



proposition médi(as)

CAS_0642-22 - MSSS Prévention des piqûres

révisé le 3 juin 2022

1 Objectifs de campagne						2 Cibles															
- Rappeller à la population que des piqûres de tiques et de moustiques peuvent transmettre certaines maladies pouvant avoir de graves conséquences pour la santé. - Amener la population à consulter le site Web Québec.ca/piqûres, afin qu'elle obtienne plus d'informations détaillées.						- A18+, emphase plein air															
3 Déploiement média						4 Calendrier de diffusion														5	
						juillet					août				septembre					Budget média	
Média	Description	Marché	Section/format	Visibilité estimée	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26			
Audio																			133,283 \$		
Radio	Montréal francophone	30 secondes		375 PEB	125 peb/sem																
	Montréal anglophone	30 secondes		375 PEB	125 peb/sem																
	Marchés principaux :	Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay, Ott.-Gatineau	30 secondes	525 PEB	175 peb/sem																
			30 secondes																		
	Marchés régionaux	Rimouski, Rouyn, Val D'Or, Laurentides, Lanaudière et l'Estrie	30 secondes		21 21																
	Radios communautaires	Côte-Nord, Gaspésie, Estrie, Outaouais	30 secondes		21 21																
Numérique																					
	Programmatique	Spotify, QUB, Stingray,etc.	Québec franco	audio 30 secondes + 640x640 jpeg	500,000 impressions																
Vidéos					projection de 100k visionnements et 450 clics														10,000 \$		
	Youtube	a18+, intérêts plein air, camping, animaux de compagnie	Québec franco	vidéo 30s	100,000 visionnements																
Bannières (français 75% - anglais 25 %)					projection de1 million d'impressions et 1 100 clics														8,000 \$		
	Programmatique	1. sites météo (régions à risque - emphase Estrie et Montérégie) 2. CAG Premium 3. contextuel plein air, intérêts plein air	Québec franco/anglo (75% fr - 25% an)	300x600, 300x250	1,000,000 impressions																
Médias sociaux					projection de 625 000 impressions et 1 250 clics														5,000 \$		
	Facebook (objectif en vues)	intérêt camping, plein air, randonnées, etc. démon parents + intérêts	Québec franco	vidéo + texte (publication fantôme)	166,667 vues																
SEM					projection de 5 600 clics														7,000 \$		
	Google	achat de mots-clés	Québec franco/anglo (75% fr - 25% an)	annonces textes	5,600 clics																

détails des investissements	
Canadiens/Québécois	87%
Étrangers	13%

budget médias communautaires	6,8%
------------------------------	------

Total net :	163,283 \$
commission et frais de gestion radio :	4,862 \$
commission et frais de gestion Internet plus :	2,100 \$
commission et frais de gestion Mots-clés :	455 \$
Frais de mise en ligne :	2,700 \$
Honoraires planification :	1,125 \$
Investissement total :	174,525 \$



cossette média