

# INT INTÉRIEURS

DESIGN ARCHITECTURE UNE CULTURE

PROSPECTUS



# QUOI

## INTÉRIEURS : Design architecture une culture

Fort de ses quinze années d'expérience, le magazine INTÉRIEURS, une [publication trimestrielle et bilingue](#) (français / anglais), traite de la culture du design et de l'architecture dans son ensemble et présente à la communauté des designers et des architectes, ainsi qu'aux connaisseurs et grands amateurs, les vues multidisciplinaires de cet univers en perpétuelle évolution. Pour remplir sa mission, le magazine [INTÉRIEURS se positionne à l'avant-garde des grands courants nationaux et internationaux](#), à [l'affût des créateurs et de leurs œuvres](#) et demeure à l'écoute d'une industrie florissante, énergique et toujours créative.

Doté d'une signature visuelle et d'une direction artistique toutes deux percutantes, [réalisées par Paprika](#), une firme de design graphique de renommée mondiale, INTÉRIEURS est également [récipiendaire de plusieurs prix prestigieux](#) : de nombreux grands prix remis par Grafika, Coupe Magazine's Annual International Design + Image Award, Advertising and Design Club of Canada Award, Step Inside Design Award et autres. Depuis quatre ans, le magazine INTÉRIEURS récompense également l'excellence en design d'intérieur et design de produits en remettant les GRANDS PRIX DU DESIGN dans le cadre d'un concours ouvert aux professionnels québécois du design.

Ses choix éditoriaux, la défense de ses valeurs et de sa mission ainsi que son engagement à maintenir de hauts standards en matière d'esthétisme, lui permettent de rejoindre les rangs des publications d'[envergure internationale](#) et d'aspirer à demeurer une référence en matière de design.

■ 4 ÉDITIONS PAR AN

■ MAGAZINE BILINGUE PRIMÉ

■ HAUTS STANDARDS DE QUALITÉ

# QUAND

## 2011

### DISTRIBUTION

<b>INT # 55</b> automne	26 octobre 2011 (spécial 15 <sup>ème</sup> anniversaire)
<b>INT # 56</b> hiver	14 décembre 2011 (spécial GRANDS PRIX DU DESIGN)

## 2012

### DISTRIBUTION

<b>INT # 57</b> printemps	30 mars 2012
<b>INT # 58</b> été	11 mai 2012
<b>INT # 59</b> automne	26 octobre 2012
<b>INT # 60</b> hiver	12 décembre 2012 (spécial GRANDS PRIX DU DESIGN)

\* consulter le site Web  
[www.magazineinterieurs.com](http://www.magazineinterieurs.com)



## ■ POUR QUI

Le magazine INTÉRIEURS est ouvert à tous les annonceurs qui souhaitent rejoindre l'entière communauté des designers et architectes ainsi qu'un consommateur ciblé de haute qualité. Nos lecteurs ont un grand pouvoir d'achat et sont à l'affût des dernières tendances. [Nos annonceurs sont des leaders de l'industrie et des entreprises innovantes](#) sélectionnées avec soin pour la qualité de leurs produits ou services et de leur présentation.

**RÉSIDENTIEL ///**  
**COMMERCIAL ///**  
**BUREAU ///**  
**INSTITUTIONNEL ///**  
**ART ET MODE ///**  
**HÔTELLERIE ET ESPACES**  
**RÉCRÉATIFS ///**  
**RESTAURATION ET BARS ///**

## POURQUOI

Rejoindre les professionnels de l'industrie, designers et architectes.

Rejoindre les influenceurs et décideurs d'affaires dont les agents, détaillants, acheteurs corporatifs, gens d'affaires, etc.

Rejoindre les consommateurs ciblés, amateurs et passionnés de design de grande qualité.

Maintenir régulièrement un lien avec le consommateur.

Promouvoir votre marque et accroître votre notoriété.

Promouvoir vos produits et services.

Promouvoir un nouveau produit ou service.

Promouvoir une nouvelle entreprise, une nouvelle marque.

Se positionner en tant que leader de l'industrie.

Bénéficier de la notoriété, de la créativité et de la qualité d'une des publications les plus prestigieuses au Canada.

■ **75 % DES LECTEURS SONT DES PROFESSIONNELS DU DESIGN.**

■ **PUBLIÉ 4 FOIS PAR AN**

■ **RÉDACTION PROMOTIONNELLE**

■ **RÉCIPIENDAIRE DE PLUSIEURS PRIX**



# PROFIL DU LECTEUR

## ■ Profil Sociodémographique

Âge moyen : **47,1 ans**

» Femmes : **57 %**

» Hommes : **43 %**

18 à 30 ans	<b>19 %</b>
31 à 44 ans	<b>27 %</b>
45 à 54 ans	<b>34 %</b>
55 ans et plus	<b>29 %</b>

**99 %** des lecteurs du magazine INTÉRIEURS ont un diplôme universitaire et /ou collégial.

## ■ Profil professionnel

Décideurs d'affaires et chefs d'entreprise

**54 %**

Salarié

**41 %**

Autre profil (retraité, étudiant, sans emploi, etc.)

**5 %**

**75 %** des lecteurs sont des professionnels du design et des décideurs d'affaires.

» **71 %** de nos lecteurs ont recommandé des achats pour des produits d'ameublement, d'aménagement et de décoration dans les 12 derniers mois.

» **10 000 copies**

» **3,3 lecteurs par revue**

» **33 000 lecteurs**

## ■ Profil de consommation

» **94 %** possèdent au moins une automobile ; Valeur moyenne de l'automobile : **46 000 \$**.

» **35 %** fréquentent des restaurants haut de gamme plusieurs fois par mois.

» **1 lecteur sur 2** s'est rendu dans un spa ou dans un relais santé au cours de la dernière année.

## ■ Profil financier

200 000 \$ et plus	<b>14 %</b>
100 000 \$ à 199 000 \$	<b>42 %</b>
100 000 \$ à 199 000 \$	<b>38 %</b>
Moins de 50 000 \$	<b>9 %</b>

Le revenu moyen familial des lecteurs du magazine INTÉRIEURS est d'environ **118 000 \$**.

## ■ Distribution et circulation

Circulation contrôlée	<b>65 %</b>
Consommateurs ciblés	<b>20 %</b>
Kiosque	<b>15 %</b>

**20 %** des lecteurs partagent leur magazine avec au moins 6 personnes.

## ■ Répartition des achats par secteur :

Commerce de détail et hôtellerie-restauration

**21 %**

Institutionnel (écoles, hôpitaux)

**15 %**

Secteur résidentiel

**45 %**

Produits de bureau

**19 %**

» **80 %** des ménages interrogés possèdent une propriété immobilière de 200 000 \$ et plus et dispose d'un budget régulier consacré à l'aménagement et la décoration.



# CONTENU RÉDACTIONNEL 2011

■ <b>INT # 53</b> printemps	1 <sup>er</sup> avril 2011  <b>DOSSIER : LA TERRASSE RÉSIDENTIELLE</b>	» Le design récréotouristique » L'architecture de paysage sous différents angles, du projet résidentiel au projet commercial » Le design classique et contemporain revisité
■ <b>INT # 54</b> été	13 mai 2011  <b>DOSSIER 1 : CONTRAT ET BUREAU</b>  <b>DOSSIER 2 : DÉVELOPPEMENT DURABLE</b>	» Les grands projets et chantiers de Montréal en lien avec ceux à l'échelle internationale » Visions du design au Japon » Le nomadisme à l'ère des déplacements et de la fonctionnalité : » voyager tout confort, les solutions innovantes en design des transports » l'architecture éphémère ou d'urgence pour un monde en changement » Présentation des événements du SIDIM 2011
■ <b>INT # 55</b> automne	26 octobre 2011  <b>DOSSIER 1 : LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET LA DOMOTIQUE</b>  <b>DOSSIER 2 : ENTRE L'EAU ET LE FEU</b>	» <b>15<sup>ème</sup> anniversaire !</b> » Exercices de style sur le désir, le luxe et l'extravagance » La maison intelligente : concepts et réalisations » L'intégration du design dans les hôpitaux universitaires : CHUM vs CUSM » Le design comme valeur ajoutée à l'entreprise
■ <b>INT # 56</b> hiver	14 décembre 2011	» Édition spéciale — LES GRANDS PRIX DU DESIGN en design d'intérieur et design de produits » Pêle-mêle : présentation des partenaires majeurs

■ **CONTENU RÉDACTIONNEL 2012 À VENIR**

## ■ Nos chroniques :

**Pêle-mêle** propose en vrac un aperçu des actualités du design.

**Salons internationaux**, d'ici ou d'ailleurs, présente les figures marquantes, courants et œuvres d'intérêt.

**Metropolis** met en lumière l'approche d'une firme, d'un designer, d'un projet qui anime et/ou bouleverse la cité, voire la profession.

**Scoop** focalise sur les designers et architectes de la relève.

**Choix de la rédac** permet de partager les coups de cœur... et les coups de gueule.

**Food design** fait découvrir un savoir-faire entre art et convivialité.

Et sur un mode irrévérencieux, le **Smoked Meat** brosse le portrait d'une personnalité du design établie, carrière et œuvre.



# CALENDRIER & TARIFS

## Tarifs

	1 X	2 X	4 X	8 X / 2 ANS
double page	8 000 \$	7 900 \$	7 500 \$	7 200 \$
pleine page	4 400 \$	4 200 \$	3 900 \$	3 700 \$
C4	6 000 \$	6 000 \$	6 000 \$	6 000 \$
C2 ou C3	4 800 \$	4 800 \$	4 800 \$	4 800 \$
1/2 page - horizontale	3 000 \$	2 900 \$	2 800 \$	2 600 \$
1/2 page verticale	3 000 \$	2 900 \$	2 800 \$	2 600 \$
1/4 page	1 800 \$	1 700 \$	1 600 \$	1 400 \$

DOSSIER	
1 page	3 800 \$
2/3 page	2 800 \$
1/3 page	1 800 \$

Agence accréditées: 15 % de réduction.

Positionnement garanti : +20 %.

Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes applicables.

### Note :

Pour une présence dans le numéro « Hors-série de décembre », dédié aux GRANDS PRIX DU DESIGN\*, il est obligatoire de rajouter 1 000 \$ aux tarifs ci-dessus et accéder ainsi au statut de commanditaire.

\* Consulter le prospectus des GRANDS PRIX DU DESIGN.

**ANNONCEZ  
DÈS MAINTENANT !**

## Calendrier de publication 2011 / 2012

NUMÉRO	PROMOTION RÉDACTIONNELLE		PUBLICITÉ CLASSIQUE		DISTRIBUTION
	RÉSERVATION D'ESPACE	RÉCEPTION DU MATÉRIEL	RÉSERVATION D'ESPACE	RÉCEPTION DU MATÉRIEL	
INT # 55 automne 2011	15 septembre	19 septembre	28 septembre	30 septembre	26 octobre
INT # 56 hiver 2011	—	—	10 novembre	14 novembre	14 décembre
INT # 57 printemps 2012	13 février	16 février	23 février	27 mars	30 mars
INT # 58 été 2012	2 avril	5 avril	12 avril	16 avril	11 mai
INT # 59 automne 2012	10 septembre	13 septembre	20 septembre	24 septembre	26 octobre
INT # 60 hiver 2012	—	—	8 novembre	12 novembre	12 décembre



# SPECIFICATIONS

## ■ Formats

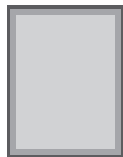


### double page

Format rogné :  
18" x 11 7/8"

Marges perdues :  
18 1/4" x 12 1/8"

Encadré :  
17" x 10 7/8"

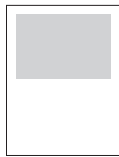


### pleine page

Format rogné :  
9" x 11 7/8"

Marges perdues :  
9 1/4" x 12 1/8"

Encadré :  
8" x 10 7/8"



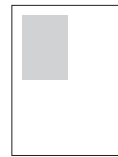
### 1/2 page horizontale

7 1/2" x 5 1/8"



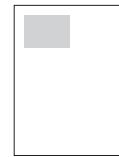
### 1/2 page verticale

3 5/8" x 10 1/2"



### 1/4 page

3 5/8" x 5 1/8"



### 1/8 page

3 5/8" x 2 9/16"

Marge perdue	1/8" (double et pleine pages)
Marge critique	1/4" (double et pleine pages)

## ■ Fichiers

**PDF CMYK** haute résolution avec marques de rognage pour toute annonce publicitaire d'une page simple ou double.

## ■ Livraison du matériel publicitaire

» Par transfert de fichier électronique sur notre site FTP\* :

serveur :

**ftp.agencepid.com**

nom d'utilisateur :

**interieurs@agencepid.com**

mot de passe :

**pid4398**

**\*Requiert un logiciel de connexion FTP**  
(ex. : CuteFTP, FileZilla, Fetch, Transmit, etc.)

» Sur CD-ROM ou DVD, envoyé par la poste ou courrier à vos frais à l'adresse :

**4398, boul. Saint-Laurent,  
Bureau 103,  
Montréal (Québec),  
Canada, H2W 1Z5**

## ■ Services de création

Moyennant supplément, des services de conception, rédaction, traduction et graphisme sont aussi offerts par l'Agence PID. Le délai de livraison est de 7 jours ouvrables suivant la réception du matériel envoyé par le client en vue de la conception de l'annonce. La publicité sera remise au client sous forme de fichier PDF.

## ■ Matériel requis

Un fichier unique ou un document compressé contenant tout le matériel devant être inclus dans l'annonce, y compris :

- » logo vectoriel
- » une ou plusieurs images en haute résolution
- » une police compatible avec Mac (TTF, OTF) en cas de choix de police spécifique

Afin d'assurer la parfaite fidélité des couleurs, veuillez inclure : le numéro de code couleur Pantone pour toutes les couleurs unies.

## ■ Important

Veillez prendre soin d'identifier clairement vos documents **au nom de l'annonceur** et en confirmer le transfert par courriel à notre équipe graphique à :

**graphistes@agencepid.com**

Les documents publicitaires déposés devront être les épreuves finales, prêtes à produire, seulement. L'Agence PID ne peut se tenir responsable de choisir entre plusieurs versions différentes.

