



# LEDEVOIR

## Trousse média 2023



# Un média de référence

À propos du *Devoir*



## À propos

Fondé en 1910 par le journaliste et homme politique Henri Bourassa, *Le Devoir* est un média d'information multiplateformes québécois indépendant. Considéré comme un des journaux les plus importants et respectés du Canada, il est reconnu pour la rigueur de sa couverture journalistique ainsi que la qualité et la profondeur de ses analyses.

**LEDEVOIR**

**Le Devoir s'engage à défendre les idées et les causes qui assureront l'avancement politique, économique, culturel et social de la société québécoise.**

— Brian Myles, directeur

Depuis  
1910

D

# Un média de référence

6 raisons  
d'annoncer sur  
nos plateformes



**1 LA MARQUE**  
*Le Devoir* procure un environnement sécuritaire et crédible pour votre marque.

**2 LE LECTORAT**  
*Le Devoir* permet de rejoindre des consommateurs prestigieux, influents, scolarisés, engagés et diversifiés.

**3 LES CONTENUS**  
D'une grande richesse, ils offrent des environnements contextuels uniques et engageants.

**4 L'ÉCOSYSTÈME**  
Une marque multiplateforme qui accompagne les lecteurs tout au long de leur parcours de consommation.

**5 L'EMPREINTE GÉOGRAPHIQUE**  
*Le Devoir* rejoint des lecteurs partout dans la province.

**6 LES SOLUTIONS MÉDIAS**  
Une flexibilité adaptée aux enjeux d'affaires des annonceurs.

**LEDEVOIR**

## Un média de référence

Une plateforme  
de confiance  
pour promouvoir  
votre marque

Le Devoir est une marque respectée et emblématique, qui procure un environnement sécuritaire et crédible pour votre marque.

**Plus de 1200 compagnies et organismes nous font confiance chaque année pour diffuser leurs messages, leurs produits et leurs valeurs.**



LEDEVOIR

# Un média de référence

Un lectorat en  
croissance

Dans la dernière année, *Le Devoir* a su augmenter ses lecteurs ainsi que sa portée auprès des décideurs du Québec et du Canada. Son lectorat est plus éduqué (i-137) et influent (i-138) que la moyenne.

**1,294 M de lecteurs, soit 1 québécois sur 5, consultent *Le Devoir* chaque semaine.**

## Hausse de 8%

du lectorat depuis 2021

## Hausse de 39%

du lectorat depuis 2017

Depuis un an, la croissance a été encore plus importante...

**+ 20%**

chez les gens  
d'affaires MOPEs

**+ 25%**

chez les  
gestionnaires

**+ 24%**

dans les foyers  
ayant un revenu  
de 200k et plus

Source: Vividata Base: Québec 18+ francophone:  
Automne 2022 vs Automne 2021 et Automne 2017

**LEDEVOIR**

# La portée du *Devoir*

Papier et numérique

**1 294 000**

Lecteurs/semaine

**Papier et numérique**

**473 000**

Lecteurs/semaine

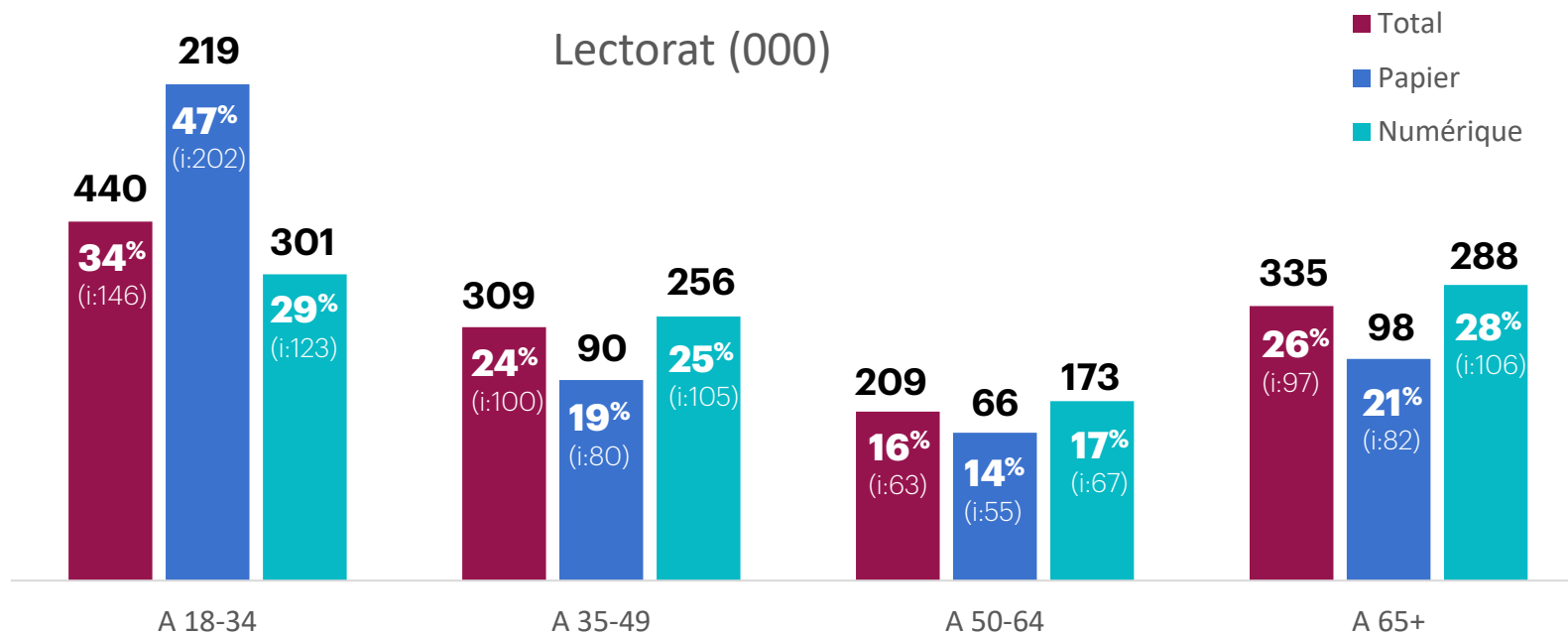
**Papier**

**1 017 000**

Lecteurs/semaine

**Numérique**

30% de nos lecteurs sont des millénariaux  
**302 000 / sem**



Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec 18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

# La portée du *Devoir*

Une présence  
partout au  
Québec



**Montréal**  
**576 000 lecteurs**  
45% (i-103)

Papier: 261 000  
Numérique: 419 000

**Québec**  
**154 000 lecteurs**  
12% (i-104)

Papier: 36 000  
Numérique: 142 000

**Gatineau/Ottawa**  
**69 000 lecteurs**  
5% (i-135)

Papier: 10 000  
Numérique: 69 000

**Reste du Québec**  
**494 000 lecteurs**  
38% (i-92)

Papier: 167 000  
Numérique: 387 000

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

# Les médias d'information: un puissant véhicule publicitaire

Les impressions publicitaires  
n'ont pas toutes la même valeur !

Trois éléments-clés qui retiennent  
l'attention des utilisateurs



Engagement  
de qualité



Audiences  
de qualité



Environnements  
de qualité



# Un engagement de qualité

Des contenus qui font réagir



482 000 abonnés



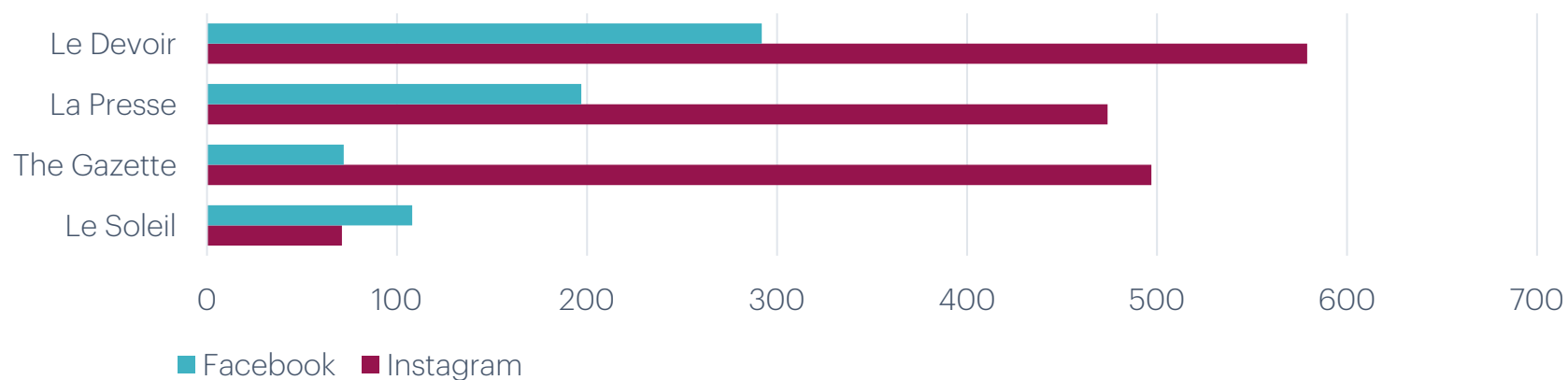
130 000 abonnés



379 000 abonnés

**Les publications sociales du *Devoir* génèrent un taux d'engagement exceptionnel par rapport à ses concurrents.**

Interactions moyennes par publication



Source: CrowTangle 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

# Un engagement de qualité

Une plateforme de confiance pour promouvoir votre marque

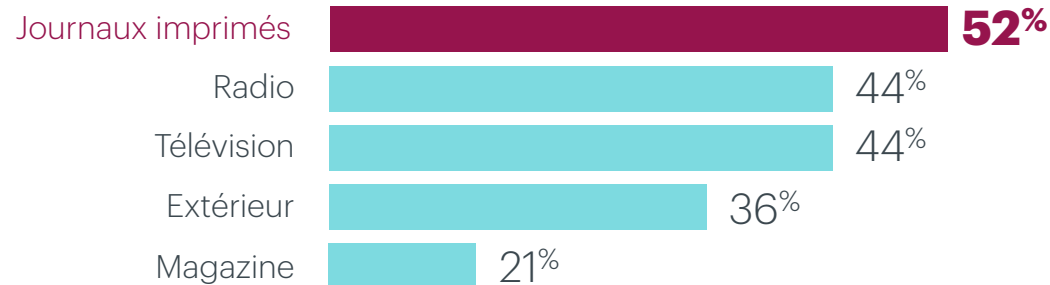
(1) Source: News Media Canada/Tobin Research, Canadiens 18+, 2020

(2) Le Canada Numérique de 2023 – ressac x Léger

LEDEVOIR

## La publicité dans les médias est la plus crédible auprès des consommateurs

### La publicité dans les journaux imprimés est plus crédible que tous les autres formats. <sup>(1)</sup>



### La publicité sur les sites web de médias d'information est plus crédible que toutes les autres plateformes numériques. <sup>(1)</sup>



# 67%

des canadiens sont favorables à ce que les entreprises locales augmentent leurs placements publicitaires auprès des médias locaux. <sup>(2)</sup>

# Un engagement de qualité

Des lecteurs réceptifs à la publicité

La publicité dans les médias rejoint des consommateurs plus réceptifs aux messages publicitaires

## Médias d'information vs web en général <sup>(2)</sup>

- La **réention des messages publicitaires** diffusés dans les médias d'information imprimés et numériques est **2,2 X plus élevée**
- La perception de **l'image de marque** est **3,5 X plus élevée**

## Médias d'information vs Facebook <sup>(2)</sup>

Le **taux de rappel** est **4 X plus élevé** que sur Facebook

## Médias imprimés vs web en général <sup>(2)</sup>

Le **taux de rappel** est **8,5 X plus élevé** que sur un site web général

**52%**

de nos lecteurs considèrent que la publicité est une bonne chose **(i-111)**

**38%**

confirment que la publicité influence leurs achats **(i-122)**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec 18+ francophone: 5 784 000 personnes

(2) Source: NewsBrands, The Benchmark Series: The powerful impact of placement cross-media advertising effectiveness study, Australia 2021

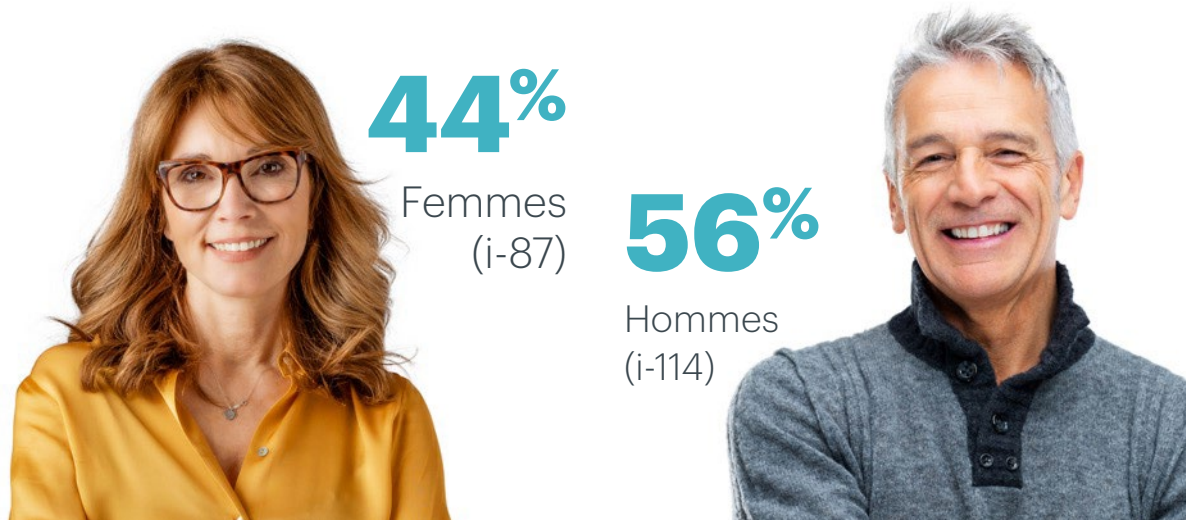
**LEDEVOIR**

# Une audience de qualité

Le Devoir permet de rejoindre des consommateurs parmi les plus scolarisés, aisés et influents du Québec

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec 18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**



**44%**

Femmes  
(i-87)

**56%**

Hommes  
(i-114)

Âge  
moyen  
**47 ans**

 **15%**

gagnent un revenu supérieur à 150 000 \$  
**(i-150)**

 **33%**

sont des gens d'affaires (MOPEs)  
**(i-139)**

 **9%**

sont des cadres supérieurs  
**(i-188)**

 **37%**

sont parents d'au moins un enfant  
**(i-102)**

 **24%**

détiennent un diplôme universitaire  
**(i-130)**

 **29%**

appartiennent à la génération milléniale  
**(i-118)**

Des lecteurs  
**influent**  
ambitieux  
actifs  
raffinés  
cultivés  
aventuriers  
épicuriens

Nos lecteurs sont des leaders sur le plan professionnel et personnel.

**197 000**

occupent une fonction de gestionnaires (i-125)

**315 000**

participent aux décisions d'achats au sein de leur entreprise (i-148)

**351 000**

se considèrent comme des entrepreneurs (i-111)

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**



**17%**

sont les premiers à se procurer des nouveaux produits parmi leurs amis (i-140)

**43%**

se font demander conseil avant l'achat de nouveaux produits (i-140)

Des lecteurs  
**influents**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

Parmi les ambitions de nos lecteurs pour la prochaine année:

**233 000 lecteurs**

ont l'intention de s'acheter une propriété  
(i-126)

**169 000**

prévoient faire un voyage d'affaires  
(i-132)

**288 000**

veulent faire l'acquisition d'un nouveau véhicule  
(i-127)

**149 000**

sont à la recherche de nouveaux défis professionnels  
(i-119)

Nos lecteurs sont des gens ambitieux, qui considèrent leur emploi comme étant plutôt une carrière (i-121), ils veulent gravir les échelons (i-146) ou lancer leur propre compagnie (i-141).



Des lecteurs  
**influen**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Nos lecteurs aiment être actifs et pratiquent une variété de sports et de loisirs.

**Jogging**

16% (i-140)

**Ski et planche à neige**

12% (i-133)

**Chasse et pêche**

15% (i-125)

**Photographie**

17% (i-126)

**Vélo**

18% (i-110)

**Camping**

17% (i-124)



**50%**

font du sport ou de l'exercice physique au moins une fois par semaine (i-106)

**42%**

considèrent que les sports et les loisirs sont très importants pour leur famille (i-118)

**58%**

aiment mener une vie de défis, de nouveautés et de changements (i-122)

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec 18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

Des lecteurs  
**influen**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

**65%**

sont prêts à payer plus pour avoir des produits de meilleure qualité (i-107)

**32%**

n'hésitent pas à dépenser pour des produits qui élèvent leur statut (i-122)



**422 000 lecteurs** équiperont leurs foyers avec les dernières technologies (i-124)

**281 000** achètent des produits griffés (i-119)

**504 000** prennent beaucoup de plaisirs à soigner leur apparence (i-105)

**164 000** conduisent un véhicule de luxe (i-142)

**211 000** possèdent une résidence valant plus de 500 000\$ (i-112)

**164 000** disent dépenser beaucoup pour des produits de soins personnels et des cosmétiques (i-110)



Des lecteurs  
**influen**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**



**39%**  
se disent  
particulièrement  
intéressé par les arts  
(i-110)

Nos lecteurs ont un intérêt plus marqué que la moyenne des Québécois envers les arts et spectacles. Ils assistent fréquemment à divers événements culturels.

**Concert classique**  
(i-139)

**Théâtre**  
(i-121)

**Danse**  
(i-147)

**Concert de Jazz**  
(i-139)

### Livres

Nos lecteurs achètent en moyenne **9 livres** papier et numérique par année.

### Cinéma

**197 000 lecteurs vont au cinéma une fois par mois.** Ils préfèrent les films étrangers (i-148), les comédies (i-129) et les drames (i-125).

### Musées

Nos lecteurs fréquentent les musées en moyenne **4 fois par année.**

Des lecteurs  
**influent**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**



**1/2 des lecteurs**  
ont l'intention de  
voyager dans la  
prochaine année  
(i-105) et ils préfèrent des  
destinations qu'ils n'ont  
pas encore visitées  
(i-107)

**Nos lecteurs**  
**font en moyenne**  
**2 voyages**  
**par avion**  
**annuellement**

**169 000 lecteurs** ont l'intention de voyager pour  
affaires dans la prochaine année (i-132)

**454 000** cherchent l'aventure lorsqu'ils voyagent  
(i-107)

**407 000** préfèrent que tous les aspects de leur  
voyage soient luxueux (i-106)

Des lecteurs  
**influen**  
**ambitieux**  
**actifs**  
**raffinés**  
**cultivés**  
**aventuriers**  
**épicuriens**

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec  
18+ francophone: 5 784 000 personnes

**LEDEVOIR**

**51%**

de nos lecteurs  
aiment recevoir à  
la maison (i-113)

**30%**

fréquentent régulièrement  
les restaurants  
gastronomiques (i-104)

**61%**

considèrent ne pas avoir des  
goût alimentaires  
conservateurs (i-107)

Nos lecteurs sont prêts à payer  
plus pour:

- **des aliments de bonne qualité**  
54% (i-103)
- **de l'alcool de bonne qualité**  
40% (i-104)
- **des produits écoresponsables**  
40% (i-113)

# Un écosystème multiplateforme



**Édition régulière  
du lundi au samedi**

**D Magazine**

**Cahier Plaisirs**

**Publications  
spéciales**



**Site Web**

**Application  
mobile**

**Application  
tablette**

**Balado**

**Infolettres**



**Réseaux sociaux**

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

**Partenariats**

Apple News+

MSN

# L'expérience papier

Des contenus d'une grande richesse, qui offrent un contexte unique et engageant

LEDEVOIR

WWW.LEDEVOIR.COM VOL. CXXII N° 246 / LES SAMEDI 20 ET DIMANCHE 30 OCTOBRE 2022 / 3,30 \$ - TAXES - 3,80 \$

**LEDEVOIR**

**CULTURE** Milk & Bone, nécessaire distance, essentiel rapprochement | LED 12

**LIRE** Geneviève Petersen, dans la tête d'une femme en colère | LED 18

**PERSPECTIVES** Les gals, pour quoi faire? | B 1

**LE DEVOIR DE LITTÉRATURE** Maria Chapdelaine, ou les trois romans de Louis Hémon | B 6

**À Wendake, le wendat reprend voix**

**Les nouvelles incarnations de Twitter**

**CLASSEUR DU BARREAU**

**INDEX**

**plaisirs.** A découvrir aujourd'hui dans le cahier Plaisirs.



WWW.LEDEVOIR.COM VOL. CXXII N° 76 / LES SAMEDI 9 ET DIMANCHE 10 AVRIL 2022 / 3,05 \$ - TAXES - 3,50 \$

**LEDEVOIR**

**PERSPECTIVES** Ruée sur l'hydrogène, un dossier à lire en pages B1 à B4

**LIRE** Parler de vouloir mourir avec Catherine Ethier | LED 20

**CULTURE** Le documentaire environnemental nous sauvera-t-il? | LED 8

**CULTURE** Place au pianoforte de la salle Bourgie | LED 16

LEDEVOIR // LES VENDREDI 8 AVRIL 2022

**WEEK-END**

**ÉCONOMIE** La livraison de colis électrifiée au Québec | B 7

**MONDE** Ketanji Brown Jackson, première Noire à la Cour suprême américaine | B 9

**CULTURE** Michel Côté se retire de la vie publique : l'artiste en cinq films marquants | B 3

**Ariane Moffatt a touché son point de mire**

Dans un album qui paraît aujourd'hui, 19 artistes de la relève reprennent les chansons du disque phare des années 2000

## Chaque jour — Cahiers A et B

Actualités, Opinion, Politique, Société, Économie, Monde, Culture, Sports

LEDEVOIR // LES SAMEDI 3 ET DIMANCHE 13 AVRIL 2022

**ACTUALITÉS** | A 3

**ENJEUX AUTOCHTONES**

**Pluie de critiques après le reculs de la CAQ**

**REBOURNAISON CULTURELLE**

**AFRICA NORD**

LEDEVOIR // LES MARDI 7 MARS 2022 / CAHIER 2

**ÉCONOMIE** DeStropia revient dans le mobile | B 3

**CULTURE** Anne Dorval et Steve Gagnon incarnent Cassez et Camus sur scène | B 5

**SPORTS** Nadia remporte une première victoire difficile à Melbourne | B 6

**ÉCONOMIE** Déflation au radar

**CHANGEMENTS**

# L'expérience papier

Des contenus d'une grande richesse, qui offrent un contexte unique et engageant



## Samedi — 4 cahiers et +

Perspectives, D mag, Plaisirs, Cahiers spéciaux



# L'expérience papier

Des formats d'impact qui répondent aux besoins des annonceurs

**LEDEVOIR**

Les produits imprimés du *Devoir* proposent des environnements riches aux possibilités publicitaires variées.

### Formats d'impact

- Demie jaquette sur la une
- Double pages centrales
- Formats flottants

### Contenus

- Contenu partenaire (BIS)
- Contenu publicitaire
- Contenu contextuel
- Cahier promotionnel



Demie jaquette sur la une



Double 1/3 flottant  
Format *broadsheet*



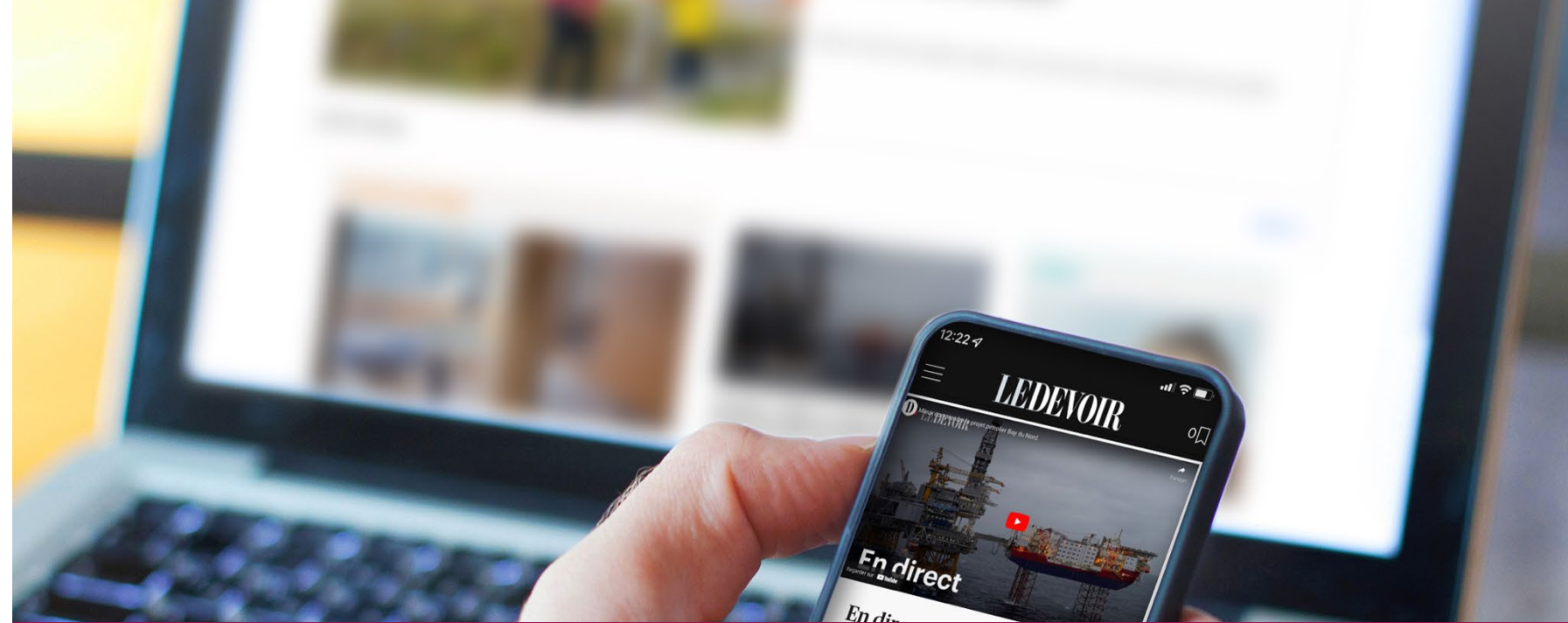
Pages centrales  
Format *tabloïd*

# L'expérience numérique

Des plateformes performantes

Source Google Analytics, moyenne mensuelle  
mai à octobre 2022

**LEDEVOIR**



Web

**7,8 M**  
Impressions/ mois

**3 M**  
Visiteurs uniques/ mois

**3 min. 08 sec.**  
Durée d'engagement



App  
Mobile

**3,4 M**  
Impressions/ mois

**46 500**  
Visiteurs uniques/ mois

**4 min. 22 sec.**  
Durée d'engagement



App  
Tablette

**1,8 M**  
Impressions/ mois

**12 500**  
Visiteurs uniques/ mois

**20 min. 13 sec.**  
Durée d'engagement



# L'expérience numérique

Des solutions publicitaires variées

LEDEVOIR

[www.ledavoir.com](http://www.ledavoir.com)

## Formats vidéo

- Pré-roll
- Vidéo Outstream
- Bannière avec vidéo

## Contenus

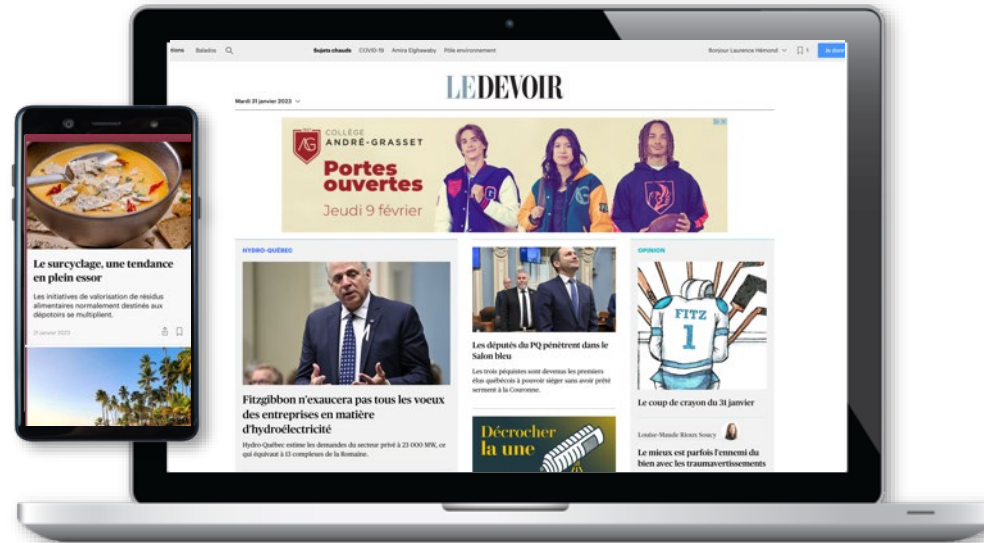
- Contenu partenaire (BIS)
- Contenu publicitaire

## Formats d'impact

- Grand billboard
- Outstream natif

## Formats réguliers

- Ilot
- Double ilot
- Super bannière
- Billboard



## Ciblez vos audiences

### Ciblages

socio-démographique

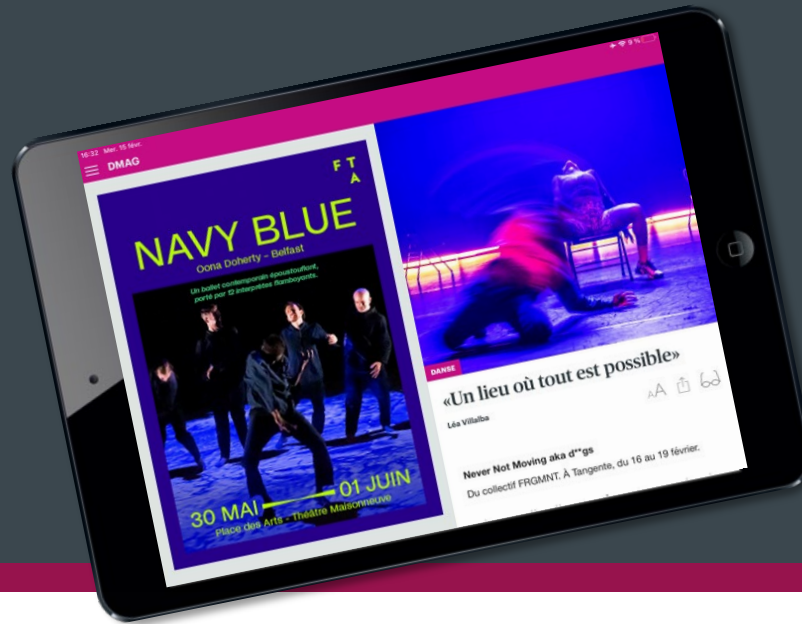
Genre, âge, structure familiale, ménage avec enfants, revenu annuel, taille du ménage, niveau d'éducation, état civil, industrie d'activités et géolocalisation.

### Environnements ciblés

Opinion, politique, société, économie, monde, environnement, culture, vivre, sports

# L'expérience numérique

Des solutions publicitaires variées



## Application tablette

### Formats vidéos

- Écrans avec intégration vidéo

### Contenus partenaires

- Contenu partenaire web (BIS)

### Formats d'impact

- Plein écran

### Formats réguliers

- Demi écran
- Quart d'écran
- Double ilot

## Application mobile

### Formats vidéos

- Pré-roll

### Formats d'impact

- Double ilot

### Formats réguliers

- Ilot



## Infolettres

### Formats réguliers

- Ilot
- Double ilot
- Bannière 595 x 90

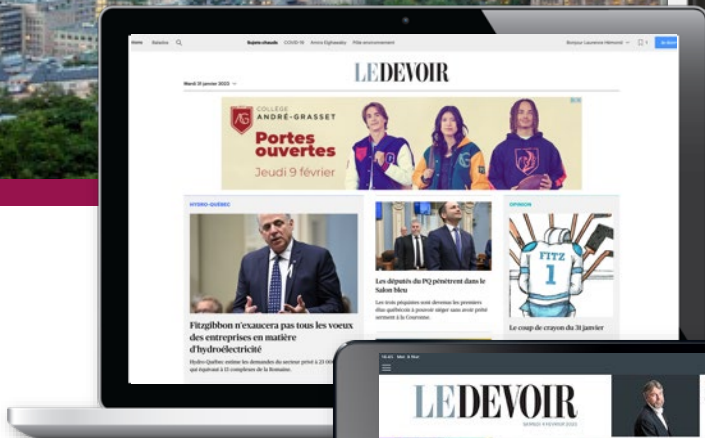
## Balado

### Formats audio

- Commandite (6 et 15 sec.)
- Midroll (6, 15 et 30 sec.)

# Des environnements riches

## Le Devoir et ses sections



## Des contenus diversifiés

Le Devoir offre une couverture complète et détaillée de l'actualité, locale et internationale. Chaque semaine, plus de 150 journalistes, dont une vingtaine de chroniqueurs et éditorialistes, creusent les enjeux d'ici et d'ailleurs.

- Opinions
- Politique
- Société
- Économie
- Monde
- Culture
- Perspectives
- Vivre
- Sports

# Des environnements riches

## Du contenu respecté et consulté par les décideurs

### Opinions

La section Opinions est un canal privilégié par les personnalités publiques et les experts pour exprimer leurs idées et tâter le pouls de la société québécoise.

# Quel avenir pour les villes ?

Les élections municipales de mai, nous avons vu se dérouler la campagne électorale dans une atmosphère de tension et de compétition électorale. Les candidats ont fait campagne dans les rues, ont fait des portes à portes, ont fait des portes à portes... Les candidats ont fait campagne dans les rues, ont fait des portes à portes, ont fait des portes à portes... Les candidats ont fait campagne dans les rues, ont fait des portes à portes, ont fait des portes à portes...

### LETTRES

#### Le cliché est mort. Vive le cliché !

Il y a un cliché qui revient souvent dans les lettres de nos lecteurs. C'est celui qui dit que le Québec est un pays riche. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec.

#### Le bœuf et la charnière

Il y a un cliché qui revient souvent dans les lettres de nos lecteurs. C'est celui qui dit que le Québec est un pays riche. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec. C'est un cliché qui est souvent utilisé pour décrire le Québec.



# Politique

## Une couverture active et impartiale de la politique municipale, provinciale, nationale et internationale.



# ACTUALITÉS

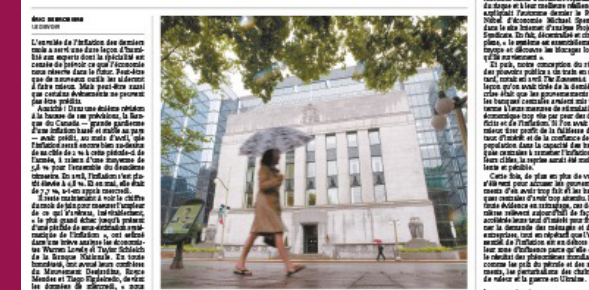


## Regard sur les nouvelles lois

Les nouvelles lois ont été adoptées par le Congrès américain. Elles ont été adoptées par le Congrès américain. Elles ont été adoptées par le Congrès américain. Elles ont été adoptées par le Congrès américain. Elles ont été adoptées par le Congrès américain.

# La boule de cristal embrouillée des économistes

Si les experts ne se trompent pas trop en temps normal, il arrive qu'ils soient déjoués en période de crise.



Les économistes ont fait de la boule de cristal leur métier. Ils ont fait de la boule de cristal leur métier. Ils ont fait de la boule de cristal leur métier. Ils ont fait de la boule de cristal leur métier. Ils ont fait de la boule de cristal leur métier.



# Économie

Les banques ont fait de la boule de cristal leur métier. Elles ont fait de la boule de cristal leur métier. Elles ont fait de la boule de cristal leur métier. Elles ont fait de la boule de cristal leur métier. Elles ont fait de la boule de cristal leur métier.

## Nos chroniqueurs et journalistes analysent les dernières actualités économiques et le monde de la finance.

Les chroniqueurs et journalistes analysent les dernières actualités économiques et le monde de la finance. Ils analysent les dernières actualités économiques et le monde de la finance. Ils analysent les dernières actualités économiques et le monde de la finance. Ils analysent les dernières actualités économiques et le monde de la finance.

# Des environnements riches

Des angles inédits et des sujets originaux pour aller plus loin que la nouvelle

LE DEVOIR

## Perspective

Les différentes facettes de l'actualité décortiquées.

## PERSPECTIVES

### Autopsie d'un dérapage



## Pourquoi grossit-on ?

Les prédispositions génétiques et le mode de vie seraient en cause

MARION GRAYL  
L'ACTUEL

On a souvent remarqué son grand nombre de variants génétiques dérivés de nos ancêtres. Le nombre de nos prédispositions génétiques est en fait impressionnant. On a pu mesurer l'impact de l'environnement sur la probabilité d'être obèse en comparant la fréquence d'un gène associé à l'obésité, le gène *FTO*, chez les habitants de différents endroits. On a constaté que les personnes possédant ce gène étaient plus susceptibles d'être obèses, mais que cet effet était plus marqué chez les personnes vivant dans un environnement riche en calories, riche en produits transformés et pauvre en activité physique. C'est ce qu'on appelle le modèle de la susceptibilité différentielle.

Le gène *FTO* agit comme un régulateur de l'appétit. Les personnes possédant deux copies de la version "forte" de ce gène ont tendance à manger plus. Mais ce n'est pas tout. Ce gène agit également sur la façon dont le corps utilise l'énergie. Les personnes possédant deux copies de la version "forte" de ce gène ont tendance à avoir un métabolisme plus lent. Ces deux effets combinés augmentent le risque d'obésité.

Le mode de vie joue également un rôle crucial. Les personnes vivant dans des environnements riches en calories et pauvres en activité physique sont plus susceptibles d'être obèses, même si elles ne possèdent pas de variants génétiques associés à l'obésité. C'est pourquoi il est si important de faire attention à son alimentation et à son mode de vie.



## Philippe Aubert de Gaspé fils et les ruses de la fiction

Notre littérature nationale n'est pas impossible

Philippe Aubert de Gaspé fils, ce grand écrivain québécois, est un homme qui a su trouver son style. Sa langue est simple mais efficace. Ses personnages sont vivants et attachants. Ses histoires sont riches et variées. Il a su raconter l'histoire de son pays avec une classe et une finesse qui ont marqué les esprits.

Le roman québécois n'est pas une invention récente. Il a une longue histoire. Des écrivains comme Louis-François Robitaille et Louis-Joseph Dubois ont posé les bases de ce genre. Ils ont écrit des romans qui reflètent la vie et les préoccupations de leur époque. Ils ont su rendre leur prose vivante et intéressante.

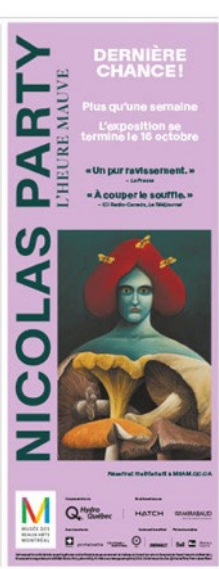
Philippe Aubert de Gaspé fils est un exemple de ce que peut être un grand écrivain. Il a su trouver son style, raconter l'histoire de son pays avec classe et finesse, et rendre sa prose vivante et intéressante. Ses œuvres sont toujours d'actualité et nous permettent de mieux comprendre notre histoire et notre culture.



## Le Devoir de philo, d'histoire, de littérature et de science

Chaque samedi, on se fait un devoir de creuser un sujet sous l'angle d'une de ces disciplines pour approfondir la réflexion.

# Des environnements riches Le D Magazine



## Le D Magazine

Le D Magazine est un cahier publié le samedi et qui aborde la culture sous toutes ses formes.

Dossiers, entrevues, suggestions, critiques et actualités: environ 260 textes culturels par mois sont écrits par une équipe de journalistes passionnés.

## Culture

- Théâtre
- Musique
- Cinéma
- Écrans
- Arts visuels
- Danse

## Lire

- Essais
- Fiction
- Bande dessinée
- Jeunesse
- Poésie

# Des environnements riches

Le D Magazine



Découvrez les éditions de l'automne

## Rentrées culturelles et littéraires

Deux fois par l'année, l'équipe du D Magazine souligne les moments forts du milieu culturel et littéraire sous forme d'éditions spéciales.

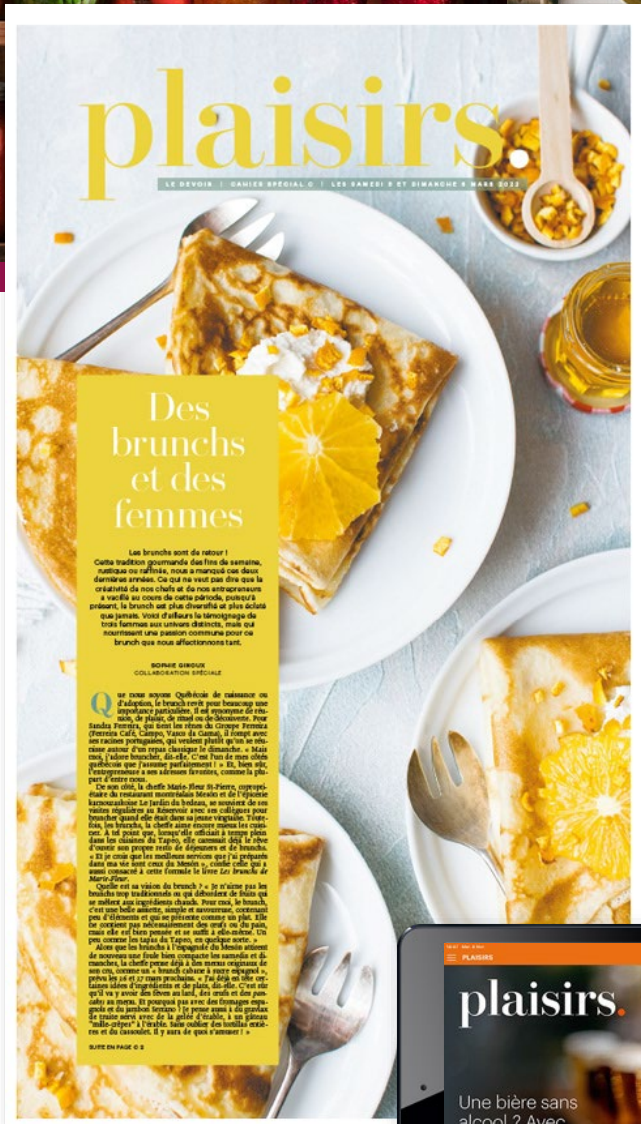
**Un rendez-vous incontournable pour les lecteurs et les annonceurs.**

LEDEVOIR

# Des environnements riches

Le cahier plaisirs.

LEDEVOIR



## plaisirs.

Publié chaque samedi et décliné dans nos formats numériques, le cahier Plaisirs informe et cultive tout en invitant à se poser, café en main, pour plonger dans des lectures ludiques et légères, riches en saveurs, couleurs et découvertes.



Trois sections à dévorer:  
**manger.**  
**voyager.**  
**inspirer.**



# Publications spéciales

Des solutions flexibles pour les annonceurs

## Thématiques

Cahiers sur un thème choisi par *Le Devoir* (publicité contextuelle, sans droit de regard sur le contenu)

### PHILANTHROPIE

LE DEVOIR | CAHIER SPÉCIAL D | LES SAMEDI 12 ET DIMANCHE 13 NOVEMBRE 2022

## Ces dons qui changent le monde



**« Le crémage sur le gâteau »**

Après plus de 40 ans à évoluer dans le monde philanthropique, Daniel Asselin, fondateur de la firme d'expertise en philanthropie Fiducio, a passé le flambeau de son entreprise pour rejoindre la Fondation de son alma mater il y a près de trois ans. Aujourd'hui, il est plus que jamais convaincu de la nécessité de la philanthropie universitaire et de ses retombées majeures, qui irradient selon lui bien au-delà des murs des établissements.

**Catherine Girouard**  
collaboratrice LEDEVOIR

« Mieux avisé que le budget public, davantage sûr et plus résilient que tout ce que le philanthropie faisait dans le monde avant la pandémie... Le retour de la réactivité et la valeur ajoutée de son travail aligné, l'engagement de son équipe, la confiance des donateurs, tout ça est précieux. »

« Au fur et à mesure de la pandémie, on a vu beaucoup de nouvelles initiatives de financement de recherche, de soutien à la santé, de dons pour acheter du matériel médical... C'est une belle opportunité pour la philanthropie de continuer à soutenir ces initiatives. »

« Un crémage sur le gâteau... »

« On ne doit pas perdre de vue que la philanthropie est un secteur résilient et que les dons continuent de venir. »

## Plongée dans la grande histoire de la recherche en français

En 1923, l'Acfas prend forme grâce à des professeurs et à des chercheurs tels que Léo Pariseau, premier président de l'organisation, le frère Marie-Victorin, l'origine de la création du Jardin botanique de Montréal, et le botaniste et ethnologue Jacques Rousseau, qui souhaitaient alors constituer une communauté scientifique francophone forte au Québec. Ces figures de proue ainsi que bien d'autres qui leur ont succédé ont contribué à l'épanouissement des sciences, façonnant l'histoire du Québec moderne et mettant sur les rails les travaux de recherches ayant mené aux découvertes et aux innovations qui se déploient aujourd'hui. À l'occasion du centenaire de l'Acfas, ce cahier vous invite à plonger dans la passionnante histoire de la recherche québécoise et à découvrir le riche patrimoine des savoirs francophones à travers quelques-uns de ses pionniers et pionnières, dans les disciplines, aussi diverses soient-elles, furent à combien déterminantes dans la progression de la société.



## Sur mesure

Cahiers pour souligner un événement ou une thématique précise financés en totalité ou en partie par l'annonceur (publicité contextuelle, sans droit de regard sur le contenu, suggestions toutefois permises)

## Promotionnels

Développés par l'équipe des cahiers spéciaux et/ou par les annonceurs, ces cahiers portent une mention « publicité ».

### LES GRANDS BÂTISSEURS

## Retour en force

Après avoir le secteur de la construction mis sur pause au printemps pour cause de COVID-19 et étant donné que la crise sanitaire devrait être à peu près terminée à l'automne et une année 2022 en demi-teinte sur le marché de l'immobilier, il est en effet les mises en chantier sont reportées de plus belle devant l'été et continuer d'être élevées au Québec, comparativement au reste du pays. La pandémie a cependant laissé des traces, et les promoteurs doivent faire preuve de flexibilité et de créativité pour adapter leurs pratiques et leur offre. Assurances et coentreprises, penthouses, résidences pour aînés ou villages verticaux... des cas particuliers, les lieux présentant leur vision et les projets qui voudront bientôt redessiner nos villes.

## Un marché dynamique malgré la pandémie

Le Québec fait bonne figure comparativement au reste du pays, avec une augmentation des mises en chantier de 24 %, sous l'égide confiante des hypothèses et de l'engagement des promoteurs de la Société québécoise d'hypothèques et de logement (SQHL). Cependant, et contrairement aux attentes de nombreux analystes du secteur, la pandémie a eu des effets mitigés sur le marché de l'immobilier. En effet, bien que les ventes de nouvelles unités résidentielles soient restées en hausse, le marché de l'immobilier a connu une période de ralentissement au cours de laquelle les promoteurs ont dû adapter leurs stratégies. Malgré ces défis, le marché de l'immobilier québécois reste dynamique, ce qui est attribué à une combinaison de facteurs, notamment à la stabilité relative de l'économie provinciale et à l'engagement des promoteurs immobiliers.

# Publications spéciales

Des solutions flexibles pour les annonceurs



Les publications spéciales proposent une panoplie de cahiers aux thématiques variées, tout au long de l'année. Ces cahiers offrent de nombreuses possibilités publicitaires aux annonceurs.

**Demandez le calendrier des publications spéciales en écrivant à [publicite@ledevoir.com](mailto:publicite@ledevoir.com)**

## Solutions publicitaires

- Cahier promotionnel
- Cahiers sur mesure
- Contenu contextuel
- Publicité à la une
- Contenu partenaire
- Contenu publicitaire
- Commandite
- Formats d'impact

# Contenus sur mesure

# Trois types de contenus pour mettre en valeur votre marque



## Une histoire de partage avec les individus et la communauté

Dans un monde en plein bouleversement où se creusent les inégalités sociales, Desjardins garde le cap sur sa mission première, qui est de contribuer au mieux-être des individus et de la collectivité. C'est ce que le groupe financier coopératif démontre encore une fois cette année en redistribuant une part de ses excédents à ses membres et à la communauté.

**PAR MAUDE DUMAS** collaboration spéciale

**UN PRINCIPLE FONDATEUR**  
Depuis 1900, Desjardins prend activement part au développement social et économique de tous les coins du Québec. Cet engagement est inscrit au cœur de son ADN, au même titre que la mutualité et le principe fondateur de la nature coopérative de l'institution financière. La mutualité, qui consiste à redistribuer une part des excédents aux membres et à leur milieu de vie, s'ajoute sur le principe du partage. C'est un avantage unique, offert de façon démocratique à l'ensemble des membres de Desjardins.



## Contenu partenaire

Contenu élaboré par *Le Devoir*, en collaboration avec l'annonceur, misant sur la promotion de ses valeurs, sans faire la promotion de sa marque.



## Des offres corporatives signées Strøm spa nordique

OFFRIER DES MOMENTS INOUBLIABLES AVEC DES CARTES-CADRETS

FAIRE PLENER À TOUT COUP AVEC LES CADRETS CORPORATIFS



## Contenu publicitaire

Contenu élaboré par *Le Devoir*, pour l'annonceur faisant la promotion ou la publicité de sa marque.



## L'érable à toutes les sauces!

Les jours allongés, les nuits sont fraîches, la saison de l'érable bat son plein. Truits, arômes, recettes - en fait le plein d'idées pour savourer ce sucre naturel qui goûte bon le Québec! Il s'agit en fait d'un mélange de sucres naturels, de fructose et de glucose, qui donne son caractère unique au sirop d'érable. L'érable est un produit naturel, sans conservateurs ni produits chimiques.

**IL EXISTE QUATRE CLASSES DE SIROP D'ÉRABLE:**

<b>BIEN</b>	<b>ARRIÉRÉ</b>	<b>BIEN</b>	<b>TRÈS BIEN</b>
<b>DELICAT</b>	<b>DOUX</b>	<b>BOUILLÉ</b>	<b>GRAS</b>

Le sirop d'érable vendus en quinisme ont plusieurs fois obtenu le prix de qualité du Québec. Ce sont des produits naturels, sans conservateurs ni produits chimiques.

## Contenu contextuel

Contenu rédactionnel élaboré par *Le Devoir*, correspondant aux valeurs de l'annonceur et offrant un environnement publicitaire pertinent.



Le Devoir bis est un projet de médiation culturelle qui vise à promouvoir la culture et le patrimoine québécois.

Le contenu est préparé par l'équipe de contenu de l'annonceur.

Le sirop d'érable est un produit naturel qui s'ajoute à la saveur de vos plats.

# Contenus sur mesure

# Contenu partenaire



## Le contenu natif est un format publicitaire imitant le contenu éditorial.

Les annonceurs utilisent le contenu natif pour renforcer leur marque auprès des lecteurs en proposant du contenu pertinent et informatif. Les contenus se présentent sous plusieurs formes: article, infographie, quiz, vidéo reportage et photo-reportage.

L'exemple ci-joint a été produit en collaboration avec Importations édika.

Pages vues: 10 212

Temps moyen: 5 min. 20 sec



Consultez ce contenu en ligne

Source: Google analytics

# LEDEVOIR



# Contenus sur mesure

Contenu  
partenaire



## Portée du contenu

### Papier

Édition papier du samedi : 326 000 lecteurs

### Numérique

Nombre moyen de pages vues: 6605 <sup>(1)</sup>

Temps de lecture moyen: 2:54

Taux moyen d'engagement social: 14%



### DIFFÉRENTIATEURS

Taux d'engagement moyen  
de 14%

Temps de lecture moyen:  
2:54 minutes

Droits sur le contenu

Campagne de publicité  
sur Facebook

Contenu écrit par  
des journalistes



### AMPLIFICATION ET PROMOTION

Campagne de promotion sur  
l'écosystème du *Devoir* via des  
bannières publicitaires et des  
formats natifs.



Publication Facebook en  
partenariat avec l'annonceur

Environnement publicitaire de  
l'article dédié à l'annonceur



### INDICATEURS DE PERFORMANCE

Impressions

Pages vues

Taux de clics

Taux de complétion

Temps passé sur le contenu

Taux d'engagement

Source: Vividata étude automne 2022 – Base: Québec 18+ francophone: 5 784 000 personnes

<sup>(1)</sup> Source Google Analytics, 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

**LEDEVOIR**

# Contenus sur mesure

# Contenu partenaire

# LEDEVOIR bis

# Exemples de contenu partenaire

## L'hiver autrement

Quelle est votre destination hiver et de faire quelque chose de différent en plein air? La neige propose un monde d'options à découvrir à proximité pendant toute la saison froide, incluant la randonnée hivernale. Attachez vos traqueurs, c'est parti!



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.



**PLEIN AIR POUR TOUS!**  
Renseignez-vous sur les activités hivernales disponibles dans votre région. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

Sépaq

## ENGAGEMENT AU TRAVAIL

# Le paradoxe du modèle hybride

Les dernières années nous font apprécier, nous faire travailler à changer... et il n'y a rien de plus à faire en arrière. Pour conclure vos projets professionnels et personnels, les entreprises doivent travailler à trouver de nouvelles solutions pour faire face aux nouveaux modèles organisationnels. Découvrez les avantages et les défis de ce nouveau modèle organisationnel.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

Microsoft

## L'APPEL DU LARGE

# Planifier le voyage d'une vie

Partir voir le monde sans billet de retour, faire un voyage sur la côte ouest, l'installer six mois en Australie pour apprendre l'anglais, offrir une expérience parentale extraordinaire à Bali, après des années de confinement, ou à plus grande échelle de réaliser ce rêve d'un voyage à l'étranger pour planifier - financer - un voyage au long cours à la hauteur de ses attentes et la nature de ses rêves.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.



**LES DÉMARCHES**  
Des guides pour vous aider à planifier votre voyage d'hiver sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais. Les guides sont disponibles en français et en anglais.

Desjardins

# LEDEVOIR

# Contenus sur mesure

## Contenu publicitaire

Présenté comme du contenu rédactionnel, le contenu publicitaire (publireportage) est rédigé par l'équipe des publications spéciales du *Devoir*. Ce contenu porte la mention «contenu publicitaire».

- Contenu de qualité rédigé par des rédacteurs
- Promotion du contenu sur les plateformes du *Devoir*
- Un environnement publicitaire de l'article en ligne dédié à l'annonceur
- Disponible en pleine page ou demi page



Temps moyen de lecture par article (1)  
2 min. 55 sec.

(1) Source Google Analytics, 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2022

LEDEVOIR



**Mature et tourisme locaux au Matoulin**  
C'est un village de 150 habitants qui a su développer un tourisme local unique. Les habitants ont créé une gamme de produits locaux, de la farine de blé à la viande de porc, en passant par le miel et le cidre. Cette initiative a permis de créer des emplois locaux et de valoriser le territoire.

**Aventures et observations au Mont-Désespoir**  
Le Mont-Désespoir est une destination idéale pour les amateurs de randonnée et d'observation de la nature. Avec ses sentiers bien entretenus et ses paysages spectaculaires, c'est un lieu incontournable pour découvrir la beauté de la Gaspésie.

**Le grand spectacle de la nature à Percé**  
Le spectacle de la nature à Percé est un événement incontournable pour tous les visiteurs. Chaque année, des milliers de personnes se rassemblent pour admirer le coucher de soleil sur le rocher Percé, un phénomène naturel d'une rareté exceptionnelle.

**Visage dans le temps dans le Baie-des-Chaleurs**  
Le Baie-des-Chaleurs est une destination idéale pour ceux qui souhaitent découvrir l'histoire et le patrimoine de la région. Avec ses sites historiques et ses paysages préservés, c'est un lieu unique pour vivre une expérience inoubliable.



# Contenus sur mesure

# Contenu contextuel

## Le contenu contextuel propose un placement publicitaire dans un environnement rédactionnel pertinent.

Le contenu est produit sous forme d'article informatif ou éducatif en lien avec les activités du partenaire en contrepartie d'un achat publicitaire.

L'article est diffusé sur l'édition papier, web et tablette.

- Contenu de qualité rédigé par un journaliste
- Promotion du contenu rédactionnel sur les plateformes du *Devoir*
- Environnement publicitaire de l'article dédié à l'annonceur
- Disponible en pleine page ou demi page



Disponible dans les cahiers des publications spéciales, incluant le cahier Plaisirs.



**Vous voulez en  
savoir plus?**

Contactez-nous

Pour annoncer:

**Service de la publicité**

[publicite@ledevoir.com](mailto:publicite@ledevoir.com)

514.985.3399

**LEDEVOIR**

