



# 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																		
	Montréal anglophone		30 secondes	375 PEB																		
	Marchés principaux :	Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay, Ott.-Gatineau	30 secondes	525 PEB																		
			30 secondes																			
	Marchés régionaux	Rimouski, Rouyn, Val D'Or, Laurentides, Lanaudière et l'Estrie	30 secondes																			
	Radios communautaires	Côte-Nord, Gaspésie, Estrie, Outaouais	30 secondes																			
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 de 1 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. démonstrations + 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