

# UA **AAU** University Affairs Affaires universitaires



**Trousse  
média  
2025-26**

# À propos UA/AU

La référence en matière d'actualités, de réflexions et d'offres d'emploi pour le milieu universitaire canadien.

*Affaires universitaires* est le magazine bilingue et le site Web par excellence de l'enseignement supérieur canadien. Son lectorat, composé d'universitaires, d'étudiant·es aux cycles supérieurs et de collègues du milieu, figure parmi les plus instruits du pays et s'attend à une rigueur éditoriale exemplaire. L'équipe journalistique d'*Affaires universitaires* comprend des plumes canadiennes primées et émergentes ainsi que des membres du corps professoral, de l'administration universitaire et de la population étudiante des cycles supérieurs. Ses articles de fond et ses nouvelles informent et divertissent, ses chroniques et ses textes d'opinion alimentent les débats, et ses conseils de carrière inspirent et mobilisent le noyau de la société intellectuelle canadienne. Grâce à ses articles sur des sujets controversés et d'actualité – comme les répercussions de l'intelligence artificielle sur l'enseignement, la sécurité de la recherche, la liberté universitaire et les manifestations étudiantes – et à son répertoire d'offres d'emploi universitaire le plus complet au pays, *Affaires universitaires* rejoint un public dynamique tant à l'échelle nationale qu'internationale.

**1959**

Lancement et publication de quatre numéros par année depuis

**+ de 800 000**

visiteur·ses uniques sur le site Web par année

**38 000**

exemplaires distribués (papiers et numériques\*)

Dans **chaque numéro** du magazine :



Campus



Articles de fond



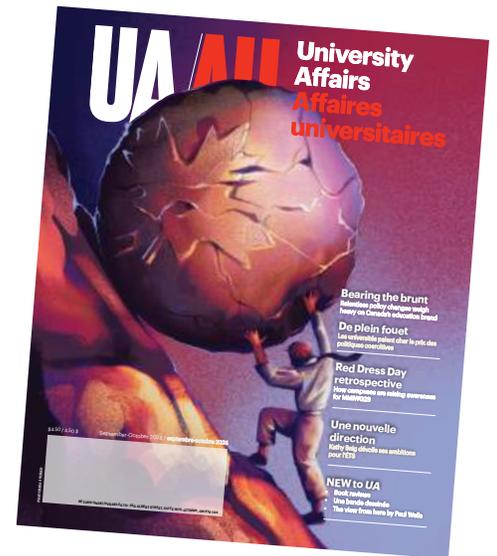
Textes d'opinion



Critiques littéraires



Conseils carrière



## Pourquoi annonce dans AU?

- Plus de 40 récompenses remportées dans le domaine de l'édition papier et numérique depuis 2009
- La référence pour les affichages d'emplois universitaires en français et en anglais au Canada
- Publié depuis plus de 60 ans par **Universités Canada**, l'association nationale représentant 97 universités canadiennes publiques et privées à but non lucratif

## Diffusion

- Quatre numéros par année
- Infolettres hebdomadaires en français et en anglais, et alertes d'emploi quotidiennes envoyées à plus de 20 000 personnes
- Édition numérique publiée chaque jour ouvrable

## Social Media

**X** 19 000 abonné·es sur X (anciennement Twitter)

**f** + de 4 500 mentions « J'aime » sur Facebook

# Affaires universitaires promet un lectorat fidèle et engagé provenant des campus un peu partout au **Canada** et dans le **monde**.

Sa marque média intégrée rejoint un public diversifié sur nombre de plateformes et de canaux de communication, de l'imprimé au numérique en passant par le balado.

*Affaires universitaires* est une référence estimée par son lectorat.

**40%**

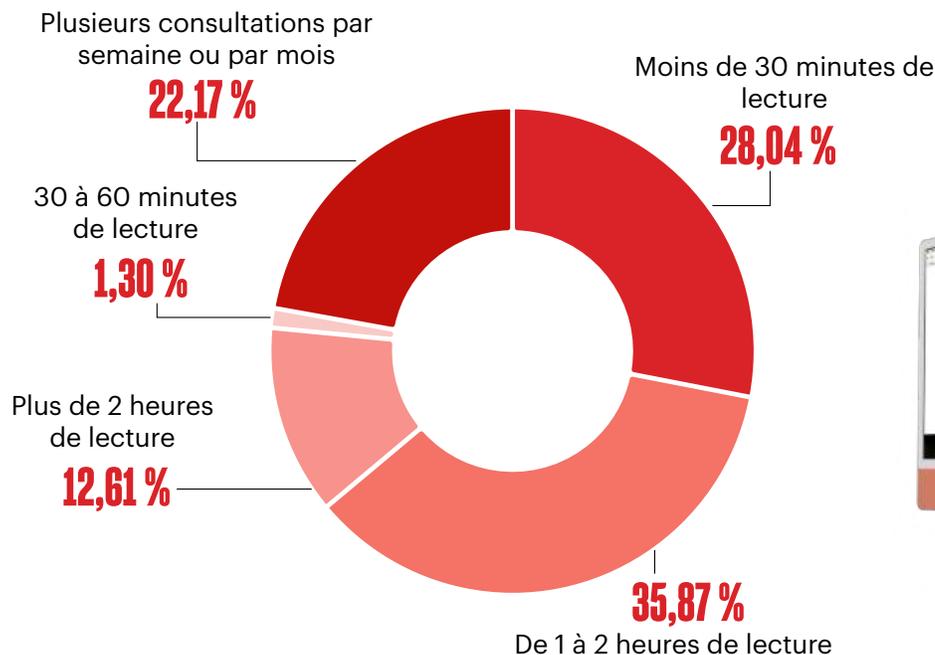
du lectorat lit le magazine depuis plus de 10 ans.

Le magazine a un taux de recommandation extraordinaire: plus de

**60%**

du lectorat en a entendu parler par des collègues ou dans le milieu universitaire.

## Une durée d'exposition considérable :



# Le **lectorat** interagit avec la marque par **différents canaux**.

| Interactions du lectorat avec la marque  | Taux   |
|--|--------|
| Clics vers les contenus Web après la réception de l'infolettre par courriel                                      | 14,87% |
| Accès direct à affairesuniversitaires.ca   | 4,07%  |
| Consultation de l'édition papier reçue par abonnement  | 72,93% |
| Consultation de l'édition numérique reçue par abonnement (version PDF du magazine; à distinguer de l'infolettre) | 8,14%  |

\* Sondage auprès du lectorat d'AU (2023)

Un **lectorat** qui représente toute la communauté universitaire :

**46%**

Corps professoral et chercheur-ses

**13%**

Administrators

**11%**

Personnel professionnel

**11%**

Autre (fonctionnaires, parties prenantes)

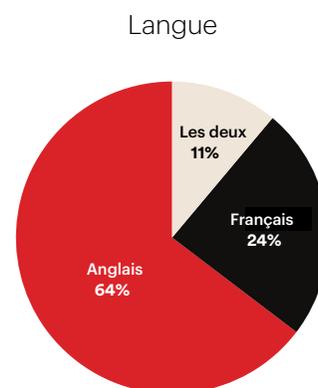
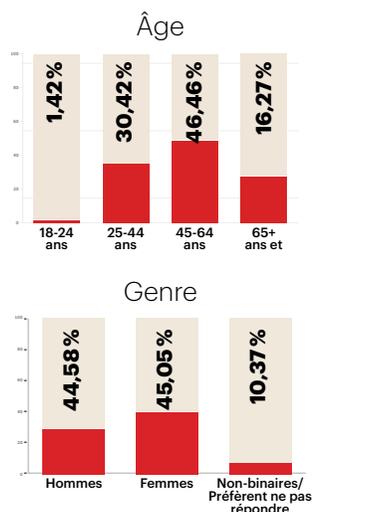
**9%**

Membres de la haute direction et du conseil d'administration

**10%**

Étudiant-es aux cycles supérieurs et au post-doctorat

Quelques **données démographiques** de la version papier :



## Répartition géographique

au Canada

**33,89%**

Ontario

**28,57%**

Québec

**10,85%**

Colombie-Britannique

**8,53%**

Alberta

**3,99%**

Manitoba

**3,43%**

Nouvelle-Écosse

**3,32%**

Lieu inconnu

**2,77%**

Saskatchewan

**2,77%**

Nouveau-Brunswick

**1,33%**

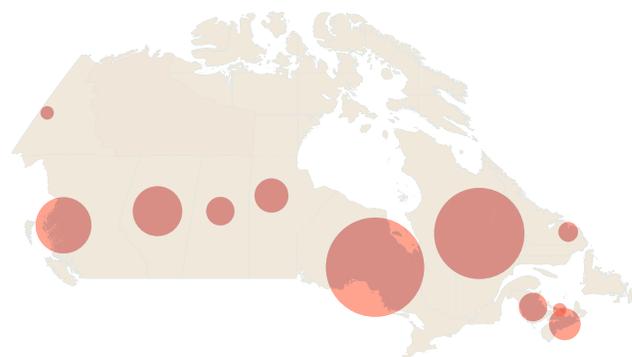
Terre-Neuve-et-Labrador

**0,44%**

Île-du-Prince-Édouard

**0,11%**

Yukon



# Grille tarifaire et échéances publicitaires (papier et numérique)

Tous les tarifs sont indiqués en dollars nets.

| Format                              | Largeur            | Hauteur               | Prix     |
|-------------------------------------|--------------------|-----------------------|----------|
| Double page                         | 457,20 mm (18 po)  | 276,35 mm (10,875 po) | 5 700 \$ |
| Pleine page                         | 228,60 mm (9 po)   | 276,35 mm (10,875 po) | 3 000 \$ |
| Demi-page*                          | 203,20 mm (8 po)   | 114,30 mm (4,5 po)    | 1 850 \$ |
| Quart de page*                      | 99,06 mm (3,90 po) | 114,30 mm (4,5 po)    | 1 200 \$ |
| Deuxième ou troisième de couverture | 228,60 mm (9 po)   | 276,35 mm (10,875 po) | 3 450 \$ |
| Quatrième de couverture             | 228,60 mm (9 po)   | 276,35 mm (10,875 po) | 3 750 \$ |

\* La taille comprend les marges

**Formats de fichier acceptés :** PDF/X-1a

**Images :** À convertir en CMJN (CMYK); résolution minimale de 300 ppp

**À prévoir :** Marges intérieures de 3,16 mm (0,125 po) à prévoir pour le texte; fond perdu de 3,16 mm (0,125 po) pour les images; décalage de 3,16 mm (0,125 po) pour les repères de coupe et de fond perdu.

## Échéances publicitaires

| Numéros à venir       | Réservation et remise du matériel provisoire* | Remise du matériel prêt à l'impression | Date d'envoi du magazine |
|-----------------------|---|--|--------------------------|
| <b>Avril 2025</b>     | 7 mars  | 10 mars                                | 14 avril                 |
| <b>Septembre 2025</b> | 8 août  | 11 août                                | 15 septembre             |
| <b>Novembre 2025</b>  | 10 octobre                                    | 13 octobre                             | 17 novembre              |
| <b>Février 2026</b>   | 2 janvier                                     | 5 janvier                              | 9 février                |
| <b>Avril 2026</b>     | 6 mars  | 9 mars                                 | 13 avril                 |

# WEB/APPAREILS MOBILES

**+ de 800 000**

visiteur·ses uniques sur le site Web par année

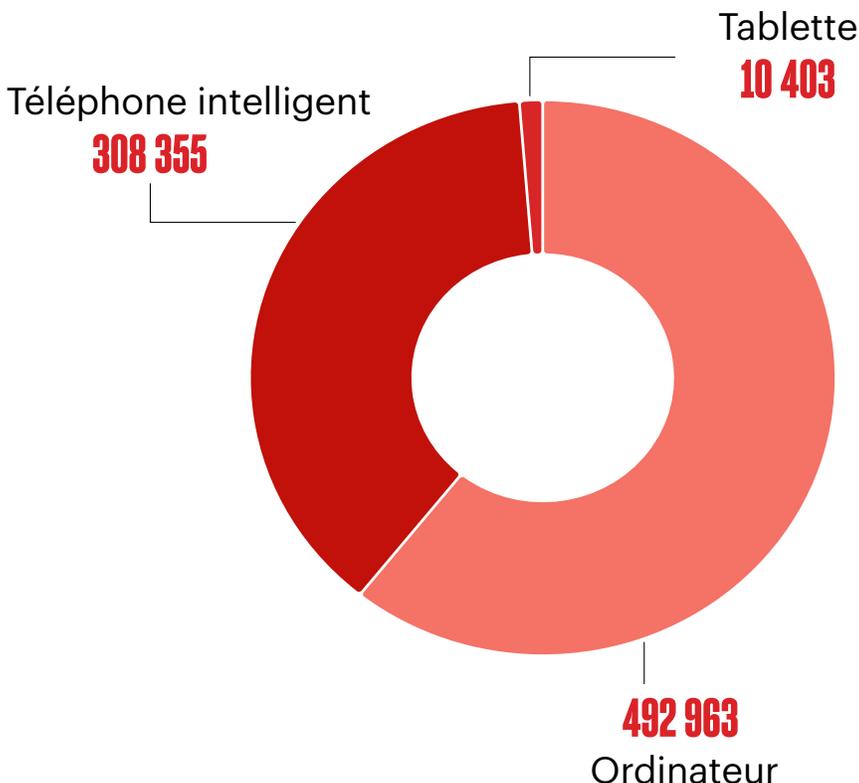
| Zone                      | Taille       |
|---------------------------|--------------|
| Encadré (moins de 100 ko) | 300 x 250 px |
| Bannière                  | 728x90 px    |
| Appareil mobile           | 320x100 px   |

**Prix: 900 \$ par mois** ; positionnement générique sur la page d'accueil et exclusivité dans une section

Les **encadrés réactifs (CSS)** ont des frais supplémentaires de **100 \$ par position**.

**Informez-vous sur les options de barrage publicitaire sur la page d'accueil ou dans une section premium.**

# TRAFIC WEB PAR TYPE D'APPAREIL



# STATISTIQUES NUMÉRIQUES 2024

**5,6 M**

de pages vues  
(131% de plus qu'en 2023)

**808 000**

utilisateur·rices actif·ves  
(60% de plus qu'en 2023)

**3,1 M**

consultations des offres  
d'emploi

**38 %**

de sessions avec inter-  
actions de plus par utili-  
sateur·rice actif·ve qu'en  
2023

**38 %**

de vues sur appareil  
mobile (hausse de 50%  
depuis 2023)

# FORFAIT DE CONTENU PUBLICITAIRE

Pensés comme contenus informatifs pour le lectorat, ces articles sont pleinement intégrés aux publications avec la même signature visuelle que le contenu rédactionnel primé du magazine.

## 2 500 \$ net

### Caractéristiques :

- Contenu élaboré par la clientèle à partir des lignes directrices de la rédaction (750 mots maximum)
- Publication et archivage sur [affairesuniversitaires.ca](http://affairesuniversitaires.ca)
- Logo, annonce encadrée et bannière affichés pendant un mois parmi les contenus de la page d'accueil
- Visibilité dans une édition de l'infolettre
- Une publication sur les comptes de médias sociaux d'AU

# INFOLETTRE

Envoi hebdomadaire à **2 900 abonnés-es**

## 290 \$ par envoi (100 \$ CPM)

### Dimensions:

- Publicité de 300 x 250 px et logo de 300 x 50 px
- Moins de 100 ko par fichier
- Format GIF ou JPEG
- Comprend une publicité de 100 mots

# BALADO

(NOUVEAU! AUTOMNE 2025)

Campus à la une propose des entretiens avec des experts et des actrices et acteurs du milieu universitaire sur les enjeux actuels qui façonnent l'expérience étudiante et la vie académique, au croisement de l'enseignement, de la recherche et des politiques publiques.

### Seulement deux placements publicitaires par épisode

Une publicité de **15 à 25 s** lue par l'animateur-riche au début de l'épisode :

## \$100 net\*

Une publicité intracontenu de **15 à 30 s** (fournie par l'agence)

## \$80 net\*

\* Tarif de lancement

### Pour obtenir un complément d'information sur le placement publicitaire :

Renée Mindus

Courriel : [rmindus@univcan.ca](mailto:rmindus@univcan.ca)

## Coordonnées

350, rue Albert, bureau 1610  
Ottawa (Ontario) K1R 1A4  
Tél. : 613 563-1236

[www.affairesuniversitaires.ca](http://www.affairesuniversitaires.ca)  
[ua@univcan.ca](mailto:ua@univcan.ca)