

---

Trousse média  
2012

# Châtelaine | Chatelaine



# Châtelaine

*Châtelaine* est la voix des femmes du Québec depuis son lancement en 1960. Riche de reportages percutants, d'opinions à contre-courant et d'entrevues sans détour, *Châtelaine* se démarque du discours ambiant et aborde les sujets sous un angle actuel. Le magazine de référence par excellence des Québécoises permet d'explorer le monde – et aussi de goûter aux plaisirs de la vie. Car chaque mois, *Châtelaine* pose son regard journalistique sur la culture, les loisirs, la cuisine simple et raffinée, de même que sur la mode, la beauté et la déco.

## À découvrir dans *Châtelaine*:

*C'est dans l'air* Un guide des dernières nouveautés en matière de culture d'ici et d'ailleurs, de cinéma, de lecture et de tendances.

*Moi en mieux* Toutes les nouveautés en matière de santé, forme, sexualité, nutrition, psychologie et plus encore.

*Reportages et portraits* Des rencontres inédites avec des personnalités marquantes et des dossiers primés qui explorent notre monde.

*Style, etc.* Notre chic section mode déborde de conseils d'experts pour savoir comment porter les dernières tendances.

*Art de vivre* Des idées déco, vacances et voyages pour vous inspirer et pour explorer le Québec.

*Cuisine* Des recettes au goût du jour, des menus simples et élégants et des reportages sur des chefs réputés, sans oublier leurs conseils et astuces. Aussi, chaque année, le numéro de décembre de *Châtelaine* offre à ses lectrices un spécial Gourmand débordant d'inspiration et de recettes pour les fêtes, ainsi que d'idées brillantes pour recevoir.



# Chatelaine

Le magazine des femmes allumées qui ont du style, *Chatelaine* offre à près de 3,3 millions de lectrices l'inspiration pour insuffler un peu d'extraordinaire dans leur quotidien. Notre contenu éditorial primé explore des sujets comme la cuisine, la santé, la beauté et la déco, toujours d'un point de vue unique et personnel. Chaque numéro propose des idées créatives ainsi que des conseils pratiques pour aider les femmes à tirer le meilleur de leur vie bien remplie. *Chatelaine* offre plus de solutions mode, plus de conseils santé et bien-être, plus de savoureuses recettes testées dans ses cuisines et plus de portraits inspirants que jamais auparavant. Le magazine préféré des Canadiennes, *Chatelaine* offre les meilleurs contenus aux femmes qui recherchent valeur, solutions et inspirations. Car nous avons à cœur d'offrir le magazine féminin le plus attendu et le plus aimé au pays.

## À découvrir dans *Chatelaine*:

**Mode** Des conseils d'experts mode et beauté pour aider les femmes à adopter des looks élégants pour le bureau, les week-ends ou les sorties en soirée.

**Santé** Les dernières nouveautés mise en forme, nutrition et bien-être pour aider les lectrices à atteindre leurs objectifs santé plus facilement.

**Déco** Des projets simples et inspirants, et des solutions pour une maison bien organisée.

**Portraits** Rencontres avec des femmes inspirantes.

**Cuisine** De nouvelles recettes actuelles, pour tous les soirs de la semaine.

**Recevoir** Des idées simples pour recevoir avec élégance et des conseils pour planifier un menu



## Cuisine

Enrichies et plus innovantes que jamais, les sections Cuisine de *Châtelaine* et *Chatelaine* inspirent les femmes de partout au pays. Nos recettes au goût du jour et nos idées pour recevoir sont toutes pensées sous le signe de la fraîcheur, de la rapidité, de la saveur et des saisons. Nous proposons des recettes infaillibles qui simplifieront la vie des femmes, avec des conseils d'experts et des solutions pour créer des repas hors de l'ordinaire, chaque jour de la semaine.



Les lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* dépensent

**385 millions \$**

en épicerie chaque semaine  
(24 % de la somme totale  
dépensée par les Canadiennes  
en épicerie chaque semaine).

Les lectrices de *Châtelaine* et  
*Chatelaine* excellent dans  
l'art de recevoir :

**70 %**

font un petit plus pour  
recevoir parents et amis.

Les lectrices de *Châtelaine* et  
*Chatelaine* sont épicuriennes :

**1 lectrice sur 4**

(24 %) raffole de la cuisine  
(1 395 000 lectrices).

Les lectrices de *Châtelaine* et  
*Chatelaine* sont plus portées à  
dépenser pour un vin de qualité.

## Mode et beauté

Chaque mois, les pages mode de *Châtelaine* et *Chatelaine* démontrent aux lectrices comment conjuguer les toutes nouvelles tendances au quotidien, que ce soit pour le travail, le week-end ou les sorties. Au programme : les meilleurs looks pour tous les budgets, de même que les trucs, astuces et trouvailles de nos stylistes pour avoir du style en toute circonstance. Au rayon beauté, *Châtelaine* et *Chatelaine* offrent à leurs lectrices des dossiers fouillés sur les soins de la peau et les stratégies anti-âge, de même que des reportages au visuel percutant, consacrés aux nouveautés coiffure et maquillage.



Les lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* dépensent  
**71 millions \$**  
pour du maquillage chaque  
mois (27 % de la somme totale  
dépensée par les Canadiennes en  
maquillage chaque mois).

Les lectrices de *Châtelaine* et  
*Chatelaine* dépensent  
**84 millions \$**  
chaque année pour s'offrir des  
parfums (25 % de la somme totale  
dépensée par les Canadiennes en  
parfums chaque année).

Le désir de bien paraître est plus  
important chez les lectrices de  
*Châtelaine* et *Chatelaine* que chez  
les autres femmes.

Plus de  
**1 million**  
de lectrices sont à l'affût de la  
mode et des tendances et sont  
plus susceptibles d'accorder la  
note de 10 sur 10 au magasinage  
de vêtements.

Les lectrices de *Châtelaine* et  
*Chatelaine* utilisent  
**au moins trois**  
produits cosmétiques  
chaque jour.

## Santé

Activité physique, nutrition, bien-être, prévention et plus: les pages Santé de *Châtelaine* et *Chatelaine* proposent chaque mois une foule de conseils d'experts. Percées médicales, conseils pour faire le plein d'énergie, programmes d'entraînement et conseils nutrition, *Châtelaine* et *Chatelaine* proposent de l'information actuelle pour aider les femmes à être heureuses et en santé. De plus, *Chatelaine* offre une nouvelle page Santé familiale et présente régulièrement les conseils du D<sup>r</sup> Oz.



Les lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* ont une **meilleure compréhension d'une saine alimentation** et de ce qu'elles doivent rechercher lorsqu'elles choisissent des produits.

Les aliments bio et faibles en gras sont plus susceptibles de se retrouver dans l'assiette des lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine*.

Dépassement de soi:  
**32 % des lectrices** favorisent les activités qui les aident à repousser leurs limites psychologiques et physiques.

En forme et en santé:  
Un seul numéro rejoint  
**1 femme sur 4** pratiquant régulièrement plusieurs activités physiques.

## Déco

Les sections Déco de *Châtelaine* et *Chatelaine* présentent des idées et des solutions inspirantes et accessibles pour la maison. Nos pages Déco aident les femmes à optimiser chaque espace et chaque projet. Des meilleures solutions rangement et antidésordre aux métamorphoses cuisine, en passant par des projets de décoration simplissimes, nous offrons des conseils d'experts et une foule d'idées pour aider nos lectrices à rafraîchir leur déco, pour un intérieur à l'image de leur mode de vie.



Les lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* dépensent chaque année

**1,7 milliard \$**  
en ameublement et accessoires de  
déco de même qu'en habillements  
de fenêtres.

**2,5 millions**  
de lectrices (77 %) sont propriétaires de leur résidence. Près de 9 % sont aussi propriétaires d'une résidence secondaire.

**1,7 million**  
de lectrices ont réalisé des travaux d'amélioration dans leur résidence principale au cours des deux dernières années.

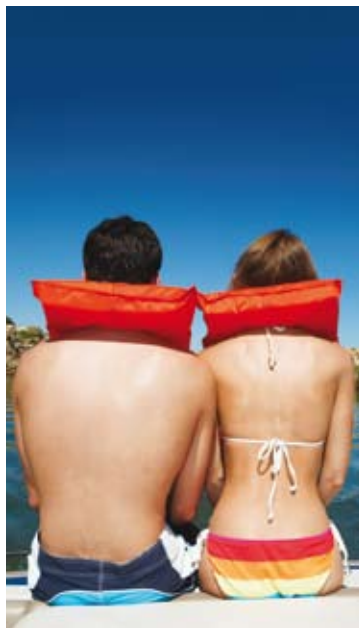
**659 000 lectrices**  
(1 sur 4) ont acheté de gros électroménagers au cours des 12 derniers mois.

**745 000 lectrices**  
(23 %) ont acheté des petits électroménagers.

**462 000 lectrices**  
ont acheté des articles pour la cuisine et la table.

## Reportages

Souvent primés, les articles et les portraits de *Châtelaine* et *Chatelaine* abordent les sujets dont les femmes parlent aujourd'hui. Les enquêtes, photoreportages et portraits inspirants connectent les lectrices avec les sujets d'actualité et leur offrent un regard sur la vie des femmes d'ici et d'ailleurs.



59 %

des lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* considèrent comme enrichissant le fait de s'exposer à différents peuples et différentes cultures.

73 %

des lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* (2,6 millions) se soucient de la santé et de la sécurité de leur famille.

55 %

des lectrices de *Châtelaine* et *Chatelaine* disent qu'elles seraient prêtes à donner de leur temps pour une bonne cause.

## Dates de tombée 2012

Numéro	Réservation	Matériel	Mise en marché
Janvier 2012	10 novembre 2011	16 novembre 2011	1 <sup>er</sup> décembre 2011
Février 2012	1 <sup>er</sup> décembre 2011	7 décembre 2011	29 décembre 2011
Mars 2012	12 janvier	18 janvier	2 février
Avril 2012	9 février	15 février	1 <sup>er</sup> mars
Mai 2012	8 mars	14 mars	29 mars
Juin 2012	12 avril	18 avril	3 mai
Juillet 2012	10 mai	16 mai	31 mai
Août 2012	7 juin	13 juin	28 juin
Septembre 2012	12 juillet	18 juillet	2 août
Octobre 2012	9 août	15 août	30 août
Novembre 2012	13 septembre	19 septembre	4 octobre
Décembre 2012	11 octobre	17 octobre	1 <sup>er</sup> novembre
Janvier 2013	8 novembre	14 novembre	29 novembre

La date de mise en marché représente la date à laquelle le premier exemplaire du magazine pourrait être livré au domicile de l'abonné.  
Un supplément de 15 % est exigé pour les emplacements garantis ou spéciaux.  
Veuillez noter que toutes les dates de tombée peuvent changer sans préavis.

## Tarifs publicitaires 2012 / *Châtelaine* français

Quatre couleurs (tarifs bruts)	1x	3x	6x	9x	12x
Pleine page	17 660 \$	17 265 \$	16 875 \$	16 495 \$	16 100 \$
1/2 page	13 240	12 950	12 655	12 370	12 075
1/3 page	9 180	8 980	8 775	8 575	8 370
2/3 page	15 115	14 780	14 445	14 120	13 780
Format digest	14 125	13 810	13 500	13 195	12 880
Double page	31 780	31 075	30 375	29 690	28 980
1/2 double page	25 425	24 860	24 300	23 750	23 185
Couverture avant intérieure	22 070	21 580	21 095	20 615	20 125
Couverture avant intérieure double page	42 375	41 430	40 500	39 585	38 640
Couverture arrière intérieure	20 305	19 855	19 410	18 970	18 515
Couverture arrière extérieure	22 950	22 440	21 940	21 440	20 930

\*Tous les annonceurs qui achètent de l'espace dans l'édition nationale imprimée peuvent annoncer dans l'édition nationale numérique (reproduisant la version imprimée), à l'exception de ceux qui ont choisi une annonce de format 1/3 de page ou inférieur. Les annonceurs peuvent aussi acheter de l'espace dans l'édition numérique sans publier de publicité dans l'édition imprimée. Communiquez avec votre directrice de comptes pour en savoir plus.

## Tarifs publicitaires 2012 / *Chatelaine* anglais

Quatre couleurs (tarifs bruts)	1x	3x	6x	9x	12x
Pleine page	51 920 \$	50 880 \$	49 630 \$	48 480 \$	47 335 \$
1/2 page	38 940	38 160	37 220	36 360	35 500
1/3 page	27 000	26 460	25 810	25 210	24 615
2/3 page	44 445	43 550	42 480	41 500	40 520
Format digest	41 540	40 700	39 700	38 785	37 865
Double page	93 460	91 580	89 330	87 265	85 200
1/2 double page	74 765	73 265	71 465	69 810	68 160
Couverture avant intérieure	64 900	63 600	62 035	60 600	59 165
Couverture avant intérieure double page	124 610	122 110	119 110	116 355	113 600
Couverture arrière intérieure	59 710	58 510	57 070	55 755	54 435
Couverture arrière extérieure	67 500	66 140	64 520	63 025	61 535

### Éditions régionales

Quatre couleurs (tarifs bruts)	1x	3x	6x	9x	12x
Ont./Ouest : Ontario, Prairies, C.-B.	51 400 \$	50 370 \$	49 130 \$	47 995 \$	46 860 \$
Est : Ontario, Québec, Atlantique	38 940	38 160	37 220	36 360	35 500
Ontario	34 270	33 580	32 755	31 995	31 240
Ouest : Prairies, C.-B.	25 960	25 440	24 815	24 240	23 670
C.-B./Alberta	20 770	20 350	19 850	19 390	18 935
5 villes (anglais) : Montréal, Toronto, Calgary, Edmonton, Vancouver	33 750	33 070	32 260	31 510	30 770

### Édition tablette – *Chatelaine*

Tarifs nationaux (bruts)	1-2x	3-5x	6-8x	9-11x	12x
Annonce statique	4 710 \$	4 565 \$	4 425 \$	4 295 \$	4 165 \$
Annonce interactive**	6 120	5 930	5 750	5 590	5 410

\*Tous les annonceurs qui achètent de l'espace dans l'édition nationale imprimée peuvent annoncer dans l'édition nationale numérique (reproduisant la version imprimée), à l'exception de ceux qui ont choisi une annonce de format 1/3 de page ou inférieur. Les annonceurs peuvent aussi acheter de l'espace dans l'édition numérique sans publier de publicité dans l'édition imprimée. Communiquez avec votre directrice de comptes pour en savoir plus.

\*\*Coût pour l'espace seulement. Veuillez communiquer avec nous pour connaître les coûts de production et de développement

## Renseignements sur la publicité et spécifications 2012

**Dimensions du magazine rogné : 7,875 po x 10,75 po**

	<b>Annonces à fond perdu :</b> Positionner les documents en format ROGNÉ Ajouter 0,125 po de marge perdue AU-DELÀ de la marge sur TOUS les côtés La zone de sécurité est 0,25 po à l'intérieur de la marge sur TOUS les côtés			<b>Annonces sans fond perdu :</b> Positionner les documents dans la zone de sécurité		
Double page	15,75 po	x	10,75 po	15,75 po x 10,75 po (zone de sécurité 0,25 po à l'intérieur sur TOUS les côtés)		
Pleine page	7,875 po	x	10,75 po	7,875 po x 10,75 po (zone de sécurité 0,25 po à l'intérieur sur TOUS les côtés)		
2/3 page verticale	5,125 po	x	10,75 po	4,625 po	x	10,25 po
1/2 double page	15,75 po	x	5,375 po	n. d.		
1/2 page horizontale	7,875 po	x	5,375 po	7,375 po	x	4,875 po
1/3 page verticale	2,75 po	x	10,75 po	2,25 po	x	10,25 po
1/3 page carrée	4,875 po	x	5,375 po	4,375 po	x	4,875 po

Note importante : Pour éviter que du texte ou des images soient coupés, conserver une marge extérieure d'un minimum de 0,25 po et une marge de 0,25 po à l'intérieur de chaque double page. L'éditeur N'EST AUCUNEMENT responsable de l'alignement de texte et d'images qui dépassent la marge intérieure sur les doubles pages ou les pages en contiguïté avec un encart. D'ailleurs, nous décourageons FORTEMENT le positionnement de texte et d'images dans la marge intérieure. Le pliage et le rognage peuvent varier.

**Des modèles en InDesign CS3 (ou plus récent) sont disponibles pour TOUS les formats sur [addirect.sendmyad.com](http://addirect.sendmyad.com) (choisir le format d'annonce dans le menu de gauche).**

### Modalités de production

Impression : Haute vitesse, lithographie Web offset

Brochage : Relié sans couture

### Matériel publicitaire fourni

Fichier PDF/X-1a : 2001 créé selon les normes de Magazines Canada, transmis en ligne par l'entremise de Magazines Canada AdDirect sur [addirect.sendmyad.com](http://addirect.sendmyad.com). Pour en savoir davantage au sujet des normes de Magazines Canada, visitez le [magazinescanada.ca/advertising/production/dmcs\\_specifications](http://magazinescanada.ca/advertising/production/dmcs_specifications) ou communiquez avec le chef de production au 514 843-2557. Les Éditions Rogers n'assument aucune responsabilité quant au contenu ni au chevauchement de couleurs.

La taille de police devrait être d'au moins 8 points. Les caractères renversés de taille inférieure à 12 points ne conviennent pas à la reproduction. *Châtelaine/Chatelaine* ne peuvent être tenus responsables de la reproduction de tailles de police inférieures à celles mentionnées pour la police fine avec empattement. L'annonce DOIT être déposée sous forme de fichier PDF prêt pour l'impression. Pour en savoir plus sur la façon de créer un fichier PDF approprié, consultez le site de Magazines Canada à [magazinescanada.ca/advertising/production/tools/pdftips](http://magazinescanada.ca/advertising/production/tools/pdftips). Toutes les couleurs doivent être CMJN. N'utilisez pas de couleurs d'accompagnement ou de modèle RVB. Toute police noir/grise devrait être en noir une couleur (aucun noir quatre couleurs).

#### Instructions AdDirect

- 1) Ouvrez une session sur le portail AdDirect<sup>MC</sup> de Magazines Canada ([addirect.sendmyad.com](http://addirect.sendmyad.com)).  
Note : Vous devrez créer un compte lors de votre première visite.
- 2) Choisissez l'éditeur/le magazine dans lequel vous voulez placer une annonce. Fournissez l'information pertinente, puis cliquez sur Télécharger.
- 3) Suivez la procédure de vérification à l'écran.
- 4) Approuvez votre annonce.



## Modalités générales

Le bon d'insertion pertinent (dans la mesure où il n'entre pas en conflit avec les modalités des présentes), la grille des tarifs courante des publications auxquelles se rapporte le bon d'insertion au moment de sa présentation (la « Publication ») et les spécifications de publicité courantes de la Publication en vigueur à ce moment sont intégrés aux présentes modalités par référence explicite et sont collectivement désignés la « Convention ». Les personnes, firmes ou sociétés qui concluent un contrat avec les Éditions Rogers ltée (l'« Éditeur ») pour l'insertion d'une publicité dans la Publication, que ce soit à titre de mandant (l'« Annonceur ») ou de mandataire (l'« Agence »), sont réputées être dûment autorisées pour toutes les fins couvertes par la présente Convention.

### Tarifs et commissions

- L'Éditeur se réserve le droit de modifier ses tarifs publicitaires en tout temps. Les changements de tarif doivent être présentés au moins 30 jours avant la date de tombée du premier numéro auquel ils s'appliquent. Si l'Annonceur ou l'Agence n'acceptent pas un changement de tarif, ceux-ci peuvent, dans les 15 jours suivant l'avis de changement de tarif, annuler la Convention sans frais de résiliation (excluant les rabais applicables aux ententes couvrant plusieurs années).
- Les tarifs publicitaires sont soumis aux taxes exigibles, notamment à la taxe sur les produits et services (TPS), la taxe de vente harmonisée (TVH) et la taxe de vente du Québec (TVQ), le cas échéant.
- Les commissions d'Agence, pouvant atteindre 15 % du montant brut facturé pour l'espace, la couleur, le positionnement ou les papiers d'encarts spéciaux, seront versées uniquement aux agences reconnues. Les commissions ne s'appliquent pas aux frais de montage supplémentaires, aux réimpressions, aux tirages fractionnés et aux autres frais de cette nature.
- Tous les rabais négociés ne pourront être en vigueur qu'au cours de la période à laquelle ils s'appliquent. Les remises associées à quelque rabais applicable à l'Annonceur doivent être utilisées dans les six mois suivant la fin de la période où elles ont été obtenues, et deviendront caduques si elles ne sont pas utilisées pendant ce délai.

### Facturation et paiements

- L'Annonceur et l'Agence seront conjointement et solidairement responsables du paiement de toutes les factures pour la publicité publiée dans la Publication.
- Tous les montants facturés sont payables sur réception de la facture. Des intérêts seront exigibles au taux de 1 ½ % par mois (18 % par année) sur tous les montants en souffrance depuis plus de 30 jours à compter de la date de la facture.
- Les montants facturés sont payables aux bureaux de la Publication en devises canadiennes, ou en fonds équivalents, selon le taux de change en vigueur au moment du paiement.
- L'Éditeur se réserve le droit de modifier les modalités de paiement en tout temps, en exigeant un paiement comptant au moment de la présentation du bon d'insertion.

### Annulation

- L'annulation de la Convention par l'Annonceur ou l'Agence est soumise à l'approbation de l'Éditeur, à sa seule discrétion. Les Conventions portant sur les pages couverture, les positions spéciales et les encarts ne peuvent être annulées par l'Annonceur ou l'Agence. Aucune annulation ne sera acceptée par l'Éditeur après la date de tombée pour l'espace publicitaire. Des frais de résiliation s'appliqueront à toutes les annulations par l'Annonceur ou l'Agence.
- L'Éditeur pourra, à sa discrétion, résilier la présente Convention en cas de manquement à ses modalités. Advenant la résiliation de la Convention en raison d'un manquement, tous les frais encourus, ainsi que les frais de résiliation, seront immédiatement exigibles.

### Matériel publicitaire

- Tout le texte publicitaire est soumis à l'approbation de l'Éditeur, et l'Éditeur pourra, sans avis ni responsabilité, rejeter, suspendre ou omettre une publicité pour quelque raison, et en tout temps.
- La mention « Publicité » sera inscrite au-dessus du texte si l'Éditeur juge que celui-ci peut être confondu avec le matériel éditorial de la Publication, ou si le caractère publicitaire n'est pas immédiatement identifiable.
- L'Éditeur ne pourra être tenu responsable pour la couleur ou les registres de couleur ou le texte publicitaire qui ne se conforment pas aux normes « dMACS » (Digital Magazines Advertising Canadian Specifications). Le matériel publicitaire

doit être accompagné d'une épreuve standard de norme dMACS. Pour obtenir de plus amples renseignements concernant les normes en vigueur dans l'industrie des magazines, veuillez consulter le site de Magazines Canada [magazinescanada.ca](http://magazinescanada.ca) ou les normes dMACS [magazinescanada.ca/publicite/production/dmacs?language=fr\\_FR](http://magazinescanada.ca/publicite/production/dmacs?language=fr_FR). Les exigences relatives aux épreuves sont également présentées sur le site [rogersdigitalads.com/web-content/french/F\\_howtowrite.html](http://rogersdigitalads.com/web-content/french/F_howtowrite.html) sous la rubrique « Comment écrire un PDF » (renseignements sur les épreuves).

- L'Éditeur peut insérer la publicité n'importe où dans la Publication, à sa seule discrétion, et toutes les conditions stipulées sur les bons de commande ou les instructions de texte concernant le positionnement de l'annonce seront traitées comme des demandes de positionnement seulement, et ne pourront être garanties. Si l'Éditeur est incapable ou néglige de respecter une telle demande de positionnement, l'Annonceur ou l'Agence ne seront pas libérés de leurs obligations de paiement à l'égard de la publicité.
- L'Éditeur ne sera pas tenu de retourner le matériel publicitaire.
- Toute publicité publiée dans la Publication pourra, à la discrétion de l'Éditeur, être publiée et archivée par l'Éditeur ou par quiconque autorisé par l'Éditeur, aussi souvent que l'Éditeur et les personnes autorisées par l'Éditeur le désirent, sur tout produit, média ou archives (y compris sous forme imprimée, électronique ou autre).

### Garanties, indemnisations, limites

- L'Annonceur et l'Agence seront conjointement et solidairement responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) de toutes les annonces imprimées. L'Annonceur et l'Agence, conjointement et solidairement, devront indemniser l'Éditeur, ses sociétés affiliées et leurs dirigeants, directeurs, employés, entrepreneurs et mandataires respectifs relativement à toute responsabilité ou à tous frais, y compris les frais juridiques, attribuables à un manquement à la présente Convention ou résultant de la publication du matériel publicitaire, incluant, sans toutefois s'y limiter, la diffamation, la concurrence illégale ou les pratiques commerciales illégales, la contrefaçon de marque commerciale, de nom commercial ou de droits d'auteur et les manquements aux droits à la vie privée, à la propriété ou aux contrats.
- L'Éditeur ne pourra être tenu responsable des erreurs ou omissions dans le matériel publicitaire fourni par l'Annonceur ou l'Agence (y compris les erreurs dans les numéros clés) ou pour tout changement apporté à une telle publicité après la date de tombée qui s'y applique.
- L'Annonceur et l'Agence conviennent que la Publication n'aura aucune responsabilité en cas de manquement, pour quelque raison que ce soit, à publier une publicité ou à distribuer un numéro de la Publication.

### Généralités

- Si une Agence a conclu la présente Convention au nom de l'Annonceur, l'Agence confirme que l'Annonceur a obtenu une copie des présentes modalités.
- La présente Convention constitue la totalité de l'entente conclue entre les parties couvrant le sujet traité aux présentes et remplace toutes les conventions et ententes antérieures reliées au sujet traité dans les présentes. Tout changement apporté à la présente Convention ne pourra s'appliquer que s'il a été présenté par écrit et signé par la partie devant être liée par un tel changement.
- Pour plus de clarté, l'Éditeur ne sera nullement lié par quelque condition, présentée sous forme imprimée ou autre, apparaissant sur les contrats, bons de commande ou instructions de l'Annonceur ou de l'Agence, entrant en conflit avec les présentes modalités, ou représentant une variante ou un ajout à celles-ci.
- Ni l'Annonceur ni l'Agence ne peuvent céder leurs droits ou obligations en vertu de la présente Convention.
- L'Annonceur et l'Agence conviennent de ne faire aucune référence à la Publication dans leur promotion ou leur mise en marché, à moins d'avoir reçu la permission écrite préalable de l'Éditeur, dans chaque cas particulier.
- Aucune disposition de la présente Convention ne fera l'objet d'un renoncement en vertu du cours des affaires, à moins qu'une telle renonciation ne soit présentée par écrit, dûment signée par toutes les parties, et n'énonce spécifiquement l'intention de modifier la présente Convention.
- La présente Convention doit être régie et interprétée conformément aux lois de la province de l'Ontario et des lois fédérales du Canada qui s'y appliquent. Tout recours en relation avec le sujet traité dans la présente Convention sera soumis à la juridiction exclusive des tribunaux de la province de l'Ontario.

## Renseignements sur la publicité et spécifications 2012

### Renseignements sur la publicité en ligne

## fr.chatelaine.com

Tout comme le magazine *Châtelaine* – LE magazine des Québécoises – le site fr.chatelaine.com apporte un vent de fraîcheur dans le quotidien de son auditoire. Avec des articles informatifs, des sujets inspirés suscitant la réflexion, des conseils de professionnels et des trucs pratiques, la version numérique de *Châtelaine* réunit une communauté de femmes actives soucieuses des questions culturelles et sociales. Les sujets abordés sont multiples : bien-être et art de vivre, cuisine et nutrition, santé et beauté, mode et déco. En plus de reprendre plusieurs articles parus dans la version imprimée du magazine et de répondre aux questions de ses lectrices, fr.chatelaine.com offre un contenu Web exclusif et une foule d'éléments interactifs engageants.

### CARACTÉRISTIQUES DU SITE

- Plateforme FemmesdeParole.com
- Reportages spéciaux (voyages, actualités, événements saisonniers, art de vivre)
- Base de données de plus de 3 000 recettes
- Sondages et quiz
- Vidéos
- Blogues
- Concours

### LES UTILISATEURS DE FR.CHATELAINE.COM EN BREF :

- 72 % sont des femmes
- 60 % sont âgés de 25 à 54 ans
- 20 % déclarent un revenu familial entre 60 000 \$ et 75 000 \$

### DONNÉES CLÉS

- 290 000 visiteurs uniques par mois
- Plus de 15 000 visiteurs uniques par jour
- 1,8 million de pages vues par mois

Pour en savoir plus sur la publicité en ligne :

Québec : 514 337-9065

Ontario : 416 764-1434

ou rendez-vous sur [fr.chatelaine.com](http://fr.chatelaine.com)

## Châtelaine

1200, av. McGill College, bureau 800  
Montréal (Québec) H3B 4G7  
Région de l'Ontario : 416 764-1888  
Région du Québec et de l'Est du Canada : 514 843-2502  
Région de l'Ouest : 604 696-9975

## Chatelaine

1 Mount Pleasant Road, 11<sup>e</sup> étage  
Toronto (Ontario) M4Y 2Y5  
Région de l'Ontario : 416 764-1888  
Région du Québec et de l'Est du Canada : 514 843-2502  
Région de l'Ouest : 604 696-9975

## Renseignements sur la publicité et spécifications 2012

### Renseignements sur la publicité en ligne

## chatelaine.com

- Rejoignez plus de Canadiennes plus rapidement
- Faites croître la notoriété de votre marque
- Stimulez vos ventes
- Augmentez l'achalandage
- Créez une base de données

### DONNÉES CLÉS

- Plus de 500 000 visiteurs uniques par mois
- Plus de 30 000 visiteurs uniques par jour
- 3 millions de pages vues par mois

Nous mettons à votre disposition des campagnes publicitaires numériques sur mesure incluant des formats superbannière, îlot, gratte-ciel, encadrés publicitaires, interstitiel, média enrichi et plus!

Nous offrons aussi des possibilités de commandite, des concours, des quiz, des microsites, des publiereportages, des bulletins électroniques et des publipostages électroniques personnalisés.

Pour en savoir plus sur la publicité en ligne :

Ontario: 416 764-1434

Québec: 514 337-9065

ou rendez-vous sur [chatelaine.com](http://chatelaine.com)

## Chatelaine

1 Mount Pleasant Road, 11<sup>e</sup> étage

Toronto (Ontario) M4Y 2Y5

Région de l'Ontario: 416 764-1888

Région du Québec et de l'Est du Canada: 514 843-2502

Région de l'Ouest: 604 696-9975

## Châtelaine

1200, av. McGill College, bureau 800

Montréal (Québec) H3B 4G7

Région de l'Ontario: 416 764-1888

Région du Québec et de l'Est du Canada: 514 843-2502

Région de l'Ouest: 604 696-9975