

Le Marché Ethnique

Borislav Nicolov

Directeur, Ethnique Media



Pourquoi sommes nous ici?



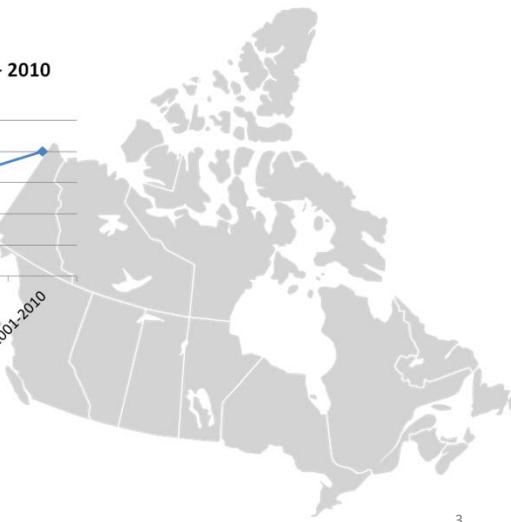
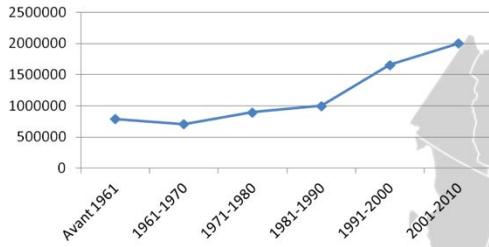
Parce que le Québec change.

Quelques généralités:

- 7 millions d'immigrants au Canada
- 250 000 de nouveaux-arrivants par an

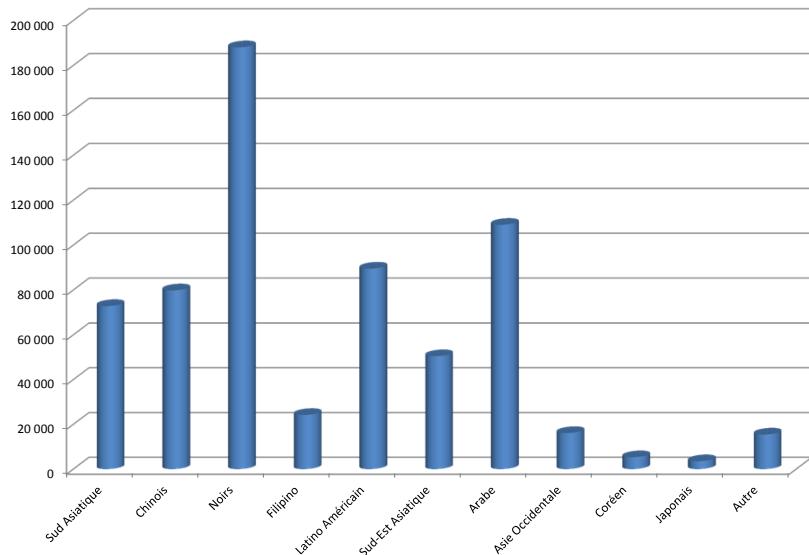
Voyons la démographie plus en détail:

NOMBRE D'IMMIGRANTS DE 1961 – 2010
AU CANADA



3

Minorités Visibles du Québec (2006)



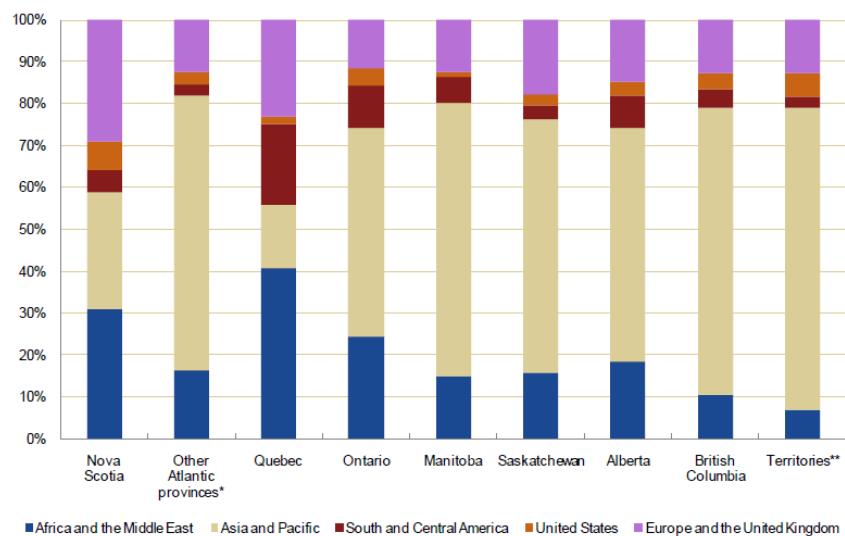
4

Canada – Permanent residents by province or territory and language ability

Language ability	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
English	6,013	5,951	6,638	7,842	8,049	8,795	8,283	8,474	7,979	7,831
French	9,555	9,170	8,614	9,732	10,239	10,697	10,758	10,590	11,633	14,336
Both French and English	8,114	9,285	11,488	14,742	14,601	15,098	16,513	16,710	20,079	20,814
Neither	13,916	13,175	12,815	11,929	10,426	10,093	9,646	9,445	9,800	11,001
Quebec	37,598	37,581	39,555	44,245	43,315	44,683	45,200	45,219	49,491	53,982

5

Canada – Permanent residents by province or territory and source area, 2010



6

Diversité




Au travail	Religions	Aliments
		
		
A l'école		Cultures

Habitudes alimentaires




Maintien des habitudes alimentaires

Facteurs de ce maintien:

- Attachement à la culture d'origine
 - Savoir-faire culinaire
 - Préférences gustatives
- Composition de l'entourage social
- Manque de connaissances ou d'ouverture envers la culture d'accueil

- Difficulté pour vendre un produit québécois
- Accès aux produits agro-alimentaires auxquels les communautés sont habitués
- Prolifération de grossistes ethniques dans la région de Montréal, même si la majorité de ces produits sont fabriqués au Québec et ailleurs au Canada
 - Pour beaucoup, la nourriture reste l'élément identitaire le plus fort durant les années d'intégration
- LE VÉRITABLE ENJEU DE L'ETHNIQUE ALIMENTAIRE EST DE SATISFAIRE CE BESOIN IDENTITAIRE CHEZ LES NOUVEAUX ARRIVANTS.



9

La tendance qui se dégage auprès de détaillants comme ceux ici est la suivante:

- Plus un détaillant est établi, plus il fait appel à des fournisseurs locaux

Exemple: Mourelatos et récemment Adonis, rachetés à 55% par Métro



10

Qui sommes-nous?

- Nous sommes des spécialistes dans le **marketing ethnique**
 - **10 ans** d'expérience
- Nous suivons le marché ethnique, recherchons ses **tendances** et comprenons son fonctionnement
- **250 journaux et magazines, 60 stations de télévision et radio, et 75 sites web** sont à notre disposition comme plateformes médiatiques

11

- La consommation des **médias d'accueil** est un exercice d'acculturation et dépend du niveau de maîtrise des langues
- Les 5 premières années, les **médias dans la langue d'origine** restent la **référence** incontournable pour chaque nouvel arrivant, et reste ensuite une source privilégiée d'information.
- S'adresser à cette clientèle durant cette période permet de la **fidéliser**.

- La consommation des **médias d'accueil** se fait à des fins **d'acculturation**:
 - Coutumes locales
 - Apprentissage des langues
 - Droits et règlements du pays d'accueil
 - Nouvelles locales et internationales
- Cependant, des études révèlent que les messages publicitaires dans les langues d'accueil – français et anglais - sont **beaucoup moins efficaces**.

- Les **médias ethniques** préservent la culture d'origine. Ils permettent:
 - De rester en contact avec la culture d'origine
 - Le maintien de la langue
 - De se tenir informer des nouvelles locales et nationales dans le pays d'origine
- Selon une étude réalisée par Ipsos Reid, **65%** des Chinois et Sud-Asiatiques sont plus réceptifs aux publicités dans leur langue maternelle.

Ipsos Reid, *Tapping into the Hot Chinese and South Asian Marketplace*, 2007.

- Traduire les messages publicitaires et utiliser des acteurs de la même minorité visible **ne suffit pas** ; la publicité doit être conçue ou adaptée pour **réfléter la réalité du public cible**.
- Selon l'étude de Ipsos Reid, **63%** des Chinois seraient plus enclin à encourager les entreprises impliquées dans leur communauté plutôt que celles de leur pays d'accueil.

Ipsos Reid, *Tapping into the Hot Chinese and South Asian Marketplace*, 2007.

- Une portion significative des nouveaux arrivants ne se reconnaît pas dans les messages publicitaires de leur pays d'accueil.
- Ces publicités évoquent-elles une réaction positive pour quelqu'un qui ne connaît pas bien la culture et/ou la langue?



为了您的健康,
lait 请喝牛奶.



'Niciodată fără laptele meu.'

lait

18

Une analyse ethnique poussée incluant:

- **Le profil sociologique** des clients: leurs dépenses en consommation et leurs préférences alimentaires
 - **Les besoins** des clients
 - Les produits à **promouvoir**
 - **Les stratégies** de pénétration des marchés

19

- **Élaboration** d'un plan stratégique
- **Planification** de votre campagne
- **Gestion** de placement publicitaire et média
- **Création** et **adaptation** visuelle du créatif
- **Analyse** et **consultation**

20



21

Les Journaux

Avantages

- Ciblage géographique (ouverture de magasin).
- Peu d'annonceurs institutionnels.
- Les lecteurs s'intéressent autant aux publicités qu'au contenu éditorial.
- Permet aux annonceurs de publier de l'éditorial.
- Permet aux annonceurs de négocier de meilleures positions.
- Les journaux sont disponibles plusieurs jours ce qui permet d'atteindre une grande partie de la communauté visée.

22

新动力园

魁北克第一份中法双语周报 : le premier journal bilingue chinois-français
2012年8月31日 星期五 第32期 总93期 · 314 393-8988 · www.greater.ca

赵江平总领事出席中国残疾人艺术团蒙特利尔慈善演出新闻发布会

2012年8月21日，“中国残疾人艺术团”首次在魁北克蒙特利尔市举行慈善演出。中国驻加拿大大使馆公参赵江平、中国驻蒙特利尔总领事馆公参王海东、蒙特利尔市副市长胡安·卡洛斯·萨拉扎、艺术总监胡安·卡洛斯·萨拉扎和艺术团团长胡安·卡洛斯·萨拉扎（Juan Carlos Salazar Gagozo），残疾人艺术家们以及当地华人社团代表等约100人出席了演出。

演出在热烈的掌声中拉开序幕，演员们表演了《我和我的祖国》、《我和我的母亲》、《我和我的家乡》、《我和我的祖国》等节目，令人称赞的是，演员们都是聋哑人，他们通过面部表情和肢体动作，将每一个音符都演绎得淋漓尽致，赢得了现场观众的阵阵掌声。演出结束后，赵江平大使向演员们表示感谢，并向他们赠送了“中加友谊奖章”。演出于当地时间下午5时圆满结束。

ASSURKIN 電話: (514)276-0000
代理25家保險公司 房屋保險 財產保險
侯丹凝
手机: (514)-722-4122 地址: 1606 Sherbrooke Ouest (Angle Guy) Montréal
报名时间: 周一到周五 10:00am至5:00pm 报名咨询: 514-561-5788 514-393-8988
报名地点: 1625 Maisonneuve Ouest #301 Code 301 Montréal QC H3H 2N4, 枫叶学院

Freedom 55 Financial 手机: (514)-717-8823
报名时间: 周一到周五 10:00am至5:00pm 报名咨询: 514-561-5788 514-393-8988
报名地点: 1625 Maisonneuve Ouest #301 Code 301 Montréal QC H3H 2N4, 枫叶学院

明智理财 您需要 专家相助

蒙特利尔商学院

创业培训 免学费·津贴补助最高可达\$900元/月
报名时间: 周一到周五 10:00am至5:00pm 报名咨询: 514-561-5788 514-393-8988
报名地点: 1625 Maisonneuve Ouest #301 Code 301 Montréal QC H3H 2N4, 枫叶学院

Ovu & Osu opticien
至诚眼镜 电话: 514-509-4127
欢慶选购2012春季最新款 名品眼镜，款式全，价格优。
Tom Ford - Burberry - Tiffany - Dolce Gabanna
Versace - Hugo Boss - Alek Paul - Tod's - Ralph Lauren
John Varvatos - Mont-Blanc - Lucky Brand ...
惊爆大促销: 50%或30%优惠
190\$ 就可以拥有一款优质名品眼镜*
* 款式随机选择
促销活动适用于所有太阳镜和框架眼镜
接受所有保险和学生助学金配镜服务

服务时间:
周一至周三, 10AM-6PM;
周四, 周五, 10AM-7PM;
周六, 10AM-5PM;
周日, 12PM-5PM

地址: 1606 Sherbrooke Ouest (Angle Guy) Montréal
coupon
凭此券购买要买眼镜: 镜架+
镜片, 可享受100元优惠
100\$
Ovu & Osu
opticien

国际留学生转移民直通车
请快拨打: 514-586-5628

你想免费开网店吗? QuebecRen.com

23

Horizon
Marketing aéronautique
2002

Le Web

Ethnique
media

Avantages

- Atteindre une audience captive.
- Cibler géographiquement, démographiquement ou par mots clés.
- Obtenir des résultats mesurables et en temps réel.
- Fléxibilité et possibilité d'optimisation.
- Plusieurs types de campagnes disponibles: display, performance et social media.

24

Nouvelles

The screenshot shows the homepage of L'Orient LE JOUR.com. At the top, there's a green banner with the word "Nouvelles". The main navigation bar includes links for ACTUALITÉS, LOISIRS, DÉBATS, CARNET, PETITES ANNONCES, MULTIMÉDIA, SERVICES, ÉDITORIAL, and CHRONIQUE. Below the navigation, there's a sidebar with an advertisement for SAYFCO HOLDING and a large image of Mitt Romney. The central content area features a news article about Romney's statement regarding Palestinians and peace. On the right side, there's a sidebar for "SPECIAL IMMOBILIER" with news items from Liban et Proche-Orient International. A vertical sidebar on the far right is for "COALITION HUMANITAIRE".

Divertissement

The screenshot shows the homepage of STAR Player. At the top, there's a green banner with the word "Divertissement". The main navigation bar includes links for HOME, TV CHANNELS, CATEGORY, and A to Z. The central content area features a large image for "THE BUNDY PROJECT". Below it, there's a "Most Popular" section with thumbnails for "Aanchal", "Suveen Gugal", and "Bodhu kon Alo La...". To the right, there's a search bar and a login form. At the bottom, there's a "Genre" dropdown set to "Drama".

Horizon Marketing Agroalimentaire

Communautés Virtuelles

Ethnique Media

S Sulekha.com

Toronto

Local Needs | Interests | Account

RBC Royal Bank | Gain more bliss with an RBC High Interest eSavings® account.

Start saving today! Advice you can bank on™

LOCAL MONTREAL METRO AREA CLASSIFIEDS EVENTS & TICKETS LOCAL SERVICES BUSINESSES COMMUNITY DEALS COFFEEHOUSE DONATE

Browse Events Buy Tickets Movie Showtimes & Tkt Events near You Post an Event

Montreal Metro Area Events Enter keywords to search SEARCH Post your Need

Indian Events in Montreal Metro Area

Events Near neighbourhood Events Montreal Metro Area

UPCOMING EVENTS IN MONTREAL METRO AREA

Classical Musical Evening with Sita.. Montreal, QC SEP 22 6:30PM	Deiveega Vahanangal – Bharatanatyam.. Saint-laurent, QC SEP 30 5:30PM
---	--

Currently we do not have any events listed near your city.
If you want your event to be listed here, please [click here](#)

FIND INDIAN EVENTS HAPPENING IN POPULAR METRO AREAS

Horizon Marketing Agroalimentaire

Période de questions

Ethnique Media

Comment jumeler les particularités ethniques et les besoins du client?

28