

C A N A D A

PROVINCE DE QUEBEC
DISTRICT DE MONTREAL

C O U R S U P É R I E U R E
(Chambre des actions collectives)

N° 500-06-000964-185

KATHLEEN GAUTHIER

Demanderesse

c.

JOHNSON & JOHNSON INC.

Défenderesse

DEMANDE D'APPROBATION DES AVIS AUX MEMBRES
(Articles 579 et 581 C.p.c.)

À L'HONORABLE JUGE PIERRE NOLLET DE LA COUR SUPÉRIEURE, SIÉGEANT DANS ET POUR LE DISTRICT DE MONTRÉAL, LA DEMANDERESSE ET LES MEMBRES DÉSIGNÉS EXPOSENT RESPECTUEUSEMENT CE QUI SUIT :

1. Le 25 février 2020, la juge Chantal Tremblay autorisait la présente action collective.
2. Le 8 décembre 2020, la Cour d'appel refusait la demande de permission d'appeler du jugement d'autorisation.
3. La description du groupe autorisée par la Cour supérieure est la suivante :

Tous les consommateurs résidant au Québec qui ont acheté entre le 23 octobre 2015 et le 12 décembre 2017 les produits Tylenol, listé ci-bas, manufacturé et/ou vendu et/ou mis en marché par Johnson & Johnson Inc. qui contiennent de l'acétaminophène seul ou en combinaison avec d'autres médicaments.

Produits Tylenol

Adultes :

TYLENOL Gélules Action Rapide

TYLENOL Extra Fort

TYLENOL Gélules

TYLENOL Régulier

TYLENOL Soulagement Ultra

Nourrissons et enfants :

Gouttes concentrées TYLENOL pour nourrissons

TYLENOL Fièvre et mal de gorge, pour nourrissons

Suspension orale TYLENOL pour enfants

TYLENOL À croquer pour enfants

TYLENOL Fièvre et mal de gorge, pour enfants

TYLENOL Douleurs musculaires et courbatures	Formule junior pour enfants TYLENOL VIT-FONDUS
TYLENOL Mal de dos	TYLENOL Rhume et Congestion nasale pour enfants
TYLENOL Douleurs arthritiques	TYLENOL Rhume, pour enfants
TYLENOL NUIT Extra Fort	TYLENOL Rhume et toux, pour enfants, Nuit
TYLENOL Courbatures nuit	TYLENOL Rhume et toux, pour enfants
TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe	TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe pour enfants
Gélules TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe Plus anti-mucosités	TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe pour enfants, Nuit
Sirop TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe Plus anti-mucosités	
Sirop TYLENOL Complet Rhume, toux et grippe Plus anti-mucosités, Nuit	
TYLENOL Rhume	
TYLENOL Toux	
TYLENOL Grippe	
TYLENOL Rhume & Sinus	
TYLENOL Sinus	

4. Tel que requis par l'article 579 C.p.c. suivant un jugement d'autorisation, la demanderesse et les membres désignés demandent par la présente l'approbation des avis aux membres les informant de l'autorisation de l'action collective.
5. La demanderesse propose un avis aux membres en français et en anglais sous la forme prévue à l'Annexe 1 de la présente demande.
6. Le texte proposé pour ces avis aux membres (Annexe 1) satisfait aux critères de l'article 579 C.p.c. puisqu'il informe les membres de :
 - (a) l'autorisation de l'action collective;
 - (b) la définition du groupe;
 - (c) les principales questions qui seront traitées collectivement et les conclusions recherchées qui s'y rattachent;
 - (d) le nom du représentant, les coordonnées de ses avocats et le district dans lequel l'action collective sera exercée;
 - (e) le droit d'un membre de demander à intervenir à l'action collective;
 - (f) le droit d'un membre de s'exclure du groupe, les formalités à suivre et le délai pour s'exclure;
 - (g) le fait qu'un membre qui n'est pas un représentant ou un intervenant ne peut être appelé à payer les frais de justice de l'action collective.

7. Les avis proposés sont rédigés en termes clairs et concis tel que requis par l'article 581 C.p.c.
8. La demanderesse propose le plan de diffusion de l'avis aux membres, Annexe 1, dans les grands quotidiens de la province, soit :

Le Journal de Montréal (Grande région métropolitaine de Montréal)

Le Droit (Ottawa/Gatineau)

Le Nouvelliste (Trois-Rivières)

Le Soleil (Québec)

Le Journal de Québec (Grande région métropolitaine de Québec)

La Voix de l'Est (Granby)

Le Quotidien (Saguenay)

La Tribune (Sherbrooke)

The Montreal Gazette (Grande région métropolitaine de Montréal)

9. La publication de l'avis aux membres s'effectuerait une seule fois, un samedi à déterminer.
10. Ces journaux permettraient d'avoir une portée régionale et d'atteindre l'ensemble des membres du groupe, en français et en anglais.
11. En particulier, les journaux du groupe de la Coop de l'information (les journaux de *La Voix de l'Est*, du *Nouvelliste*, du *Quotidien*, du *Soleil*, de la *Tribune* et du *Droit*), Annexe 2, permettent d'atteindre les marchés régionaux moins directement ciblés par d'autres quotidiens comme *Le Devoir* et *La Presse*.
12. *Le Journal de Montréal* a une portée régionale importante à Montréal et autour de Montréal. De même, le *Journal de Québec* a une portée régionale importante autour de Québec. (Voir l'Annexe 3)
13. *The Montreal Gazette* est le seul quotidien montréalais ciblant la population anglophone du Québec. (Voir l'Annexe 4)
14. La diffusion des quotidiens le samedi est la plus importante, et plusieurs de ces quotidiens ne publient en version papier que le samedi.
15. Selon la maquette préparée par la Coop de l'information, l'avis aux membres requiert ¼ de page vertical.
16. Selon les informations recueillies, voici les coûts approximatifs de diffusion de cet avis :

Le Journal de Montréal 2 464\$

Le Journal de Québec 1 158,08\$

The Montreal Gazette 2 145\$

Le Nouvelliste, Le Soleil, Le Droit, La Voix de l'Est, Le Quotidien, La Tribune 5 415\$

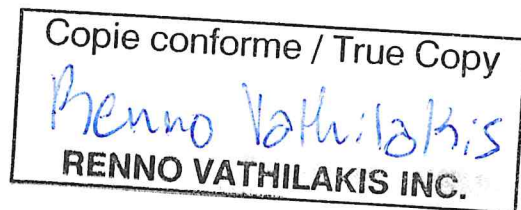
17. Il est à noter que les journaux de la Coop de l'information offrent un rabais pour la publication dans l'ensemble de leurs journaux.
18. La demanderesse propose également de publier l'avis aux membres sur le site web de leurs avocats, leurs pages Facebook (via hyperlien) et sur le registre des actions collectives.
19. Ce plan de publication tient compte de la nature de l'action collective, la composition du groupe et la situation géographique des membres.

POUR CES MOTIFS, PLAISE AU TRIBUNAL :

APPROUVER les avis aux membres contenus à l'Annexe 1 (en français et en anglais) de la présente demande;

ORDONNER la diffusion des avis aux membres selon le plan de publication détaillé à la présente demande, les coûts de publication dans les journaux étant à la charge de la défenderesse;

LE TOUT sans frais.



Montréal, ce 13^e jour de décembre 2022

(S) Renno Vathilakis inc.

RENNO VATHILAKIS INC.

M^e Karim Renno

M^e Ava Liaghati

Procureurs de la demanderesse et des
membres désignés

DECLARATION SOUS SERMENT
(art. 106 C.p.c.)

Je, soussigné, KARIM RENNO, avocat, exerçant ma profession au sein de l'étude de RENNO VATHILAKIS INC., sise au 145, rue Saint-Pierre, bureau 201, à Montréal, district judiciaire de Montréal, province de Québec, H2Y 2L6, affirme solennellement que :

1. Je suis un des Procureurs de la demanderesse et des membres désignés dans la présente instance;
2. Tous les faits allégués dans la présente demande sont vrais.

ET J'AI SIGNÉ :

(S) Karim Renno

KARIM RENNO

Affirmé solennellement devant moi
à MONTRÉAL, ce 13^{ème} jour de décembre 2022

(S) Yasmine Saleh #236808

Commissaire à l'assermentation pour le Québec
et pour l'extérieur du Québec

C A N A D A

PROVINCE DE QUEBEC
DISTRICT DE MONTREAL

N° 500-06-000964-185

C O U R S U P É R I E U R E
(Chambre des actions collectives)

KATHLEEN GAUTHIER

Demanderesse

c.

JOHNSON & JOHNSON INC.

Défenderesse

AVIS DE PRÉSENTATION

À : M^e Simon Jun Seida
M^e Robert Torralbo
BLAKE, CASSELS & GRAYDON S.E.N.C.R.L.
1 place Ville-Marie
Bureau 3000
Montréal (Québec) H3B 4N8

Avocats de la défenderesse
JOHNSON & JOHNSON INC.

PRENEZ AVIS que la présente demande sera présentée pour adjudication par l'Honorable juge Pierre Nollet à une date à être déterminée dans une salle à être déterminée au Palais de Justice de Montréal situé au 1, rue Notre-Dame Est, Montréal, Québec.

VEUILLEZ AGIR EN CONSÉQUENCE.

MONTREAL, en ce 13^{ème} jour de décembre
2022

(S) Renno Vathilakis inc.

Copie conforme / True Copy
Renno Vathilakis
RENNO VATHILAKIS INC.

M^e Karim Renno
M^e Ava Liaghati
RENNO VATHILAKIS INC.
145, rue Saint-Pierre
Bureau 201
Montréal (Québec) H2Y 2L6
Tél. : 514 937-1221 poste 451
Télec. : 514 221-4714
Courriel : krenno@renvath.com

Procureurs de la demanderesse et des
membres désignés
Notre dossier: 1194.1

BV0910

ANNEXE 1

AVIS AUX MEMBRES

AUTORISATION D'EXERCER UNE ACTION COLLECTIVE

Gauthier c. Johnson & Johnson Inc.

Dossier à la Cour supérieure : 500-06-000964-185

Omission alléguée de divulguer les risques liés au Tylenol

Cet avis concerne le jugement de la Cour supérieure du Québec (district de Montréal) daté du 25 février 2020 autorisant une action collective à l'encontre de la défenderesse Johnson & Johnson Inc.

Le jugement décrit ainsi le groupe :

Tous les consommateurs résidant au Québec qui ont acheté entre le 23 octobre 2015 et le 12 décembre 2017 les produits Tylenol, listé ci-bas, manufacturé et/ou vendu et/ou mis en marché par Johnson & Johnson Inc. qui contiennent de l'acétaminophène seul ou en combinaison avec d'autres médicaments.

Pour la liste complète des produits Tylenol, veuillez visiter le site:

<https://www.renvath.com/fr/action-collective-contre-tylenol>

Le statut de représentant pour l'exercice de l'action collective a été attribué à Mme Kathleen Gauthier.

La nature de l'action collective exercée par la demanderesse pour le compte des membres est une action collective en diminution de prix, et dommages-intérêts compensatoires et punitifs contre la défenderesse.

Mme Gauthier demande à la Cour de déterminer si la défenderesse a omis des faits matériels en ne divulguant pas aux consommateurs québécois les mêmes informations qu'elle divulgue aux consommateurs américains quant aux risques associés à la consommation d'acétaminophène, en particulier les risques associés aux surdoses accidentelles pouvant causer la mort ou de graves dommages au foie.

La défenderesse nie toute faute, et aucune Cour n'a conclu à une quelconque faute.

Les principales conclusions recherchées par le représentant à l'encontre de la défenderesse se résument à ce qui suit :

- Le versement d'une somme à être déterminée en vue de couvrir des dommages compensatoires, estimés à 400\$ par membre, pour le remboursement de produits Tylenol; et
- Un montant de 100\$ par membre du groupe à titre de dommages punitifs; et
- Une ordonnance du tribunal visant à faire cesser les gestes fautifs allégués.

Un membre peut s'exclure du recours au plus tard le _____, à 16h30.

Les membres ne peuvent être appelés à payer les frais de justice de l'action collective si le recours était rejeté.

Un nouvel avis sera publié au moment du jugement final sur ces demandes.

Le jugement en autorisation de cette action collective et les formalités relatives à la procédure d'exclusion des membres sont disponibles au greffe de la Cour supérieure du district de Montréal, et au Registre des actions collectives sur le site web <https://www.registredesactionscollectives.quebec/>

Les membres du groupe sont représentés par les procureurs:

Renno Vathilakis
145, rue St-Pierre,
Montréal, QC H2Y 2L6
514-937-1221

LA PUBLICATION DE CET AVIS A ÉTÉ ORDONNÉE PAR LE TRIBUNAL

En cas de divergence, le jugement en autorisation prévaut.

NOTICE TO CLASS MEMBERS
AUTHORIZATION OF A CLASS ACTION

Gauthier v. Johnson & Johnson Inc.

Superior Court file no : 500-06-000964-185

Alleged non-disclosure of risks associated with Tylenol

This notice relates to the Superior Court of Quebec (district of Montreal) Judgment dated February 25th, 2020, authorizing a class action against the defendant Johnson & Johnson Inc.

The judgment describes the class as follows:

All of the consumers residing in Quebec who bought between October 23, 2015, and December 12, 2017, the Tylenol Products, listed below, manufactured and/or sold and/or marketed by Johnson & Johnson Inc. containing acetaminophen alone or in combination with other medications.

For the full list of Tylenol Products, please visit: www.renvath.com/en/tylenol-class-action

Class members representative status for this class action has been assigned to Ms. Kathleen Gauthier.

The nature of the class action brought by the Plaintiff on behalf of the members is a class action for price reduction, and compensatory and punitive damages against the Defendant.

Ms. Gauthier is asking the Court to determine whether the Defendant omitted material facts by not disclosing to Quebec consumers the same information the Defendant discloses to American consumers with respect to the risks associated with acetaminophen consumption, in particular risks associated with accidental overdoses causing death or acute liver failure.

The Defendant denies any wrongdoing, and no court has concluded in any wrongdoing.

The main conclusions sought by the class representative against the Defendant can be summarized as follows:

- The payment of a sum to be determined in order to cover compensatory damages, estimated at \$400 per member, for the reimbursement of Tylenol Products; and
- The payment of a sum of \$100 per class member as punitive damages; and
- A court order to stop the alleged wrongdoing.

Class members can opt out of this application no later than _____, at 4:30pm.

Class members cannot be called upon to pay the legal costs of the class action if the application is dismissed.

A new notice will be published once a final judgment is rendered on these applications.

The Judgment authorizing this class action and the formalities relating to the opting out procedure for class members are available at the office of the Superior Court of the district of Montreal, and at the Registry of class actions' website <https://www.registredesactionscollectives.quebec/en>.

The class members are represented by the attorneys:

Renno Vathilakis
145 St-Pierre Street,
Montréal, QC H2Y 2L6
514-937-1221

THE PUBLICATION OF THIS NOTICE HAS BEEN ORDERED BY THE COURT

In case of discrepancy, the Authorization Judgment prevails.

ANNEXE 2

**Local.
De calibre
mondial.**

SUR LE VIF

AUTOMNE 2020

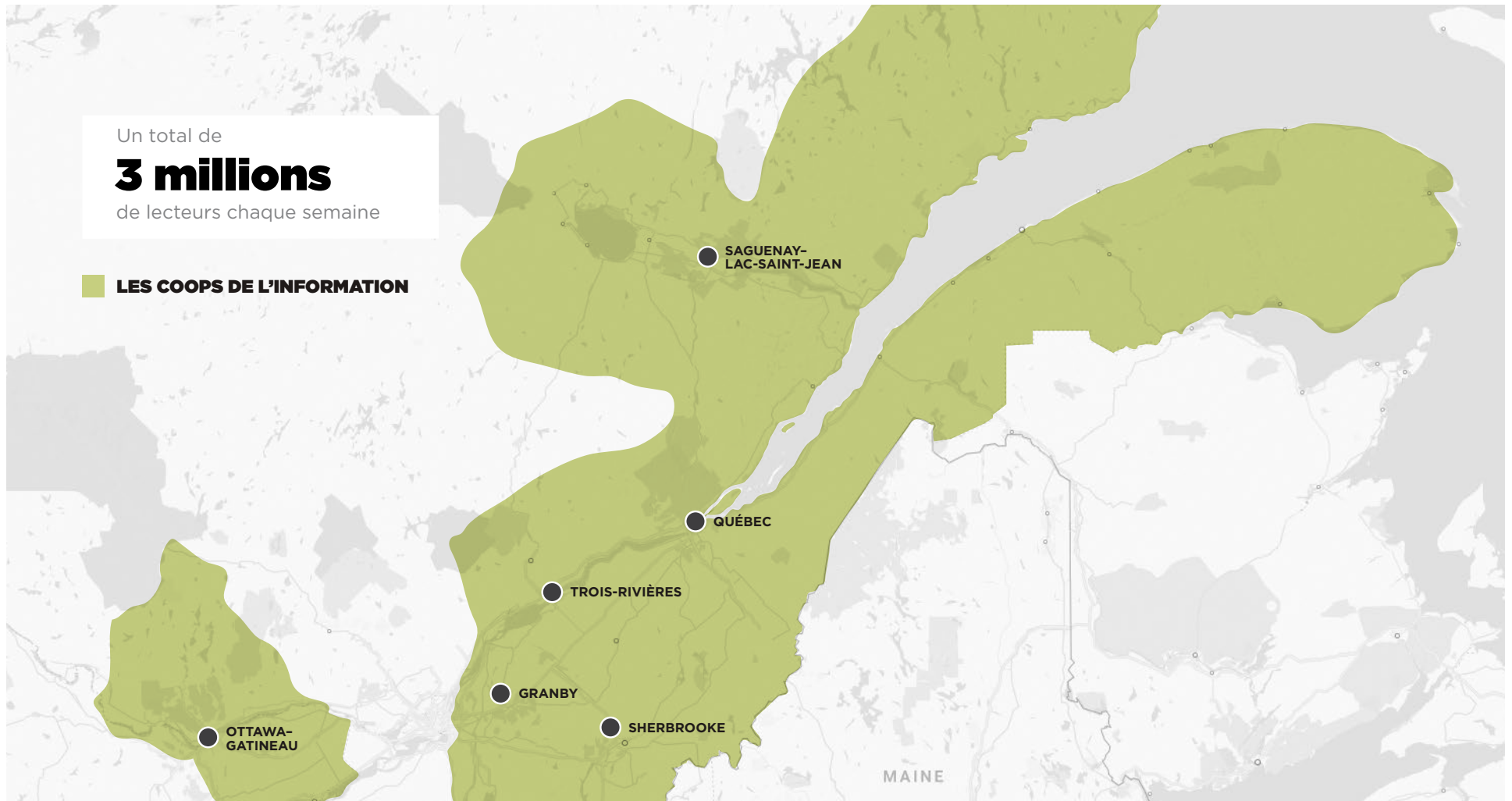
Au cours de la dernière année, les communautés desservies par LES COOPS DE L'INFORMATION nous ont témoigné leur engagement significatif envers l'information rigoureuse.

LES COOPS DE L'INFORMATION demeure donc un solide partenaire dans vos projets d'entreprise.

LES COOPS DE L'INFORMATION

leDroit **leNouvelliste** **leQuotidien
leProgrès**

leSoleil **laTribune** **laVoixdelEst**



LES COOPS DE L'INFORMATION



LE SOLEIL
QUÉBEC

LE DROIT
OTTAWA-GATINEAU

LE NOUVELLISTE
TROIS-RIVIÈRES

LA TRIBUNE
SHERBROOKE

LE QUOTIDIEN
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

LA VOIX DE L'EST
GRANBY

PAPIER SUR LE VIF

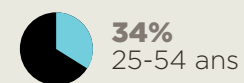
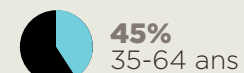
AUTOMNE 2020

1 532 000

Population des marchés centraux de Québec, d'Ottawa-Gatineau franco, de Trois-Rivières, de Sherbrooke, du Saguenay et de Granby, 18 ans +.



GROUPES D'ÂGE



MARCHÉS CENTRAUX
410 000
LECTEURS
CHAQUE SAMEDI

MARCHÉS ÉTENDUS
564 000
LECTEURS
CHAQUE SAMEDI



REVENU FAMILIAL

Moyen **76 995\$** + **43%**
Revenu moyen de la population **100 000\$** + **29%**
73 403\$

PROPRIÉTAIRES

68%



DIPLÔMES

Collégial + **53%**
Universitaire + **43%**

CADRES ET PROFESSIONNELS

24%

FOYERS
avec enfant(s)
32%



SAMEDI
33 minutes

TEMPS MOYEN DE LECTURE



Sources: Vividata automne 2020 Québec, Ottawa-Gatineau franco et RMR, Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay, Granby, Québec Est, Québec Centre et Saguenay—Lac-Saint-Jean, 18 ans +, samedi.

LES COOPS DE L'INFORMATION



LE SOLEIL
QUÉBEC

LE DROIT
OTTAWA-GATINEAU

LE NOUVELLISTE
TROIS-RIVIÈRES

LA TRIBUNE
SHERBROOKE

LE QUOTIDIEN
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

LA VOIX DE L'EST
GRANBY



INFOLETTRES LES COOPS DE L'INFORMATION

ENVOIS
CHAQUE JOUR

Fév. 2020 Sept. 2020
130333 **183955**
+45%

TAUX
D'OUVERTURES
65% à 70%

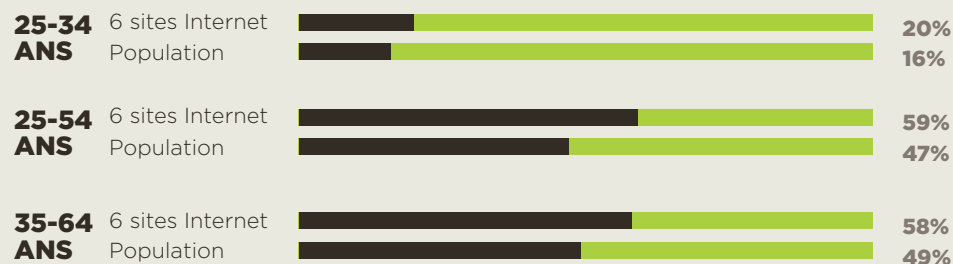
INTERNET SUR LE VIF

AUTOMNE 2020

Nos sites Internet, six sites de référence en information de proximité.



GROUPES D'ÂGE

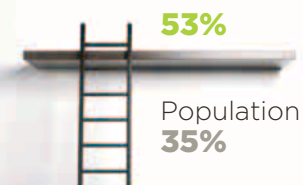


REVENU FAMILIAL

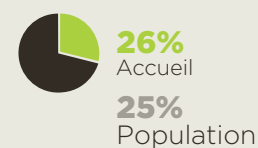
75 000\$ + **44%**
100 000\$ + **29%**
Accueil

Population
75 000\$ + **43%**
100 000\$ + **28%**

DIPLÔME UNIVERSITAIRE +



CADRES ET PROFESSIONNELS



VISITEURS UNIQVES GOOGLE ANALYTICS

CHAQUE SEMAINE
Octobre 2019 Octobre 2020
1377200 **2373348**
+72%

CHAQUE MOIS
Octobre 2019 Octobre 2020
4466903 **9182036**
+106%

PAGES VUES

CHAQUE SEMAINE
Octobre 2020 **5955432**

CHAQUE MOIS
Octobre 2020 **29777159**

Sources: Google Analytics, octobre 2020 et octobre 2019.

Sondage maison effectué en ligne auprès des lecteurs des sites de Groupe Capitales Médias, été 2020
Vividata automne 2020 Québec RMR, Ottawa-Gatineau franco, Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay et Granby, 18 ans +.

LES COOPS DE L'INFORMATION



LE SOLEIL
QUÉBEC

LE DROIT
OTTAWA-GATINEAU

LE NOUVELLISTE
TROIS-RIVIÈRES

LA TRIBUNE
SHERBROOKE

LE QUOTIDIEN
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

LA VOIX DE L'EST
GRANBY

OMERLO
TECHNOLOGIES

PLATEFORME DE COMMUNICATION

Simple et performante pour les médias, les entreprises et les organisations.

Omerlo.com

APPLICATION

SUR LE VIF

AUTOMNE 2020

Nos applications tablette et mobile offrent aux lecteurs de nos quotidiens des éditions complètes des nouvelles du jour ainsi que des sections Dernière heure présentant les nouvelles en temps réel.



OUVERTURES UNIQUES

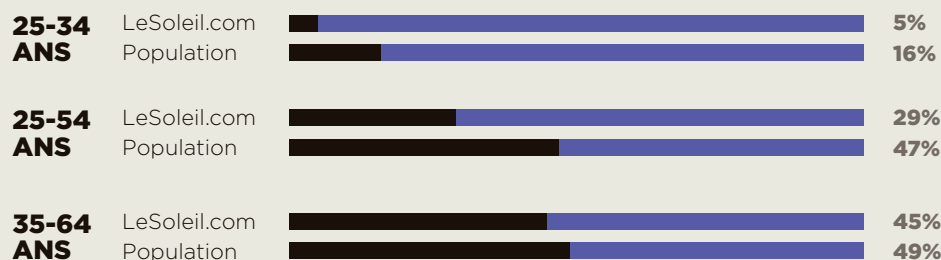
CHAQUE SEMAINE

Octobre 2019	Octobre 2020
83 000	111 370
	+34%

CHAQUE JOUR

Octobre 2019	Octobre 2020
41 050	60 060
	+46%

GROUPES D'ÂGE



TEMPS MOYEN D'UTILISATION CHAQUE JOUR

17 min 42 s

DISPONIBLE



FACEBOOK



301 217 J'aime

TWITTER



145 351 abonnés

INSTAGRAM



21 713 abonnés

Sources: Application Google Analytics, octobre 2020 et octobre 2019; réseaux sociaux au 5 novembre 2020.

OFFRE MULTIPLATEFORME

SUR LE VIF

AUTOMNE 2020

**CHAQUE SEMAINE,
NOS JOURNAUX
REJOINGNENT 58 %
DE L'ENSEMBLE DES
MARCHÉS RÉGIONAUX
PAR LE BIAIS DE
LEURS DIFFÉRENTES
PLATEFORMES.**

QUE CE SOIT DANS LES
VERSIONS PAPIER, SUR LES
SITES INTERNET OU DANS
LES APPLICATIONS DISPONIBLES
SUR TABLETTE OU TÉLÉPHONE
INTELLIGENT, LES GENS LISENT
NOS QUOTIDIENS POUR ÊTRE
BIEN INFORMÉS!

Sources: Vividata automne 2020 Québec
Est, Québec centre, Ottawa-Gatineau franco
et Granby, cum 7 jours et, samedi, 18 ans +.
Google Analytics, octobre 2020.

PROFITEZ DE NOS OFFRES MULTIPLATEFORMES

Augmentez la portée de vos
campagnes et multipliez vos
points de contact avec
votre clientèle cible.



2 373 348

**VISITEURS UNIQUES
CHAQUE SEMAINE**

INTERNET

PAPIER
564 000
**LECTEURS DIFFÉRENTS
CHAQUE SAMEDI**

53%
des lecteurs
des éditions papier
du samedi n'ont pas
visité les sites Internet
ni consulté les applications
de nos quotidiens
dans les 7 derniers jours.



64% des visiteurs des sites Internet et des
applications n'ont pas lu l'édition papier
du samedi dans les 7 derniers jours.



111 370

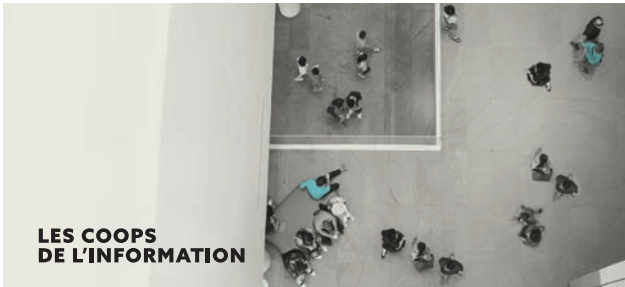
**OUVERTURES UNIQUES
CHAQUE SEMAINE**

APPLICATION

PRINTEMPS 2020

L'ÉCOSYSTÈME

UNE INFORMATION RIGOUREUSE ET DE PROXIMITÉ
SUR LA PLATEFORME DE LEUR CHOIX.

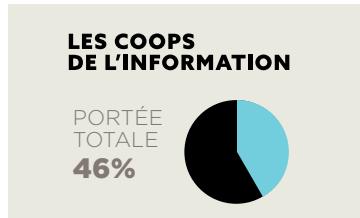
	PAPIER	INTERNET	APPLICATION Tablette et mobile
	LECTEURS CHAQUE SAMEDI	VISITEURS UNIQUES CHAQUE SEMAINE	OUVERTURES UNIQUES CHAQUE SEMAINE
 LES COOPS DE L'INFORMATION	200 000	1 104 606	45 100
LE SOLEIL EST DU QUÉBEC	98 000	310 860	10 700
LE DROIT OTTAWA-GATINEAU	109 000	264 875	16 160
LE NOUVELLISTE MAURICIE ET CENTRE DU QUÉBEC	66 000	256 597	12 000
LA TRIBUNE ESTRIE ET CENTRE DU QUÉBEC	60 000	258 356	18 480
LE QUOTIDIEN / LE PROGRÈS SAGUENAY-LAC-ST-JEAN ET EST DU QUÉBEC	31 000	178 054	8 930
LA VOIX DE L'EST GRANBY	564 000	2 373 348	111 370

Sources : Vividata automne 2020, Québec Est, Ottawa-Gatineau RMR, Québec Centre, Saguenay—Lac-Saint-Jean et Granby , 18 ans +, samedi. Google Analytics, Internet et application octobre 2020.

AUTOMNE 2020

L'EMPREINTE TOTALE

LA NOTORIÉTÉ DE CHACUN DE NOS QUOTIDIENS DANS LEUR MARCHÉ RESPECTIF ET UNE PORTÉE EXCEPTIONNELLE POUR LE SUCCÈS DE VOS CAMPAGNES.



PORTÉE TOTALE

LECTEURS

POPULATION

LES COOPS DE L'INFORMATION | 6 MARCHÉS



LE SOLEIL | QUÉBEC



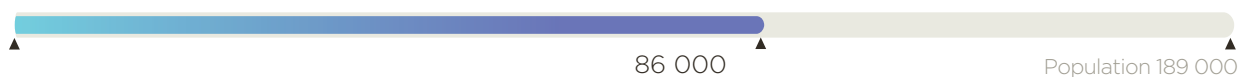
LE DROIT* | OTTAWA-GATINEAU



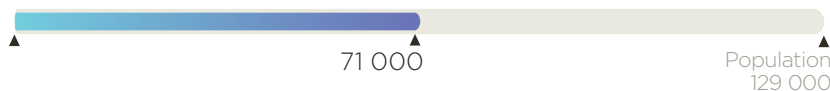
LE NOUVELLISTE | TROIS-RIVIÈRES



LA TRIBUNE | SHERBROOKE



LE QUOTIDIEN / LE PROGRÈS | SAGUENAY-LAC-ST-JEAN



LA VOIX DE L'EST | GRANBY



Sources: Vividata automne 2020, Le Soleil, Le Droit, Le Nouvelliste, La Tribune, Le Quotidien et Le Progrès et La Voix de l'Est, marchés RMR, Le Droit Ottawa/Gatineau franco, 18 ans+, papier samedi et pdf, Internet et application sur tablette et mobile, cumulatif 7 jours. * Marché francophone.



**Local.
De calibre
mondial.**

**TARIFS
PUBLICITÉ
RÉGIONALE
2021.**

**LES COOPS
DE L'INFORMATION**

leDroit

OTTAWA/GATINEAU

leNouvelliste

TROIS-RIVIÈRES

**leQuotidien
leProgrès**

SAGUENAY/LAC-ST-JEAN

leSoleil

QUÉBEC

laTribune

SHERBROOKE

laVoixde l'Est

GRANBY

LES COOPS DE L'INFORMATION

PUBLICITÉ RÉGIONALE

TARIFS PAPIER 2021

FORMAT COÛT/JOUR \$ NET COULEUR INCLUSE	leSoleil	leDroit	leNouvelliste	laTribune	leQuotidien leProgrès	laVoixdelEst	LES COOPS DE L'INFORMATION
	SAMEDI	SAMEDI	SAMEDI	SAMEDI	SAMEDI	SAMEDI	SAMEDI
DOMINANCE							
1 PAGE	3865\$	3845\$	3405\$	3295\$	3025\$	1865\$	19 300\$
3/4 PAGE	3480\$	3460\$	3065\$	2965\$	2725\$	1680\$	17 375\$
2/3 PAGE	3095\$	3075\$	2725\$	2635\$	2420\$	1490\$	15 440\$
3/5 PAGE	2900\$	2880\$	2550\$	2470\$	2270\$	1395\$	14 465\$
4/7 PAGE	2705\$	2690\$	2380\$	2305\$	2120\$	1305\$	13 505\$
PUISSANCE							
1/2 PAGE	2315\$	2305\$	2040\$	1975\$	1815\$	1115\$	11 565\$
2/5 V+ PAGE	2130\$	2110\$	1870\$	1810\$	1665\$	1025\$	10 610\$
2/5 PAGE	2005\$	1995\$	1770\$	1710\$	1575\$	970\$	10 025\$
1/3 V+ PAGE	1855\$	1850\$	1640\$	1585\$	1460\$	895\$	9 285\$
1/3 PAGE	1700\$	1700\$	1495\$	1450\$	1330\$	820\$	8 495\$
1/4 PAGE	1275\$	1270\$	1120\$	1090\$	1000\$	615\$	6 370\$
PRÉSENCE							
1/5 PAGE	1040\$	1040\$	920\$	890\$	820\$	505\$	5 215\$
1/7 PAGE	850\$	845\$	750\$	725\$	665\$	415\$	4 250\$
1/8 PAGE	735\$	730\$	650\$	625\$	580\$	350\$	3 670\$
FRÉQUENCE							
FRÉQUENCE 2	465\$	460\$	405\$	395\$	365\$	225\$	2 315\$
FRÉQUENCE 3	385\$	385\$	340\$	330\$	305\$	185\$	1 930\$
FRÉQUENCE 4	230	230\$	205\$	200\$	180\$	110\$	1 155\$
DOUBLE PAGE	8500\$	8460\$	7490\$	7250\$	7005\$	4105\$	42 810\$

15% DE RABAIS POUR LES PUBLICITÉS EN NOIR ET BLANC

LES COOPS DE L'INFORMATION

PUBLICITÉ RÉGIONALE

TARIFS APPLICATION / WEB

FORMAT COÛT /JOUR \$ NET	leSoleil	leDroit	leNouvelliste	laTribune	leQuotidien leProgrès	laVoixdelEst	LES COOPS DE L'INFORMATION
-----------------------------	----------	---------	---------------	-----------	--------------------------	--------------	-------------------------------

APPLICATION

PLEIN ÉCRAN	640\$	365\$	325\$	390\$	490\$	245\$	2455\$
DEMI-ÉCRAN	445\$	255\$	230\$	270\$	340\$	170\$	1710\$
1/4 ÉCRAN V OU H	225\$	130\$	115\$	135\$	175\$	85\$	865\$

WEB | POSITION FIXE

ACCUEIL BILLBOARD	1490\$	490\$	500\$	500\$	320\$	215\$	3515\$
ACTUALITÉS BILLBOARD	2020\$	690\$	940\$	895\$	645\$	215\$	5405\$
ACCUEIL HABILLAGE DELUXE	TARIFS À VENIR						
ACTUALITÉS HABILLAGE DELUXE	3280\$	1120\$	1530\$	1455\$	1050\$	845\$	9280\$

WEB | CPM ROTATION

SUPER BANNIÈRE OU ÎLOT	20\$
DOUBLE ÎLOT OU BILLBOARD	25\$
VIDÉO OUTSTREAM	30\$
VIDÉO OUTSTREAM SUIVI BANNIÈRE	35\$
VIDÉO OUTSTREAM AVEC BANNIÈRE	40\$
VIDÉO HOMEBOX (ORDI ET TABLETTE)	50\$

LES COOPS DE L'INFORMATION

VOLUME D'ACHAT RECOMMANDÉ SELON LA STRATÉGIE

FORMAT IMPRESSIONS / JOUR	leSoleil		leDroit		leNouvelliste		laTribune		leQuotidien leProgrès		laVoixdelEst		LES COOPS DE L'INFORMATION	
	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%	DOMINANCE 40%	PUISSANCE 30%
ÎLOT (300 x 250)	68 000	51 000	20 000	15 000	22 000	16 000	22 000	17 000	21 000	16 000	7 000	5 000	160 000	120 000
DOUBLE-ÎLOT (300 x 600)	80 000	60 000	26 000	19 000	25 000	18 000	30 000	22 000	26 000	19 000	23 000	17 000	210 000	155 000
BILLBOARD (970 x 250)	57 000	43 000	20 000	15 000	20 000	15 000	24 000	18 000	16 000	12 000	14 000	10 000	151 000	113 000

ANNEXE 3



KIT MÉDIA 2019

UNE MARQUE MULTIPLATEFORME

ÉDITION PAPIER

Plus de **2,2 millions** de lecteurs chaque semaine¹

NUMÉRIQUE

SITE WEB ADAPTATIF

JournaldeMontreal.com : plus de **6 millions** de visiteurs uniques chaque mois²

MÉDIAS SOCIAUX

Facebook

Plus de **654 000** fans³

1^{er} média francophone d'Amérique à avoir adopté **Facebook Instant Articles**

Twitter

208 000 abonnés⁴



UN ÉVENTAIL DE MARQUES



Nouvelles insolites

Chroniques sur les jeux vidéo



Vidéos 360

Sujets complexes expliqués de façon simple

Chroniques, suggestions et critiques de vin

PRÉSENCE DE NOS MARQUES :



1 Source : Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, cumulatif 7 jours, éditions imprimées.

2 Source : Google Analytics, trafic total, Septembre 2018.

3 Facebook, octobre 2018.

4 Twitter, octobre 2018.

PROFIL DES LECTEURS

2 249 000

lecteurs du *Journal de Montréal*

Lectorat **par tranches d'âge**

18-34 ans **22 %**

35-49 ans **24 %**

50-64 ans **28 %**

65 ans et + **23 %**

59 %
HOMMES

41 %
FEMMES



Source : Vividata Automne 2018, province de Québec, 14 ans +, lectorat cumulatif 7 jours, version imprimée.



Source : Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, lectorat moyen quotidien imprimé.

Lectorat quotidien

848 000 lundi - vendredi

1 288 000 samedi

952 000 dimanche

DISTRIBUTION TOTALE

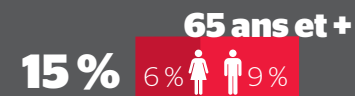
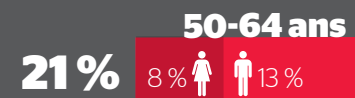
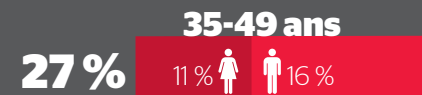
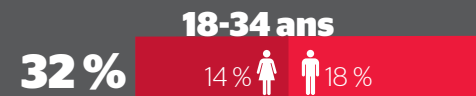


JOURNALDEMONTREAL.COM

DÉMOGRAPHIE

Plus de **6 millions**
de **visiteurs uniques** par mois
Près de **50 millions** de pages vues¹

Lectorat par tranches d'âge²



40 % **60 %**
FEMMES HOMMES



¹ Google Analytics, traffic total, septembre 2018.

² Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, lectorat numérique, cumulatif 7 jours.

LA RÉFÉRENCE EN ACTUALITÉ

Provenance¹



MOTEUR DE RECHERCHE **35 %**

ACCÈS DIRECT **22 %**

MÉDIAS SOCIAUX **28 %**

Social @jdemontreal



654 K
FANS



3,3 K **25 K**
ABONNÉS VUES/MOIS



208 K
ABONNÉS

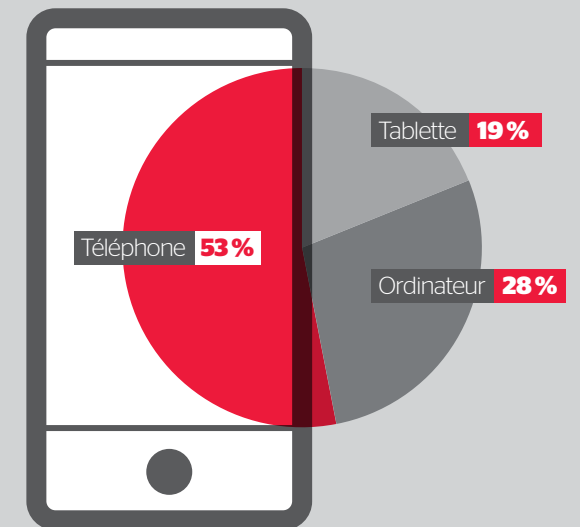


29,7 K
ABONNÉS

Source : Médias sociaux, octobre 2018.

MOBILE D'ABORD

Le JournaldeMontreal.com est
plus consulté à partir d'un téléphone intelligent que d'un ordinateur!



Source : Google Analytics, traffic total, septembre 2018.

CONTENU PUBLICITAIRE WEB DES POSSIBILITÉS MULTIPLES

ARTICLES + QUIZ NATIFS



ARTICLES COMARQUÉS



ARTICLES COMMANDITÉS



PUBLIREPORTAGES



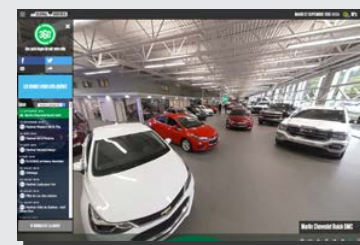
Contenu divertissant et inspirant en lien avec votre produit ou service.

La publicité native vous permettra de profiter des plateformes Web et sociales du journal pour faire exploser la visibilité de votre contenu et créer de l'engagement avec votre public.

EN 5 MINUTES



360



WEBSÉRIES





LE JOURNAL DE QUÉBEC



KIT MÉDIA 2019

UNE MARQUE MULTIPLATEFORME

ÉDITION PAPIER

1149 000 lecteurs
chaque semaine¹

NUMÉRIQUE

SITE WEB ADAPTATIF

JournaldeQuebec.com :
plus de **2,8 millions** de visiteurs
uniques chaque mois²

MÉDIAS SOCIAUX

Facebook

Plus de
396 000 fans³

1^{er} média francophone
d'Amérique à avoir
adopté **Facebook
Instant Articles**

Twitter

165 000
abonnés⁴

UN ÉVENTAIL DE MARQUES



Nouvelles insolites



Chroniques sur les jeux vidéo



Vidéos 360



EN 5 MINUTES

Sujets complexes
expliqués de
façon simple



Chroniques,
suggestions et
critiques de vin

PRÉSENCE DE NOS MARQUES :



- 1 Source : Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, cumulatif 7 jours, éditions imprimées.
- 2 Source : Google Analytics, trafic total, octobre 2018.
- 3 Facebook, octobre 2018.
- 4 Twitter, octobre 2018.

PROFIL DES LECTEURS

1 149 000

lecteurs du *Journal de Québec*

Lectorat par tranches d'âge

18-34 ans **25 %**

35-49 ans **25 %**

50-64 ans **27 %**

65 ans et + **20 %**

57%
HOMMES

43%
FEMMES



Source : Vividata Automne 2018, province de Québec, 14 ans +, lectorat cumulatif 7 jours, version imprimée.



Source: Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, lectorat moyen quotidien imprimé.

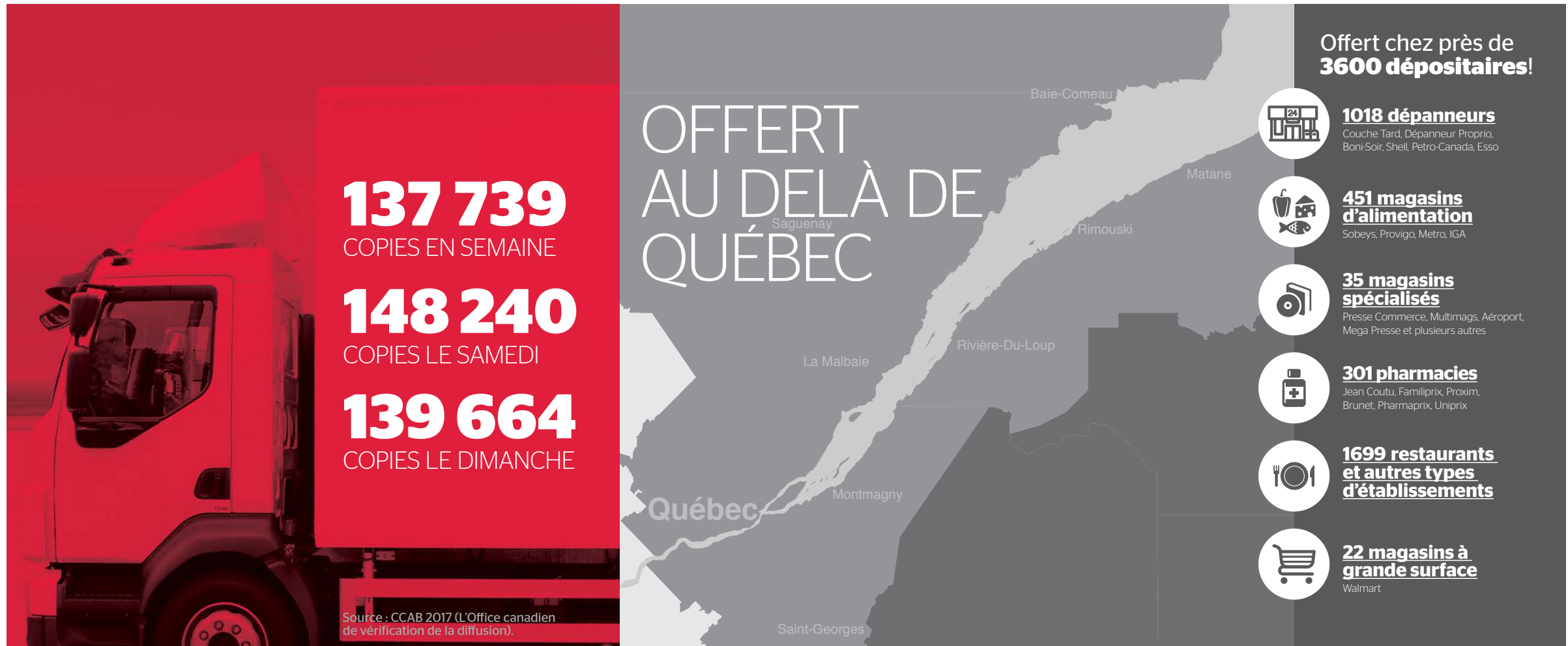
Lectorat quotidien

409 000 lundi - vendredi

664 000 samedi

514 000 dimanche

DISTRIBUTION TOTALE

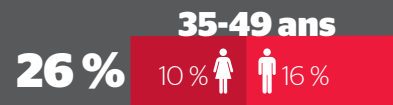
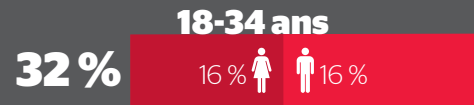


JOURNALDEQUEBEC.COM

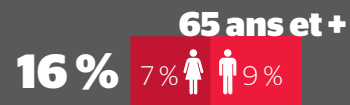
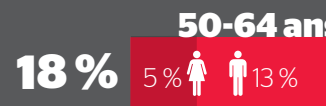
DÉMOGRAPHIE

Plus de **2,8 millions**
de **visiteurs uniques** par mois
Plus de **18 millions** de pages vues¹

Lectorat **par tranches d'âge**²



43 % **57 %**
FEMMES HOMMES

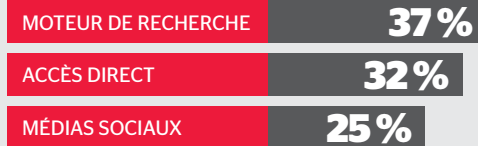


¹ Google Analytics, traffic total, octobre 2018.

² Vividata Automne 2018, Province de Québec, 14 ans +, lectorat numérique, cumulatif 7 jours.

LA RÉFÉRENCE EN ACTUALITÉ

Provenance¹



Social @jdequebec

396 K
FANS

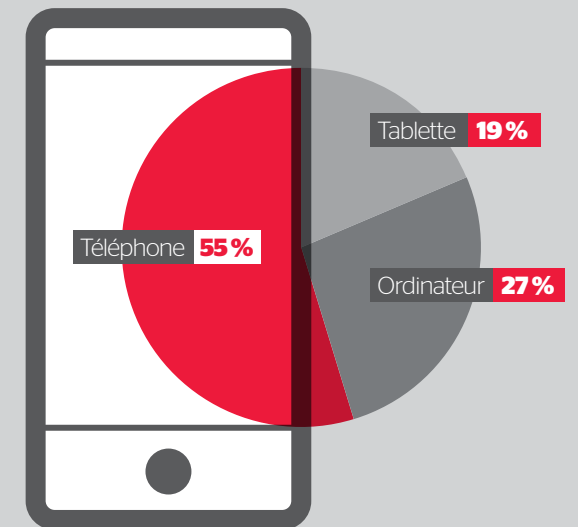
165 K
ABONNÉS

4,6 K
ABONNÉS

Source : Médias sociaux, octobre 2018.

MOBILE D'ABORD

Le JournaldeQuebec.com est **plus consulté à partir d'un téléphone intelligent** que d'un ordinateur!



Source : Google Analytics Canada, octobre 2018.

CONTENU PUBLICITAIRE WEB DES POSSIBILITÉS MULTIPLES

ARTICLES + QUIZ NATIFS



ARTICLES COMARQUÉS



ARTICLES COMMANDITÉS



PUBLIREPORTAGES



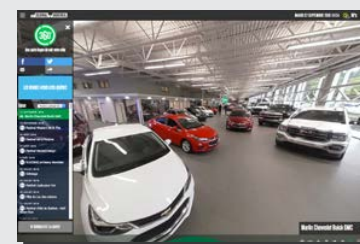
Contenu divertissant et inspirant en lien avec votre produit ou service.

La publicité native vous permettra de profiter des plateformes Web et sociales du journal pour faire exploser la visibilité de votre contenu et créer de l'engagement avec votre public.

EN 5 MINUTES

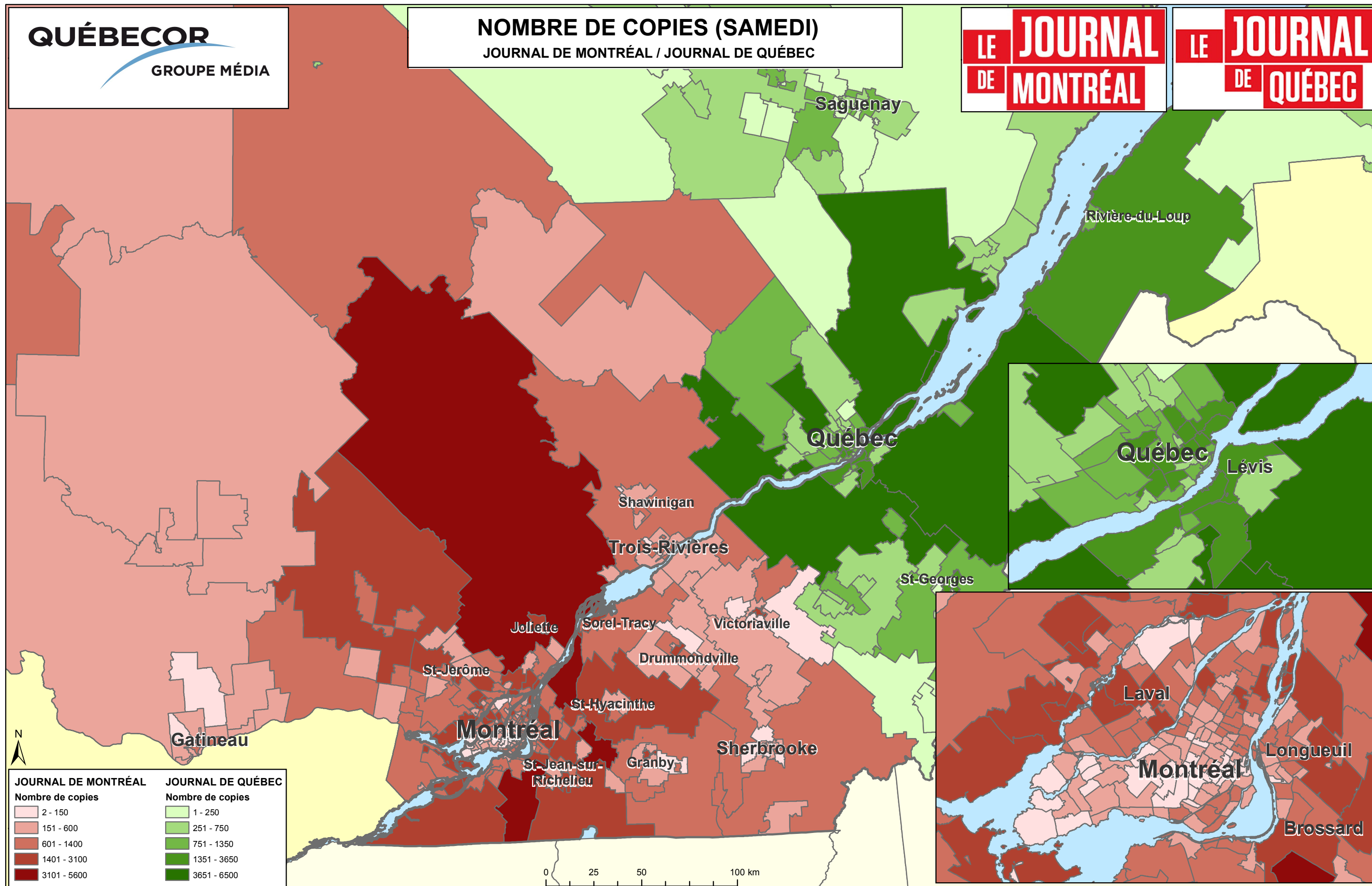


360

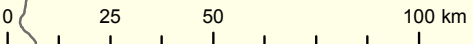


WEBSÉRIES





JOURNAL DE MONTRÉAL	JOURNAL DE QUÉBEC
Nombre de copies	Nombre de copies
2 - 150	1 - 250
151 - 600	251 - 750
601 - 1400	751 - 1350
1401 - 3100	1351 - 3650
3101 - 5600	3651 - 6500



DÉPOSITAIRE			
Route		Semaine	Samedi
10	P.A.T. MONTRÉAL EST	4 090	4 606
11	ROSEMONT, PIERREFONDS, MTL-ROYAL	864	973
18	AHUNTSIC,CARTIERVILLE,VILLERAY	3 231	3 638
21	VERDUN,LASALLE,V.EMARD,I.D.SOEURS,NDG	2 533	2 852
23	CENTRE VILLE, VENTRE VILLE EST	1 854	2 088
32	CHOMEDEY-L.D.R.,DUVERNAY	1 312	1 478
33	AUTEUIL,STE-ROSE,VIMONT,ST-VP,FABREVILLE	2 845	3 204
34	ST-EUSTACHE,STE-THERESE,BOISBRIAND	1 736	1 955
35	MIRABEL,LACHUTE,BLAINVILLE	2 541	2 861
38	STE-ADELE,ST-JOVITE,ST-SAUVEUR	3 653	4 114
42	REPRENTIGNY,LEGARDEUR,TERREBONNE,L'ASSOMPTION	2 341	2 636
43	JOLIETTE, ST-GABRIEL,BERTHIERVILLE,LOUISEVILLE	2 636	2 969
47	3-R,3-R O,BECANCOUR,CAP MADELAINE,SHAWINIGAN	2 900	3 265
51	TRACY, SOREL	1 138	1 281
52	ST-HUBERT,BELOEIL,ST-BRUNO,MONT ST-HILAIRE	0	0
55	BOUCHERVILLE,STE-JULIE,VIEUX LONGUEUIL	2 732	3 077
61	DRUMMONDVILLE,NICOLET	1 250	1 407
62	VICTORIAVILLE,PLESSISVILLE,GENTILLY	1 506	1 696
64	ST-JEAN,BROMONT,BROSSARD,FARNHAM,COWANSVILLE	3 486	3 925
66	GRANBY,ROXTON POND,ACTON VALE	2 736	3 081
69	CENTRE-SUD,SHERBROOKE,LENNOXVILLE,DELSON	2 975	3 350
70	GR. PARK,BROSSARD,LONGUEUIL,DELSON	2 218	2 498
71	CHATEAUGUAY,BEAUHARNOIS,VALLEYFIELD	1 783	2 008
81	HAWKESBURY,MONTEBELLO,VAUDREUIL DORION	2 147	2 417
87	HULL,AYLMER,GATINEAU,BUCKINGHAM,OTTAWA	2 780	3 130
92	MONT-LAURIER,MANIWAKI,FERME NEUVE	1 816	2 044
96	ROUYN,VAL D'OR,CHIBOUGAMAU,LASARRE	1 586	1 786
TOTAL - DÉPOSITAIRE		60 689	68 339

DOMICILE			
Route		Semaine	Samedi
300	MONTREAL-NORD,RIVIERE DES PRAIRIES	2 275	2 422
301	MONTREAL-ROSEMONT,ST-LEONARD	1 358	1 446
303	MONTREAL-MAISONNEUVE-HOCHELAGA	3 734	3 976
304	MONTREAL-PARC EXTENSION-VILLERAY	1 251	1 332
309	COTE ST PAUL EMARD-POINTE ST-CHARLES	2 449	2 607
312	CHARLEMAGNE-LACHENAIE-LE GARDEUR-ST-MICHEL	3 189	3 395
313	ANJOU-MONTREAL-ST-LEONARD-ST-MICHEL	1 966	2 093
315	AHUNTSIC-BORDEAUX-CARTIERVILLE	674	717
317	BEAUHARNOIS,VALLEY., MELOC.	2 447	2 605
318	CAP MADEL. TROIS-RIVIERES	4 387	4 671
321	CANDIAC-DELSON-LA PRAIRIE-ST-CONSTANT	2 211	2 354
322	JOLIETTE,CRABTREE ST- PAUL	1 920	2 045
323	DRUMMONDVILLE	2 508	2 671
325	DEUX MONTAGNES-OKA-ST-EUSTACHE-ST-JOSEPH	4 989	5 312
327	LAVAL-CHOMEDEY-DUVERNAY-LAVALDES RAPIDES	7 849	8 357
329	BLAINVILLE-LAFONT.ST-JEROME	4 217	4 490
330	LONGUEUIL-NOUVEAU LONGUEUIL	5 844	6 223
331	SHERBROOKE,ROCK FOREST,FLEURIMONT	2 694	2 869
333	VAUDREUIL,PINCOURT.HUDSON	2 853	3 038
334	HULL,GATINEAU,OTTAWA,VANIER	2 719	2 895
335	BROSSARD-GREENFIELD PARK-LEMOYNE ST-HUBERT	3 793	4 038
336	ST-HYACINTHE, LAPRESENTATION	3 214	3 422
337	LACHENAIE-LAPLAINE-MASCOUCHE-TERREBONNE	3 402	3 623
338	ASSOMP.,BERTHIER,MASKINONGE	1 890	2 013
339	IBERV.ST-JEAN,ST-LUC,NAPIERV	3 318	3 533
341	CONTRECOEUR-SOREL-TRACY-VARENNE-VERCHERE	4 218	4 491
342	VICTORIAVILLE	1 906	2 030
344	GRANBY,ACTONVALE,ST-THEODORE	2 087	2 222
349	CHATEAUGUAY MERCIER STE-MARTINE ST-MICHE	2 357	2 510
350	ST-ANICET-HEMMINGFORD-HUNTINGDON-ST JEAN	661	703
352	PIEDMONT,STE-ADELE,STE-AGATHE	1 294	1 378
360	COTE DES NEIGES-MONT ROYAL-OUTREMONT	1 087	1 157
363	BAIE D'URFE D.D.O.-DORVAL-PTE-CLAIRE	623	663
365	ILE BIZARD-KIRKLAND-PIERREFONDS-ROXBORO	809	861
370	VILLE DES LAURENTIDES-RAWDON-ST-CALIXTE	731	778
TOTAL - DOMICILE		92 924	98 940
GRAND TOTAL (INCLUANT 2% DE GÂCHE)		153 613	167 279

Distribution, Bon à tirer, Quantités à partir de la fin (Dernier mille)

Territoire	Total				Total			Routes	
	Semaine et Dimanche	Dépositaire Semaine et Dimanche	Domicile Semaine et Dimanche		Samedi	Dépositaire Samedi	Domicile Samedi	Domicile	Dépositaire
Capitale Nationale: Québec Métro de Ste-Anne de Beaupré à Portneuf inclusivement	45 800	10 800	35 000		48 500	13 000	35 500	525-526-527-529-530	550-553-554-555-556
Sous-Total Cumulatif	45 800				48 500				
Chaudière-Appalaches: Transport de la Rive-Sud, Lévis, Lotbinière, Bellechasse Montmagny	17 400	4 200	13 200		18 600	5 100	13 500	515-520-521	560-561-576
Sous-Total Cumulatif	63 200				67 100				
Secteur de la Beauce: Transport de la Beauce, St-Georges, Ste-Marie, Thetford-Mines	7 900	3 300	4 600		8 100	3 500	4 600	516	563
Sous-Total Cumulatif	71 100				75 200				
Bas St-Laurent: Transport Bas -St-Laurent, Rivière-du-Loup, Rimouski	7 500	5 100	2 400		8 600	6 100	2 500	510-511	566-572
Sous-Total Cumulatif	78 600				83 800				
Côte-Nord: Transport Côte-Nord, Charlevoix	4 500	2 200	2 300		4 700	2 400	2 300	506	578
Sous-Total Cumulatif	83 100				88 500				
Saguenay : Transport Saguenay, Lac St-Jean,	6 300	3 400	2 900		6 400	3 500	2 500	502-504	564-570
Sous-Total Cumulatif	89 400	29 000	60 400		94 900	33 600	60 900		

Édition Électronique

8 200 abonnés au 2018-10-06

ANNEXE 4



POSTMEDIA MONTREAL



CONNECT WITH
MONTREAL

624,000

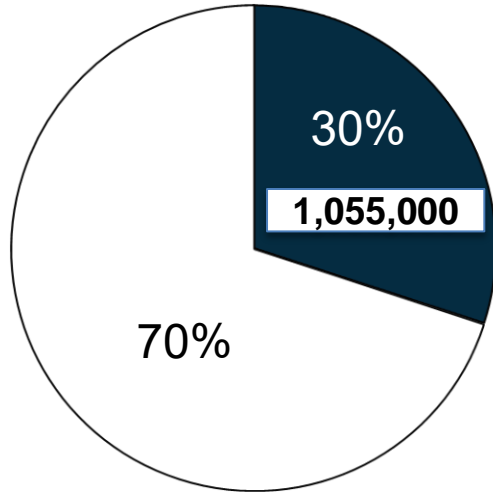
TOTAL WEEKLY READERS

The Montreal Gazette reaches **WELL OVER 600,000**
readers weekly in print & digital.

MONTREAL IS THE 2ND LARGEST MARKET IN CANADA

OVER 1 MILLION MONTREAL CMA ADULTS ARE “NON-FRENCH”

Breakdown of Montreal CMA market



■ Montreal Non-French □ Montreal French

- Montreal CMA is the 2nd largest market in Canada
- Montreal has a total adult 18+ population of 3,573,000
- 30% of Montreal CMA adult population is “Non-French”
- This translates to 1 million adults 18+
- Non-French breakout: Montreal English (55%) and Others (45%)
- “Others” are those whose home language is neither French or English
- English is the 2nd most popular language in Montreal, after French
- **The Montreal Gazette is the only English daily newspaper published in Montreal and therefore has a unique position to capture the non-French segment**
- All other daily newspapers are French

Montreal Gazette

Topline Audience Summary

Total Montreal CMA Adults 18+

Vividata Audience Measurement

	Montreal Gazette	
	Audience	% Reach
<u>Average Weekday</u>		
Print	160,000	4.5
Digital	163,000	4.6
Total	259,000	7.3
<u>Weekend</u>		
Saturday Print	282,000	7.9
Sunday Print	N/A	N/A
<u>Weekly</u>		
Print	403,000	11.3
Digital	392,000	11.0
Total	624,000	17.5

Montreal Gazette

Topline Audience Summary

English* Montreal CMA Adults 18+

Vividata Audience Measurement

	Montreal Gazette	
	Audience	% Reach
<u>Average Weekday</u>		
Print	86,000	14.9
Digital	78,000	13.5
Total	140,000	24.3
<u>Weekend</u>		
Saturday Print	130,000	22.6
Sunday Print	N/A	N/A
<u>Weekly</u>		
Print	173,000	30.
Digital	172,000	29.9
Total	278,000	48.3

MONTREAL GAZETTE

PRINT – FAST FACTS

The Montreal Gazette has **403,000** readers

PRINT READERSHIP	Adults 18+	REACH %
Average Weekday (M-F)	160,000	4%
Saturday	282,000	8%
Weekly	403,000	11%



Audience Profile

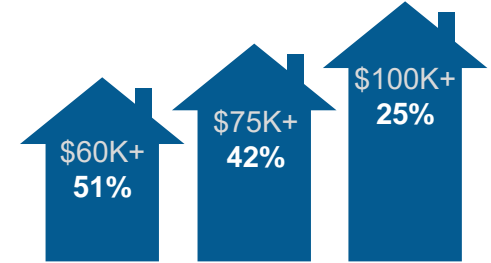


60% Male

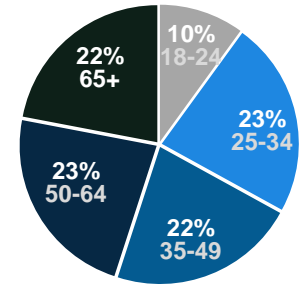
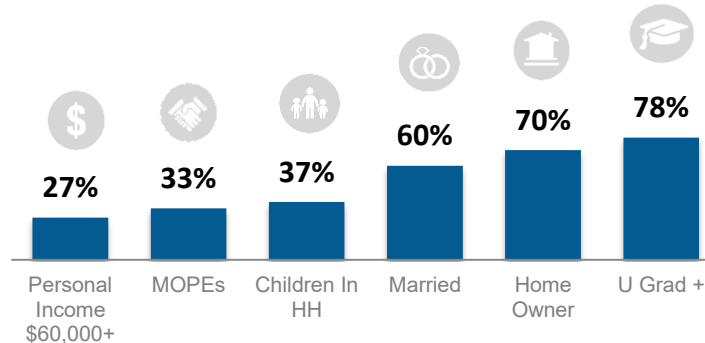
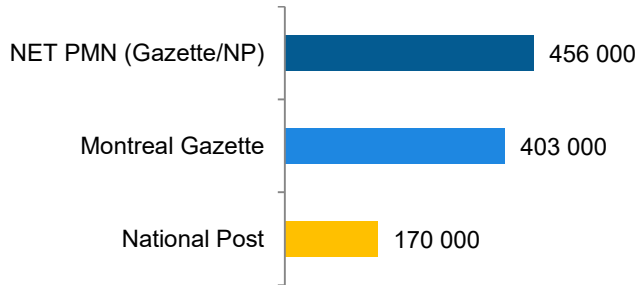


40% Female

AVERAGE HHI \$72,451



MARKET REACH*



AVERAGE AGE 47

Source: Vividata Spring 2021
 Base: Montreal CMA Adults 18+ = 3,573,000
 *Profile based on Weekly Print Readership
 MOPEs = Managers/Owners/Professionals/Executives

MONTREAL GAZETTE | ENGLISH

PRINT – FAST FACTS

The Montreal Gazette has **173,000** English readers

PRINT READERSHIP	Adults 18+	REACH %
Average Weekday (M-F)	86,000	15%
Saturday	130,000	23%
Weekly	173,000	30%



Audience Profile

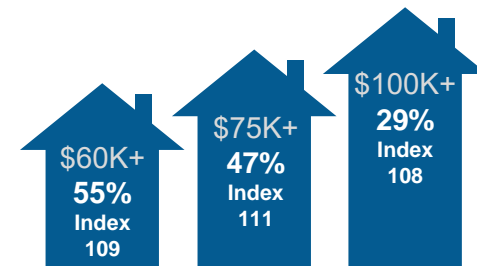


50% Male

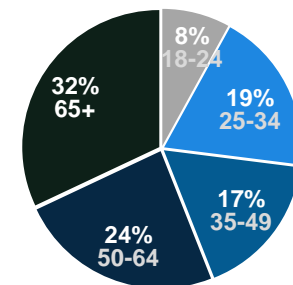
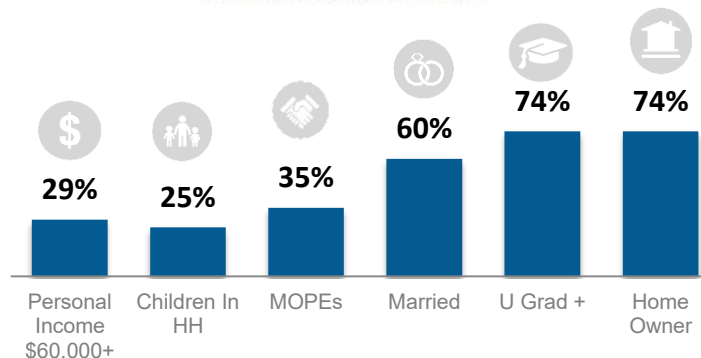
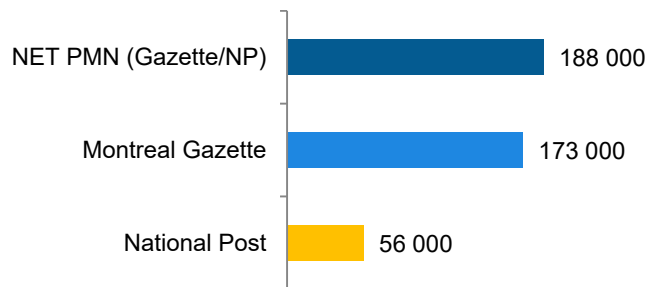


50% Female

AVERAGE HHI \$79,827



MARKET REACH*



AVERAGE AGE 51

Source: Vividata Spring 2021
 Base: Montreal & 18+ & English = 576,000
 *Profile based on Weekly Print Readership
 MOPEs = Managers/Owners/Professionals/Executives

MONTREAL GAZETTE

DIGITAL – FAST FACTS

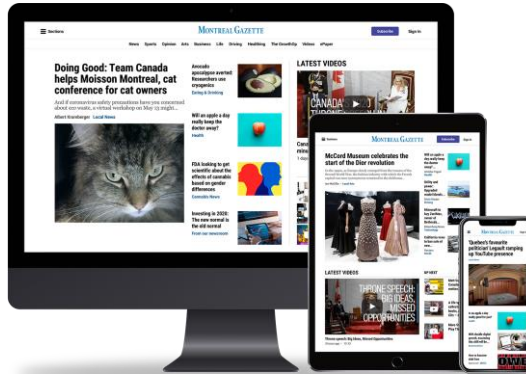
The Montreal Gazette is one of Canada's oldest newspapers. Founded in 1778, it began as a French-language paper and evolved into an English-language newspaper in 1822. Today, it is the dominant medium for reaching Montreal's large English audience. The Montreal Gazette offers award-winning editorial content with a variety of sections and features throughout the year.

Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
2,175,000 Unique Visitors per month	419,000 Unique Visitors per month	1,892,000 Unique Visitors per month

Quebec Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
578,000 Unique Visitors per month	193,000 Unique Visitors per month	461,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



61%
Male

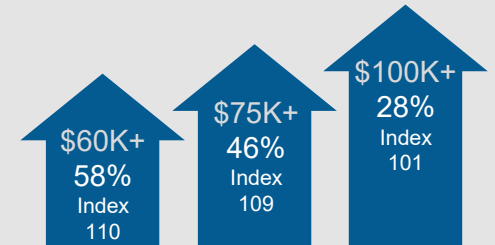


39%
Female

Region	%	index
BC	6%	43
Prairies	16%	83
Ontario	44%	111
Quebec	32%	147
Atlantic	2%	37

Age	%	index
18-24	6%	61
25-34	20%	127
35-44	22%	141
45-54	16%	99
55+	35%	123

Household Income



Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021

Based on Montreal Gazette Sites

Page 8 of 49

Demos based on Comscore MultiPlatform Mar 2021. Income Demo based on Vividata Spring 2021 weekly digital audience

TDP = Total Digital Population (Desktop/Mobile)

Montreal Gazette

Demo Profiles by Platform

Montreal CMA Adults 18+

Montreal Gazette	Totals			Print Weekly			Digital Weekly			Total Weekly (Print/Digital)		
	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index
Totals	3,573,000	100	100	403,000	100	100	392,000	100	100	624,000	100	100
Percent reach	100			11			11			17		
[Male]	1,726,000	48	100	243,000	60	125	198,000	51	105	347,000	56	115
[Female]	1,846,000	52	100	160,000	40	77	194,000	49	96	277,000	44	86
Average Age	48			47			47			47		
Age [18-34]	968,000	27	100	133,000	33	122	118,000	30	111	193,000	31	114
Age [35-49]	923,000	26	100	89,000	22	85	111,000	28	110	170,000	27	105
Age [50-64]	910,000	25	100	91,000	23	89	93,000	24	93	136,000	22	86
Age [65+]	771,000	22	100	90,000	22	103	70,000	18	83	124,000	20	92
Average HH Income	\$ 75,134			\$ 72,451			\$ 80,757			\$ 77,158		
HH Income [\$50,000-\$74,999]	678,000	19	100	94,000	23	123	87,000	22	117	137,000	22	116
HH Income [\$75,000-\$99,999]	540,000	15	100	71,000	18	117	72,000	18	122	111,000	18	118
HH Income [\$100,000-\$124,999]	433,000	12	100	46,000	11	94	39,000	10	82	68,000	11	90
HH Income [\$125,000-\$149,999]	230,000	6	100	25,000	6	96	31,000	8	123	46,000	7	115
HH Income [\$150,000 or Over]	322,000	9	100	27,000	7	74	40,000	10	113	53,000	8	94
Occupation: [Professionals or Sr Managers/Owners or Other Managers]	935,000	26	100	133,000	33	126	148,000	38	144	220,000	35	135
Occupation: Other White Collar [Technical/Sales/Teaching]	416,000	12	100	42,000	10	90	42,000	11	92	68,000	11	94
Occupation: [Clerical/Secretarial]	379,000	11	100	40,000	10	94	54,000	14	130	65,000	10	98
Occupation: Blue Collar [Skilled or Unskilled or Primary]	360,000	10	100	49,000	12	121	27,000	7	68	58,000	9	92
Presence Of Children [Under 18]	1,145,000	32	100	147,000	36	114	134,000	34	107	230,000	37	115

Source: Vividata Spring 2021

Base: Montreal CMA Adults 18+ = 3,573,000

Index: 100 = average. eg. Men are 25% more likely (than the general population) to read weekly 'print' edition of Montreal Gazette: index = 125

Montreal Gazette

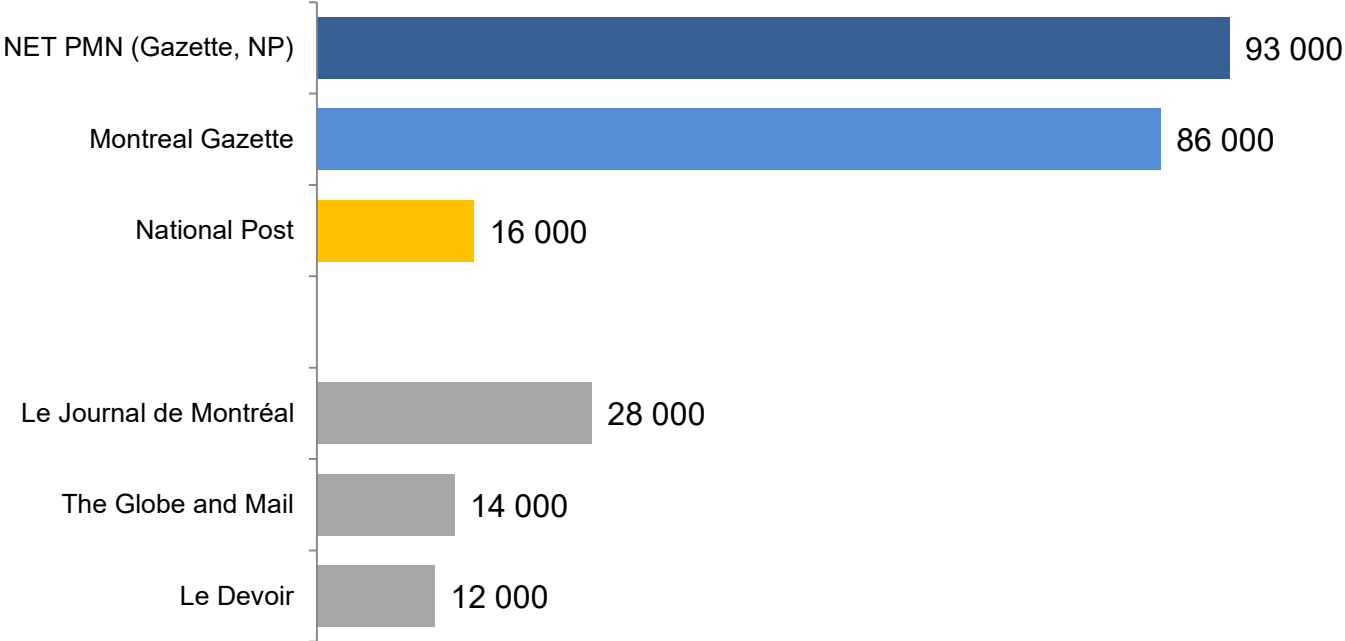
Demo Profiles by Platform

Montreal CMA English Adults 18+

Montreal Gazette	Totals			Print Weekly			Digital Weekly			Total Weekly (Print/Digital)		
	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index	Total	% Profile	Index
Totals	576,000	100	100	173,000	100	100	172,000	100	100	278,000	100	100
Percent reach	100			30			30			48		
[Male]	278,000	48	100	87,000	50	104	75,000	44	90	125,000	45	93
[Female]	298,000	52	100	87,000	50	97	97,000	56	109	153,000	55	106
Average Age	48			51			50			51		
Age [18-34]	161,000	28	100	47,000	27	97	36,000	21	75	61,000	22	79
Age [35-49]	149,000	26	100	30,000	17	67	51,000	30	115	72,000	26	100
Age [50-64]	136,000	24	100	42,000	24	103	46,000	27	113	71,000	26	108
Age [65+]	130,000	23	100	55,000	32	141	39,000	23	100	74,000	27	118
Average HH Income	\$ 75,144			\$ 79,827			\$ 85,565			\$ 81,777		
HH Income [\$50,000-\$74,999]	97,000	17	100	36,000	21	124	31,000	18	107	57,000	21	122
HH Income [\$75,000-\$99,999]	88,000	15	100	31,000	18	117	35,000	20	133	47,000	17	111
HH Income [\$100,000-\$124,999]	69,000	12	100	26,000	15	125	20,000	12	97	37,000	13	111
HH Income [\$125,000-\$149,999]	31,000	5	100	10,000	6	107	11,000	6	119	16,000	6	107
HH Income [\$150,000 or Over]	57,000	10	100	15,000	9	88	21,000	12	123	29,000	10	105
Occupation: [Professionals or Sr Managers/Owners or Other Managers]	189,000	33	100	61,000	35	107	61,000	35	108	99,000	36	109
Occupation: Other White Collar [Technical/Sales/Teaching]	59,000	10	100	21,000	12	119	25,000	15	142	35,000	13	123
Occupation: [Clerical/Secretarial]	53,000	9	100	8,000	5	50	12,000	7	76	18,000	6	70
Occupation: Blue Collar [Skilled or Unskilled or Primary]	42,000	7	100	13,000	8	103	14,000	8	112	19,000	7	94
Presence Of Children [Under 18]	158,000	27	100	44,000	25	93	45,000	26	95	77,000	28	101

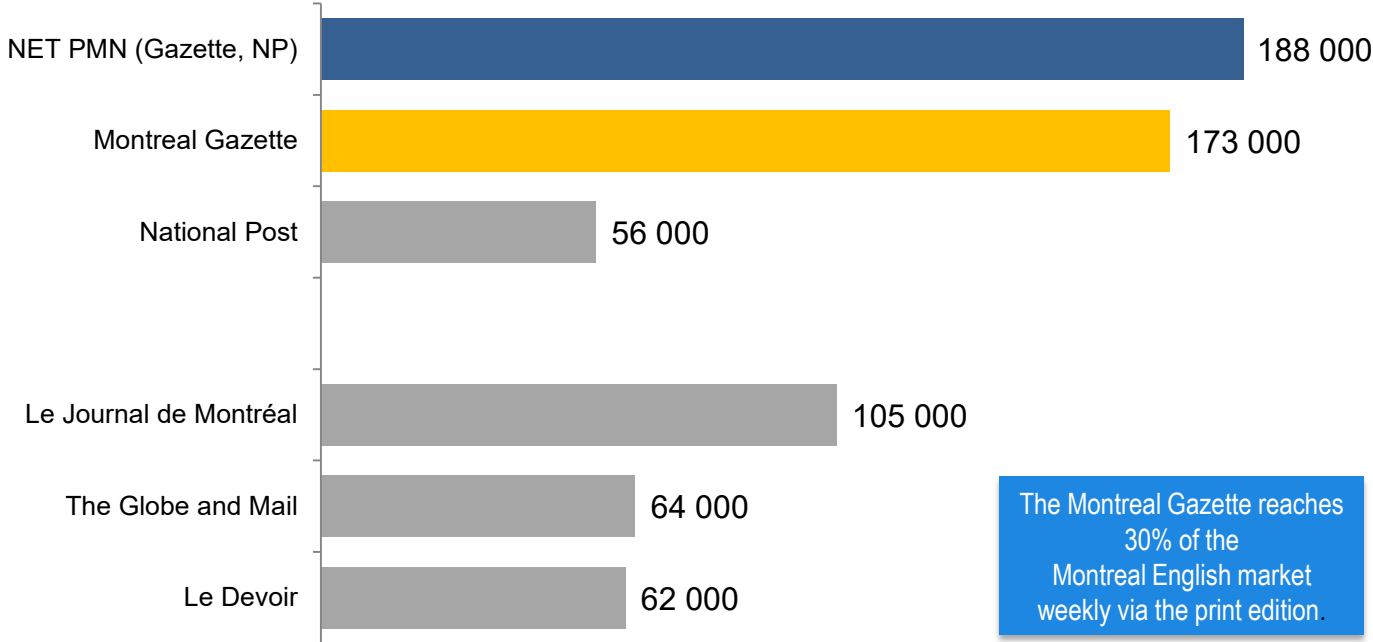
REACHING MONTREAL ENGLISH WITH THE MONTREAL GAZETTE

PRINT MONDAY – FRIDAY



REACHING MONTREAL ENGLISH WITH THE MONTREAL GAZETTE

PRINT WEEKLY



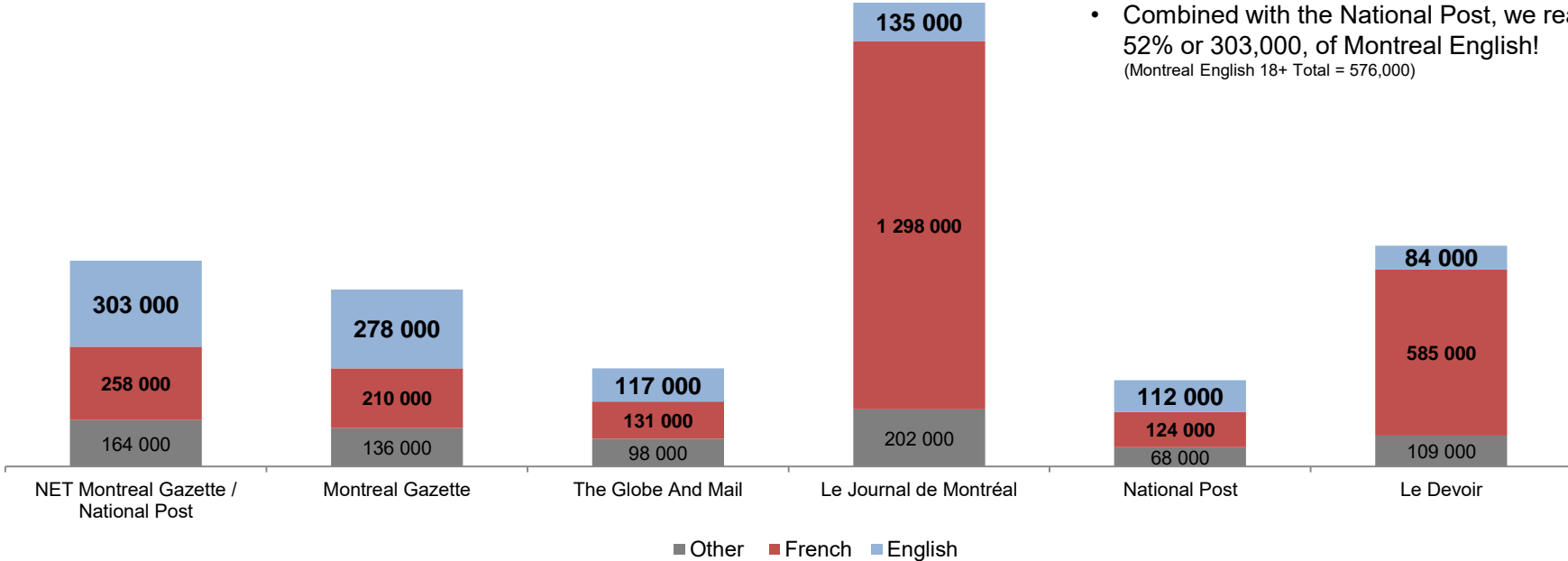
The Montreal Gazette reaches 30% of the Montreal English market weekly via the print edition.



Source: Vividata Spring 2021
 Base: Montreal CMA Adults 18+ English home language = 576,000
 Weekly Print 5/6/7 Day Cume

Montreal Gazette reaches the largest English speaking audience in Montreal, more than any other publication

Language Speak Most Often At Home
Weekly Print / Digital Audience



- Montreal Gazette reaches a weekly audience of 278,000 English speaking Montrealers
- More than double the nearest competitor, Le Journal with 135,000
- Combined with the National Post, we reach 52% or 303,000, of Montreal English!
(Montreal English 18+ Total = 576,000)

Source: Vividata Spring 2021
Base: Montreal CMA and Age 18+ (3,573,000)
Language Speak Most Often At Home

**QUEBEC REGION
ENGLISH LANGUAGE**

WE ARE ONE OF THE LARGEST NEWS MEDIA COMPANIES IN CANADA!

394,000

AVERAGE MONTHLY DIGITAL

Desktop = 273,000
Mobile = 277,000

THROUGH BOTH DIGITAL & PRINT, POSTMEDIA REACHES

529,000

READERS PER MONTH

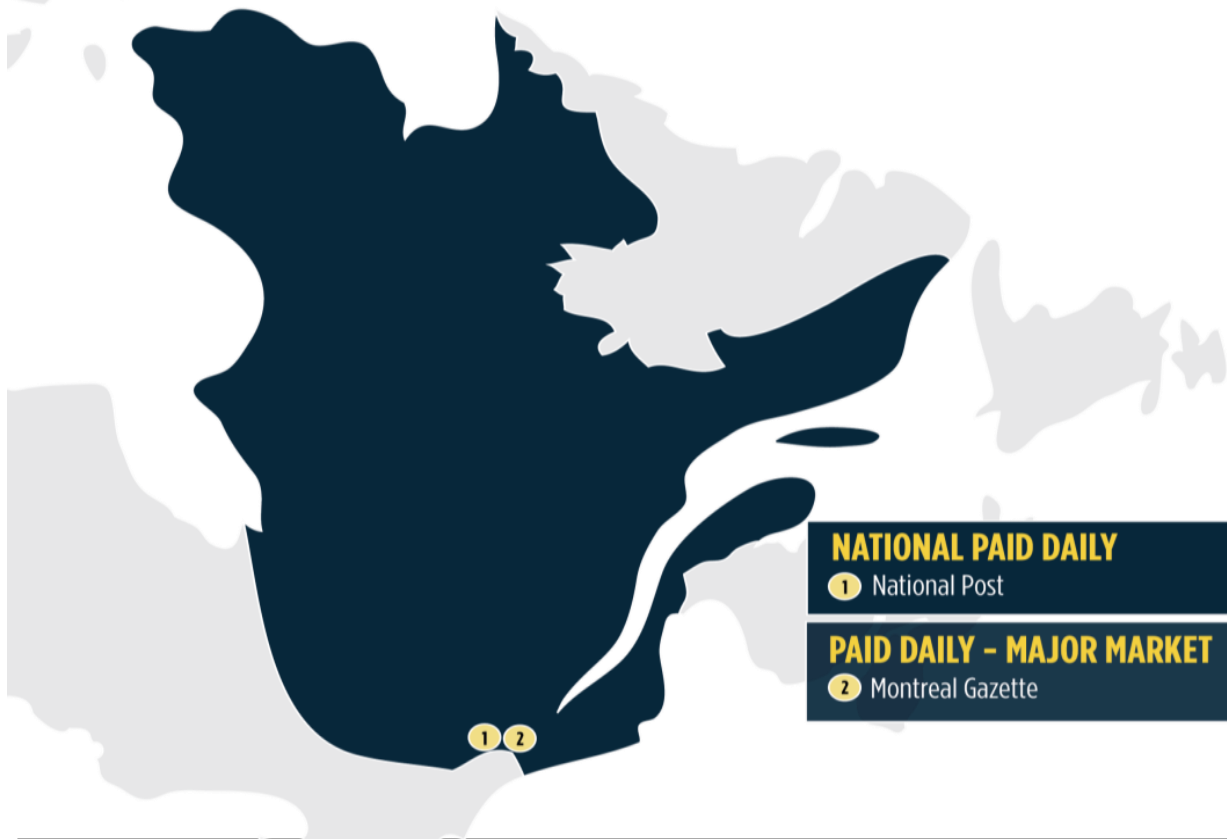
266,000

AVERAGE MONTHLY PRINT

THIS EQUATES TO **65% OF ALL ENGLISH QUEBEC ADULTS**



QUEBEC PUBLICATIONS



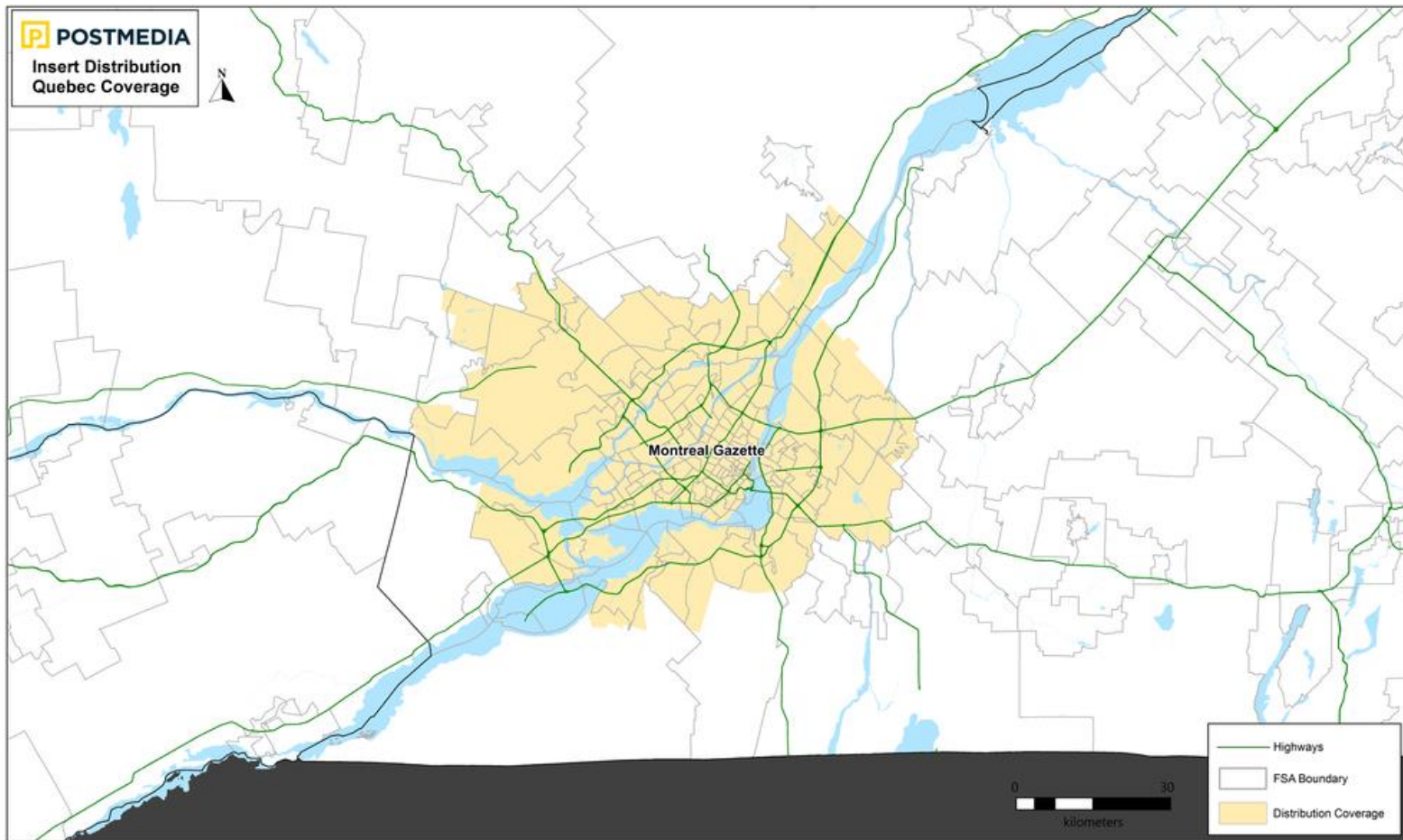
NATIONAL PAID DAILY

① National Post

PAID DAILY - MAJOR MARKET

② Montreal Gazette

QUEBEC Postmedia Brand Map



Montreal Gazette

Topline Digital Audience Summary

Comscore Audience Measurement

	MontrealGazette.com	
	Unique Visitors	Page Views (MM)
<i>Total Digital - Monthly</i>		
Total Canada	2,175,414	8.097
Region: Quebec	578,181	4.264

<i>Desktop - Monthly</i>		
Total Canada	418,564	2.679
Region: Quebec	193,475	1.319

<i>Mobile - Monthly</i>		
Total Canada	1,892,423	5.401
Region: Quebec	460,830	2.946

Postmedia Network – Digital Audience - Total Quebec

Postmedia reaches 966,000 UVs in Quebec each month

Entity Type	Media	Platform	Monthly UVs
	Total Internet: Region: Quebec	Total Digital	7,148,000
[P]	Postmedia Network Canada Corp.	Total Digital	966,000
[P]	Postmedia Network Canada Corp.	Desktop	606,000
[P]	Postmedia Network Canada Corp.	Mobile	727,000
			-
[S]	Montreal Gazette sites	Total Digital	578,000
[S]	Montreal Gazette sites	Desktop	193,000
[S]	Montreal Gazette sites	Mobile	461,000

POSTMEDIA NETWORK #6 DIGITAL AUDIENCE IN QUEBEC ENGLISH

394,000 UVs

Top 20 Properties

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults	713	100%
		Top 100 Properties		
1	[P]	Microsoft Sites	666	93%
2	[P]	Amazon Sites	484	68%
3	[P]	Facebook	481	67%
4	[P]	Bell Media	439	62%
5	[P]	Verizon Media	423	59%
6	[P]	Postmedia Network Canada Corp.	394	55%
7	[P]	TWITCH.TV	383	54%
8	[P]	CBC-Radio Canada Sites	381	53%
9	[P]	WarnerMedia	349	49%
10	[P]	Wikimedia Foundation Sites	329	46%
11	[P]	Reddit	323	45%
12	[P]	CafeMedia	316	44%
13	[P]	eBay	313	44%
14	[P]	Government Of Canada	304	43%
15	[P]	Apple Inc.	304	43%
16	[P]	Hearst	285	40%
17	[P]	J2 Global	282	40%
18	[P]	Corus Entertainment	272	38%
19	[P]	Red Ventures	246	34%
20	[P]	Pelmorex Corp.	209	29%

POSTMEDIA #1 NEWS & INFO CATEGORY – QUEBEC ENG - 394,000 UVs

#1 GENERAL NEWS SUBCATEGORY / #1 NEWSPAPER ATTRIBUTE RANK

News & Info Category

General News Sub-Category

Newspaper Attribute

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults 18+ News/Information	713	100%
		731	103%	
1	[P]	Postmedia Network Canada Corp.	394	55%
2	[M]	CTV	393	55%
3	[M]	Microsoft News	383	54%
4	[P]	CBC-Radio Canada Sites	381	53%
5	[M]	Yahoo-BuzzFeed News Network	295	41%
6	[C]	CNN Network	273	38%
7	[P]	Future Plc	245	34%
8	[P]	Weather Company, The	222	31%
9	[P]	Palmorex Corp.	209	29%
10	[P]	Narcity Media	208	29%
11	[P]	Quebecor Media	192	27%
12	[M]	NBC News Digital	189	26%
13	[P]	BBC Sites	177	25%
14	[P]	Insider Inc.	176	25%
15	[P]	Globe And Mail	163	23%
16	[M]	CNET	152	21%
17	[M]	Ziff Media Group	151	21%
18	[P]	WASHINGTONPOST.COM	135	19%
19	[P]	USA TODAY Network	133	19%
20	[P]	New York Times Digital	132	19%

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults 18+ News/Information - General News	713	100%
		692	97%	
1	[P]	Postmedia Network Canada Corp.	394	55%
2	[M]	CTV	393	55%
3	[P]	CBC-Radio Canada Sites	381	53%
4	[C]	CNN Network	273	38%
5	[P]	BBC Sites	177	25%
6	[P]	Insider Inc.	176	25%
7	[P]	Globe And Mail	163	23%
8	[C]	NBC News	156	22%
9	[P]	WASHINGTONPOST.COM	135	19%
10	[M]	The New York Times Brand	132	19%
11	[P]	Mail Online / Daily Mail	132	18%
12	[C]	Yahoo News	120	17%
13	[P]	La Presse	112	16%
14	[P]	NYPost Network	110	15%
15	[P]	The Guardian	102	14%
16	[C]	Journal De Montreal And Journal De Quebec Sites	101	14%
17	[M]	Torstar Daily News Brands	101	14%
18	[C]	MSN News	89	13%
19	[P]	Independent & Evening Standard (ESi Media)	79	11%
20	[S]	ABCNews	75	11%

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults 18+ Newspaper Entities	713	100%
1	[P]	Postmedia Network Canada Corp.	394	55%
2	[P]	Globe And Mail	163	23%
3	[P]	WASHINGTONPOST.COM	135	19%
4	[P]	USA TODAY Network	133	19%
5	[P]	New York Times Digital	132	19%
6	[P]	Mail Online / Daily Mail	132	18%
7	[P]	Torstar Digital	122	17%
8	[P]	La Presse	112	16%
9	[P]	NYPost Network	110	15%
10	[P]	The Guardian	102	14%
11	[P]	Reach Group	96	14%
12	[P]	News UK Sites	95	13%
13	[P]	LEDEVOIR.COM	46	6%
14	[P]	NantMedia Holdings	46	6%
15	[P]	Groupe Capitales Medias	45	6%
16	[P]	Transcontinental Digital (TC Media)	41	6%
17	[P]	THEHILL.COM	38	5%
18	[P]	Tribune Publishing	35	5%
19	[P]	SCMP Group	34	5%
20	[P]	Boston Globe Media Sites	22	3%

DRIVING.CA #5 DIGITAL AUDIENCE IN QUEBEC ENG. 40,000 UVs

Automotive Information/Resources Sub-Category

Automotive Information/Resources Sub-Category

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults 18+	713	100%
		Automotive - Information/Resources	229	32%
1	[P]	Trader Corporation	93	13%
2	[C]	Kijiji Autos	64	9%
3	[M]	AutoGuide.com Group	56	8%
4	[S]	CARANDDRIVER.COM* (w/ history)	43	6%
5	[C]	DRIVING.CA Sites	40	6%
6	[P]	CarGurus Inc.	38	5%
7	[M]	Internet Brands Automotive	17	2%
8	[C]	MotorTrend Group	13	2%
9	[C]	USNews Best Cars	11	2%
10	[P]	Cars.com Network	10	1%
11	[C]	MSN Autos	9	1%
12	[P]	RPMWEB.CA	8	1%
13	[S]	Verizon Media - Autos Sites	8	1%
14	[P]	Auto123	7	1%
15	[P]	AUTOEVOLUTION.COM	5	1%
16	[P]	Edmunds	4	1%
17	[P]	Autobytel Inc	4	1%
18	[C]	ITSTILLRUNS.COM	4	1%
19	[C]	KBB.COM	4	1%
20	[P]	Autopath Technologies Inc.	3	0%

FINANCIAL POST #8 DIGITAL AUDIENCE IN QUEBEC ENG. 55,000 UVs

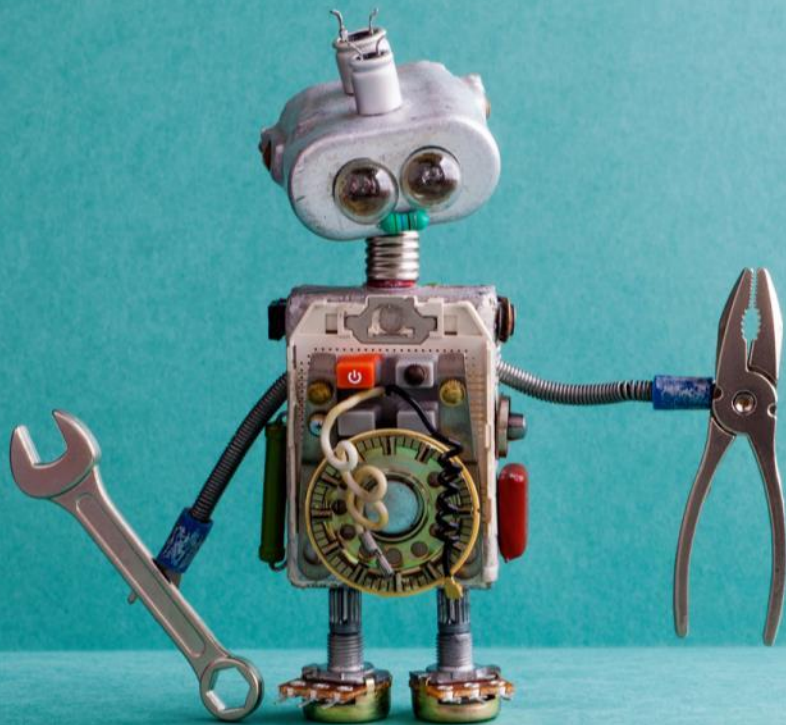
Business/Finance News Sub-Category

Business/Finance News Sub-Category

Rank	Entity Type	Media	Total Digital Population	
			Unique Visitors (000)	% Reach
		Total Internet: Quebec English Adults 18+	713	100%
		News/Information - Business/Finance News	416	58%
1	[C]	Yahoo Finance Network	156	22%
2	[P]	Forbes Digital	121	17%
3	[P]	Dow Jones & Company	101	14%
4	[P]	Bloomberg	87	12%
5	[G]	CNN Business	72	10%
6	[C]	CNBC	70	10%
7	[P]	Reuters Sites	59	8%
8	[G]	Financial Post	55	8%
9	[M]	INVESTOPEDIA.COM*	51	7%
10	[P]	WEALTHSIMPLE.COM	45	6%
11	[S]	BNN BLOOMBERG	43	6%
12	[C]	Globe And Mail - Business	42	6%
13	[P]	FOOL.CA	34	5%
14	[C]	MSN Money	27	4%
15	[C]	La Presse Affaires	26	4%
16	[P]	InvestingChannel Publisher Group	24	3%
17	[C]	FOXBUSINESS.COM	22	3%
18	[P]	INVESTING.COM	21	3%
19	[SG]	CBC Business News	19	3%
20	[M]	INVESTORS.COM	17	2%

AD SIZES/SPECS

POSTMEDIA DIGITAL AND PRINT AD SPECS



**VISIT OUR AD SPEC
CLIENT RESOURCES HERE:**

PostmediaSolutions.com/client-resources/

DIGITAL AND PRINT AD SPECS

- + Digital Ad Specs
- + National Post & Financial Post Ad Specs
- + Financial Post Magazine Ad Specs
- + Major Market Broadsheet Ad Specs
- + Sun Tabloids Ad Specs
- + The Province Tabloid Ad Specs
- + Community Broadsheets & Tabloids Ad Specs

NATIONAL OPPORTUNITIES

POSTMEDIA - NATIONAL BRANDS

NATIONAL POST

Comprehensive coverage from across the country and around the world.

FINANCIAL POST

Find the latest happenings in the Canadian Financial Sector and stay up to date with changing trends in Business Markets.

THE GrowthOp

Premium destination for cannabis news, perspective and insight for this new industry.

Driving

Canada's leading automotive website for car buyers and enthusiasts.

healthing.ca

Canadian health-related information, tools and resources for patients, caregivers and consumers.



Canada's best travel news and features from around the world.

canoe.com

Get caught up with the latest happenings in national and international news.



A place to celebrate the life of your loved ones, a space for sharing memories, life stories, milestones, to express condolences.



The Canadian home for local and national job seekers



The smartest flyer site in town to help you save more!

NATIONAL POST

Connecting Canadians with the latest breaking news content and in-depth investigative reporting

**NATIONAL POST
PRINT DAILY
NEWSPAPER**

560,000
Daily readers
Vividata Spring 2021 A18+




**NATIONAL POST
DIGITAL**

6,887,000
Monthly Unique Visitors
*Comscore Multi-Platform
Jan/Feb/Mar 2021
[G] National Post*



**FINANCIAL POST
DIGITAL**

3,441,000
Monthly Unique Visitors
*Comscore Multi-Platform
Jan/Feb/Mar 2021
[G] Financial Post*



NATIONAL POST NETWORK

- **National Post** features comprehensive coverage from across the country and around the world, delivered with a distinctly Canadian voice.
- Every issue includes the **Financial Post**: Canada's Business Voice and home of the best investing and personal finance package in the country.
- **National Post** with the **Financial Post** delivers unparalleled reach, impact and efficiency with a simple buying process of three primary audience packages; **National, Western Canada and Eastern Canada** along with targeted **tactical** opportunities available through purchasing any combination of **four regions and major urban markets**.

National Post | Edmonton Journal | Calgary Herald | Ottawa Citizen | Montreal Gazette | Windsor Star | Saskatoon Star Phoenix | Regina Leader Post | London Free Press | Vancouver Sun



Visual example: Calgary Herald March 11, 2021



NATIONAL POST NETWORK

Connecting Canadians with the latest breaking news content and in-depth investigative reporting

NATIONAL POST PRINT DAILY NEWSPAPER

1,463,000

Daily readers

Vividata Spring 2021 A18+



NATIONAL POST DIGITAL

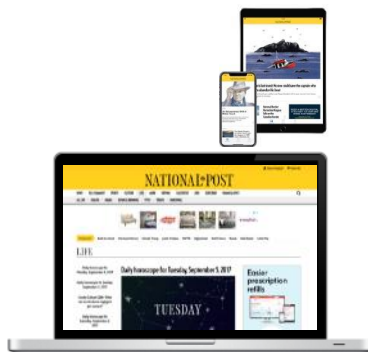
6,887,000

Monthly Unique Visitors

Comscore Multi-Platform

Jan/Feb/Mar 2021

[G] National Post



FINANCIAL POST DIGITAL

3,441,000

Monthly Unique Visitors

Comscore Multi-Platform

Jan/Feb/Mar 2021

[G] Financial Post



NATIONAL POST NETWORK

PRINT – FAST FACTS

National Post Network has **4.1 MILLION+** readers

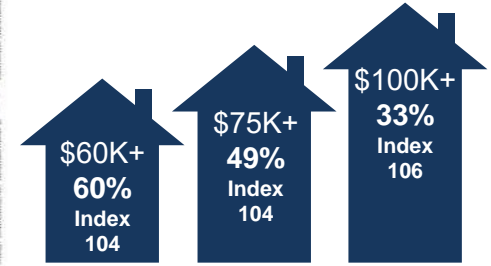
PRINT READERSHIP	Adults 18+	REACH %
Average Weekday (M-F)	1,463,000	5%
Saturday	2,654,000	9%
Weekly	4,114,000	13%



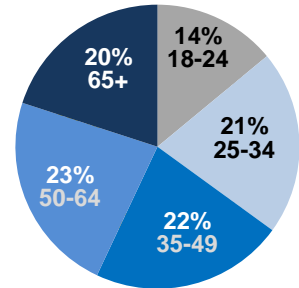
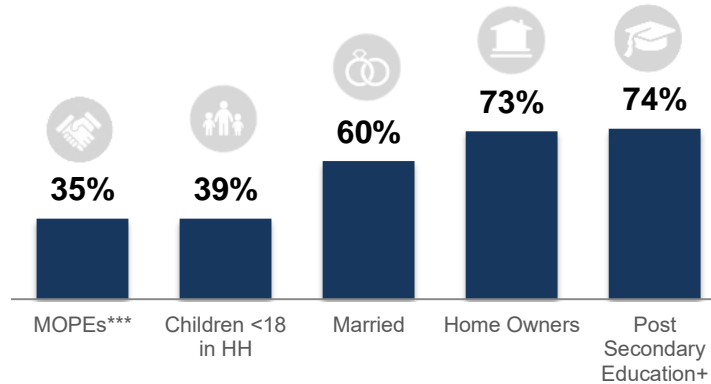
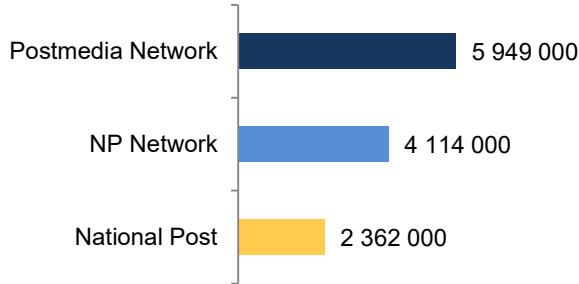
Audience Profile



AVERAGE HHI **\$83,792**



MARKET REACH*



AVERAGE AGE **46**

Source: Vividata Spring 2021
Base: Canada Adults 18+ = 30,618,000
*Average 6 day cume print readership

** MOPEs = Manager/Owners/Professionals/Executives

DRIVING.CA

DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

Driving is the leading destination for the latest automotive news, reviews, photos and video written by award-winning journalists. Whether you're researching your next vehicle, or someone who just loves cars, Driving is your source for everything automotive.

Total Audience

TDP	Desktop	Mobile
1,925,000 Unique Visitors per month	394,000 Unique Visitors per month	1,649,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



61%
Male

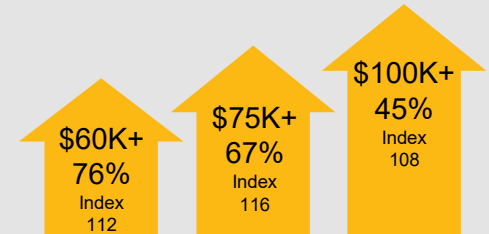


39%
Female

Region	%	index
BC	10%	74
Prairies	21%	115
Ontario	60%	151
Quebec	6%	26
Atlantic	3%	42

Age	%	index
18-24	4%	34
25-34	15%	95
35-44	16%	105
45-54	27%	168
55+	38%	132

Household Income



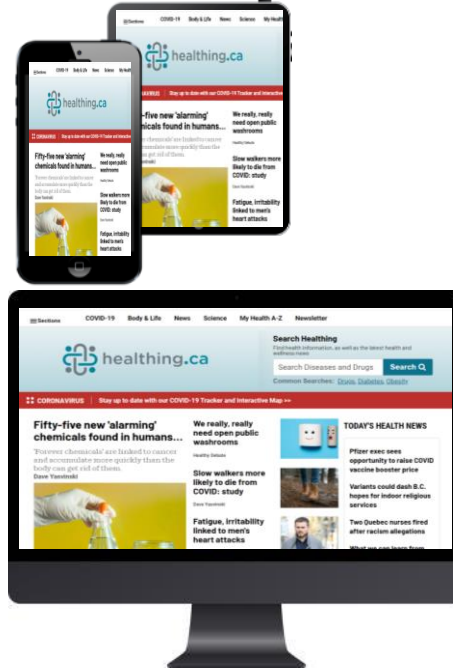
HEALTHING.CA

DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

All of the latest Health News focused on Canadian News. In addition, Healthing.ca provides a detailed search tool to learn more about Diseases and Drugs.

Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
252,000 Unique Visitors per month	78,000 Unique Visitors per month	185,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



36%
Male



64%
Female

Region	%	index
BC	26%	199
Prairies	24%	129
Ontario	47%	119
Quebec	3%	11
Atlantic	1%	9

Age	%	index
18-34	17%	65
35-44	6%	37
45-54	22%	135
55+	54%	188

Household Income	%	Index
\$60K+	86%	Index 127
\$75K+	63%	Index 109
\$100K+	36%	Index 85

Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021
 Demo Profile: Total Canada Multiplatform Dec 2020, Household Income: Desktop only Mar 2021
 Based on [M] Healthing.ca
 TDP = Total Digital Population (Unique Visitors)

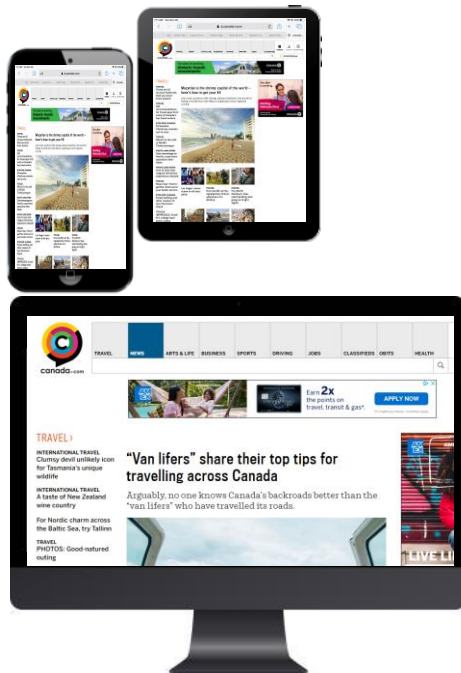
CANADA.COM

DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

Canada's best travel news and features from around the world.

Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
34,000 Unique Visitors per month	17,000 Unique Visitors per month	19,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



47%
Male

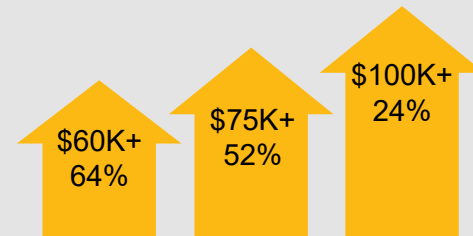


53%
Female

Region	%	index
BC	14%	107
Prairies	22%	121
Ontario	47%	117
Quebec	6%	28
Atlantic	10%	168

Age	%	index
18-24	9%	85
25-34	5%	33
35-44	18%	114
45-54	13%	80
55+	46%	160

Household Income



Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021
 Demo Profile: Total Canada Multiplatform Jan 2021, Household Income: Desktop only Mar 2021
 Based on [S] Canada.com.
 TDP = Total Digital Population (Unique Visitors)

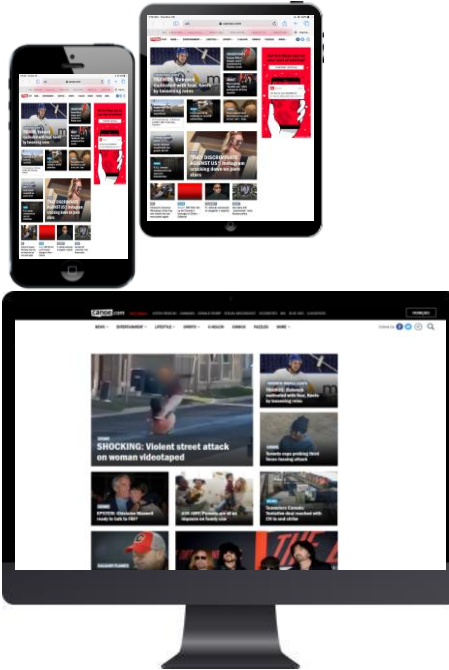
CANOE.COM

DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

Get caught up with the latest happenings in national and international news

Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
138,000 Unique Visitors per month	56,000 Unique Visitors per month	91,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



77%
Male

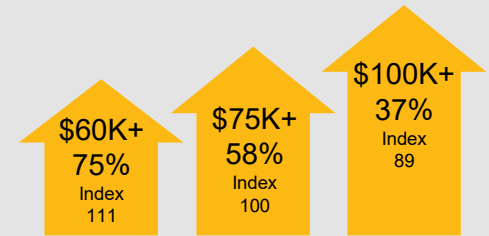


23%
Female

Region	%	index
BC	9%	67
Prairies	24%	128
Ontario	33%	83
Quebec	25%	112
Atlantic	10%	154

Age	%	index
18-24	6%	53
25-34	4%	23
35-44	13%	84
45-54	7%	48
55+	70%	243

Household Income



Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021
 Demo Profile: Total Canada Multiplatform Feb 2021, Household Income: Desktop only Mar 2021
 Based on [C] Canoe.com
 TDP = Total Digital Population (Unique Visitors)

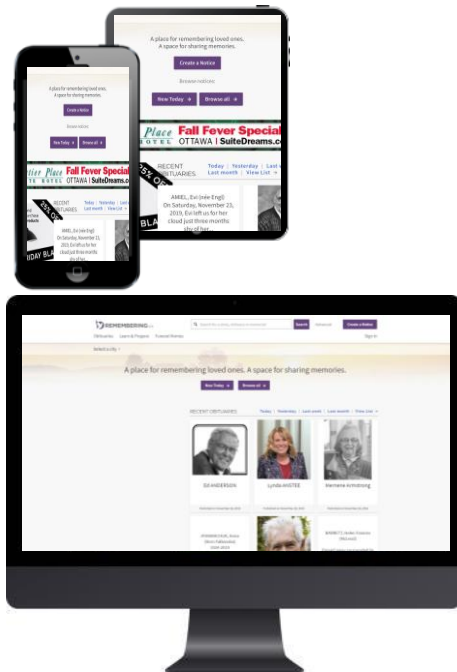
REMEMBERING.CA

DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

A place to celebrate the life of your loved ones, a space for sharing memories, life stories, milestones, to express condolences.

Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
839,000 Unique Visitors per month	214,000 Unique Visitors per month	677,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



50%
Male



50%
Female

Region	%	index
BC	5%	34
Prairies	23%	134
Ontario	68%	169
Quebec	4%	19
Atlantic	<1%	8

Age	%	index
18-24	2%	23
25-34	3%	22
35-44	5%	35
45-54	16%	96
55+	73%	255

Household Income	%
\$60K+	50%
\$75K+	36%
\$100K+	10%

Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021
 Demo Profile: Total Canada Multiplatform Mar 2021, Household Income: Desktop only Mar 2021
 Based on [C] Remembering.ca
 TDP = Total Digital Population (Unique Visitors)

TheGrowthOp.com

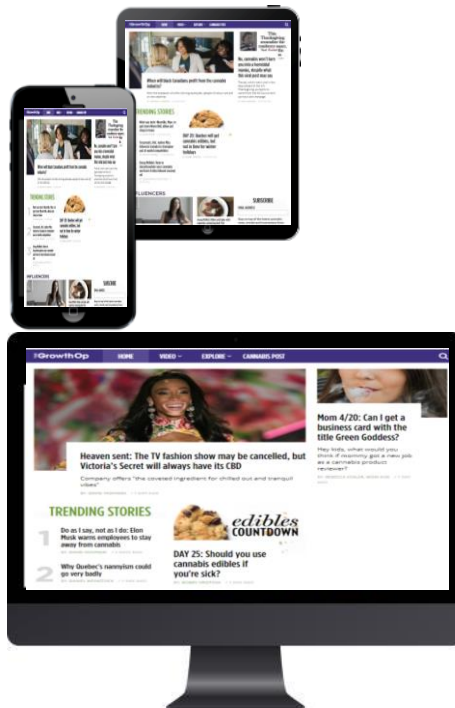
DIGITAL AUDIENCE – FAST FACTS

The GrowthOp.com covers all the news, trends and innovations within the cannabis industry from business, medical and consumer perspectives.



Total Audience Reach

TDP	Desktop	Mobile
257,000 Unique Visitors per month	82,000 Unique Visitors per month	194,000 Unique Visitors per month



Audience Profile



57%
Male

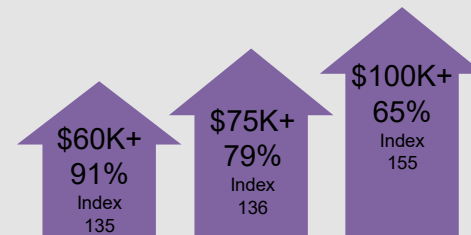


43%
Female

Region	%	index
BC	1%	2
Prairies	38%	207
Ontario	55%	137
Quebec	1%	5
Atlantic	5%	87

Age	%	index
19-34	24%	84
35-44	7%	43
45-54	12%	76
55+	57%	198

Household Income

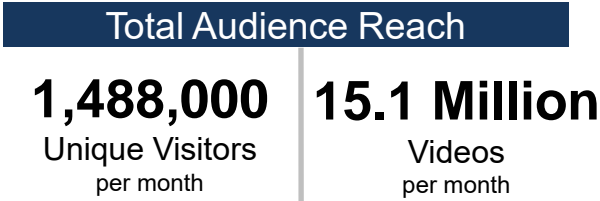


Source: Comscore MultiPlatform Total Canada monthly average: Jan/Feb/Mar 2021
 Demo Profile: Total Canada Multiplatform Feb 2021, Household Income: Desktop only Mar 2021
 Based on [M] TheGrowthOp.com
 TDP = Total Digital Population (Unique Visitors)

POSTMEDIA VIDEO

Postmedia@YouTube.com

- Postmedia has a video player on every page across the entire network
- The high definition sports video player offers clear and crisp content for avid sports fans
- Postmedia video franchises like NP Sessions, Canada Cooks and Tech Toys allow audiences to engage with content for longer periods of time
- Pre-roll maximizes the engagement and understanding of advertiser's brand.
- Postmedia offers custom video creation as a form of custom content or commercial purposes



Audience Profile



62%
Male



38%
Female

Region	%	index
BC	16%	121
Prairies	18%	99
Ontario	52%	130
Quebec	10%	43
Atlantic	4%	66

Age	%	index
12-17	3%	20
18-34	12%	47
35-44	8%	53
45-54	28%	171
55+	49%	172



POSTMEDIA NETWORK

POSTMEDIA SOLUTIONS

THE POWER OF POSTMEDIA

Postmedia is an expert in **strategic digital and print advertising solutions**. Known for quality, reliability, reach and cross-vertical expertise, our mission is to build long-term partnerships with our clients and provide **tailored marketing efforts** to help them succeed.

WHY WE WIN



Quality Journalism:

Trusted local and national news from respected and award-winning journalists.



Desirable Audiences

Extensive reach and first-party data ensure targeting across all relevant segments.



Scalability

Campaigns can reach up to 15.9M monthly unique digital visitors and 7.4M monthly print readers.



Advertising opportunities

Best-in-class ad units, a massive owned & operated network and off-network partnerships ensure success.

20.8M

Canadian Adults On Print & Digital

17.8M

English Canadian Print & Digital

81%

Total English Reach Digital/Print

68%

Total Reach Digital/Print

220,000+

Pieces of original content in 2020

120+

News Brands Across Canada

15

Major Metros

80+

Community Mastheads

OUR WIDE RANGE OF CONTENT ATTRACTS HIGHLY DESIRED TARGET GROUPS

Content Verticals



Sports Business Entertainment Automotive Cannabis Healthcare Technology



Top Digital and Print Content

Male	Female
News (World/National/Local)	News (World/National/Local)
Health	Health
Arts & Entertainment	Arts & Entertainment
Finance & Business	Food
Editorials	Fashion & Lifestyle/Editorials

Desired Target Groups

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--|
| Men/Women | Young/Older | |
| Canadians | Affluent Canadians | |
| Parents | Primary Grocery Shoppers | |
| Vehicle intenders | Influencers | |
| CEO's/Business Leaders | Politicians (all levels) | |
| And many more. | | |

AWARD WINNING CONTENT

Engaging Audiences



Best in Business Awards
for the Financial Post from the
Society for Advancing
Business Editing and Writing



**5 Best in
Business**



Journalist of the Year
(Kevin Mitchell Kayle Neis)
and **Project of the Year**
(Zane Schwartz and Brice Hall)



**2 National
Newspaper
Awards**



Lorrie Goldstein inducted into the
Canadian News Hall of Fame



**Canadian News
Hall of Fame
Inductee**

WE ARE ONE OF THE LARGEST NEWS MEDIA COMPANIES IN CANADA!

**16.4
MILLION**

AVERAGE
MONTHLY DIGITAL

Desktop = 5.3 Million
Mobile = 13.1 Million

THROUGH BOTH DIGITAL & PRINT, POSTMEDIA REACHES

20.8 MILLION

READERS PER MONTH

THIS EQUATES TO **68% OF ALL CANADIAN ADULTS**

**8.9
MILLION**

AVERAGE
MONTHLY PRINT



Postmedia Audience Reach

Postmedia reaches 68% of Canadian Adults (20.8 Million)

Postmedia reaches 81% of English Canadian Adults (17.8 Million)



Postmedia Network TOTAL CANADA Audience:

20.8 M / 68%

Print: 8.9 M
Digital: 16.4 M

ENGLISH CANADA: 17.8 M / 81%

Print: 7.2 M
Digital: 15.6 M

Sources: Overall monthly reach figure derived from internal calculations to factor-out duplication.

Population Base: Vividata Spring 2021, Adults 18+ = 30,618,000

Print readership: Postmedia 27 measured Brands, Vividata Spring 2021 Monthly Reach/Frequency + Est'd Community Daily/Weekly using Circulation Reports & RPC estimates.

Digital: Comscore MultiPlatform Total Canada - monthly Average: Jan/Feb/Mar 2021 Adults 18+

POSTMEDIA BRANDS

TRUSTED NEWS & INFORMATION

Postmedia has a strong legacy of delivering trusted news & information straight to your fingertips. We break the news and give it context. We are national in scope, but community focused. Canadians know our brands, trust our content, and welcome us as a valued member of their communities. Our loyal readership and respected lifestyle, business, and finance brands are our biggest assets. Combine these with our audience research and analytics to make informed decisions about your campaigns. We'll leverage our properties to reach the target audience efficiently and effectively.

120+ Trusted Brands



www.postmediasolutions.com

www.postmedia.com/

 **POSTMEDIA**

POSTMEDIA BRANDS

BY REGION

NATIONAL (13)

National Post
 Financial Post ([digital](#))
 Financial Post Magazine
 TheGrowthOp.com ([digital](#))
 Driving.ca ([digital](#))
 Canada.com ([digital](#))
 Canoe.com ([digital](#))
 Flyercity.ca ([digital](#))
 Remembering.ca ([digital](#))
 YourLifeMoments.ca ([digital](#))
 Working.com ([digital](#))
 Healthing.ca ([digital](#))
 TV Times - select markets – ([print](#))

BRITISH COLUMBIA (3)

Vancouver Sun
 Vancouver Province

West Coast Homes & Design Magazine

ALBERTA (32)

Calgary Herald
 Calgary Sun
 Edmonton Journal
 Edmonton Sun
 Grande Prairie Daily Herald-Tribune ([digital](#))

Airdrie Echo
 Banff/Canmore Bow Valley Crag & Canyon
 Cochrane Times
 Cold Lake Sun
 Devon Dispatch

Drayton Valley Western Review
 Edmonton Examiner ([digital](#))
 Fairview Post
 Fort McMurray Today
 Fort Saskatchewan Record
 Grande Prairie Peace Country Sun
 Hanna Herald
 High River Times
 La Nouvelle **Beaumont** News
 Leduc Representative
 Leduc Wetaskiwin County Market
 Mayerthorpe Freelancer
 Nanton News
 Peace River Record-Gazette
 Pincher Creek Echo
 Sherwood Park News
 Spruce Grove Examiner
 Stony Plain Reporter
 Vermillion Standard
 Vulcan Advocate
 Wetaskiwin Times
 Whitecourt Star

SASKATCHEWAN (6)

Regina Leader-Post
 Saskatoon StarPhoenix

Bridges **Saskatoon**
 Melfort Journal (print = The Journal)
 Nipawin Journal (print = The Journal)
 QC Regina

MANITOBA (2)

Winnipeg Sun

Portage La Prairie Graphic Leader

ONTARIO (66)

Toronto Sun
 Ottawa Citizen
 Ottawa Sun
 London Free Press
 Windsor Star
 Belleville Intelligencer
 Brantford Expositor
 Brockville Recorder & Times
 Chatham Daily News
 Cornwall Standard Freeholder
 Kingston Whig Standard
 North Bay Nugget
 Owen Sound Sun Times
 Sarnia Observer
 Sault Ste. Marie Sault Star
 Simcoe Reformer
 St. Thomas Times-Journal
 Stratford Beacon Herald
 Sudbury Star
 Timmins Daily Press
 Woodstock Sentinel-Review

Belleville/Stirling The Community Press
 Brockville/Prescott This Week ([print](#))
 Chatham Kent This Week
 Clinton News-Record
 Cochrane Times-Post
 Elgin County Market (**St.Thomas**) ([print](#))
 Dunnville-Haldimand County TMC([print](#))
 Elliot Lake Standard

Elliot Lake Standard Extra ([print](#))
 Espanola Mid-North Monitor
 Exeter Lakeshore Times-Advance
 Gananoque Reporter
 Goderich Signal-Star
 Focus Magazine (**Goderich**) ([print](#))
 Grey Bruce This Week (**Owen Sound**)
 Hanover Post
 Kenora Miner & News
 Kincardine News
 Kingston/Frontenac This Week
 Kirkland Lake Northern News This Week
 The Londoner (**London**)
 Business **London** Magazine (Londoner)
 Lucknow Sentinel
 Mitchell Advocate
 Napanee Guide ([digital](#))
 Norfolk & Tillsonburg News (new)
 North Bay Nugget Extra ([print](#))
 Paris Star ([digital](#))
 Pembroke Observer & News ([digital](#))
 Pembroke News ([print](#))
 Picton County Weekly News
 Port Elgin Shoreline Beacon
 Sarnia/Lambton This Week
 Sault Ste. Marie This Week
 Seaforth Huron Expositor
 Stratford Marketplace ([print](#))
 Strathroy Age Dispatch
 Timmins Times
 Trenton Trentonian
 Wallaceburg Courier Press
 West Elgin Chronicle
 Windsor Star Review ([print](#))

Warton Echo
 Woodstock-Oxford Review ([print](#))

Ontario Farmer Mag.

QUEBEC (2)

Montreal Gazette
 West Island Gazette

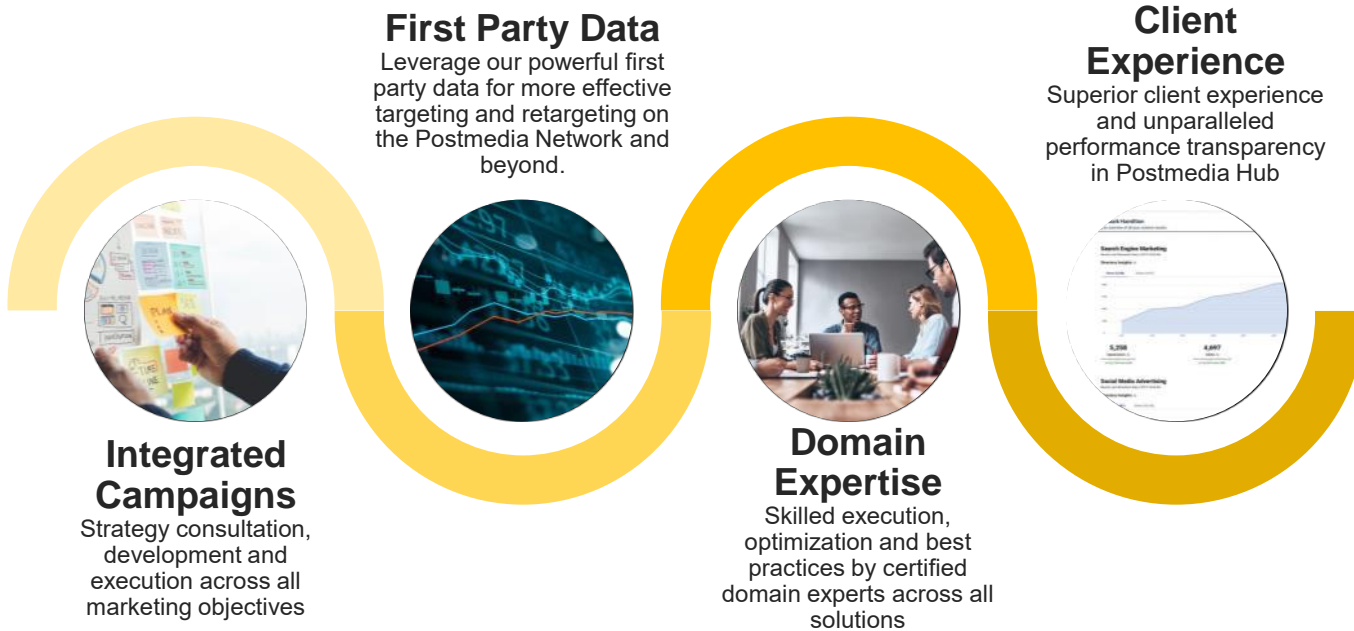
Postmedia Network = 124 Brands

- 112 Digital brands
- 111 Print brands
- 13 Digital-only brands
- 12 Print-only brands
- 34 daily news brands
- 68 weekly news brands

POSTMEDIA SOLUTIONS

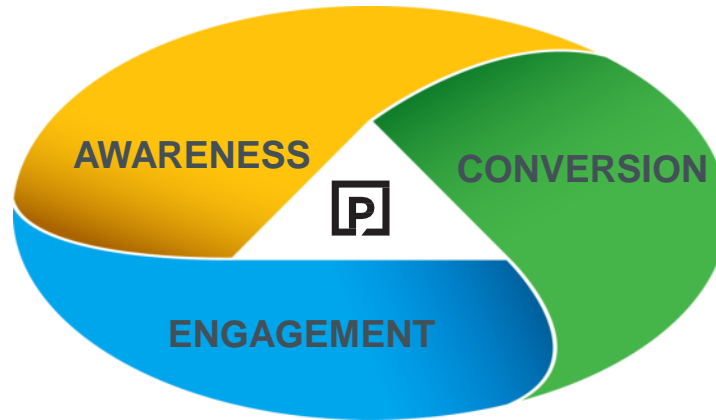
THE POSTMEDIA ADVANTAGE

Postmedia Solutions offers a full suite of **Print & Digital Marketing Services** on the Postmedia Network, along with Search and Social channels, enabling integrated campaign tactics to maximize impact and investment.



POSTMEDIA SOLUTIONS

ADVERTISING & MARKETING TO GROW YOUR BUSINESS



Content	Digital Display	Web Development	Digital Audio	Search	Social	Video	Print
Custom Content	On-Network Digital Ads	Web Design	Audio Advertising	Search Engine Marketing	Social Media Advertising	On-network Video	Inserts And Flyers
	Programmatic	Live Chat	Podcast Sponsorship	Search Engine Optimization	Social Media Management		Print Advertising
		Campaign Landing Page		Local Search Optimization			Special Sections

THANK YOU

N° 500-06-000964-185

SUPERIOR COURT
DISTRICT OF MONTREAL
PROVINCE OF QUEBEC

KATHLEEN GAUTHIER

Demanderesse

c.

JOHNSON & JOHNSON INC.

Défenderesse

DEMANDE D'APPROBATION DES AVIS AUX
MEMBRES (Articles 579 et 581 C.p.c.)

COPIE CONFORME

RENNO VATHILAKIS INC.
145, St-Pierre Street, Suite 201
Montréal (Québec) H2Y 2L6
☎ 514 937-1221 ☎ 514 221-4714

BV0910

M^e Karim Renno
☎ 1194.1
krenno@renvath.com
☎ 514 937-1221