

TAXICOM

Présenté à

La commission permanente du conseil municipal sur le transport, la gestion des infrastructures et l'environnement

Et

La commission permanente du conseil d'agglomération sur l'environnement, le transport et les infrastructures

La publicité, un apport financier pour l'industrie du taxi

Le 1 décembre 2010

QUI SOMMES-NOUS?

TAXICOM, une nouvelle vision de la publicité

TAXICOM est une entreprise québécoise qui a rendu possible la vente d'espaces publicitaires sur taxis à Montréal.

Créée en 2008 par une association de spécialistes de l'industrie des médias et de la communication, TAXICOM est le fruit d'une vision forte et stratégique: celle d'implanter à Montréal une plateforme publicitaire innovatrice et urbaine répondant aux attentes du marché de la communication tout en participant à l'évolution de l'industrie du taxi.

Forte d'une entente exclusive avec 90 % des compagnies de taxi de l'île de Montréal, TAXICOM offre maintenant un réseau d'affichage intégré sur la plus grande flotte de publicité mobile à Montréal et au Canada.

NOTRE RÉSEAU

L'Aboutissement de notre projet est le fruit d'une longue et étroite collaboration entre les représentants de l'industrie du taxi, de la ville de Montréal et des intervenants de l'industrie des médias

- + But: Un réseau d'affichage mobile comprenant une flotte de taxis de 2,000 véhicules sur l'île de Montréal dès 2012.
- + Objectif: Offrir aux annonceurs nationaux un réseau d'affichage mobile pan canadien originaire de Montréal

Le réseau montréalais (phase 1)

- ✕ Nombre de taxis sur la route aujourd'hui : 300
- ✕ Nombre de taxis d'ici décembre 2010 : 600
- ✕ Nombre de taxis d'ici décembre 2011 : 1200

TAXICOM S'IMPLIQUE

Concernant le design du dôme publicitaire intégré, nous vous confirmons par la présente, que TAXICOM a accepté de renoncer à ses droits d'exclusivité dans le marché de la ville de Montréal pour permettre au bureau de taxi d'en faire la norme d'affichage dans le cadre de la modification du règlement qui permettra la publicité sur les véhicules taxis de la ville de Montréal.

(lettre envoyée à la direction du BTR, le 7 décembre 2009)

NOTRE APPORT

- ✕ En collaboration avec nos partenaires Alto Design et l'agence de communication Imago nous avons développé:
 - + Un lanternon avec support d'affichage publicitaire pour les permis réguliers, et pour le transport en services restreints
 - + Un lanternon sans support publicitaire pour les permis réguliers et pour le transport en services restreints
 - + La signature TAXI MONTRÉAL

(voir le règlement sur le service par taxi RCG 19-009)

En collaboration avec Alto Design, nous avons aussi développé pour nos partenaires de l'industrie de nouvelles signatures (identifications) des membres du réseau Taxicom

Pour développer ces divers éléments, Taxicom a investi plus de \$200,000





LA PUBLICITÉ SUR LES TAXIS, UN COUP DE POUCE POUR L'INDUSTRIE

- ✖ Nous devons absolument trouver un moyen de revitaliser l'industrie qui connaît sa part de difficultés économiques, surtout avec la récession », affirme Mario Sabourin
- ✖ À titre d'exemple, le coût d'un permis d'opération pour les chauffeurs de taxi dans la région de Montréal peut varier entre 200 000 \$ et 230 000 \$. De plus, un chauffeur propriétaire dépense annuellement quelque 11 000 \$ pour les frais fixes de son véhicule (assurances, droits et permis, entretien, etc.) et environ 100 \$ par jour pour les frais de sa voiture en incluant l'essence.
- ✖ « On peut apposer de la publicité sur n'importe quel véhicule privé ou public, sauf sur un taxi, et les entreprises commerciales ne se privent pas de ce support publicitaire. La publicité étant également permise sur les autobus et à l'intérieur des métros, il s'avère tout à fait légitime qu'il en soit ainsi pour les taxis. Après tout, il s'agit de venir en aide à des entreprises et à des travailleurs autonomes qui œuvrent dans une situation économique précaire », de conclure M. Sabourin.

Communiqué de presse conjoint du TAQ et du CPCDIT, le 16 novembre 2009

LES FAITS:

- ✖ Depuis mars 2010, le règlement municipal autorise la publicité sur les véhicules taxis
- ✖ Le réseau Taxicom opère depuis le 3 mai 2010
- ✖ Six (6) mois d'opérations avec 300 véhicules
 - + Nous avons déjà retourné plus de \$250,000 à l'industrie
- ✖ Nous ajoutons 300 nouveaux véhicules dès décembre 2010
- ✖ Nous planifions doubler le réseau en 2011
- ✖ 600 véhicules devraient générer au moins \$1,000,000 annuellement
- ✖ 1,200 véhicules devraient générer deux fois plus

NOTRE PRODUIT

UNE SURFACE D’AFFICHAGE DE 42” X 12” DE CHAQUE CÔTÉ DU DÔME.

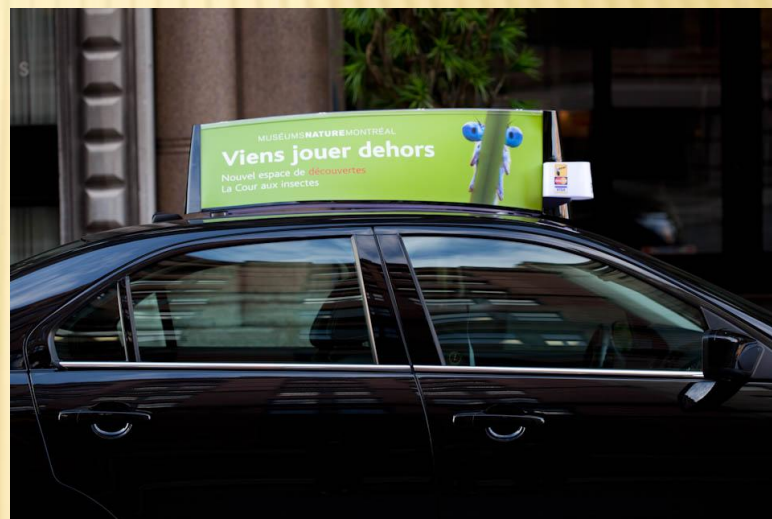
Caractéristiques du dôme

- Rétro-éclairé LED, un système d’éclairage économique et écologique.
- Structure conforme aux normes de sécurité de Transport Canada.
- Répond à des critères modernes d’esthétisme et d’efficacité.
- Fait de plastique roto moulé

Caractéristiques de la surface d’affichage

- Adhésif spécial résistant au vieillissement, à la chaleur et au froid, imprimé en numérique
- Antireflet, permettant une visibilité maximale

NOTRE DÔME



LE FUTUR DE L'INDUSTRIE: LE GPS

- ✗ Jusqu'à présent, la répartition des appels de service dans l'industrie du taxi se faisait manuellement. Cette méthode de travail occasionnait des délais néfastes à la qualité du service et ne permettait pas toujours de répondre efficacement aux attentes de la clientèle cible. Plus spécifiquement, durant les heures de pointe les délais de réponse pouvaient s'étirer jusqu'à une quinzaine de minutes entre la prise d'appel et la répartition de ce dernier.

LE GPS, UN INVESTISSEMENT INDISPENSABLE MAIS ONÉREUX

Le système GPS devient rapidement une réalité dans l'industrie du taxi et les coûts inhérents à l'acquisition de cet outil de travail représentent un investissement important pour la majorité des propriétaires de taxi de notre ville surtout en cette période économique encore difficile et instable

Il devient crucial que l'industrie se donne les moyens de s'équiper conformément aux nouvelles normes de façon à répondre efficacement aux opportunités qui se présenteront certainement suite à cette commission qui saura, nous en sommes convaincus, trouver les solutions pour rentabiliser et améliorer cette industrie qui veut prendre sa place dans le réseau de transport de Montréal

LA PUBLICITÉ INTÉRIEURE, UNE SOURCE DE FINANCEMENT

Taxicom a développé, en collaboration avec des partenaires de l'industrie de l'informatique spécialisés en transport urbain un projet qui inclurait le développement, l'installation et la mise en opération de réseaux GPS conformément aux attentes et aux aspirations des divers regroupements d'intermédiaires

De plus, toujours en collaboration avec ces partenaires, des ententes de financement avantageuses ont été négociées avec des entreprises spécialisées

Objectifs:

- Fournir des équipements GPS aux propriétaires intéressés

- Installer des écrans publicitaires à l'arrière pour les passagers

Mandat Taxicom:

- Générer suffisamment de revenus publicitaires pour:**

 - Payer l'équipement GPS

 - générer des revenus additionnels

PHASE 2, UN NOUVEAU MÉDIUM PUBLICITAIRE

Taxicom souhaite introduire dans son réseau une nouvelle plateforme publicitaire :

les écrans vidéos à l'intérieur des taxis.

Ces écrans constitueront un outil de communication innovateur et accrocheur qui permettra d'enrichir l'expérience d'une course en taxi. Cet environnement contrôlé et confortable sera propice à la rétention des messages, donc fort intéressant pour les annonceurs.



NOTRE PROMESSE

- ✖ Chez Taxicom, notre mission est d'offrir à notre clientèle un service hors pair et de maximiser le montant des redevances de nos partenaires
- ✖ Pour atteindre ces objectifs, nous nous engageons à continuer de travailler étroitement avec tous les intervenants de l'industrie du transport pour améliorer l'image et le rendement de l'industrie
- ✖ De plus, comme nous participons au financement de l'industrie, nous souhaiterions fortement être présents lors des tables de concertation et ainsi pouvoir contribuer aussi à notre façon au développement de l'industrie du taxi

MERCI

MERCI