

Universities Canada
 @univcan Following

.@PHDavidson signe « Bienvenue sur le campus. Maintenant, allez à l'étranger! » dans Options politiques @IRPP

André Picard
 @picardonhealth Follow

Faire le lien entre la recherche, le public et les décideurs politiques, par @kathleenogrady @nlroos [policyoptions.irpp.org/fr/magazines/a ...](http://policyoptions.irpp.org/fr/magazines/a...) @IRPP



Faire le lien entre la recherche universitaire, le public et les décideurs politi...
 Nous devons sortir la recherche des revues spécialisées pour qu'elle ait un impact plus considérable.

ChaireRaoulDandurand
 @RDandurand Follow

Et si Trump...? La croisée des chemins du parti républicain vue par @gagnonfrederick #EtatsUnis2016

Frédéric Gagnon @gagnonfrederick
 Je signe cet article sur Trump dans @IRPP ajd: policyoptions.irpp.org/fr/magazines/o... @RDandurand @UGAM #EtatsUnis2016

Pierre Martin
 @pmartin_UdeM Following

Les angles morts du budget fédéral
 Rupture avec la droite de Harper, mais pas tout à fait de la social-démocratie.

WUSC - EUMC
 @WorldUniService Follow

Article @IRPP sur jeunes Canadiens parle d'engagement des jeunes, de sécurité, de travail et de questions politiques

Translate from French



La jeunesse du pays face aux politiques publiques
 Un dossier Options politiques.
policyoptions.irpp.org

Alain-G. Gagnon
 @AlainGGagnon Follow

1968 et après :
[policyoptions.irpp.org/magazines/july ...](http://policyoptions.irpp.org/magazines/july...)
 recension solide d' @AlainNoelMtl de l'ouvrage de #MBC au sujet du #multiculturalisme occidental

POURQUOI ANNONCER CHEZ NOUS ?

UNE IMAGE MÉDIATIQUE DE MARQUE

Depuis plus de 35 ans, *Options politiques* met à la portée du grand public les enjeux débattus dans les instituts de recherche, les universités et les différents ministères. Grâce à une image de marque fondée sur de rigoureuses analyses étayées de faits probants, le magazine est largement connu et apprécié des décideurs, législateurs, spécialistes et journalistes de tout le pays.

PRIORITÉ AUX POLITIQUES PUBLIQUES

Options politiques se démarque des autres médias d'information en publiant des analyses et des recherches approfondies axées sur les politiques publiques. Ses articles étoffés sont souvent plus longs que ceux de la presse traditionnelle, ce que nos lecteurs apprécient grandement. Notre équipe de collaborateurs compte des politiciens anciens et actuels, d'éminents scientifiques et universitaires, des journalistes et auteurs de renom, des dirigeants d'ONG, des représentants du secteur privé et des spécialistes de l'opinion publique. Le magazine couvre les grands débats politiques qui agitent le pays tout en fouillant des questions clés qui échappent à l'attention des médias de grande diffusion.

UN LECTORAT INFLUENT

La présence numérique d'*Options politiques* est en plein essor, comme en témoignent ses 60 000 pages vues par mois au Canada, aux États-Unis et à l'étranger. Surtout, le magazine attire des lecteurs vivement intéressés par les processus législatifs et réglementaires, les consultations gouvernementales et l'élaboration de politiques publiques. Ses articles sont discutés et relayés par d'importants leaders d'opinion du pays, y compris des ministres, des animateurs d'émissions d'affaires publiques et d'influents experts.

DE MULTIPLES PLATEFORMES

Deux fois par mois, *Options politiques* publie des balados sur iTunes et SoundCloud. Et l'Institut de recherche en politiques publiques, éditeur du magazine, tient régulièrement des webinaires qui attirent des centaines de participants soucieux de décortiquer d'importantes questions de politiques publiques. Ces balados et webinaires offrent d'intéressantes possibilités de commandite.

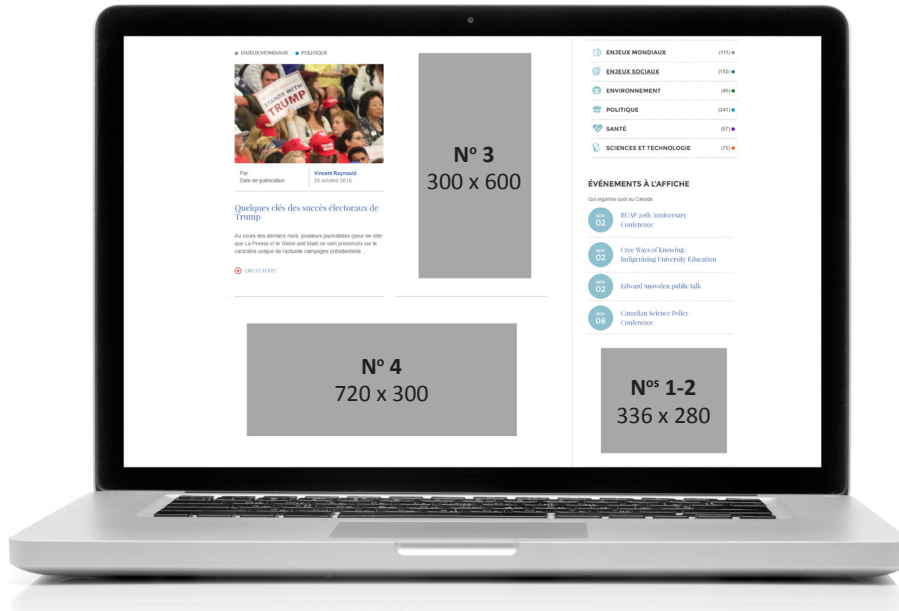
NOTRE RÉDACTRICE EN CHEF

Jennifer Ditchburn, rédactrice en chef d'*Options politiques*, est une journaliste et commentatrice politique réputée. Collaborant régulièrement au panel « At Issue » des émissions de la SRC/CBC « Power & Politics » et « The National », elle compte plus de 59 000 abonnés sur Twitter et fait activement la promotion du contenu du magazine dans les médias sociaux comme dans la presse traditionnelle.

PAGES VUES

Janvier 2016 et janvier 2017

De 37 633 à 68 434 (82 % ↑)



TARIFS PUBLICITAIRES

Annonce	Taille de pixel (l x h)	Placement	Coût par 1 000 (CPM)		
			< 50 000	50 000 à 100 000	> 100 000
1	336 x 280	Toutes les pages du site Web	36 \$	34 \$	32 \$
2	336 x 280	Toutes les pages des articles, balados et vidéos	35 \$	33 \$	31 \$
3	300 x 600	Page d'accueil	32 \$	30 \$	28 \$
4	720 x 300	Page d'accueil ou page des actualités	31 \$	29 \$	27 \$

SPÉCIFICATIONS

Type d'annonce	Fichier et taille
Statique	GIF, JPG, PNG ; taille max du fichier : 150 ko
GIF animé	Taille max. du fichier : 150 ko
Format Flash	Taille max. du fichier : 150 ko. Fournir un fichier GIF ou JPF suppléant pour les navigateurs qui ne décèlent pas le flash.
Avec lien	Indiquer la destination du lien dans les directives d'insertion

Note : Toutes les annonces ayant un contenu multimédia doivent être hébergées par un fournisseur tiers.