



# BILAN ÉDITION 2022

STADE OLYMPIQUE  
DU 31 MARS AU 3 AVRIL 2022



# BILAN ÉDITION 2022



## CAMPAGNE MÉDIA INTENSIVE

14 mars au 3 avril

### TÉLÉ

Message de 30 sec. sur les chaînes conventionnelles (80%) et spécialisées du 21 mars au 2 avril 2022

- 70% en heure de pointes
- 3 capsules « Météo en direct » à Salut Bonjour le 31 mars



- Portée 69.6%
- Fréquence 7.4x



### RADIO

Message de 30 sec. du 21 mars au 3 avril 2022 sur les ondes de 5 stations francophones



Radio en direct sur place le 1<sup>er</sup> avril

- 100% de la cible atteinte
- Portée 63.9%
- Fréquence 5.9x



### WEB

Campagne réalisée de mars à avril 2022

- 69.5K clics
- Plus de 13.5M d'impressions

YouTube – Vidéo de 15 sec.

- 400K impressions
- 0.13% CTR

Google Display

- 3 088 impressions
- 0.73% CTR

Verizon – Native

- 2 795 impressions
- 0.88% CTR

### IMPRIMÉS

Publications dans le Journal de Montréal et Réno

Decor



- Bannière 1<sup>ère</sup> page
- Audience quotidienne 323K

- Pleine page
- Audience mensuelle 350K



# BILAN ÉDITION 2022



## LA PRESSE +

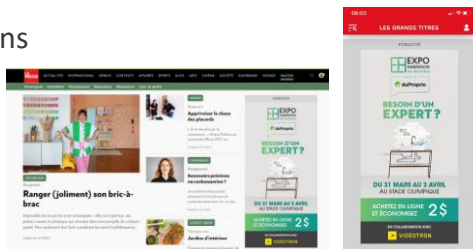
### Demi et pleines pages dans La Presse +

- 979K impressions



### Bannières dans l'application et sur le site de La Presse

- 5.2M impressions
- 0.25% CTR



## Couverture médiatique

### 2 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

Médias traditionnels:

- 27 reportages réalisés avec une portée de plus de 23M impressions

Médias sociaux

- 7 coupures avec une portée de plus de 282K d'impressions

## MÉDIAS DU SALON

11 INFOLETTRES DU SALON entre novembre 2021 et avril 2022 envoyées à plus de 18K abonnés

- Taux moyen d'ouverture 35%
- Taux moyen de clics uniques 1.77%

SITE WEB DU SALON entre novembre 2021 et avril 2022 envoyées à plus de 18K abonnés

- 286 593 pages vues
- 96 919 visiteurs uniques
- 126841 sessions
- 2-3 pages vues

## MÉDIAS SOCIAUX

### FACEBOOK

- 7 282 abonnés, augmentation de 3%
- Portée des publications organiques à 6.5%

### INSTAGRAM

- 894 abonnés, augmentation de 17%

## Merci à nos commanditaires et partenaires

