



Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

TC Media lance le *Marché canadien de programmation*, le plus important réseau publicitaire de marques, totalement transparent, sécurisé et de qualité supérieure, dans le domaine des médias programmatiques au Canada

TORONTO, le 23 avril 2014 – [TC Media](#) est fière d'annoncer le lancement du *Marché canadien de programmation* (www.CPM.tc), le plus grand répertoire d'achat d'enchères en temps réel (RTB), entièrement sécurisé et de qualité supérieure, en matière de publicité programmatique en anglais et en français. Le *Marché* constitue la solution exceptionnelle de TC Media au monde complexe et en constante évolution des enchères en temps réel.

Le *Marché canadien de programmation* procure aux acheteurs un accès en temps réel à l'inventaire numérique de plus de 95 fournisseurs de contenu de qualité supérieure et à plus de 650 sites Web. Le réseau, lancé en mars, livre déjà chaque mois plus de 1 milliard d'impressions à plus de 14 millions de visiteurs uniques au Canada et offre des partenaires programmatiques exclusifs, comme TC Media, Livingly Media, Spin Media et Hockeybuzz, et plus de 100 sites de journaux régionaux en français et en anglais, y compris dans les provinces de l'Atlantique.

« TC Media reconnaît l'importance du processus d'achat programmatique et elle a investi massivement dans son équipe, ses technologies et ses partenariats », a déclaré Patrick Lauzon, vice-président principal, Solutions de marketing interactif, chez TC Media. Cet investissement comprend, entre autres, l'acquisition en mai 2012 de Redux Media inc., un important réseau canadien de publicité numérique. « Le *Marché canadien de programmation* propose le seul environnement programmatique favorable aux marques et totalement transparent au Canada. Il offre également aux annonceurs le plus vaste éventail d'enchères en temps réel pour son inventaire de type affichage, vidéo et mobile. Nous plaçons la barre très haut en matière de programmation. »

« Le *Marché canadien de programmation* a été développé pour agir en tant que complément à l'offre de TC Media, et les annonceurs pourront ainsi bénéficier d'un large éventail de solutions d'enchères en temps réel », a ajouté Claude Cajolet, chef des opérations, Redux Media.

TC Media et ses partenaires de lancement continueront d'offrir aux annonceurs leurs solutions de vente directe, tout en permettant aux acheteurs d'avoir accès à un marché dédié ou à des offres programmatiques garanties, pour une portion de son inventaire, au moyen du *Marché canadien de programmation*. « Grâce à cette initiative, les acheteurs pourront accéder à des sites Web de grande qualité, tels que canadianliving.ca, ellecanada.com, hockeybuzz.com, stylebistro.com et spin.com, ainsi qu'à des sites francophones, comme ellequebec.com et coupdepouce.com, dans un environnement entièrement programmatique », a conclu Patrick Lauzon.

Pour obtenir une liste plus complète des sites de nos partenaires programmatiques, des canaux de contenu et des façons de communiquer, visitez le www.CPM.tc.

À propos de TC Media

Chef de file de solutions médias et d'activation marketing au Canada, employant plus de 3 500 personnes, TC Media rejoint 24 millions de consommateurs au Canada à travers son offre intégrée multiplateforme qui inclut les médias imprimés et numériques, la production de magazines, de journaux, de livres et de contenus sur mesure, le marketing de masse et personnalisé, les applications mobiles et interactives, et la distribution de porte en porte.

TC Media est une marque de Transcontinental inc. (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D), qui compte plus de 9 000 employés au Canada et aux États-Unis, et des revenus de 2,1 milliards de dollars canadiens en 2013. Site Web : www.tc.tc.

- 30 -

Pour de plus amples renseignements ou pour des demandes d'entrevue :

TC Media

Katherine Chartrand

Directrice des communications internes et externes

Téléphone : 514 392-2091

katherine.chartrand@tc.tc