permettent à l'internaute d'explorer les cinq segments du contenu publicitaire de 300 x 3000. Il peut ainsi passer par chaque cadre (ou segment) de l'unité.

3 PORTRAIT : 300 x 1050

Cette unité apparaît dans la bande verticale de droite sur les pages du site. Elle peut contenir jusqu'à trois différents modules, notamment un logo, un message de marque, des vidéos, des coupons ou des recettes.

4 PUSHDOWN : 970 x 90 (aguiche); 970 x 415 (espace étendu)

Cette unité apparaît dans la partie supérieure des pages du site (au même endroit que la méga bannière classique). Elle présente initialement une aguiche qui reste affichée jusqu'à ce que l'internaute pointe la souris ou clique sur le bouton d'expansion. L'unité s'étend alors à l'horizontale ou

à la verticale à partir du bord de l'aguiche, dans la direction où pointait la flèche comprise dans le bouton d'expansion. Le contenu du site est poussé vers le bas pour faire place à l'annonce.

5 SIDEKICK : 300 x 250 (espace initial)

Cette unité apparaît dans la partie supérieure de la bande verticale de droite sur les pages du site (au même endroit que le rectangle moyen classique). Lors du chargement, l'unité de 300 x 250 contient une incitation à l'agrandir. Quand l'internaute clique sur le bouton d'expansion, l'annonce se charge dans la marge de droite de la page. Le contenu du site se déplace alors horizontalement vers la gauche. L'internaute peut ensuite utiliser toutes les caractéristiques interactives. Quand on ferme l'unité, l'annonce s'effondre et le contenu de la page revient vers la droite.

6 SLIDER : 950 x 90 (espace initial); 950 x 550 (espace étendu)

Cette unité apparaît au bas du fureteur sous la forme d'une barre coulissante (bannière flottante) de 950 x 90 par dessus le contenu de la page. L'internaute peut cliquer ou pointer la souris sur cette barre pour agrandir l'unité. Le contenu de la page se déplace alors vers la gauche pour dévoiler une unité publicitaire de 950 x 550 glissant à partir de la droite. En cliquant sur le bouton de fermeture ou la flèche de glissement, le contenu publicitaire se déplace alors vers la droite pour que le contenu du site reprenne sa position initiale.

La barre coulissante s'étend sur toute la largeur du site, mais le contenu publicitaire interactif demeure dans l'espace de 950 pixels. Quand l'unité s'étend à la hauteur de 550 pixels, cet espace total comprend toujours la hauteur de 90 pixels de la barre coulissante originale.



Les concours

Nos concours constituent un excellent moyen de favoriser le développement de votre base de données d'adresses de courriel, l'accroissement du nombre d'abonnés aux réseaux sociaux et l'augmentation de la notoriété de votre marque. Grâce au réseau de sites de Reader's Digest Média, votre concours peut atteindre notre vaste public, en plus de profiter de notre forte présence sur les médias sociaux et de la popularité de nos éditions pour tablette.

NOTRE OFFRE DE CONCOURS

- Solutions clés en main incluant l'élaboration du concept, la conception graphique, l'enregistrement officiel, le règlement, l'attribution des prix et la gestion des données
- Promotion du concours sur nos sites Web et plateformes de médias sociaux
- Mesures Web de la campagne et rapport des résultats obtenus



Les spécifications techniques

	ANNONCES (UNITÉS PUBLICITAIRES) DANS LA PAGE		ANNONCES EXTENSIBLES			
FORMAT	TAILLE DU FICHIER		CHARGEMENT PROGRESSIF	EXTENSION VERS LE BAS	EXTENSION VERS LA GAUCHE	
Méga bannière (728 x 90)	40 Ko		2,2 Mo	728 x 360	N/D	
Rectangle moyen (300 x 250)	40 Ko		2,2 Mo	N/D	600 x 250	
Carré superposé (500 x 500)	80 Ko		2,2 Mo vidéo	N/D	N/D	
Animation	<ul style="list-style-type: none"> Jusqu'à 30 secondes, automatiquement. Illimité durant l'interaction. Trois boucles au maximum. 		<ul style="list-style-type: none"> Jusqu'à 30 secondes, automatiquement. Illimité durant l'interaction. Extensible seulement lors de l'interaction de l'utilisateur. Si extensible lors du survol, se rétracte quand on enlève le pointeur. Si extensible en cliquant, se rétracte quand on clique sur le bouton « Fermer X ». Bouton « Fermer X » situé en haut à droite, Arial 12 points (Word) ou 16 points (Photoshop/Flash). Jusqu'à 10 secondes, élément flottant. Illimité durant l'interaction (carré superposé seulement). 			
Audio	Lancé par l'utilisateur seulement lors de l'interaction. Un bouton marche/arrêt fonctionnel est requis. Le contrôle du volume est facultatif.					
Flash	24 images/seconde au maximum, Flash 9.0 et versions antérieures (note : un fichier de sauvegarde .gif ou .jpg est requis pour les annonces Flash). ActionScript est requis pour les fichiers .swf : <code>on (release) {getURL (clickTag, "_blank");}</code>					
Unités publicitaires Rising Stars (babillard, filmstrip, portrait, pushdown, sidekick, slider)	Pour connaître les spécifications et les directives, visiter le iabcanada.com/guidelines . Pour toute autre question, communiquer avec Kimberley LeSueur (courriel ci-dessous).					
Nos partenaires	rd.ca / selection.ca : fichier texte, 110 caractères au maximum. besthealthmag.ca : 116 x 83 px (image), 110 caractères au maximum (texte).					
Pavé publicitaire	(tous le sites) : 300 x 125 ; taille maximale du fichier : 40 Ko.					
Encadré pour concours	rd.ca / selection.ca : 95 x 70 px / 200 x 145 px pour l'image de l'encadré ; texte de 60 à 110 caractères. besthealthmag.ca : 116 x 83 px pour l'image de l'encadré, texte de 110 caractères au maximum.					
	TAILLE DU FICHIER	BANDE PASSANTE SUPPLÉMENTAIRE	ANNONCES EXTENSIBLES		ANNONCES DE SOUTIEN	FORMAT EXTENSIBLE (VERS LA GAUCHE)
Rectangle décollable	40 Ko	Bande passante supplémentaire de 2,2 Mo (payée par l'annonceur)	<ul style="list-style-type: none"> Animation automatique de 15 secondes. Si extensible lors du survol, se rétracte quand on enlève le pointeur. Si extensible en cliquant, se rétracte quand on clique sur le bouton « Fermer X ». Bouton « Fermer X » situé en haut à droite, Arial 12 points (Word) ou 16 points (Photoshop/Flash). 		300 x 250	600 x 250
Fond d'écran	Si l'annonce pour fond d'écran est fournie à RD Média, communiquer avec Kimberley LeSueur. Elle enverra un fichier multicalques PSD dans lequel placer l'annonce pour qu'elle respecte nos spécifications. Nous pouvons fournir un fichier pour rd.ca/selection.ca et besthealthmag.ca/plaisirssante.ca .					
Infolettres	Toutes les infolettres peuvent contenir une unité publicitaire de 728 x 90. Nos infolettres ne fonctionnent pas sous Flash. Nous acceptons les unités publicitaires statiques de 728 x 90 dans les formats suivants : .png, .gif et .jpg.					

NOTE : les annonces standard (gif, jpg ou Flash standard, 40 Ko ou moins) doivent être soumises à l'éditeur cinq jours avant la date de mise en ligne. Les annonces utilisant le média enrichi (extensibles, flottantes) doivent être soumises à l'éditeur au moins dix jours avant la date de mise en ligne. Si l'annonceur fait appel à un fournisseur indépendant pour produire l'annonce, il est recommandé de soumettre l'annonce au fournisseur dix jours avant la date de mise en ligne.

RÈGLE D'IDENTIFICATION DES ANNONCES : langue_format_client_campagne_versiondelannonce (par ex. : en_300x250_gm_cadillac_c01.swf)

FICHIERS D'ANNONCES EN PIÈCE JOINTE : les fichiers joints doivent porter le nom Reader's Digest. langue_format_client_campagne_versiontag (par ex. : en_300x250_gm_cadillac_t01.tx)

Toutes les annonces en ligne doivent être soumises à Kimberley LeSueur à kimberley.lesueur@rd.com.

Tarifs 2016 – Publicité numérique

UNITÉ PUBLICITAIRE	COÛT PAR MILLE (CPM) - POSITIONNEMENT GÉNÉRIQUE	COÛT PAR MILLE (CPM) - AUDIENCE CIBLÉE
Méga bannière (728 x 90)	22 \$	25 \$
Rectangle moyen (300 x 250)	24 \$	27 \$
Unités publicitaires Rising Stars	58 \$	63 \$
Carré superposé	58 \$	63 \$
Vidéo	60 \$	65 \$
Mobile	18 \$	21 \$

TYPE	COÛT PAR MILLE (CPM)
Réseau étendu	12 \$
Ajout d'un ciblage géographique	15 \$

Pour connaître les tarifs et les coûts, veuillez joindre votre chargé de compte Reader's Digest Média ou Karin Rossi, éditrice, marques Reader's Digest—Canada, à karin.rossi@rd.com ou au 416.927.3172.