

## Qu'est-ce que NADbank?

NADbank (la banque de données sur l'audience des quotidiens) est le principal instrument de recherche de l'industrie canadienne des quotidiens.

NADbank conçoit et gère la recherche dans les marchés urbains canadiens afin de fournir une étude de marché exacte et rentable servant à vendre et à acheter de la publicité dans les quotidiens au Canada.

## NADbank Inc.

www.nadbank.com

### TORONTO

890, rue Yonge  
bureau 200

Toronto, Ontario  
M4W 3P4

Téléphone: (416) 923-3569  
Télécopieur: (416) 923-4002

### MONTRÉAL

4300, rue Saint-Ambroise, #413  
Montréal, Québec

H4C 3R3  
Téléphone: (514) 932-9720

## La structure administrative et la gestion de NADbank

NADbank est une organisation tripartite dont les effectifs proviennent des quotidiens, des agences de publicité et des annonceurs. NADbank est gérée par un conseil d'administration, un comité technique et un comité services aux membres.

### Conseil d'administration

**Kevin Bent**

(Président)  
Président et éditeur  
Pacific Newspaper Group

**Andrew Saunders**

(Vice-président)  
Vice-président ventes publicitaires  
The Globe and Mail

**Veronica Engelberts**

(Trésorière)  
Présidente  
Vector Media

**Anne Crassweller**

Présidente  
NADbank Inc.

**Sunni Boot**

Présidente et directrice générale  
ZenithOptimedia Canada Inc.

**Don Brander**

Éditeur, The Guardian  
Éditeur de groupe  
Transcontinental Media  
Nouvelle-Écosse et Î.P.E.

**Jean Durocher**

Vice-président, marketing et ventes  
La Presse Ltée

**Philippe Guay**

Vice-président, ventes nationales  
Toronto Quebecor Media Inc.

**Sara Hill**

Présidente  
M2 Universal Communications  
Management

**Kin-Man Lee**

Directeur financier  
Sun Media Corporation

**Sandy MacLeod**

Vice-président marketing des  
produits de grande consommation  
Toronto Star

**Bill McDonald**

Éditeur de groupe,  
Metro Canada anglais

**John Tarantino**

Vice-président,  
directeur média  
COSSETTE

**Alain Tardy**

Vice-président, services média  
Marketel

**Robert Troutbeck**

Président  
Troutbeck Chernoff Inc.

**Peter Vaz**

Vice-président, directeur des  
communications numériques  
M2 Universal DIGITAL

### Comité technique

Le comité technique est responsable du développement des études NADbank incluant la méthodologie, les aspects techniques et le contenu des questionnaires.

### Comité, services aux membres

Ce comité établit les principes directeurs pour la promotion de NADbank auprès de la communauté publicitaire et développe des ressources pour répondre aux besoins des membres en ce qui concerne l'étude.

Adhérer à NADbank,  
un atout concurrentiel

NADbank®

La banque de données sur l'audience des quotidiens

ÉTUDE | 2009



# Étude NADbank 2009

## L'UNIQUE source complète de données sur le lectorat des quotidiens

NADbank Inc. est le principal instrument de recherche de l'industrie canadienne des quotidiens depuis 1984. Chaque année NADbank conçoit et gère la recherche dans les marchés urbains canadiens afin de fournir une étude de marché exacte et rentable servant à vendre et à acheter de la publicité dans les quotidiens au Canada.

Chaque année, l'étude NADbank s'effectue en deux parties :

- ▶ Une entrevue téléphonique, d'environ 15 minutes, faite auprès d'un échantillon aléatoire de la population adulte des marchés locaux mesurés. Elle sert à recueillir des données complètes sur les habitudes de lecture des quotidiens, la démographie et les autres habitudes médias de cette population.
- ▶ Un questionnaire postal autoadministré sert ensuite à recueillir des informations sur les habitudes de consommation, les habitudes d'achats et les styles de vie des répondants.

La portion téléphonique de l'étude NADbank 2009 sera publiée au mois de mars et la portion postale à la mi-mai 2010. Cette étude contiendra les données les plus récentes de lecture de 83 quotidiens mesurés dans 53 marchés et des données détaillées de consommation récoltées dans 22 marchés urbains.

NADbank Inc. continue à s'améliorer en tant qu'étude des marchés urbains en renouvelant constamment la valeur que représente l'étude pour ses membres. En devenant membre de NADbank, votre entreprise contribue à la continuité et à l'amélioration de la recherche sur les quotidiens au Canada.

## Les avantages d'être membre

- ▶ Lectorat détaillé de 83 quotidiens sondés dans 53 marchés au Canada;
- ▶ Habitudes de consommation, d'achat et styles de vie des adultes vivants dans 22 marchés urbains;
- ▶ Données informatisées par le biais d'un fournisseur de logiciel agréé (Nielsen IMS, Telmar HMS);
- ▶ Analyses géodémographiques par le biais des fournisseurs autorisés;
- ▶ Rapport de synthèse annuel portant sur le lectorat des quotidiens sondés;
- ▶ Consultation auprès du personnel de NADbank pour l'examen des résultats et des tendances;
- ▶ Analyses générales et personnalisées;
- ▶ Points saillants, mises à jour et ressources via le site Internet bilingue (www.nadbank.com);
- ▶ La possibilité de commanditer des questions privées dans le questionnaire postal;
- ▶ Présentations annuelles et ateliers sur l'étude;
- ▶ Droit de vote;
- ▶ L'occasion de contribuer à la continuité et à l'amélioration de la recherche sur les quotidiens au Canada.

# Étude NADbank 2009

Adhésion annuelle de mars 2010 à mars 2011



La banque de données sur l'audience des quotidiens

Entreprise : \_\_\_\_\_  
 Adresse : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_  
 Province : \_\_\_\_\_ Code postal : \_\_\_\_\_ Site Web : \_\_\_\_\_  
 Téléphone : \_\_\_\_\_ Télécopieur : \_\_\_\_\_ Courriel : \_\_\_\_\_  
 Personne-ressource : \_\_\_\_\_

*Nom complet et titre*

## Calcul des frais d'adhésion

### Agence de publicité / entreprise de gestion médiatique

|   |              |          |
|---|--------------|----------|
| Tarif de base 765 \$  | _____        | \$       |
| + facturation média canadienne totale plus de 5 millions :  |              |          |
| 138 \$ par tranche de 5 millions \$ supplémentaire _____ x 138 \$   | _____        | \$       |
| + frais pour bureaux multiples _____ x 155 \$ /chaque adresse additionnelle   | _____        | \$       |
| <i>(Veuillez noter les noms, adresses, numéro de téléphone, fax et courriel des autres bureaux sur une feuille séparée)</i> |              |          |
|   | <b>TOTAL</b> | _____ \$ |

ex. facturation média canadienne 20 millions \$ (765 \$ de base) + (3 x 138 \$) = 1 179 \$ +  
 1 autre adresse (155 \$) +1 334 \$ pour adhérer à l'étude NADbank 2009

### Annonceurs dans les quotidiens

|   |       |    |
|---|-------|----|
| Annonceurs nationaux 1 300 \$                 | _____ | \$ |
| Annonceurs régionaux/provinciaux 1 050 \$     | _____ | \$ |
| Annonceurs locaux 525 \$                      | _____ | \$ |
| Annonceurs à but non lucratif, retranchez 25% | _____ | \$ |

### Membres associés

|  |       |    |
|--|-------|----|
| 1. Conseillers/entreprises de création publicitaire ou de planification stratégique/annonceurs qui n'annoncent pas dans les quotidiens/associations du domaine publicitaire<br>Tarif unique 2 485 \$ | _____ | \$ |
| 2. Fournisseur autorisé en recherche<br>Tarif fourni sur demande   | _____ | \$ |
| 3. Utilisateurs autorisés de données<br>Tarif unique : nationaux 5 000 \$<br>régionaux 2 500 \$  | _____ | \$ |
| 4. Institution d'enseignement<br>Tarif unique 150 \$   | _____ | \$ |

Total partiel : \_\_\_\_\_ \$  
 + TPS \_\_\_\_\_ \$  
 + TVQ \_\_\_\_\_ \$

Total des frais pour l'étude complète NADbank 2009 \_\_\_\_\_ \$

L'étude 2009 sera publiée en mars 2010. En devenant membre de NADbank, le soussigné a signé l'Entente de l'utilisateur de NADbank et il est tenu par la présente de respecter les conditions d'utilisation de l'étude stipulées dans celle-ci. À défaut de produire ce formulaire avant le 26 février 2010, l'Entente de l'utilisateur déjà signée ne sera plus valide.

Faites parvenir votre demande d'abonnement par télécopieur à MeLing Johnston, vice-présidente services aux membres.  
 NADbank Inc., 890 Yonge, bureau 200 Toronto (Ontario) M4W 3P4  
 Tél.: (416) 923-7724 Téléc.: (416) 923-4002 Courriel : [mjohnston@nadbank.com](mailto:mjohnston@nadbank.com)

Signé à \_\_\_\_\_ en ce jour du \_\_\_\_\_, 201\_\_

Membre de NADbank Inc. \_\_\_\_\_ NADbank Inc.

Directeur financier\* \_\_\_\_\_ Nom de l'entreprise membre

\* La signature du directeur des finances est requise pour certifier la facturation média totale canadienne.