

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



🏠 Offert à l'échelle des adresses ✓ Inclus \$ Frais — Non disponible

CATÉGORIES	SOURCE DE DONNÉES	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
Attributs d'adresse	Postes Canada, Annuaire téléphonique, Données de sondage fournies volontairement	\$	✓	✓
Données démographiques	Données de sondage fournies volontairement, Données de recensement	\$	✓	✓
• Pointage de crédit	Renseignements provenant d'agences d'évaluation du crédit	\$	\$	—
• Ethnicité	Données multiculturelles	\$	\$	—
Intérêt et habitudes		\$	✓	\$
• Intérêt	Données de sondage fournies volontairement	\$	✓	—
• Publics définis selon l'emplacement	Données provenant des appareils mobiles	\$	✓	—
• Dépenses des ménages	Environics	\$	✓	—
• Cybercommerce	Postes Canada	\$	✓	\$
• Véhicule	Données provenant des immatriculations de véhicules, Données de sondage fournies volontairement	\$	\$	—
Mode de vie et étape de la vie		\$	✓	\$
• Mode de vie	Environics, Données de sondage fournies volontairement	\$	✓	—
• Étape de la vie	Environics, Données de sondage fournies volontairement	\$	✓	—
• Personnes qui déménagent	Postes Canada, Annonces immobilières	\$	—	—
• Prizm	Environics	\$	✓	\$
• PrizmQC	Environics	\$	✓	\$

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



🏠 Offert à l'échelle des adresses ✓ Inclus \$ Frais — Non disponible

CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
Attributs d'adresse	Noms de personne		🏠 \$	—	—
	Numéros de téléphone		🏠 \$	—	—
	Volume de courrier résidentiel		\$	—	—
		1 à 4 articles de courrier	\$	—	—
		5 à 9 articles de courrier	\$	—	—
		10 à 14 articles de courrier	\$	—	—
		15 à 19 articles de courrier	\$	—	—
		20 à 39 articles de courrier	\$	—	—
		40 articles de courrier ou plus	\$	—	—
		Nombre de destinataires de courrier	\$	—	—
		1 ou 2 destinataires	\$	—	—
		3 à 5 destinataires	\$	—	—
		6 destinataires ou plus	\$	—	—
		Armoire à colis	\$	✓	—
		Indicateur de langue française	🏠 \$	✓	—
		Date de construction	\$	✓	✓
		Construction en 1960 ou antérieure	\$	✓	✓
		De 1961 à 1980	\$	✓	✓
		De 1981 à 1990	\$	✓	✓
		De 1991 à 2000	\$	✓	✓
		De 2001 à 2005	\$	✓	✓
		De 2006 à 2010	\$	✓	✓
		De 2011 à 2016	\$	✓	✓
		Construction après 2016	\$	✓	✓
		Type d'habitation	\$	✓	✓
		Maison individuelle non attenante	\$	✓	✓
		Maison jumelée	\$	✓	✓
		Maison en rangée	\$	✓	✓
		Appartement dans un édifice de cinq étages ou plus	\$	✓	✓
		Appartement dans un édifice de moins de cinq étages	\$	✓	✓
		Duplex non attenant	\$	✓	✓
		Autre maison individuelle attenante	\$	✓	✓
	Logement mobile	\$	✓	✓	

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER	
Données démographiques	Genre		🏠 \$	✓	✓	
		Hommes	🏠 \$	✓	✓	
		Femmes	🏠 \$	✓	✓	
		Population totale selon l'âge	🏠 \$	✓	✓	
		Les tranches de codes postaux peuvent varier par rapport à celles de données sur les adresses	Total 0 à 4	🏠 \$	✓	✓
			Total 5 à 9	🏠 \$	✓	✓
			Total 10 à 14	🏠 \$	✓	✓
			Total 15 à 19	🏠 \$	✓	✓
			Total 20 à 24	🏠 \$	✓	✓
			Total 25 à 29	🏠 \$	✓	✓
			Total 30 à 34	🏠 \$	✓	✓
			Total 35 à 39	🏠 \$	✓	✓
			Total 40 à 44	🏠 \$	✓	✓
			Total 45 à 49	🏠 \$	✓	✓
			Total 50 à 54	🏠 \$	✓	✓
			Total 55 à 59	🏠 \$	✓	✓
			Total 60 à 64	🏠 \$	✓	✓
			Total 65 à 69	🏠 \$	✓	✓
			Total 70 à 74	🏠 \$	✓	✓
			Total 75 à 79	🏠 \$	✓	✓
			Total 80 à 84	🏠 \$	✓	✓
			Total 85 ou plus	🏠 \$	✓	✓
		Population féminine selon l'âge	🏠 \$	✓	✓	
		Les tranches de codes postaux peuvent varier par rapport à celles de données sur les adresses	Femmes 0 à 4	🏠 \$	✓	✓
			Femmes 5 à 9	🏠 \$	✓	✓
			Femmes 10 à 14	🏠 \$	✓	✓
	Femmes 15 à 19		🏠 \$	✓	✓	
	Femmes 20 à 24		🏠 \$	✓	✓	
	Femmes 25 à 29		🏠 \$	✓	✓	

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Femmes 30 à 34	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 35 à 39	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 40 à 44	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 45 à 49	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 50 à 54	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 55 à 59	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 60 à 64	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 65 à 69	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 70 à 74	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 75 à 79	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 80 à 84	🏠 \$	✓	✓
		Femmes 85 ou plus	🏠 \$	✓	✓
	Population masculine selon l'âge		🏠 \$	✓	✓
	Les tranches de codes postaux peuvent varier par rapport à celles de données sur les adresses	Hommes 0 à 4	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 5 à 9	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 10 à 14	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 15 à 19	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 20 à 24	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 25 à 29	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 30 à 34	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 35 à 39	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 40 à 44	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 45 à 49	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 50 à 54	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 55 à 59	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 60 à 64	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 65 à 69	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 70 à 74	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 75 à 79	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 80 à 84	🏠 \$	✓	✓
		Hommes 85 ou plus	🏠 \$	✓	✓

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER	
	Taille de la famille		🏠 \$	✓	✓	
		1 personne	🏠 \$	✓	✓	
		2 personnes	🏠 \$	✓	✓	
		3 personnes	🏠 \$	✓	✓	
		4 personnes	🏠 \$	✓	✓	
		5 personnes	🏠 \$	✓	✓	
	État matrimonial			🏠 \$	✓	✓
		Marié ou équivalent		🏠 \$	✓	✓
		Célibataire ou équivalent'		🏠 \$	✓	✓
	Structure familiale			\$	✓	✓
		Total de familles en couple		\$	✓	✓
		Sans enfant à la maison		\$	✓	✓
		Avec enfants à la maison		\$	✓	✓
		1 enfant		\$	✓	✓
		2 enfants		\$	✓	✓
		3 enfants ou plus		\$	✓	✓
		Familles de couples mariés		\$	✓	✓
		Sans enfant à la maison		\$	✓	✓
		Avec enfants à la maison		\$	✓	✓
		1 enfant		\$	✓	✓
		2 enfants		\$	✓	✓
		3 enfants ou plus		\$	✓	✓
		Familles formées de conjoints de fait		\$	✓	✓
		Sans enfant à la maison		\$	✓	✓
		Avec enfants à la maison		\$	✓	✓
		1 enfant		\$	✓	✓
		2 enfants		\$	✓	✓
		3 enfants ou plus		\$	✓	✓
		Familles monoparentales		\$	✓	✓
		1 enfant		\$	✓	✓
		2 enfants		\$	✓	✓
		3 enfants ou plus		\$	✓	✓
		Familles monoparentales dont le chef est une femme		\$	✓	✓
	1 enfant		\$	✓	✓	

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		2 enfants	\$	✓	✓
		3 enfants ou plus	\$	✓	✓
		Familles monoparentales dont le chef est un homme	\$	✓	✓
		1 enfant	\$	✓	✓
		2 enfants	\$	✓	✓
		3 enfants ou plus	\$	✓	✓
	Enfants à la maison selon l'âge		\$	✓	✓
		0 à 4	\$	✓	✓
		5 à 9	\$	✓	✓
		10 à 14	\$	✓	✓
		15 à 19	\$	✓	✓
		20 à 24	\$	✓	✓
		25 ou plus	\$	✓	✓
	Statut d'occupation		🏠 \$	✓	✓
		Propriétaire	🏠 \$	✓	✓
		Locataire	🏠 \$	✓	✓
	Revenu du ménage		🏠 \$	✓	✓
		0 \$ à 9 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		10 000 \$ à 19 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		20 000 \$ à 29 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		30 000 \$ à 39 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		40 000 \$ à 49 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		50 000 \$ à 59 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		60 000 \$ à 69 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		70 000 \$ à 79 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		80 000 \$ à 89 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		90 000 \$ à 99 999 \$	🏠 \$	✓	✓
		100 000 \$ ou plus	🏠 \$	✓	✓
	Scolarisation		\$	✓	✓
		Diplôme d'études secondaires ou équivalent	\$	✓	✓
		Certificat ou diplôme d'apprentissage ou d'une école de métiers	\$	✓	✓
		Certificat ou diplôme de collège, de cégep ou d'un établissement autre qu'une université	\$	✓	✓

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	\$	✓	✓
		Baccalauréat	\$	✓	✓
		Diplôme supérieur au baccalauréat	\$	✓	✓
	Statut d'emploi		🏠 \$	✓	✓
		Employé(e)	\$	✓	✓
		Sans emploi	\$	✓	✓
		Inactif	\$	✓	✓
		Gestion	\$	✓	✓
		Affaires, finance, administration	\$	✓	✓
		Sciences naturelles et appliquées et domaines connexes	\$	✓	✓
		Santé	\$	✓	✓
		Enseignement, droit, services sociaux, communautaires ou gouvernementaux	\$	✓	✓
		Arts, culture, loisirs, sports	\$	✓	✓
		Vente et service	\$	✓	✓
		Métiers, transport, opération d'équipement et domaines connexes	\$	✓	✓
		Ressources naturelles, agriculture et domaines connexes	\$	✓	✓
		Secteur manufacturier et services publics	\$	✓	✓
		Sans objet	🏠 \$	✓	✓
		Entreprise à domicile	🏠 \$	✓	—
		Travailleur autonome	🏠 \$	✓	—
		Gouvernement	🏠 \$	✓	—
		Services professionnels	🏠 \$	✓	—
		Travailleur ou ouvrier spécialisé	🏠 \$	✓	—
		Retraité	🏠 \$	✓	—
		Pas employé	🏠 \$	✓	—
		Personne au foyer à temps plein	🏠 \$	✓	—
	Mode de transport utilisé pour se rendre au travail		\$	✓	✓
		En voiture (conducteur)	\$	✓	✓
		En voiture (passager)	\$	✓	✓
		En transport en commun	\$	✓	✓
		En marchant	\$	✓	✓

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER	
		En bicyclette	\$	✓	✓	
		Autre mode de transport	\$	✓	✓	
	Minorité visible		\$	✓	✓	
		Arabe	\$	✓	✓	
		Asiatique du Sud-Est	\$	✓	✓	
		Asiatique occidental	\$	✓	✓	
		Autres minorités visibles	\$	✓	✓	
		Chinois	\$	✓	✓	
		Coréen	\$	✓	✓	
		Japonais	\$	✓	✓	
		Latino-Américain	\$	✓	✓	
		Minorités visibles multiples	\$	✓	✓	
		Noir	\$	✓	✓	
		Philippin	\$	✓	✓	
		Sud-Asiatique	\$	✓	✓	
		Langue maternelle		\$	✓	✓
		Allemand	\$	✓	✓	
		Anglais	\$	✓	✓	
		Anglais et français	\$	✓	✓	
		Anglais et langue non officielle	\$	✓	✓	
		Anglais, français et langue non officielle	\$	✓	✓	
		Arabe	\$	✓	✓	
		Autres langues	\$	✓	✓	
		Bengali	\$	✓	✓	
		Cantonais	\$	✓	✓	
		Coréen	\$	✓	✓	
		Créole	\$	✓	✓	
		Croate	\$	✓	✓	
		Espagnol	\$	✓	✓	
		Français	\$	✓	✓	
		Français et langue non officielle	\$	✓	✓	
		Grec	\$	✓	✓	
	Gujarati	\$	✓	✓		

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Hindi	\$	✓	✓
		Hongrois	\$	✓	✓
		Italien	\$	✓	✓
		Japonais	\$	✓	✓
		Langues autochtones	\$	✓	✓
		Langues chinoises, n.d.a.	\$	✓	✓
		Mandarin	\$	✓	✓
		Néerlandais	\$	✓	✓
		Ourdou	\$	✓	✓
		Panjabi	\$	✓	✓
		Persan	\$	✓	✓
		Polonais	\$	✓	✓
		Portugais	\$	✓	✓
		Roumain	\$	✓	✓
		Russe	\$	✓	✓
		Serbe	\$	✓	✓
		Somali	\$	✓	✓
		Tagalog	\$	✓	✓
		Tamoul	\$	✓	✓
		Tchèque	\$	✓	✓
		Turc	\$	✓	✓
		Ukrainien	\$	✓	✓
		Vietnamien	\$	✓	✓
	Valeur de la propriété		\$	✓	—
		Moins de 100 000 \$	\$	✓	—
		100 000 \$ à 149 999 \$	\$	✓	—
		150 000 \$ à 199 999 \$	\$	✓	—
		200 000 \$ à 249 999 \$	\$	✓	—
		250 000 \$ à 299 999 \$	\$	✓	—
		300 000 \$ à 349 999 \$	\$	✓	—
		350 000 \$ à 399 999 \$	\$	✓	—
		400 000 \$ à 499 999 \$	\$	✓	—
		500 000 \$ à 749 999 \$	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		750 000 \$ à 999 999 \$	\$	✓	—
		1 000 000 \$ à 1 499 999 \$	\$	✓	—
		1 500 000 \$ à 1 999 999 \$	\$	✓	—
		2 000 000 \$ ou plus	\$	✓	—
	Identité autochtone		\$	✓	—
		Identité autochtone	\$	✓	—
		Identité non autochtone	\$	✓	—
	Période d'immigration		\$	✓	—
		Avant 2001	\$	✓	—
		De 2001 à 2005	\$	✓	—
		De 2006 à 2011	\$	✓	—
		De 2012 à aujourd'hui	\$	✓	—
Pointage de crédit	Élevée > 748		\$	\$	—
	Moyenne 699-747		\$	\$	—
	Faible < 698		\$	\$	—
Ethnicité	Autochtone / Premières Nations		\$	\$	—
	Afro-canadien		\$	\$	—
	Antillais		\$	\$	—
	Asiatique du centre		\$	\$	—
	Asiatique de l'Est		\$	\$	—
	Européen de l'Est		\$	\$	—
	Hispanique		\$	\$	—
	Juif		\$	\$	—
	Méditerranéen		\$	\$	—
	Moyen-oriental		\$	\$	—
	Polynésien		\$	\$	—
	Scandinave		\$	\$	—
	Sud-asiatique		\$	\$	—
	Sud-asiatique		—	—	—
	Asiatique du Sud-est		\$	\$	—
	Européen de l'Ouest		\$	\$	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER	
Champs d'intérêt	Organismes de bienfaisance		🏠 \$	✓	—	
		Arts ou culture	🏠 \$	—	—	
		Environnement	🏠 \$	—	—	
		Faune	🏠 \$	—	—	
		N'importe quelle catégorie (1 catégorie ou plus)	🏠 \$	✓	—	
		Donateur fréquent (3 catégories ou plus)	🏠 \$	✓	—	
		Bien-être des animaux	🏠 \$	✓	—	
		Cancer	🏠 \$	✓	—	
		Enfants	🏠 \$	✓	—	
		Environnement ou faune	🏠 \$	✓	—	
		Santé	🏠 \$	✓	—	
		Aide internationale/soutien mondial	🏠 \$	✓	—	
		Autres causes	🏠 \$	✓	—	
		Religieux	🏠 \$	✓	—	
		Politique	🏠 \$	✓	—	
		Déficiences visuelles	🏠 \$	✓	—	
		Collections		🏠 \$	✓	—
			Monnaie	🏠 \$	✓	—
			Articles de collection	🏠 \$	—	—
		Activités à la maison et loisirs		🏠 \$	✓	—
			Cuisine et gastronomie	🏠 \$	✓	—
			Cuisine à faible matière grasse	🏠 \$	✓	—
			Pâtisserie	🏠 \$	✓	—
			Camping ou randonnée pédestre	🏠 \$	—	—
			Cours d'avancement professionnel	🏠 \$	—	—
			Auto-amélioration	🏠 \$	—	—
			Casino	🏠 \$	—	—
			Cuisine – autres types	🏠 \$	—	—
			Exercice 1 à 2 fois par semaine	🏠 \$	—	—
			Exercice 3 fois et plus par semaine	🏠 \$	—	—
			Achat régulier d'articles à la mode	🏠 \$	—	—
			Loteries	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Jardinage	🏠 \$	✓	—
		Ébénisterie	🏠 \$	✓	—
		Rénovation de maison et travaux	🏠 \$	✓	—
		Argent et rêves	🏠 \$	✓	—
		Théâtre et arts de la scène	🏠 \$	✓	—
		Développement professionnel et personnel	🏠 \$	✓	—
	Utilisation d'Internet		🏠 \$	✓	—
		Achat de produits en ligne	🏠 \$	✓	—
		Services bancaires en ligne	🏠 \$	✓	—
		Recherche de produits en ligne	🏠 \$	✓	—
		Réservation de vacances en ligne	🏠 \$	✓	—
		Placements financiers en ligne	🏠 \$	✓	—
		Lectures des actualités en ligne	🏠 \$	✓	—
		Affichage de cotes ou d'évaluations	🏠 \$	—	—
	Placements financiers		🏠 \$	✓	—
		Détenteur actuel d'une assurance vie	🏠 \$	✓	—
		Détenteur actuel de fonds communs	🏠 \$	✓	—
		Détenteur actuel de REER	🏠 \$	✓	—
		Détenteur actuel d'actions	🏠 \$	✓	—
		Détenteur de fonds communs, d'actions ou de REER	🏠 \$	✓	—
		Prévoit d'acheter une assurance-vie	🏠 \$	—	—
		Prévoit d'acheter des fonds communs de placement	🏠 \$	—	—
		Prévoit d'acheter des fonds communs de placement, des actions et des REER	🏠 \$	—	—
		Titulaire actuel de REEE	🏠 \$	—	—
		Prévoit d'acheter des REEE	🏠 \$	—	—
		Prévoit d'acheter des REER	🏠 \$	—	—
		Prévoit d'acheter des actions	🏠 \$	—	—
		Détient actuellement d'autres placements	🏠 \$	—	—
		Prévoit de faire d'autres placements	🏠 \$	—	—
	Assurance habitation	Renouvellement en janvier	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en février	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en mars	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en avril	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Renouvellement en mai	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en juin	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en juillet	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en août	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en septembre	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en octobre	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en novembre	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en décembre	🏠 \$	—	—
	Détenteurs de cartes de fidélité		\$	✓	—
		Optimum	\$	✓	—
		Petro-Points	\$	✓	—
		Utilisateurs détenant plusieurs cartes	\$	✓	—
		Air Miles	\$	✓	—
		Aéropian	\$	✓	—
		Autre	\$	—	—
		Points PC	\$	✓	—
	Commandes postales	Acheteur fréquent (3 catégories ou plus)	🏠 \$	✓	—
		Livres et magazines (Canada)	🏠 \$	✓	—
		Livres (Canada)	🏠 \$	✓	—
		Toutes commandes postales	🏠 \$	✓	—
		Autres	🏠 \$	—	—
		Vêtements (Canada)	🏠 \$	✓	—
		Produits cosmétiques (Canada)	🏠 \$	✓	—
		Cadeaux (Canada)	🏠 \$	✓	—
		Magazines (Canada)	🏠 \$	✓	—
	Nutrition et alimentation		🏠 \$	✓	—
		Consommation accrue de fibres	🏠 \$	✓	—
		Perte de poids	🏠 \$	✓	—
		Consommation accrue d'aliments naturels ou biologiques	🏠 \$	✓	—
		Réduction des matières grasses et du cholestérol	🏠 \$	✓	—
		Ajout de vitamines et minéraux	🏠 \$	✓	—
		Pour réduire le sucre	🏠 \$	—	—
		Pour manger sans gluten	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Pour inclure plus de végétaux dans l'alimentation	🏠 \$	—	—
		Pour éviter les saveurs ou les couleurs artificielles	🏠 \$	—	—
		Pour éviter les OGM	🏠 \$	—	—
		Pour soulager les douleurs musculaires ou articulaires	🏠 \$	—	—
		Pour maintenir une bonne santé générale	🏠 \$	—	—
		Pour maintenir ou améliorer la santé oculaire	🏠 \$	—	—
		Pour améliorer la santé cardiaque	🏠 \$	—	—
		Pour améliorer la digestion	🏠 \$	—	—
		Pour prévenir les rhumes et les gripes	🏠 \$	—	—
		Pour prendre des remèdes à base de plantes médicinales	🏠 \$	—	—
		Pour inclure des oméga-3 ou de l'huile de poisson	🏠 \$	—	—
		Pour renforcer le système immunitaire	🏠 \$	—	—
		Autres	🏠 \$	—	—
	Propriétaires d'animaux domestiques		🏠 \$	✓	—
		Chat	🏠 \$	✓	—
		Chien	🏠 \$	✓	—
		Propriétaires de chats ou de chiens	🏠 \$	✓	—
	Préférences de lecture		🏠 \$	✓	—
		Livres de fiction à succès	🏠 \$	✓	—
		Bible ou ouvrages religieux	🏠 \$	✓	—
		Affaires ou finances	🏠 \$	✓	—
		Cuisine	🏠 \$	✓	—
		Mode	🏠 \$	✓	—
		Histoire	🏠 \$	✓	—
		Décoration intérieure	🏠 \$	✓	—
		Soins médicaux ou santé	🏠 \$	✓	—
		Remèdes naturels	🏠 \$	✓	—
		Science-fiction	🏠 \$	✓	—
		Sports	🏠 \$	✓	—
		Nouvelles du monde ou politique	🏠 \$	✓	—
		Tous les lecteurs de magazines	🏠 \$	—	—
		Tous les lecteurs de livres	🏠 \$	—	—
		Livres pour enfants	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Services		\$	✓	—
		Détenteur d'un ordinateur personnel	\$	✓	—
		Détenteur d'un téléphone cellulaire	\$	✓	—
		Détenteur d'une tablette de lecture	\$	✓	—
	Activités sportives		🏠 \$	✓	—
		Fervent amateur de sport (4 catégories ou plus)	🏠 \$	✓	—
		Pêche	🏠 \$	✓	—
		Golf	🏠 \$	✓	—
		Hockey	🏠 \$	✓	—
		Chasse	🏠 \$	✓	—
		Ski	🏠 \$	✓	—
		Pratique la course	🏠 \$	—	—
		Pratique le yoga et le pilates	🏠 \$	—	—
		Pratique d'autres sports	🏠 \$	—	—
		Regarde le football	🏠 \$	—	—
		Regarde le soccer	🏠 \$	—	—
		Regarde le tennis	🏠 \$	—	—
	Destinations voyage		🏠 \$	✓	—
		Canada	🏠 \$	—	—
		États-Unis	🏠 \$	—	—
		Déplacement au Canada pour raisons personnelles	🏠 \$	—	—
		Déplacement aux États-Unis pour raisons personnelles	🏠 \$	—	—
		Déplacement en Europe pour affaires	🏠 \$	—	—
		Déplacement en Europe pour raisons personnelles	🏠 \$	—	—
		Déplacement – Autre (pour affaires)	🏠 \$	—	—
		Déplacement – Autre (pour raisons personnelles)	🏠 \$	—	—
		Déplacement au Canada (pour affaires ou pour raisons personnelles)	🏠 \$	✓	—
		Voyage aux États-Unis (pour affaires ou pour raisons personnelles)	🏠 \$	✓	—
	Fréquence des voyages		🏠 \$	✓	—
		1 à 3 voyages par année (affaires)	🏠 \$	✓	—
		1 à 3 voyages par année (plaisir)	🏠 \$	✓	—
		4 voyages ou plus par année (affaires)	🏠 \$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		4 voyages ou plus par année (plaisir)	🏠 \$	✓	—
		Aucun voyage (affaires)	🏠 \$	✓	—
		Aucun voyage (plaisir)	🏠 \$	✓	—
	Préférences de voyage		🏠 \$	✓	—
		Tout compris	🏠 \$	✓	—
		Croisières	🏠 \$	✓	—
		Parcs d'attractions	\$	✓	—
	Raisons des voyages		🏠 \$	✓	—
		Plaisir	🏠 \$	✓	—
		Affaires	🏠 \$	✓	—
Publics définis selon l'emplacement	Concessionnaire Chrysler - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Ford - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire GM - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Honda - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Hyundai - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Kia - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Mazda - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Mitsubishi - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Nissan - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Toyota - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Concessionnaire Volkswagen - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Best Buy - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Costco - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Holt Renfrew - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Déco Découverte - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Grand magasin - HomeSense - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Baie d'Hudson - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Marshalls - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Nordstrom - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Simons - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Walmart - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Grand magasin - Winners - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Institution financière - BMO - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Institution financière - CIBC - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Institution financière - HSBC - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Institution financière - RBC - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Institution financière - TD - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - A&W - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Boston Pizza - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Burger King- Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Earls - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - East Side Mario's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Harvey's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Jack Astor's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Kelsey's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - PFK - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Little Caesars - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Restaurant - McDonald's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Milestone's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Montana's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Starbucks - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Subway - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Swiss Chalet - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Taco Bell - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Tim Hortons - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - Wendy's - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Restaurant - White Spot - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Atlantic Superstore - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Food Basics - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Fortinos - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Fresh Co - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - IGA - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Loblaws - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Maxi & Cie - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Metro - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - No Frills - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Provigo - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Safeway - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Save-on-foods - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Supermarché - Sobeys - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Super C - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Thrifty Foods - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Supermarché - Zehrs - Canada	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'accessoires et de pièces pour automobiles	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de centres de service automobile	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de salons d'esthétique	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de bière, vins et spiritueux	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de concessionnaires de bateau	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de librairies	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de cafétérias, pâtisseries et buffets	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de centres de location de voitures et de camions	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de traiteurs	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de vêtements de bébés et d'enfants	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de vêtements	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de noix confites	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de dépanneurs	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de parfumeries, de magasins d'esthétique et de cosmétiques	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de grands magasins (sauf les grands magasins de rabais)	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de grands magasins de rabais	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Amateurs d'alcool et de débits de boissons	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'électronique	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de vêtements pour la famille	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'institutions financières	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de marchés de poissons et de fruits de mer	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Amateurs d'entraînement physique et de mieux-être	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de revêtements de sol	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de fleuristes	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'aliments et de suppléments pour la santé	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'entrepreneurs en restauration	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de marchés de fruits et légumes	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de marchands de mazout	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de restaurants plein service	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'ameublement	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de souvenirs et de cadeaux	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de quincailleries	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de jeux et de jouets	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de constructeurs de maison	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de centres de rénovation	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'hôtels ou de motels (sauf les hôtels casino)	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Visiteurs de magasins d'électroménagers	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'agences et de courtiers en assurances	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de bijouteries	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de bagages et de produits en cuir	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'entreprises de vente par correspondance	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Détaillants de maisons mobiles préfabriquées	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de marchés de viande	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de vêtements pour homme	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de concessionnaires de motocyclettes, VTT et autres véhicules motorisés	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'instruments et de fournitures de musique	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de concessionnaires de voitures neuves	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de marchands ou de kiosques de journaux	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de pépinières ou de magasins de fournitures agricoles	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de papeteries et de magasins de fournitures de bureau	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de produits optiques	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'autres vendeurs de matériaux de construction	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'autres établissements de vente directe	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligoste
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Visiteurs d'autres stations d'essence	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'équipement motorisé pour l'extérieur	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de peinture et de papier peint	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'animaleries	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de pharmacies	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Amateurs de restauration rapide	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de camps récréatifs et de vacances (sauf les terrains de camping)	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de concessionnaires de véhicules récréatifs	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de restaurants avec service aux tables	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de couture ou de travaux à l'aiguille	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de chaussures	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de centres commerciaux	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de casse-croûte et de bars de boissons non alcoolisées	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins d'articles de sport	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs d'épicerie et de supermarchés (sauf les dépanneurs)	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Amateurs de théâtre	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de vendeurs de pneus	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de tabagies	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de relais routiers	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Visiteurs d'exploitants de distributeurs automatiques	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins-entrepôts et de supercentres	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de magasins de garnitures de fenêtres	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Visiteurs de boutiques de vêtements pour femmes	Utilisateurs aperçus à cet endroit 1x ou plus pendant au moins 5 minutes au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Adepte de produits de beauté	Utilisateurs aperçus dans une boutique beauté ou un salon de beauté 1x ou plus au cours des 30 derniers jours (Sephora, MAC, Beauty Supply Outlet, etc.)	\$	✓	—
	Propriétaires de voiture	Utilisateurs aperçus sur l'autoroute 3x ou plus au cours des 7 derniers jours, ou utilisateurs aperçus à une station service 1x ou plus au cours des 3 dernières semaines	\$	✓	—
	Amateur de café	Utilisateurs aperçus dans un café 2 fois ou plus au cours des 7 derniers jours (Tim Hortons, Starbucks, Second Cup, etc.)	\$	✓	—
	Propriétaire de chien	Utilisateurs aperçus dans un parc canin 3x ou plus au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Passionné de mode	Utilisateurs aperçus dans un magasin de mode 2x ou plus au cours des 30 derniers jours (Simons, Winners, etc.)	\$	✓	—
	Mordu de restauration rapide	Utilisateurs aperçus dans un établissement de restauration rapide 2x ou plus au cours 7 derniers jours (McDonalds, Subway, Burger King, etc.)	\$	✓	—
	Adepte d'entraînement physique et de mieux-être	Utilisateurs aperçus dans un centre de conditionnement physique ou du bien-être 2x ou plus au cours des 7 derniers jours (gymnase, studio de yoga, etc.)	\$	✓	—
	Amateur de golf	Utilisateurs aperçus sur un terrain de golf 3x ou plus durant la saison de golf	\$	✓	—
	Acheteurs de produits d'épicerie fine	Utilisateurs aperçus dans une épicerie haut de gamme 2x ou plus au cours des 30 derniers jours (Avril, Rachele Béry, etc.)	\$	✓	—
	Bars et brasseries	Utilisateurs aperçus dans un bar ou un pub 1x ou plus au cours des 7 derniers jours	\$	✓	—
	Adepte d'articles de décoration et de bricolage	Utilisateurs aperçus dans un magasin de décoration ou de rénovation 2x ou plus au cours des 30 derniers jours (Homesense, Ikea, Rona, etc.)	\$	✓	—
	Passionné de voitures	Utilisateurs aperçus chez un concessionnaire automobile 2x ou plus au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Collèges et universités	Utilisateurs aperçus sur un campus collégial ou universitaire 5x ou plus au cours du dernier mois (UdM, UQAM, CÉGEP, etc.)	\$	✓	—
	Chasseurs d'aubaines	Utilisateurs aperçus dans un magasin à bas prix 2x ou plus au cours des 14 derniers jours (Winners, Costco, Walmart, etc.)	\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Acheteurs de produits d'épicerie	Utilisateurs aperçus dans une épicerie 2x ou plus au cours des 14 derniers jours (Loblaws, IGA, Metro, etc.)	\$	✓	—
	Utilisateurs de transport en commun	Utilisateurs aperçus dans un transport au commun 6x ou plus au cours des 7 derniers jours (stations de métro de la STM, etc.)	\$	✓	—
	Adepte de restaurants	Utilisateurs aperçus dans un restaurant avec service aux tables 2x ou plus au cours des 21 derniers jours (Boston Pizza, St-Hubert, Mikes, etc.)	\$	✓	—
	Adepte de magasinage	Utilisateurs aperçus dans un centre commercial 2x ou plus au cours des 14 derniers jours	\$	✓	—
	Skieurs	Utilisateurs aperçus dans une station de ski 1x ou plus au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
	Adepte de produits électroniques et technologiques	Utilisateurs aperçus dans un magasin d'électronique 3x ou plus au cours des 30 derniers jours (Best Buy, Bureau en gros, Magasin Apple, La Source, etc.)	\$	✓	—
	Acheteurs de produits d'épicerie bon marché	Utilisateurs aperçus dans une épicerie 2x ou plus au cours des 14 derniers jours (Metro, Maxi, IGA, etc.)	\$	✓	—
	Voyageurs d'affaires	Utilisateurs aperçus dans un aéroport 4x ou plus au cours des 30 derniers jours (jours de semaine seulement)	\$	✓	—
	Cinéphiles	Utilisateurs aperçus dans un cinéma 2x ou plus au cours des 60 derniers jours	\$	✓	—
	Propriétaire d'animaux	Utilisateurs aperçus dans une animalerie 1x ou plus au cours des 30 derniers jours	\$	✓	—
Dépenses des ménages	Logement		\$	✓	—
	Aliments		\$	✓	—
	Fonctionnement du ménage		\$	✓	—
	Soins de santé		\$	✓	—
	Mobilier et équipement ménager		\$	✓	—
	Transport		\$	✓	—
	Loisirs		\$	✓	—
	Soins personnels		\$	✓	—
	Vêtements		\$	✓	—
	Éducation		\$	✓	—
	Documents de lecture et autres imprimés		\$	✓	—
	Jeux de chance		\$	✓	—
	Dépenses diverses		\$	✓	—
	Assurance personnelle et régime de retraite		\$	✓	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Cadeaux d'argent et contributions		\$	✓	—
Public cible – Dépenses des ménages	Loueurs d'automobiles	Segment avec dépenses liées aux véhicules loués	\$	✓	—
	Propriétaires d'automobiles	Segment avec dépenses liées aux véhicules achetés	\$	✓	—
	Donateurs aux organismes de bienfaisance	Segment avec dépenses liées aux dons de bienfaisance	\$	✓	—
	Vie en copropriété	Segment avec dépenses liées à la vie en copropriété	\$	✓	—
	Amateurs de rénovations	Segment avec dépenses liées aux réparations et à l'entretien des propriétés, de l'équipement et des outils	\$	✓	—
	Amateurs de jeux de loterie	Segment avec dépenses liées aux jeux de hasard	\$	✓	—
	Titulaires d'hypothèque	Segment avec dépenses liées aux prêts hypothécaires, à l'assurance habitation et à l'impôt foncier	\$	✓	—
	Cotisants du régime de retraite	Segment avec dépenses liées aux fonds de retraite, aux régimes de retraite et aux primes d'assurance	\$	✓	—
	Propriétaires d'animaux de compagnie	Segment avec dépenses liées aux soins vétérinaires, à la nourriture et aux produits pour animaux	\$	✓	—
	Utilisateurs du transport en commun	Segment avec dépenses liées aux services locaux de transport de passagers et aux véhicules loués	\$	✓	—
Cybercommerce	Tous		\$	✓	\$
	Livres / Musique / Vidéos		\$	✓	—
	Appareils électroniques		\$	✓	—
	Articles de mode	Cela peut comprendre les vêtements, les bijoux, les chaussures et les articles spécialisés (p. ex., maillots de bain, vêtements de sport, lingerie)	\$	✓	—
	Produits de beauté et de santé	Cela peut comprendre les médicaments, les produits cosmétiques, le conditionnement physique, le bien-être et les produits de santé et de nutrition	\$	✓	—
	Articles pour la maison / articles ménagers		\$	✓	—
	Produits de masse	Entreprises qui vendent une variété de produits	\$	✓	—
	Fournitures de bureau		\$	✓	—
	Articles de sport		\$	✓	—
	Appareils de télécommunication		\$	✓	—
Véhicule	Marque		\$	\$	—
		AM_GENERAL	\$	\$	—
		ASTON_MARTIN	\$	\$	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		AVANTI	\$	\$	—
		BMW	\$	\$	—
		CHRYSLER	\$	\$	—
		EAGLE	\$	\$	—
		FIAT	\$	\$	—
		FISKER	\$	\$	—
		FORD	\$	\$	—
		FREIGHTLINER	\$	\$	—
		GMC_CHEVROLET	\$	\$	—
		HONDA	\$	\$	—
		HYUNDAI	\$	\$	—
		ISUZU	\$	\$	—
		JAGUAR_TATA	\$	\$	—
		LOTUS	\$	\$	—
		MAZDA	\$	\$	—
		MCLAREN	\$	\$	—
		MERCEDES	\$	\$	—
		MITSUBISHI	\$	\$	—
		MORGAN	\$	\$	—
		NEVS	\$	\$	—
		NISSAN	\$	\$	—
		OSHKOSH	\$	\$	—
		OTHERS	\$	\$	—
		PEUGEOT	\$	\$	—
		STERLING	\$	\$	—
		SUBARU	\$	\$	—
		TESLA	\$	\$	—
		TOYOTA	\$	\$	—
		VOLKSWAGEN	\$	\$	—
		VOLVO	\$	\$	—
		YUGO	\$	\$	—
	Modèle		\$	\$	—
		ACURA	\$	\$	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		ALFA ROMEO	\$	\$	—
		ASTON MARTIN	\$	\$	—
		AUDI	\$	\$	—
		BENTLEY	\$	\$	—
		BERTONE	\$	\$	—
		BMW	\$	\$	—
		BUICK	\$	\$	—
		CADILLAC	\$	\$	—
		CHEVROLET	\$	\$	—
		CHRYSLER	\$	\$	—
		DAEWOO	\$	\$	—
		DAIHATSU	\$	\$	—
		DODGE	\$	\$	—
		EAGLE	\$	\$	—
		FERRARI	\$	\$	—
		FIAT	\$	\$	—
		FORD	\$	\$	—
		FREIGHTLINER	\$	\$	—
		GMC	\$	\$	—
		HARLEY DAVIDSON	\$	\$	—
		HONDA	\$	\$	—
		HUMMER	\$	\$	—
		HYUNDAI	\$	\$	—
		INFINITI	\$	\$	—
		ISUZU	\$	\$	—
		JAGUAR	\$	\$	—
		JEEP	\$	\$	—
		KIA	\$	\$	—
		LAMBORGHINI	\$	\$	—
		LAND ROVER	\$	\$	—
		LEXUS	\$	\$	—
		LINCOLN	\$	\$	—
		LOTUS	\$	\$	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		MASERATI	\$	\$	—
		MAYBACH	\$	\$	—
		MAZDA	\$	\$	—
		MERCEDES	\$	\$	—
		MERCURY	\$	\$	—
		MINI	\$	\$	—
		MINI COOPER	\$	\$	—
		MITSUBISHI	\$	\$	—
		NISSAN	\$	\$	—
		OLDSMOBILE	\$	\$	—
		PEUGEOT	\$	\$	—
		PLYMOUTH	\$	\$	—
		PONTIAC	\$	\$	—
		PORSCHE	\$	\$	—
		ROLLS ROYCE	\$	\$	—
		SAAB	\$	\$	—
		SATURN	\$	\$	—
		SCION	\$	\$	—
		SMART	\$	\$	—
		SUBARU	\$	\$	—
		SUZUKI	\$	\$	—
		TOYOTA	\$	\$	—
		VOLKSWAGEN	\$	\$	—
		VOLVO	\$	\$	—
	Pays d'origine		\$	\$	—
		Allemagne	\$	\$	—
		Autre	\$	\$	—
		Corée	\$	\$	—
		Corée du Sud	\$	\$	—
		États-Unis	\$	\$	—
		France	\$	\$	—
		Italie	\$	\$	—
		Japon	\$	\$	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Royaume-Uni	\$	\$	—
		Russie	\$	\$	—
		Suède	\$	\$	—
		Suisse	\$	\$	—
	Type de véhicule		\$	\$	—
		Compacte	\$	\$	—
		VUS compact	\$	\$	—
		Grosse voiture	\$	\$	—
		De grand luxe	\$	\$	—
		Intermédiaire	\$	\$	—
		VUS intermédiaire	\$	\$	—
		Grosse camionnette	\$	\$	—
		Gros VUS	\$	\$	—
		Grosse fourgonnette	\$	\$	—
		De luxe	\$	\$	—
		De luxe sport	\$	\$	—
		VUS de luxe	\$	\$	—
		De luxe taille moyenne	\$	\$	—
		Petite camionnette	\$	\$	—
		Petite fourgonnette	\$	\$	—
		Sport	\$	\$	—
		Sous-compacte	\$	\$	—
	Assurance automobile	Renouvellement en janvier	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en février	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en mars	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en avril	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en mai	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en juin	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en juillet	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en août	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en septembre	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en octobre	🏠 \$	—	—
		Renouvellement en novembre	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Renouvellement en décembre	🏠 \$	—	—
	Année de fabrication		\$	\$	—
		1981-2018	\$	\$	—
	Intention d'achat de véhicule	Envisage d'acheter ou de louer un NOUVEAU véhicule au cours des 6 prochains mois	🏠 \$	—	—
		Envisage d'acheter ou de louer un véhicule USAGER au cours des 6 prochains mois	🏠 \$	—	—
		Envisage d'acheter ou de louer un NOUVEAU véhicule au cours des 7 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
		Envisage d'acheter ou de louer un véhicule USAGER au cours des 7 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
		Envisage d'acheter ou de louer un NOUVEAU véhicule au cours des 13 à 24 prochains mois	🏠 \$	—	—
		Envisage d'acheter ou de louer un véhicule USAGER au cours des 13 à 24 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Prochaine marque de véhicule souhaitée	Acura	🏠 \$	—	—
		BMW	🏠 \$	—	—
		Daimler Chrysler	🏠 \$	—	—
		Ford	🏠 \$	—	—
		General Motors	🏠 \$	—	—
		Honda	🏠 \$	—	—
		Hyundai	🏠 \$	—	—
		Lexus	🏠 \$	—	—
		Mazda	🏠 \$	—	—
		Nissan	🏠 \$	—	—
		Autre	🏠 \$	—	—
		Toyota	🏠 \$	—	—
		Volkswagen	🏠 \$	—	—
		Volvo	🏠 \$	—	—
	Prochain type de véhicule souhaité	Compact	🏠 \$	—	—
		Électrique	🏠 \$	—	—
		Hybride	🏠 \$	—	—
		De luxe	🏠 \$	—	—
		Intermédiaire	🏠 \$	—	—
		Fourgonnette	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Autre	🏠 \$	—	—
		Coupé sport	🏠 \$	—	—
		Utilitaire sport	🏠 \$	—	—
Mode de vie	Amateurs de restaurants	Segment avec dépenses liées à l'ensemble des aliments achetés au restaurant	\$	✓	—
	Locataires	Segment avec dépenses liées aux logements loués	\$	✓	—
	Propriétaires de résidence de vacances	Segment avec dépenses liées aux résidences de vacances ou aux ventes de résidences de vacances	\$	✓	—
	Aventuriers de plein air	Segment avec dépenses liées à l'équipement sportif, aux événements, aux installations et aux services pour véhicules récréatifs	\$	✓	—
	Amateurs de jardinage	Segment avec dépenses liées aux fournitures, aux services, à l'équipement et aux outils pour le jardinage	\$	✓	—
	Amateurs de jeux	Segment avec dépenses liées aux jeux vidéo, aux jeux de fête foraine et au billard électronique	\$	✓	—
	Amateurs de divertissements	Segment avec dépenses liées aux arts, aux sports et aux autres divertissements	\$	✓	—
	Propriétaires de chalets	Propriétaire d'un chalet	🏠 \$	—	—
	Mode de vie respectueux de l'environnement		🏠 \$	—	—
Étape de la vie	Familles avec de jeunes enfants	Familles avec de jeunes enfants : Segment avec dépenses liées aux services de garde, aux jouets, aux camps de vacances, aux biens et à l'assurance parentale.	\$	✓	—
	Mariage récent	Mariage au cours des 6 à 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Mariage prochain	Mariage au cours des 6 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Nouveaux parents	Naissance au cours des 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Bientôt parents	Naissance au cours des 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Rénovations récentes	Rénovations résidentielles au cours des 6 à 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Rénovations prévues	Rénovations résidentielles au cours des 6 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Déménagement récent	Déménagement ou achat d'une maison au cours des 6 à 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Déménagement prévu	Déménagement ou achat d'une maison au cours des 6 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Retraite prochaine	Retraite au cours des 6 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Retraite récente	Retraite au cours des 6 à 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Nouveaux diplômés	Diplôme d'études collégiales au cours des 6 à 12 derniers mois	🏠 \$	—	—
	Étudiants	Étudie à l'université ou au collège ou obtention d'un diplôme au cours des 6 à 12 prochains mois	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	Inscription au niveau universitaire ou collégial	Prévoit de fréquenter un collège ou une université au cours des 12 à 24 prochains mois	🏠 \$	—	—
	Personnes âgées (65 ans et plus)	Hommes et femmes (65 ans et plus)	🏠 \$	—	—
Personnes ayant déménagé	Nouveaux occupants		🏠 \$	—	—
	Nouvelles adresses		🏠 \$	—	—
		NONA depuis	🏠 \$	—	—
		Depuis 1 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 2 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 3 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 4 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 5 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 6 à 9 mois	🏠 \$	—	—
		Deouis 12 mois	🏠 \$	—	—
	Nouveau sur le marché		🏠 \$	—	—
	Juste vendu	Depuis 1 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 2 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 3 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 4 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 5 mois	🏠 \$	—	—
		Depuis 6 à 9 mois	🏠 \$	—	—
		Deouis 12 mois	🏠 \$	—	—
	Sur les attributs du marché	Type d'immeuble	🏠 \$	—	—
		Maison	🏠 \$	—	—
		Appartement	🏠 \$	—	—
		Maison en rangée	🏠 \$	—	—
		Duplex	🏠 \$	—	—
		Maison à deux logements	🏠 \$	—	—
		Autre	🏠 \$	—	—
		Fourchette de prix	🏠 \$	—	—
		Moins de 149 999 \$	🏠 \$	—	—
		150 000 \$ à 199 999 \$	🏠 \$	—	—
		200 000 \$ à 249 999 \$	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		250 000 \$ à 299,999 \$	🏠 \$	—	—
		300,000 \$ à 349,999 \$	🏠 \$	—	—
		350 000 \$ à 399 999 \$	🏠 \$	—	—
		400 000 \$ à 499 999 \$	🏠 \$	—	—
		500 000 \$ à 749 999 \$	🏠 \$	—	—
		750 000 \$ à 999 999 \$	🏠 \$	—	—
		1 000 000 \$ à 1 499 999 \$	🏠 \$	—	—
		1 500 000 \$ à 1 999 999 \$	🏠 \$	—	—
		2 000 000 \$ ou plus	🏠 \$	—	—
	Sur les attributs du marché	Chambres à coucher	🏠 \$	—	—
		0	🏠 \$	—	—
		1	🏠 \$	—	—
		2	🏠 \$	—	—
		3	🏠 \$	—	—
		4	🏠 \$	—	—
		5	🏠 \$	—	—
		6+	🏠 \$	—	—
	Salles de bain		🏠 \$	—	—
		0	🏠 \$	—	—
		1	🏠 \$	—	—
		2	🏠 \$	—	—
		3	🏠 \$	—	—
		4	🏠 \$	—	—
		5	🏠 \$	—	—
		6+	🏠 \$	—	—
	Type de chauffage		🏠 \$	—	—
		Biénergie	🏠 \$	—	—
		Électrique	🏠 \$	—	—
		Géothermique	🏠 \$	—	—
		Gaz naturel	🏠 \$	—	—
		Mazout	🏠 \$	—	—
		Propane	🏠 \$	—	—

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
		Bois	🏠 \$	—	—
		Autre	🏠 \$	—	—
	Surface habitable		🏠 \$	—	—
		0 - 1 000 pieds carrés	🏠 \$	—	—
		1 001 - 2 000 pieds carrés	🏠 \$	—	—
		2 001 - 3 000 pieds carrés	🏠 \$	—	—
		3 001 et plus pieds carrés	🏠 \$	—	—
	Espaces de stationnement		🏠 \$	—	—
		0	🏠 \$	—	—
		1	🏠 \$	—	—
		2	🏠 \$	—	—
		3	🏠 \$	—	—
		4+	🏠 \$	—	—
	Piscine		🏠 \$	—	—
		Oui	🏠 \$	—	—
	Non	🏠 \$	—	—	
PRIZM	1-The A List	Couples et familles cosmopolites très riches	\$	✓	\$
	2-Wealthy & Wise	Citadins sophistiqués plus âgés et matures	\$	✓	\$
	3-Asian Sophisticates	Familles asiatiques aisées d'âge moyen	\$	✓	\$
	4-Turbo Burbs	Banlieusards aisés d'âge moyen	\$	✓	\$
	5-First Class Families	Familles nombreuses aisées des banlieues	\$	✓	\$
	6-Downtown Verve	Citadins aisés plus jeunes d'âge moyen	\$	✓	\$
	7-Mature & Secure	Citadins aisés matures et plus âgés	\$	✓	\$
	8-Multiculture ish	Familles multiethniques aisées des banlieues	\$	✓	\$
	9-Boomer Bliss	Banlieusards plus âgés et matures à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	10-Asian Achievement	Familles asiatiques d'âge moyen et plus âgées qui ont réussi	\$	✓	\$
	11-Modern Suburbia	Banlieusards multiethniques plus jeunes et d'âge moyen	\$	✓	\$
	12-Eat, Play, Love	Célibataires citadins plus jeunes bien instruits	\$	✓	\$
	13-Vie de Rêve	Familles québécoises aisées des banlieues	\$	✓	\$
	14-Kick Back Country	Couples et familles ruraux aisés d'âge moyen	\$	✓	\$
	15-South Asian Enterprise	Familles d'Asie du Sud citadines à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	16-Savvy Seniors	Personnes âgées citadines en appartements à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	17-Asian Avenues	Célibataires et familles asiatiques citadines à revenus moyens	\$	✓	\$
	18-Multicultural Corners	Familles urbaines variées à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	19-Family Mode	Familles aisées des banlieues d'âge moyen	\$	✓	\$
	20-New Asian Heights	Célibataires et couples asiatiques plus jeunes bien instruits	\$	✓	\$
	21-Scenic Retirement	Banlieusards matures et plus âgés à revenus moyens	\$	✓	\$
	22-Indieville	Célibataires et couples citadins d'âge moyen et plus jeunes	\$	✓	\$
	23-Mid City Mellow	Propriétaires urbains matures et plus âgés	\$	✓	\$
	24-All Terrain Families	Familles d'âge moyen plus jeunes des banlieues	\$	✓	\$
	25-Suburban Sports	Banlieusards d'âge moyen et plus jeunes à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	26-Country Traditions	Couples et familles ruraux à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	27-Diversité Nouvelle	Résidents diversifiés des centres villes du Québec	\$	✓	\$
	28-Latte Life	Célibataires locataires urbains plus jeunes	\$	✓	\$
	29-C'est Tigidou	Banlieusards du Québec à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	30-South Asian Society	Familles d'Asie du Sud d'âge moyen à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	31-Metro Melting Pot	Citadins diversifiés à revenus moyens	\$	✓	\$
	32-Diverse & Determined	Citadins d'âge moyen et plus jeunes à revenus moyens	\$	✓	\$
	33-New Country	Couples et familles rurales d'âge moyen à revenus moyens	\$	✓	\$
	34-Familles Typiques	Familles québécoises plus jeunes et d'âge moyen des banlieues	\$	✓	\$
	35-Vie Dynamique	Banlieusards québécois plus âgés à revenus moyens	\$	✓	\$
	36-Middle Class Mosaic	Citadins propriétaires à revenus moyens	\$	✓	\$
	37-Keep on Trucking	Citadins propriétaires à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	38-Stressed in Suburbia	Familles banlieusardes plus jeunes et d'âge moyen à revenus moyens	\$	✓	\$
	39-Évolution Urbaine	Célibataires et familles québécoises à revenus moyens	\$	✓	\$
	40-Les Énerjeunes	Jeunes célibataires québécois citadins	\$	✓	\$
	41-Down to Earth	Couples plus âgés et familles ruraux à revenus moyens	\$	✓	\$
	42-Banlieues Tranquilles	Banlieusards québécois d'âge moyen et plus âgés	\$	✓	\$
	43-Happy Medium	Familles et couples des banlieues à revenus moyens	\$	✓	\$
	44-Un Grand Cru	Célibataires et couples québécois plus âgés et matures	\$	✓	\$
	45-Slow Lane Suburbs	Célibataires et couples banlieusards plus âgés et matures	\$	✓	\$
	46-Patrimoine Rustique	Couples et célibataires francophones ruraux plus âgés	\$	✓	\$
	47-Social Networkers	Jeunes célibataires diversifiés dans appartements urbains	\$	✓	\$
	48-Agri Biz	Agriculteurs et cols bleus à revenus moyens	\$	✓	\$
	49-Backcountry Boomers	Couples et célibataires plus âgés ruraux à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	50-Country & Western	Propriétaires campagnards plus âgés à revenus moyens	\$	✓	\$
	51-On Their Own Again	Citadins plus âgés locataires d'appartements	\$	✓	\$
	52-Friends & Roomies	Jeunes citadins diversifiés à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	53-Silver Flats	Célibataires et couples banlieusards matures	\$	✓	\$
	54-Vie au Village	Québécois ruraux d'âge moyen et plus âgés	\$	✓	\$
	55-Enclaves Multiethniques	Célibataires et familles citadines diversifiées défavorisées	\$	✓	\$
	56-Jeunes Biculturels	Citadins québécois locataires plus jeunes et d'âge moyen	\$	✓	\$
	57-Juggling Acts	Célibataires et familles urbaines plus jeunes à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	58-Old Town Roads	Couples et célibataires plus âgés des villes à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	59-La Vie Simple	Banlieusards québécois à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	60-Value Villagers	Citadins à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	61-Came From Away	Locataires urbains multiethniques d'âge moyen	\$	✓	\$
	62-Suburban Recliners	Célibataires et couples banlieusards défavorisés	\$	✓	\$
	63-Amants de la Nature	Couples et célibataires ruraux plus âgés à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	64-Midtown Movers	Familles et célibataires urbains à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	65-Âgés & Traditionnels	Célibataires urbains du Québec plus âgés à faibles revenus	\$	✓	\$
	66-Indigenous Families	Familles des Premières Nations, Inuits et Métis, plus jeunes et d'âge moyen	\$	✓	\$
	67-Just Getting By	Jeunes célibataires et familles citadines à faibles revenus	\$	✓	\$
PRIZM QC	1-The A-List	Familles et couples cosmopolites très riches	\$	✓	\$
	2-Wealthy & Wise	Riches citadins raffinés âgés et matures	\$	✓	\$
	3-Downtown Verve	Familles et couples urbains bien nantis, d'âge moyen et plus âgés	\$	✓	\$
	4-Mature & Secure	Propriétaires bien nantis, plus âgés et d'âge mûr de la périphérie urbaine	\$	✓	\$
	5-Familles Bien Nanties	Familles et couples aisés des banlieues	\$	✓	\$
	6-Eat, Play, Love	Célibataires et couples citadins instruits plus jeunes et diversifiés	\$	✓	\$
	7-Spas & Barbecues	Familles d'âge moyen bien nantis des nouvelles banlieues	\$	✓	\$
	8-Prestige Québécois	Propriétaires aisés et plus âgés des banlieues	\$	✓	\$
	9-Indieville	Familles et célibataires citadins plus jeunes et d'âge moyen	\$	✓	\$
	10-Prospérité Internationale	Citadins diversifiés à revenus moyens supérieurs	\$	✓	\$
	11-Les Branchés	Célibataires citadins scolarisés plus jeunes	\$	✓	\$

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	12-C'est L'fun	Familles nombreuses de classe moyenne supérieure des banlieues	\$	✓	\$
	13-Bougeotte en Banlieue	Familles et couples d'âge moyen et plus jeunes des banlieues	\$	✓	\$
	14-Diversité Nouvelle	Familles diversifiées d'âge moyen des banlieues périphériques	\$	✓	\$
	15-Pied Solide	Couples et familles à revenus moyens supérieurs des banlieues	\$	✓	\$
	16-Latte Life	Célibataires citadins diversifiés plus jeunes	\$	✓	\$
	17-New Asian Heights	Célibataires et couples asiatiques plus jeunes	\$	✓	\$
	18-Ados & Activités	Familles d'âge moyen, à revenus moyens supérieurs des banlieues	\$	✓	\$
	19-Boomers Sociaux	Couples et célibataires plus âgés des banlieues	\$	✓	\$
	20-Chalets & Navetteurs	Propriétaires à revenus moyens supérieurs des banlieues	\$	✓	\$
	21-Frénésie Familiale	Familles plus jeunes avec de jeunes enfants des banlieues	\$	✓	\$
	22-Pas D'enfants, Pas D'soucis	Couples et célibataires plus âgés et matures des banlieues périphériques	\$	✓	\$
	23-Tous Grandis	Familles et couples vieillissants à revenus moyens des banlieues	\$	✓	\$
	24-À la Retraite	Couples plus âgés et matures, à revenus moyens des banlieues	\$	✓	\$
	25-Les Pantouflards	Propriétaires à revenus moyens des banlieues	\$	✓	\$
	26-On y Va!	Citadins célibataires et couples plus jeunes à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	27-Montréal Multinationale	Citadins locataires plus jeunes, diversifiés et instruits	\$	✓	\$
	28-Nids Vides en Campagne	Couples ruraux plus âgés et matures, dont les enfants ont quitté la maison	\$	✓	\$
	29-Le Plein Air	Familles et couples ruraux plus âgés et matures	\$	✓	\$
	30-Social Networkers	Jeunes célibataires diversifiés vivant dans des appartements en ville	\$	✓	\$
	31-On Their Own Again	Personnes âgées diversifiées vivant dans des tours d'habitation en ville	\$	✓	\$
	32-Vivre sa Vie	Familles et couples plus jeunes de classe moyenne des banlieues	\$	✓	\$
	33-Came From Away	Citadins multiethniques locataires plus jeunes et d'âge moyen	\$	✓	\$
	34-Ville Vivante	Citadins propriétaires et locataires à revenus moyens	\$	✓	\$
	35-Québécois de Souche	Familles et couples ruraux, de classe moyenne	\$	✓	\$
	36-Backcountry Boomers	Couples ruraux, plus âgés et matures de classe moyenne	\$	✓	\$
	37-Confort Col Bleu	Familles et couples à revenus moyens des banlieues	\$	✓	\$
	38-L'Âge D'or	Banlieusards plus âgés et matures, à revenus moyen	\$	✓	\$

OPTIONS DE CIBLAGE DES CONSOMMATEURS POUR UNE CAMPAGNE DE MARKETING INTELLIPOSTE



Marketing Intelligente
La science de l'activation



CATÉGORIES	SOUS-CATÉGORIES	DÉTAILS	COURRIER PERSONNALISÉ	CIBLAGE PAR CODE POSTAL	COURRIER DE QUARTIER
	39-Ça Roule	Célibataires et couples urbains instruits et plus jeunes	\$	✓	\$
	40-Ferme à Table	Familles et couples ruraux plus âgés et matures	\$	✓	\$
	41-Appellez la Gardienne	Familles et célibataires plus jeunes à revenus moyens supérieurs des banlieues	\$	✓	\$
	42-Voler en Solo	Jeunes citadins célibataires scolarisés et mobiles	\$	✓	\$
	43-Enclaves Multiethniques	Familles et célibataires citadins diversifiés à faibles revenus	\$	✓	\$
	44-Paix & Paysage	Couples et célibataires ruraux d'âge moyen et plus âgés	\$	✓	\$
	45-Quartier Mélange	Célibataires et familles à revenus moyens, en périphérie urbaine	\$	✓	\$
	46-Douceur de Vivre	Banlieusards plus âgés et matures, à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	47-Esprit Campagnard	Couples ruraux plus âgés et matures à revenus moyens inférieurs	\$	✓	\$
	48-Années d'Automne	Citadins célibataires plus âgés et matures à faibles revenus	\$	✓	\$
	49-Camping & Caravan	Propriétaires ruraux plus âgés et matures, à revenus moyens	\$	✓	\$
	50-Franco Méli Mélo	Célibataires et couples plus âgés à revenus moyens des banlieues	\$	✓	\$
	51-Vivre au Présent	Locataires mobiles plus jeunes à revenus moyens inférieurs des banlieues	\$	✓	\$
	52-Mosaïque Multiculturelle	Célibataires et familles citadines plus jeunes diversifiés	\$	✓	\$
	53-Banlieusards Aînés	Célibataires et couples plus âgés à faibles revenus des banlieues	\$	✓	\$
	54-Jeunes & Jeunes de Cœur	Célibataires plus jeunes et plus âgés des banlieues	\$	✓	\$
	55-Convivialité Urbaine	Familles et célibataires citadins diversifiés à faibles revenus	\$	✓	\$
	56-Indigenous Families	Familles autochtones plus jeunes et d'âge moyen dans des villes éloignées	\$	✓	\$
	57-Au Jour le Jour	Citadins célibataires mobiles plus jeunes à faibles revenus	\$	✓	\$