



## UN AFFICHAGE BRILLANT

Plus de sept cent quarante-deux mille lumières à impulsions frénétiques clignotant sur un affichage brillant aux couleurs coordonnées : On pourrait décrire ainsi le nouvel écran DEL ultra-moderne faisant quatre mètres sur deux mètres, et érigé au cœur du hall récemment rénové du 433 Chabanel. Couvrant près de neuf mètres carrés et clairement visible de la rue par la façade vitrée de l'immeuble, c'est en effet la plus récente technologie accrocheuse en termes d'affichage sur écran géant à haute définition. Il a une gamme de soixante millions de couleurs semblable aux écrans des grands complexes sportifs et arénas incluant le Centre Bell. L'écran géant sera relié à une douzaine d'autres écrans installés un peu partout sur la mezzanine et au rez-de-chaussée du 433, ainsi que dans les halls des autres immeubles gérés par Groupe Dayan. Le réseau aura la capacité non seulement de diffuser des messages publicitaires, mais également d'afficher des avis importants destinés aux locataires et aux visiteurs. Il diffusera également les nouvelles de dernière heure, la météo et des événements sportifs par satellite.

Nos locataires seront invités sous peu à profiter de possibilités abordables en matière de publicité, qui apparaîtront sur le nouvel écran géant DEL et sur les autres écrans. Nous estimons que ce nouveau réseau médiatique permettra à nos locataires une exposition constante, fréquente et continue auprès des milliers de visiteurs du secteur Chabanel/Saint-Laurent.

**Pour plus de détails, veuillez contacter votre gérant d'immeuble du Groupe Dayan.**

## ÉDITORIAL

### ÉCO-TECH

Le thème du bulletin d'information est : La technologie et notre façon de l'incorporer au développement durable de nos propriétés. Le point marquant de cette édition est la publicité sur média numérique. L'écran de quatre mètres sur deux mètres constituant notre dernière amélioration du 433 Chabanel en est un excellent exemple. Cet écran

affiche la toute dernière technologie DEL et est la pièce de résistance de nos rénovations. Non seulement il ajoute un élément attrayant à l'immeuble, mais il s'inscrit également dans notre engagement envers des méthodes écologiques efficaces et durables. Nous nous attendons à ce que cet écran, en tant que nouvel outil de communication, diminue considérablement les dépliants et les avis dans l'immeuble. Il nous est évident que l'avenir appartient aux médias numériques. Vous trouverez également dans ce bulletin d'information, des renseignements utiles concernant l'horaire des travaux routiers de la ville pour ce secteur. La construction continue une partie de l'hiver alors que Chabanel subit sa transformation extrême. Nous profitons de l'occasion pour vous souhaiter ainsi qu'à vos locataires et visiteurs, une Nouvelle Année prospère! **Georges Dayan**

## PANNEAUX PUBLICITAIRES EN MOUVEMENT

« Les publicités sont si nombreuses de nos jours qu'on leur porte négligemment attention... » Samuel Johnson, 1759

Si l'observation de Samuel Johnson était vraie en 1759, elle est d'autant plus vraie aujourd'hui, en cette ère de « média-manie ». Nous sommes un peuple en mouvement, effectuant plusieurs tâches à la fois, répondant à nos cellulaires et tapant des messages sur nos Blackberry. La question que se pose les annonceurs est comment attirer l'attention d'une population n'ayant que très peu de temps libre ? Ils se tournent donc de plus en plus vers les médias numériques. La technologie sur écran géant à haute définition a non seulement rendu les médias numériques plus intéressants pour les annonceurs, elle a aussi rejoint une population sensibilisée à l'environnement. Pour les entreprises

qui envisagent les possibilités de ces nouveaux médias, l'édition de novembre du magazine *Marketing* présentait sept conseils pour une communication commerciale efficace et conçue pour l'ère du numérique :

### 1. ATTIREZ L'ATTENTION LORS DES 5 PREMIÈRES SECONDES.

Votre clientèle est en mouvement. Attirez son attention de façon immédiate.

### 2. SIMPLIFIEZ.

Les messages numériques durent de 10 à 15 secondes en moyenne. Optez pour la simplicité. Pas plus de 5 à 10 mots par écran. Les images doivent être iconiques et nettes.

### 3. SOYEZ ÉMOTIFS.

Les gens sont émotifs à 80 % et rationnels à seulement 20 %. Dans un monde si technologiquement complexe, vous devez toucher les gens au niveau personnel.

### 4. METTEZ L'ACCENT SUR LA MARQUE.

On ne peut jamais trop utiliser un logo. Les messages passeront en boucle parmi plusieurs messages, alors votre logo placé au début, à la fin ainsi que tout au long du message, vous permettra de vous démarquer.

### 5. DESIGN CONTRASTANT ET NET.

C'est la norme pour tous les messages commerciaux, mais particulièrement pour les médias numériques car il offre beaucoup de possibilités d'animation et il est fréquent pour les créateurs de se laisser emporter par la technologie des effets spéciaux.

### 6. GARDEZ LES CHOSES EN MOUVEMENT.

Soyez dynamiques. La plus grande force et la caractéristique marquante de ce type de publicité est le mouvement. Même les messages contenant beaucoup de texte tirent profit d'un mouvement constant.

### 7. CONTEXTE.

Demeurez conscients de où et quand votre auditoire verra vos messages et parlez-leur en conséquence.

**Mike Benhaim** est Vice-président aux ventes pour Eden Advertising & Interactive.

On peut le rejoindre au **905-669-9550\*261**

ou sans frais au **1-800-844-0106**

ou par courriel à [mike@edenadvertising.com](mailto:mike@edenadvertising.com)



## CONFORT ET SÉCURITÉ SUR INTERNET

### Gestion de contenu | Web multisites

Nos objectifs principaux en tant que propriétaires sont de permettre aux locataires d'être **écoénergétiques, rentables, confortables et sécuritaires**. La technologie facilite la mise en place du bien-être, de la prospérité et de la pérennité de nos locataires au coeur de notre stratégie de développement durable. Le programme de mise à niveau de nos propriétés à l'aide des technologies les plus sophistiquées et intégrées sur le marché est maintenant terminé. **La phase 1 impliquait le remplacement d'appareils de chauffage, moteurs et éclairages inefficaces et peu écologiques dans tous nos immeubles. La phase 2 exigeait l'installation de « mesures de contrôle Web multisites » pour la gestion du tout nouvel équipement.** Ce système centralisé nous permettra de gérer les systèmes énergétiques à partir d'un seul emplacement via Internet. Que ce soit pour le chauffage du 9494 Saint-Laurent, la climatisation du 433 Chabanel, l'éclairage du 225 Chabanel ou l'utilisation des portes de garage du 333 Chabanel, notre nouveau système nous permettra de minimiser notre consommation, d'optimiser notre efficacité et de réduire nos coûts d'entretien, ce qui sera avantageux pour tous.

# POUR TOUS VOS BESOINS LOCATIFS

GROUPE  
DAYAN



DESIGN ILLIMITÉ

## LA TRANSFORMATION EXTRÊME DE CHABANEL EST EN COURS

Le travail est déjà commencé en ce qui concerne l'initiative de rénovation de la ville au coût de 17 millions, destinée à rendre la rue Chabanel plus fonctionnelle, attrayante et viable. La première phase du projet de développement en plusieurs étapes a débuté en novembre 2008 et sera mise en oeuvre sur une période de deux ans. Elle inclut le remplacement des conduites d'eau souterraines entre Tolhurst et Meilleur, du côté sud de Chabanel. La phase 1 se poursuivra tout au long de l'hiver 2009 alors que ces mêmes travaux seront prolongés entre Tolhurst et Saint-Laurent, et de nouvelles infrastructures souterraines pour lignes électriques et canalisations de gaz seront installées.

Les travaux routiers commenceront au printemps 2009 et se poursuivront pendant l'été et l'automne. Les trottoirs le long de Chabanel seront élargis, le terre-plein central reconstruit et les passages pour



piétons refaits. On installera également des feux de signalisation et de circulation pour les piétons, plus modernes. D'ici le printemps 2010, les éléments essentiels de la rue rénovée seront en place et prêts pour la touche esthétique finale incluant de nouveaux arbres et des plantes vertes, ainsi qu'un nouveau mobilier urbain. L'étape finale de transformation de la rue impliquera le démantèlement des anciennes lignes électriques et la reconnection des propriétés commerciales et résidentielles aux nouvelles infrastructures souterraines. Ces travaux seront effectués en fin d'année 2010 et début 2011. Nous vous tiendrons régulièrement au courant des développements ultérieurs par l'entremise de notre bulletin d'information et à partir du nouveau centre des médias au 433 Chabanel. L'arrondissement Ahuntsic-Cartierville a également mis sur pied un service téléphonique au **514-212-5787**.

## RENDEZ-VOUS

## PLAISIR, PASSION, TRAVAIL ACHARNÉ ET UN PEU DE HASARD



« Plaisir, passion, travail acharné et un peu de hasard », voici ce qui pourrait décrire **la philosophie découlant du succès d'Oliver Feher**. Créateur et propriétaire de la compagnie **Diffusion Rags**, Oliver s'est retrouvé dans le domaine de la mode par pur hasard. Un ami dans le domaine avait besoin d'un vendeur et Olivier avait répondu à l'appel. À l'époque, il s'intéressait davantage aux automobiles et à la conversion de son garage en paradis pour mécanicien. Mais Oliver a vite découvert qu'il avait un don pour la mode et s'est découvert une passion pour cette industrie. **Aujourd'hui, il dirige une agence à la mezzanine du 433 Chabanel ayant des ventes de plus de 6 millions de dollars par année. Il représente certaines des lignes de vêtements les plus en vogue dans le domaine musical comme la ligne Rockawear de Jay-Z, la ligne Role Model de Simple Plan, et autres.** Nous avons interviewé Oliver, qui nous a aimablement fait partager son savoir.

### Quelle a été votre source d'inspiration pour créer Diffusion Rags ?

OF: Je suis très sociable et j'apprécie particulièrement rencontrer des gens de différentes cultures et de différents milieux. Je crois qu'il faut réellement aimer travailler avec les gens pour réussir dans ce domaine. Mon objectif est de satisfaire les besoins de mes clients et de leur fournir des produits de très grande qualité, qui, à leur tour, leur donneront l'occasion de faire de l'argent et réussir.

### Quelle direction prend la mode au Canada selon vous ? Quelles tendances de styles ?

OF: Dans les conditions actuelles du marché, les clients recherchent des niveaux de prix et de la valeur plus que jamais. Les marques d'influence musicale sont fantastiques car peu importe les conditions du marché existant, la musique et la mode vont toujours de pair lorsqu'ils font en sorte que les gens se sentent bien dans leur peau. Pour ce qui est des dernières tendances de style, le denim est un élément important pour nous. Dans le denim, l'ajusté et le « moulant » est à la mode, le bouffant est démodé. Les gens reviennent à la mode de la vieille école des années 80.

### Comment le rôle de l'agence doit-il changer pour pouvoir réussir sur le marché actuel ?

OF: Les agences doivent intensifier leurs efforts et se différencier. Un excellent service à la clientèle, du personnel hors pair, et des bureaux accueillants sont toutes les clés d'une agence prospère. Dans la vente, chaque mètre carré doit rapporter quelque chose, vous devez donc être sélectifs dans ce que vous exposez et dans la manière de le faire. Le produit se doit d'être une nouveauté. Par exemple, nous sommes à élaborer une marque sur étiquette privée appelée *Your Name* (votre nom), où les clients peuvent inscrire leur nom et/ou logo sur n'importe quel vêtement. Je suis fier de travailler avec des compagnies locales et m'efforce de maintenir les activités de production à Montréal et au Canada dans la mesure du possible.

## PROCHAINS DÉFILÉS DE MODE À NE PAS MANQUER

### MAGIC

DATE : Du 17 au 19 février 2009  
LIEU : Las Vegas Convention Center, Nevada  
VISITEURS : 30,000  
EXPOSANTS : 1,500  
MARCHÉ : Vêtements homme, femme et enfant, accessoires et chaussures.  
<http://www.magiconline.com/magic/v42/index.cvn>

### PROJECT

DATE : February 18 to 20, 2009  
LIEU : The Mandalay Bay Hotel, Las Vegas Nevada  
VISITEURS : 26,000+  
EXPOSANTS : 250+  
MARCHÉ : Mode homme, femme, enfant et accessoires. Mode contemporaine décontractée et mode urbaine avant-gardiste.  
<http://www.projectshow.com>

### FASHION COTERIE

DATE : 22 au 24 février 2009  
LIEU : Le Piers and Javits Center, New York  
VISITEURS : 14 000,  
EXPOSANTS : 1200  
MARCHÉ : Jeunes designers avant-gardistes, mode du marché intermédiaire et professionnelle.  
[www.enkshows.com](http://www.enkshows.com)

### 100% FRESH

DATE : 15 au 19 mars 2009  
LIEU : Centre des congrès de Toronto, Toronto  
MARCHÉ : Jeunesse 15 – 25, denim, mode sportive et de rue, urbaine et accessoires.  
[www.fresh.com](http://www.fresh.com)

### FOCUS ON FASHION

DATE : Quatre fois par année (janvier – avril – août – octobre)  
LIEU : Palais des congrès de Broward County, Fort Lauderdale, Floride  
EXPOSANTS : 500  
MARCHÉ : Mode *lifestyle* et de vacances, américain, mature.  
[www.floridafashionfocus.com](http://www.floridafashionfocus.com)

### BBARCELONA (Bread & Butter Barcelona)

DATE : juillet 2009  
LIEU : Fira Barcelona, Espagne  
VISITEURS : 90 000  
EXPOSANTS : 900  
MARCHÉ : Jeunes avant-gardistes, denim, mode actuelle, sportive et de rue, urbaine supérieure.  
[www.breadandbutter.com](http://www.breadandbutter.com)

### MODA MANHATTEN

DATE : 22 au 24 février/ 3 au 5 mai/ 2 au 4 août 2009  
LIEU : Javits Center, New York  
EXPOSANTS : 180  
MARCHÉ : Vêtements plein air, occasion spéciale/de soirée, d'extérieur/manteaux, vestons/carrière, robes, tricot/chandails, vêtements de sport, coordonnés (*related* et *soft separates*) vêtements de détente/de nuit, fourrure/cuir/suède, articles de fantaisie.  
[www.modamanhattan.com/manhattan/index.html](http://www.modamanhattan.com/manhattan/index.html)

### MODA LAS VEGAS

DATE : 16 au 18 février/ 31 août au 2 septembre 2009  
LIEU : The Venetian Hotel, Las Vegas  
EXPOSANTS : 85  
MARCHÉ : Vêtements plein air, occasion spéciale/de soirée, d'extérieur/manteaux, vestons/carrière, robes, tricot/chandails, vêtements de sport, coordonnés (*related* et *soft separates*), vêtements de détente/de nuit, fourrure/cuir/suède, articles de fantaisie.  
[www.modamanhattan.com/lasvegas/index.html](http://www.modamanhattan.com/lasvegas/index.html)

### VANCOUVER FASHION WEEK

DATE : 5 au 9 novembre 2009  
LIEU : 305 avenue Dunlevy  
VISITEURS : 15 000 +  
MARCHÉ : Ecomode, designers du Canada et de la côte-ouest américaine.  
[www.vanfashionweek.com](http://www.vanfashionweek.com)

### COUROMODA

DATE : janvier 2010  
LIEU : Centre d'exposition Anhembi, Sao Paulo, Brésil  
VISITEURS : 77 000,  
EXPOSANTS : 1200  
MARCHÉ : Cuir et chaussure.  
[www.couromoda.com](http://www.couromoda.com)



## ÉVÉNEMENTS

GROUPE DAYAN  
A LE PLAISIR  
D'ACCUEILLIR  
LES NOUVEAUX  
OCCUPANTS SUIVANTS :

BLEU CIEL TECH INC au 333 Chabanel

7 SUR 7 au 333 Chabanel

ALIX K au 333 Chabanel

MISTEA au 333 Chabanel

ASSOCIATION DES CONSTRUCTEURS

DU QUEBEC au 433 Chabanel

SIGNATURE INVITATIONS au 433 Chabanel

DISTRIBUTION 3 au 433 Chabanel (mezzanine)

FAD au 433 Chabanel (mezzanine)

ATOLLE PALME au 433 Chabanel (mezzanine)

FRENCH DRESSING au 225 Chabanel

SKIN INDUSTRIES au 99 Chabanel