

LE POINT

Kit Média
INTERNATIONAL
Media Kit

- Montréal
- Québec
- Trois-Rivières
- Sherbrooke
- Gatineau
- Boston
- New York
- Fort Lauderdale
- Nice
- Paris
- Monaco
- Marseille

« La Revue Le Point est le média par excellence quand vient le temps de faire un choix en matière de placements publicitaires s'adressant aux hommes. »

v.11-08



LE POINT

Foundation: 1998 - Canada

Éditeur: Roger-Luc Chayer, membre de l'Association Canadienne des Journalistes, de l'Investigative Reporters and Editors of U.S.A. et du Conseil de Presse Gai du Québec.

Langue de publication:
Français et Anglais

Diffusion: Gratuites à Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke, Gatineau, Boston, New-York, Fort Lauderdale et sur Internet en version intégrale PDF.

Sur abonnement en Europe, ailleurs aux États-Unis et au Canada anglais.

À noter que même si les lecteurs prennent leur revue Le Point dans les grands centres, cela ne signifie pas qu'ils y résident. En fait, plus de 35% des lecteurs se déplacent à Montréal ou à Québec pour prendre la revue.



**TIRAGE CERTIFIÉ
CARD 10,200 copies**

**CARD CERTIFICATION
10,200 magazines printed**

LE POINT

Foundation: 1998 - Canada

Editor: Roger-Luc Chayer, member of the Canadian Association of Journalists, the Investigative and Reporters Association of U.S.A. and the Quebec Gay Press Council.

Languages of publication:
English and French

Distribution: Free in Montreal, Quebec, Trois-Rivieres, Sherbrooke, Gatineau, Boston, New-York, Fort Lauderdale, and in PDF version on the Web.

By subscription in Europe and elsewhere in the United States and english Canada.

Take note that even if the readers take a copy of the magazine in the major centers, it does not mean that they reside in those cities.

Description du contenu éditorial: 40% matériel santé ou orienté vers le bien-être et la prévention, 10% dossiers affaires, 20% tourisme et/ou automobiles, 10% nouvelles des gouvernements ou judiciaires et 20% contenu varié en fonction de l'actualité internationale.

Journalistes: Les journalistes du Point sont rémunérés.

Profil d'âge des lecteurs: 70% ont entre 18 et 45 ans, 20% ont plus de 45 ans et 10% ont plus de 60 ans.

Profil du sexe des lecteurs: 95% sont des hommes et 5% sont des femmes.

Revenus des lecteurs: Les lecteurs du Point ont des revenus supérieurs à la moyenne nationale canadienne de 20%. (Statistiques Canada)

Éducation: Les lecteurs du Point ont une éducation supérieure à la moyenne nationale et s'intéressent surtout aux questions pratiques de la vie gaie quotidienne, à la santé de même qu'à la justice sociale et à l'économie.

La revue Le Point est publiée avec l'aide généreuse de Madame Céline Dion et de Monsieur René Angélil qui soutiennent les dossiers sur la santé et la prévention du VIH depuis 2003.

Le Point est une publication primée de nombreuses fois au Canada, aux États-Unis et en Europe et est la seule publication gaie à avoir des bureaux dans tous ses marchés. Le bureau chef est à Montréal alors que deux bureaux annexes sont situés à Boston (É-U) et à Nice (France)



Le système de certification canadien CARD, contrairement aux autres comme CCAB/BPA, repose sur la déclaration assermentée neutre. Les preuves de tirage sont alors disponibles plus facilement et à peu de frais.

Sondage National sur la Consommation 2005

(Effectué auprès des lecteurs de la revue Le Point depuis janvier 2005)

75% des lecteurs préfèrent que l'on s'adresse à eux avec des mots, sans nudité.



95% des lecteurs font plus confiance aux annonceurs qui publicisent dans les médias gais qu'ailleurs.



98% des lecteurs se disent influencés par le fait qu'un commerçant annonce ses services dans une revue gaie.



Le profil type du répondant est âgé de 31 à 45 ans, est généralement travailleur autonome, lit Le Point plus de 6 fois par année, connaît Le Point depuis plus de 2 ans, possède une voiture, a des revenus de 20,000\$ à 35,000\$ par an, est homosexuel et dans 40% des cas, est en relation de couple et dépense plus de 20% de ses revenus mensuels à ses loisirs.



National Gay Consumers Pole 2005

(since January 2005)

75% of the readers prefer that the ads present no nudity



95% of the readers have more trust in advertisers who publish in gay magazines



98% of the readers declare that they are influenced by advertisers in gay magazines



The typical respondent is aged between 31 and 45 y.o., is self employed, reads Le Point magazine at least 6 times a year, knows of Le Point for more than 2 years, has a car, has an incomes between 20,000 and 35,000\$ a year, is homosexual and for 40% of them are into a stable relationship.

Parce que la Revue Le Point offre le meilleur de la culture masculine, sans les images négatives trop souvent associées à la nudité, les partenaires publicitaires sont ravis!

La Revue Le Point est le média par excellence quand vient le temps de faire un choix en matière de placement publicitaire s'adressant aux hommes.

Les plus grandes industries canadiennes comme Abbott, Allergan, Pharmaprix, Adidas ou Boehringer-Ingelheim lui font confiance d'abord pour le professionnalisme inégalé de son contenu éditorial et pour la qualité de sa facture graphique.

La Revue Le Point est le leader des médias s'adressant aux hommes canadiens dans des domaines aussi variés que la santé, les affaires sociales, la justice et l'économie.

La Revue Le Point est le seul média canadien pour hommes purement familial. Le traitement de l'information est sa priorité et les questions homosexuelles sont traitées dans une perspective neutre et ouverte à toutes les positions et opinions.



La Revue Le Point est maintenant associée à Gay Globe TV depuis 2006 et publie toutes ses éditions antérieures de même que les nouvelles éditions sur le site web de GGTV au www.gayglobe.us.

Cette association permet au Point d'augmenter son tirage total en ajoutant environ 25,000 lecteurs mentuels grâce au Web et avec ses archives, peut offrir une plus grande diffusion à ses annonceurs.

Description du contenu autre: Chroniques en partenariat avec des spécialistes des affaires et de la santé, courrier des lecteurs, bottin commercial, éditoriaux, nouvelles brèves, informatique, sections locales hors Montréal, section anglophone couvrant le Canada anglais et la côte Est des États-Unis, sondages. Description du contenu publicitaire: Professionnels, commerces, services, événements, tourisme, hébergement, saunas, luxe, culture, restaurants.

TARIFS

FORMAT	1 à 2	3 à 4	5 à 8
1 page entière	\$1195	\$1095	\$995
1/2 page	\$795	\$745	\$695
1/3 de page	\$695	\$645	\$595
1/4 de page	\$495	\$445	\$395
1/6 de page	\$395	\$345	\$295
1/8 de page	\$295	\$265	\$245
Capsule	(1 seul paiement annuel)		\$800
Couvert arrière	\$1695	\$1595	\$1495
1/2 couvert ar.	\$848	\$797.50	\$747.50
Couvert intérieur	\$1495	\$1395	\$1295

Spécifications techniques

Fréquence: Aux 6 semaines, 8 par an.

Couleur: Toutes les pages du Point sont en couleur.

Papier: Le Point est publié sur papier glacé photographique de première qualité qui ne tache pas et sans odeur.

Ratio pub / rédaction: Maximum 45% - 55%.

Format: 8.5 X 11 pouces.

Logiciels de travail: InDesign 2 et PhotoShop.

Résolution: 300 DPI - CMYK - (.tif)

Supports acceptés: CD, courrier électronique, FTP.

Nous n'acceptons pas les films, diapositives ou les sorties laser afin de garder la plus haute qualité sur le produit final.

PRICE

FORMAT	1 - 2	3 - 4	5 - 8
1 full page	\$1195	\$1095	\$995
1/2 page	\$795	\$745	\$695
1/3 de page	\$695	\$645	\$595
1/4 page	\$495	\$445	\$395
1/6 page	\$395	\$345	\$295
1/8 page	\$295	\$265	\$245
Capsule			\$800
Back Cover	\$1695	\$1595	\$1495
1/2 back cover	\$848	\$797.50	\$747.50
Interior cover	\$1495	\$1395	\$1295

Rédaction et Publicité News and Publicity

Revue Le Point Magazine

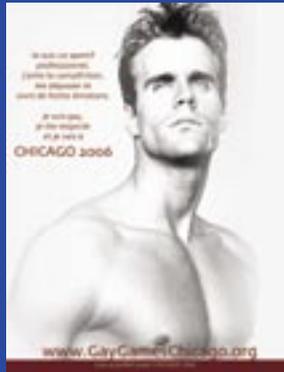
C.P. 172, Succursale Rosemont
Montréal, Québec
Canada H1X 3B7

Tél. : (514) 728-6436
Fax. : (514) 728-6436

Cell. : (514) 926-6436
edito@gglobetv.com

DVD Le Point

Un documentaire sur la revue
Le Point une première au Canada!



Toujours à l'avant garde des toutes dernières tendances en matière de marketing, la revue Le Point a décidé de lancer un DVD illustrant la vie quotidienne dans un média. De la réunion de production, en passant par le travail des journalistes, ce nouvel outil de promotion se veut également une excellente façon de démontrer à la clientèle la rigueur et l'intégrité dont le magazine fait preuve depuis sa création.

Pour l'éditeur et rédacteur en chef du Point, Roger-Luc Chayer, ce DVD est une sorte de porte ouverte sur les différents aspects de l'élaboration d'un magazine. «Il s'agit d'un reportage, en quelques sortes, sur la vie quotidienne au Point. On y verra, entre autres, le processus de décision, les réunions de production, le travail des journalistes sur le terrain et même la distribution de la revue.

Il s'agit pour nous d'un exercice de transparence qui démontrera l'importance de notre intégrité. Les gens auront enfin la chance de voir tout ce qui se passe derrière la revue et rien n'y est laissé au hasard. Pour vous donner une petite idée, il y a même des prises de vue chez l'imprimeur pendant l'impression du Point, c'est spectaculaire».

L'élaboration de cet outil promotionnel a été confiée à un étudiant en communication, Olivier Lessard, qui compte déjà quelques documentaires du genre à son actif. «J'ai eu l'occasion de travailler pour l'hôpital Pierre-Boucher et l'ancienne ville de Saint-Bruno, en plus de tourner d'autres petits films promotionnels. Roger-Luc Chayer m'a donc approché pour lancer un concept totalement nouveau avec ce DVD, j'en suis très fier»