



L'actualité

RAFRAÎCHISSEZ VOS IDÉES

TROUSSE MÉDIA 2012



Voué aux grands reportages, à l'analyse et à la réflexion, *L'actualité* est le seul magazine d'affaires publiques au Québec et l'une des grandes publications de langue française dans le monde.

***L'actualité* s'efforce de repérer pour ses lecteurs les tendances significatives. Il aborde sans détours les sujets importants de notre époque pour faire de ses pages un lieu de débats sur les enjeux de société. Écrit pour et par des Québécois, c'est le magazine de référence au Québec pour les leaders d'opinion et les décideurs.**

Publié 20 fois par année, *L'actualité* présente des reportages et des entrevues qui portent sur la politique, l'économie, le monde des affaires, la culture, la société, l'éducation et le monde scientifique. Des chroniques santé, techno, livres, spectacles, vins et produits du terroir s'ajoutent aux dossiers de l'heure.



L'actualité jouit d'une notoriété et d'une crédibilité exceptionnelles jamais démenties au fil des ans. En 35 ans, l'équipe de rédaction a remporté plus de **600 prix et mentions** à l'échelle du Québec et du Canada. *L'actualité* a notamment reçu le prix du Magazine de l'année au Québec sept fois au cours des 11 dernières années.



LE PROFIL DE NOS LECTEURS

Avec ses 907 000 lecteurs par numéro, *L'actualité* vous permet de rejoindre les Québécois qui ont un revenu familial plus élevé que la moyenne, de même que les leaders d'opinion, les dirigeants d'entreprises, les cadres et professionnels des milieux des affaires, de la santé, de l'éducation et de la recherche.

Avec un pouvoir d'achat 18 % plus élevé que la moyenne, nos lecteurs ont les moyens d'acheter plus de voitures, de produits financiers, de voyages, de vêtements, de bijoux, etc. Ils représentent donc une clientèle cible de choix pour les annonceurs. Ne manquez pas l'occasion de leur parler!

L'ACTUALITÉ EN UN COUP D'ŒIL

- Lectorat Canada 12 ans + : **907 000**
- Lectorat Québec 18 ans + : **831 000**
- Nombre de parutions par an : **20**
- Diffusion moyenne ABC : **163 572 exemplaires**
- Pourcentage d'abonnés : **89 %**
- Temps de lecture moyen : **64 minutes**

	Profil population Québec 18 +	Profil des lecteurs de <i>L'actualité</i>	Indice
Hommes	49 %	51 %	103
Femmes	51 %	49 %	97
18-24 ans	11 %	12 %	104
25-54 ans	53 %	53 %	100
55 ans +	36 %	35 %	98
Montréal RMR	49 %	55 %	112
Québec RMR	10 %	13 %	130
Familles avec enfants à la maison	47 %	48 %	103
Cols blancs	36 %	47 %	132
MOPE	19 %	26 %	138
Universitaires	29 %	43 %	150
Revenu familial moyen	65 768 \$	77 319 \$	118
Revenu personnel 50 000 \$ +	20 %	32 %	157
Revenu familial 100 000 \$ +	18 %	26 %	141

MAINTENANT SUR



L'actualité
TROUSSE MÉDIA 2012



L'ACTUALITÉ SUR TOUTES SES PLATEFORMES

L'actualité rejoint un vaste auditoire sur ses plateformes numériques.

Tablettes électroniques

L'actualité est offert en versions iPad et Android. Tous les annonceurs ont la possibilité d'acheter de la publicité dans ces éditions électroniques qui, en plus de présenter le contenu intégral du magazine, sont enrichies de documents, de vidéos, de bandes sonores et de photoreportages inédits. **Pour obtenir les tarifs ou pour tout autre renseignement à ce sujet, composez le 514 843-2530.**

Web

Le site **Lactualite.com** est un lieu d'analyse, d'information et de débats qui se renouvelle quotidiennement. Ses blogueurs et journalistes sont régulièrement cités dans d'autres médias et font l'événement. La section Multimédia offre des photoreportages, des vidéos et des capsules audio qui comptent parmi les contenus les plus souvent consultés. **Pour en savoir plus sur la publicité en ligne, composez le 514 337-9065.**

POUR NOUS JOINDRE

Louise Pharand
Directrice principale des ventes
514 843-2519
louise.pharand@rci.rogers.com

Céline Gauthier
Adjointe à la direction des ventes
et coordonnatrice
514 843-2530
celine.gauthier@rci.rogers.com

Rosalina Lento
Coordonnatrice à la production
514 843-2557
rosalina.lento@rci.rogers.com

L'actualité
1200, av. McGill College
Bureau 800
Montréal (Québec)
H3B 4G7
Tél.: 514 843-2530
Télééc.: 514 843-2936

TARIFS PUBLICITAIRES 2012

En vigueur à compter du numéro de février 2012

Fréquence (numéros)	1 à 3 numéros	4 à 8 numéros	9 à 12 numéros	13 à 23 numéros
Quatre couleurs				
Pleine page	20 105 \$	19 275 \$	18 610 \$	18 005 \$
Double page	40 205 \$	38 530 \$	37 215 \$	36 005 \$
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	16 080 \$	15 425 \$	14 870 \$	14 415 \$
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (minipage)	14 070 \$	13 490 \$	13 005 \$	12 610 \$
Bandeau	11 870 \$	11 380 \$	10 975 \$	10 625 \$
1 colonne ou 1/3 page carrée	9 655 \$	9 250 \$	8 925 \$	8 660 \$
Couverture intérieure	22 110 \$	21 195 \$	20 455 \$	19 810 \$
Couverture extérieure	24 120 \$	23 125 \$	22 320 \$	21 610 \$
Noir et une couleur*				
Pleine page	17 690 \$	16 960 \$	16 375 \$	15 850 \$
Double page	35 385 \$	33 930 \$	32 740 \$	31 700 \$
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	14 150 \$	13 570 \$	13 095 \$	12 690 \$
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (minipage)	12 500 \$	11 880 \$	11 465 \$	11 100 \$
Bandeau	10 445 \$	10 015 \$	9 665 \$	9 355 \$
1 colonne ou 1/3 page carré	8 500 \$	8 145 \$	7 855 \$	7 605 \$
Noir et blanc				
Pleine page	15 685 \$	15 040 \$	14 500 \$	12 910 \$
Double page	31 365 \$	30 070 \$	29 020 \$	25 795 \$
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	12 545 \$	12 035 \$	11 610 \$	11 235 \$
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (minipage)	10 975 \$	10 535 \$	10 155 \$	9 840 \$
Bandeau	9 255 \$	8 880 \$	8 565 \$	8 300 \$
1 colonne ou 1/3 page carrée	7 540 \$	7 235 \$	6 980 \$	6 750 \$

Tarifs bruts.

*Les couleurs harmonisées ne sont pas toujours disponibles. Communiquez avec le service de la production au 514 843-2557 au sujet de la disponibilité de couleurs harmonisées particulières. Les tarifs de fréquence peuvent être accordés pour les annonces multiples. Un supplément de 20 % s'applique sur une cinquième couleur qui est disponible uniquement pour les annonces pleine page et doubles pages.

DATES DE TOMBÉE 2012

Numéro	Mise en marché	Réservation d'espace	Tombée matériel	Tombée matériel tablettes électroniques
Février	4 janvier	9 décembre	19 décembre	23 décembre
1 ^{er} mars	8 février	20 janvier	30 janvier	3 février
15 mars	22 février	3 février	13 février	17 février
1 ^{er} avril	7 mars	17 février	27 février	2 mars
15 avril	21 mars	2 mars	12 mars	16 mars
1 ^{er} mai	4 avril	16 mars	26 mars	30 mars
15 mai	25 avril	5 avril	16 avril	20 avril
1 ^{er} juin	9 mai	20 avril	30 avril	5 mai
15 juin	24 mai	4 mai	14 mai	20 mai
Juillet	6 juin	18 mai	28 mai	1 ^{er} juin
Août	5 juillet	15 juin	26 juin	29 juin
1 ^{er} septembre	8 août	20 juillet	30 juillet	3 août
15 septembre	22 août	3 août	13 août	17 août
1 ^{er} octobre	12 septembre	24 août	4 septembre	7 septembre
15 octobre	26 septembre	7 septembre	17 septembre	21 septembre
1 ^{er} novembre	11 octobre	21 septembre	1 ^{er} octobre	5 octobre
15 novembre	24 octobre	5 octobre	15 octobre	19 octobre
1 ^{er} décembre	7 novembre	19 octobre	29 octobre	2 novembre
15 décembre	21 novembre	2 novembre	12 novembre	16 novembre
Janvier 2013	5 décembre	16 novembre	26 novembre	30 novembre

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES 2012

	Annonces à fond perdu : 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			Annonces sans fond perdu : Positionner les documents dans la zone de sécurité		
Double page DPS	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)		
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
1/2 page verticale	3,875 po	x	10,75 po	3,375 po	x	10,25 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	4,5 po	x	4,875 po
2/3 page horizontale	7,875 po	x	6,75 po	7,375 po	x	6,25 po
2 colonnes	5,125 po	x	10,75 po	4,625 po	x	10,25 po
3/4 colonne double	5 po	x	7,875 po	4,5 po	x	7,375 po
Bandeau	7,875 po	x	2 po	7,375 po	x	1,5 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 0,125 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 (choisir le format d'annonce dans le menu de gauche).

Modalités de production

Impression : Haute vitesse, lithographie Web offset

Brochage : À cheval

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

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. Pour en savoir davantage au sujet des normes de Magazines Canada, visitez le magazinescanada.ca/advertising/production/dmacs_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. *L'actualité* ne peut être tenu responsable 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. 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^{MC} de Magazines Canada (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 2012

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

- (a) 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).
- (b) 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.
- (c) 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.
- (d) 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

- (a) L'Annonceur et l'Agence seront conjointement et solidairement responsables du paiement de toutes les factures pour la publicité publiée dans la Publication.
- (b) Tous les montants facturés sont payables sur réception de la facture. Des intérêts seront exigibles au taux de 1½ % par mois (18 % par année) sur tous les montants en souffrance depuis plus de 30 jours à compter de la date de la facture.
- (c) 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.
- (d) 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

- (a) 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.
- (b) 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

- (a) 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.
- (b) 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.
- (c) 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 ou les normes dMACS 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 sous la rubrique « Comment écrire un PDF » (renseignements sur les épreuves).

- (d) 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.
- (e) L'Éditeur ne sera pas tenu de retourner le matériel publicitaire.
- (f) 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, indemnités, limites

- (a) 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.
- (b) 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.
- (c) 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

- (a) 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.
- (b) 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.
- (c) 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.
- (d) Ni l'Annonceur ni l'Agence ne peuvent céder leurs droits ou obligations en vertu de la présente Convention.
- (e) 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.
- (f) 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.
- (g) La présente Convention doit être régie et interprétée conformément aux lois de la province de l'Ontario et aux 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.