



LA TÉLÉMAGAZINE DES PASSIONNÉS!

TéléMag est une télévision québécoise en ondes depuis plus de 30 ans. La station a été officiellement reconnue en 2005 par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

TéléMag est une télévision dynamique, moderne et performante dans son créneau. Elle tire la totalité de ses revenus des émissions qu'elle produit et diffuse chaque semaine en plus des placements publicitaires. Elle est complètement indépendante et sa programmation ne dépend d'aucun autre réseau. TéléMag est donc parfaitement libre de ses choix, tout autant que peuvent l'être des chaînes généralistes comme TVA, V ou SRC. Ceci étant, il y a quand même des différences importantes entre TéléMag et ces diffuseurs.

UNE PROGRAMMATION DIFFÉRENTE

TéléMag propose une programmation de type « Télé Magazine », une formule unique au Canada, affirme le président co-fondateur, M. Réal Perron.

Pour résumer, toutes les émissions diffusées par TéléMag sont des télé-magazines qui présentent et offrent aux téléspectateurs des sujets et produits variés dans toutes les sphères d'intérêts des consommateurs.

Ces émissions couvrent l'industrie automobile en général, les véhicules récréatifs, les sports, les loisirs, l'habitation, la mode, les soins corporels, les voyages, la chasse et la pêche, les affaires et la technologie, etc.

Tous ces magazines télé sont directement associés – sous forme de marketing intégré – à des entreprises de partout au Québec. TéléMag est un véhicule puissant pour les annonceurs avec son plan marketing ingénieux et sa diffusion unique au Canada.

LA TÉLÉVISION, UN MÉDIA PLUS PERFORMANT QUE JAMAIS

Une étude récente, publiée dans **Marketing*, affirme que les fabricants de produits emballés perdraient 3\$ pour chaque dollar amputé dans leurs investissements télé. Ainsi, 15 marques ont été analysées. Celles-ci avaient réduit leurs investissements à la télé de 25 % à 75 % de 2013 à 2014... Les ventes combinées de ces marques ont chuté de 94 mil-

lions\$US. L'organisation *Advertising Research Foundation* confirme que les annonceurs peuvent essouffler leur rendement en déplaçant les investissements des médias traditionnels vers les nouvelles plateformes.

Une autre étude, de la firme *MarketShare***, a comparé l'efficacité de la télévision à celle des mots-clés, des bannières web, de l'imprimé et de la radio, pour diverses catégories d'annonceurs. Il est apparu dans tous les cas que la télévision récolte les meilleurs indicateurs de performance, autant en générant de manière directe et significative les ventes qu'en améliorant même l'efficacité des médias numériques utilisés en bout de piste dans l'entonnoir d'achat.

AIRE DE DIFFUSION

S'il y a une dizaine d'années TéléMag ne diffusait ses émissions que dans la région de Québec, un bassin d'environ 800 000 personnes, il en va tout autrement en 2016. Le territoire de TéléMag couvre maintenant l'ensemble du Québec et même l'Ontario avec Fibe Bell.

TéléMag est donc aujourd'hui une télévision en plein essor. Son aire de diffusion et le nombre des téléspectateurs qui la regardent sont en forte augmentation.

* <http://www.infopresse.com/opinion/rene-dery/2016/4/18/tres-vivante-la-tele>

** <http://www.marketshare.com/insights/article/evaluating-tv-effectiveness-in-a-changed-media-landscape>