



TOUCHÉ!TV KIT MÉDIA

TOUCHÉ!
phd

VERSION 1.0 - NOVEMBRE 2006
TOUS LES DROITS RÉSERVÉS



1. DESCRIPTION DU RÉSEAU
2. PERFORMANCE
3. FORMATS PUBLICITAIRES ET SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES
4. TARIFS

1. DESCRIPTION DU RÉSEAU

Touché!TV est unique en Amérique du Nord.

À la hauteur de la révolution des médias et de la démocratisation du contenu, Touché!phd s'est doté de son propre réseau télé. Une station télé qui est contrôlée, animée et gérée par les artisans de Touché!phd. Évidemment, ce réseau unique qu'est T!TV a réservé certains espaces pour des annonceurs.



3 ÉCRANS

Le réseau télé est composé d'un écran géant dominant l'espace de travail de quelques 30 planificateurs et acheteurs média, d'une deuxième projection géante dans le café Touché! ainsi qu'un écran plasma de 50 pouces dans la salle de réunion principale.

GROUPE CIBLE CONCENTRÉ

Réunis dans un immense espace de travail se trouve la plus grande concentration de planificateurs et d'acheteurs média au Canada. Près de 100 millions de dollars en espace média sont planifiés et achetés par ces stratégies média, soit un investissement de 1,9 million à chaque semaine.

PLACEMENT DOMINANT

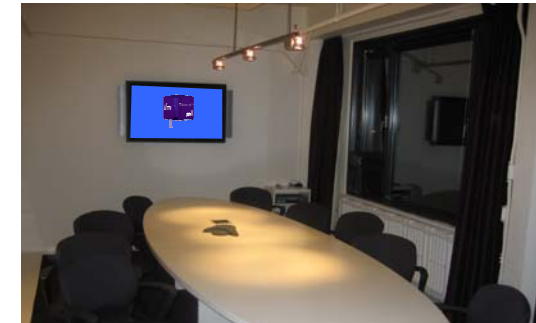
Les écrans diffusant T!TV de 8h jusqu'à 18h sont intégrés dans le design contemporain des bureaux et dominant l'espace. Le niveau d'attention et la qualité du contact publicitaire sont ainsi optimisés.



Espace de travail



Café Touché!



Salle de réunion principale

2. PERFORMANCE

4,800 pitches de ventes en une semaine.

Il n'y a pas longtemps, les stratégies média de Touché!phd se faisaient bombarder avec d'imposants documents ayant souvent des titres tel que « proposition média » ou bien « opportunité de commandite ». Ces documents se retrouvaient bien souvent dans des piles de présentations ou dans des classeurs aux portes qui ne referment plus.

Grâce à T!TV, ce contenu intéressant devient soudainement visible et omniprésent.

Trois fois par heure, pendant 10 heures chaque jour, du lundi au vendredi, une pause publicitaire de cinq minutes vous laisse dominer les bureaux de Touché!phd.

Pauses publicitaires par heure	3
Nombre d'heures de T!TV par jour	10
Nombre de jours par semaine	5
Nombre d'occurrences par pub et semaine	150
Nombre d'employé(e)s	32
Contacts publicitaires hebdomadaires	4,800



Une proposition média avec ça?

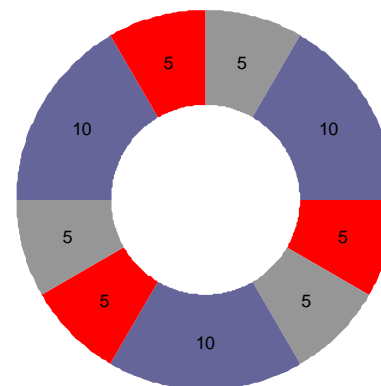
PROGRAMMATION DE T!TV (1h)

■ 1-5 min: contenu assemblé ou crée par les artisans de Touché!phd

■ 6-15 min: nouvelles & sports, signal en direct d'un réseau télé

■ 16-20 min: publicité

21-60 min: répétition de la première boucle et mise à jour en temps réel de contenu.



3. FORMATS PUBLICITAIRES ET SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Trois formats standards et une flexibilité illimitée

Chaque annonceur aura trois éléments de visibilité, soit un spot télé ou une présentation Powerpoint, un titre et un texte descriptif. Voici les détails:



TITRE

Titre, description, slogan etc.

Spécifications techniques:

Document texte (sous forme de email, Word, txt etc.), max 25 caractères

Capture d'écran de T!TV

Vous regardez Touché!TV

SPOT TÉLÉ

Vidéo de max 60 secondes ou image (sous forme de 1 - 5 pages en Powerpoint)

Spécifications techniques pour vidéos:

Longueur maximale: 60 secondes*

Format: Windows Media Player WMV9

Encodage: 720x480

Bit rate recommandé: 1Mbits/sec

TEXTE DESCRIPTIF

Texte affiché pendant que le spot publicitaire est diffusé (ex. voici notre nouvelle émission...)

Spécifications techniques:

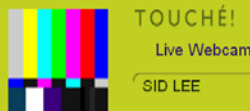
Document texte (sous forme de email, Word, txt etc.), max 200 caractères

Message de l'annonceur

Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire. Espace réservé pour un texte publicitaire complémentaire.

NOTES:

- Aucun son n'est disponible.
- * Pour tout format spécial, exclusivité ou autre projet spécial, veuillez contacter avec Beat Richert par courriel (brichert@touchephd.com) ou par téléphone (514.286.9000 ext. 244).



Rumsfeld démissionne - Le secrétaire américain à la Défense, Donald Rumsfeld, remet sa démission.

9:00 AM TEMP. ACTUELLE 7°

4. TARIFS

Tarifs

1 spot publicitaire de 60 secondes pendant une semaine (soit seulement 7\$ par occurrence) 980 \$

Exclusivité de la pause publicitaire (5 min.) ou tout autre projet de créativité média Sur demande



Le fonds des pionniers média

L'ensemble des revenus publicitaires de Touché!TV sont versés dans le FONDS DES PIONNIERS. Ce fonds a comme but de motiver les employés de Touché!phd à innover, trouver de nouvelles façons d'utiliser les médias ou bien créer de nouveaux médias. Deux fois par année, les pionniers en média sont déterminés avec un système de vote et sont récompensés avec un prix de pionnier en média.

Contact:

Beat Richert
brichert@touchephd.com
514.286.9000 ext. 244

