



# Le Marché Casse-Noisette

[www.marchecassenoisette.com](http://www.marchecassenoisette.com)

## Le Marché Casse-Noisette a partagé sa féerie pour une 5<sup>e</sup> édition.

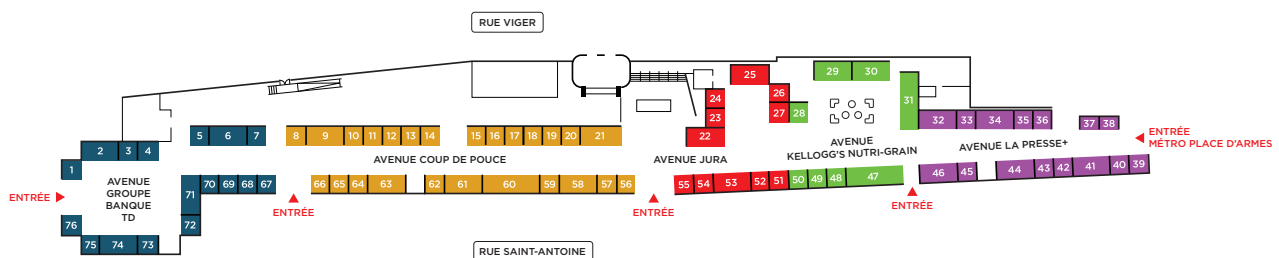
Durant **12** jours, **66 000** visiteurs ont été enchantés par l'univers du Marché Casse-Noisette, et ont trouvé le cadeau de Noël parfait parmi les **84** participants sélectionnés par un comité en fonction de la **qualité**, de **l'originalité**, de **l'exclusivité**, de **la diversité** de leurs produits et de leur gamme de prix. Cette année, le Marché Casse-Noisette a remis **93 000 \$** au Fonds Casse-Noisette pour enfants des Grands Ballets, grâce au redevances de 10 % des ventes des exposants présents ainsi qu'aux profits générés par Les Grands Ballets lors de l'événement.

Depuis sa création en 2010, 250 différents exposants sont venus proposer leurs produits. 8 d'entre eux sont fidèles depuis les débuts et 77 ont été présents plus de deux années consécutives. À chaque an, entre 45 % et 50 % des exposants sélectionnés sont inédits.

« Le Marché Casse-Noisette me donne la chance de rencontrer des gens pour qui l'art et la philanthropie se conjugue au même temps. Faire l'achat d'un cadeau au Marché Casse-Noisette, c'est faire d'une pierre deux bons coups, un pour votre famille ou ami, et l'autre pour un enfant qui découvrira l'art par le Fonds Casse-Noisette. »

– Richard Dupuis AU TOURNANT DE L'ART

Grâce à son ergonomie de visite unique – tout en longueur – le Marché Casse-Noisette garantit à ses exposants d'être vus par tous les visiteurs. De plus le concept « **tout sous un même toit** », permet une panoplie d'idées cadeaux de moyen et haute gamme pour tous les budgets.



« Depuis 5 ans, le Marché Casse-Noisette invite le public à venir faire le plein de cadeaux dans une foire où de nombreux artisans québécois proposent mille et un produits... »

- Caroline Bertrand - DécorMag

## Liste des exposants

### PLAISIRS GOURMANDS

À la folie ! • Cassis Mona & filles • Chocolaterie Mathilde Fays • Cidrerie Verger Pedneault • Colibri (Produits Ricard) • Confiturerie Tigidou • Domaine Kildare • Domaine Labranche • Domaine Pinnacle • DouceSoeur, chocolaterie • Épicéa - Centre Augustinien • Impérial Caviar & Seafood • KandJu.com • L'atelier du Caramel • L'échoppe gourmande • La Nougaterie • La Petite Paysanne • Les Canardises • Les Produits fine-bouche • Maison Christian Faure • Madépices • Marmite Sul'feu • Miel Nature Inc • Olivo • Omerto • POPS ART • Storica • Toque & Tablier



### MAISON & DÉCORATION

Alice in Montréal • Aromas Natureles • Au tournant de l'Art • Avenue Coloniale • Bamboo for Life • Création Mano Verde • Dugal Enr • mister dress-up • Nappes du Sud • Olivia • Poterie R.Badger & R.Chartier • Titanium Exclusive Cookware

### BIJOUX & ACCESSOIRES

Alpagas des Apalaches • Amber Mode • Arelaine • Beautiz • BeBlue Bijoux et accessoires • Bijoutia par Claudia B • Bijoux Nazaro • Chamel • Christine Bijoux • Cool Combs Hair by Lindsey • Emporia Splendors Inc • Enzo Kay • Fay with love • Fixation Design Inc • Gabriel C • Hibù • La Maison Tricotée • MICALLA • m : n : watch Canada • MAINSMONDE • Sazzu • Union Libre cidre et vin • ZYO

### BEAUTÉ & BIEN-ÊTRE

Au Savon de Marseille • Bioéternel cosmétiques • Cosmitty Canada • Emporium • Les Pétards • Mekar cosmétiques • Terre d'Hysope • Zorah biocosmétiques Inc.

### ENFANT & JOUETS

Chat Perché, jeux et jouets • Couleur-moi • Crazy Lily Bijoux • Gamines & cie • Juke Box Canada • Les Triplettes • Lili graffiti • Mademoiselle Butterfly



### DÉCOUVERTES

Boutique Virevolte • Coffrets Prestiges • Green Brite • Les Grands Ballets • Les Senteurs d'Angkor



### Date et lieu

Du jeudi 27 novembre au dimanche 7 décembre 2014  
Dans les galeries commerciales du  
Palais des congrès de Montréal [Rez-de-chaussée].

#### Heures d'ouverture au public

Lundi au mercredi	11 h à 19 h
Jeudi et vendredi	11 h à 20 h
Samedi et dimanche	11 h à 17 h



# Activités

## Cocktail d'ouverture

**Le mercredi 26 novembre 2014, de 18 h à 20 h,**

avait lieu la soirée exclusive d'ouverture où 2 000 convives ont découvert en primeur la nouvelle cohorte d'exposants. Une centaine de blogueurs, journalistes et représentants des médias se sont joint aux partenaires de l'évènement, donateurs, clients privilégiés des exposants et autres invités de marques.

Également à cette occasion, un de nos exposants – Imperial Caviar and Seafood – a eu l'opportunité d'établir le nouveau record Guinness du plus grand bar à caviar d'esturgeon au monde !

## Kiosque promotionnel

Lors des représentations par le Ballet de l'Opéra de Paris, à la Salle Wilfrid-Pelletier de la Place des Arts, nous avons installé un kiosque promotionnel du Marché Casse-Noisette. Les spectateurs de *Paquita*, ont pu déguster des produits et découvrir quelques-uns des items vendus lors de l'édition 2014 du Marché Casse-Noisette.

## Animation

Durant la soirée d'ouverture, et tout au long du Marché, quelques bénévoles ont enfilé les costumes des célèbres personnages du ballet Casse-Noisette. Ainsi petites souris, Arlequine, Soldat et Roi Bonbon ont déambulés, offrant aux visiteurs une interaction très prisée.



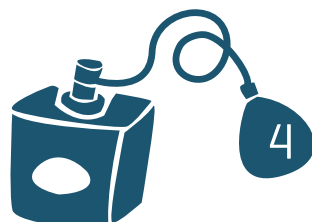
*« ... J'ai découvert le Marché Casse-Noisette en 2011, où j'avais eu la chance d'aider une amie qui y exposait. J'ai tout de suite aimé ce marché qui nous plonge dans la féerie des marchés traditionnels de Noël. De plus, mère de deux enfants, je suis plus que concernée par leur vocation philanthropique permettant à des enfants défavorisés de participer, entre autres, à une représentation du ballet... »*

– Marie-Laure Plano LILI GRAFFITI

## Sondage/concours

Jumelé à un concours, permettant quotidiennement de gagner 4 billets pour le spectacle *Casse-Noisette*, un sondage sur tablettes a été élaboré. Cette étude a défini le profil du visiteur.

Genre	77 % femmes
Âge	47 % 18-34 ans
Situation familiale	57 % En couple sans enfants
Langue de communication	77 % Français
Lieu de résidence	68 % Montréal



# Les commanditaires et partenaires

**Le décor du Marché Casse-Noisette est conçu d'allées sur lesquelles prennent place les kiosques des exposants. Ces entrées et rues portent le nom d'un commanditaire identifié au sol. Les enseignes des exposants portent également les couleurs du commanditaire.**

Les logos des commanditaires et partenaires sont également visibles sur des affiches et bannières de signalisation, dans le dépliant informant les visiteurs des idées cadeaux, sur l'invitation de la soirée d'ouverture ainsi que le site Web. De plus, certains de nos commanditaires ont développé une **vitrine pour leurs produits et services** sur les lieux du Marché Casse-Noisette.

Le commanditaire en titre **Groupe Banque TD**, a été présent ponctuellement afin de tenir une clinique faisant la promotion des occasions d'emplois à la TD.

**Kellogg's** via l'agence Magnet Engagement a distribué des Barres Nutri-Grain [froides et chaudes] aux visiteurs et leur a proposé un concours dont le premier prix était un voyage en République Dominicaine.

L'entreprise suisse de machines à café **Jura**, représentée au Québec par Edika, a pour une seconde année offert en dégustation expresso, cappuccino ou latte macchiato accompagné de bons conseils de la part des baristas présents.



« ...Finalement, notre décision fût la bonne puisque nous n'avons jamais manqué une édition du Marché Casse-Noisette. Il est devenu pour nous et une partie de nos clients, un rendez-vous annuel incontournable. Je crois que le Marché Casse-Noisette est, d'une certaine façon, une extension de notre commerce qui, le reste de l'année, se déroule essentiellement sur le Web. »

- Stéphane Thibaud AU SAVON DE MARSEILLE





 PRÉSENTE / PRESENTS  
**Le Marché**  
**Casse-Noisette**  
 The Nutcracker Market

CHACQUE EXPOSANT VERSE 10% DE SES VENTES AU FONDS CASSE-NOISETTE POUR ENFANTS DES GRANDS BALLETS.

10% OF ALL EXHIBITORS' SALES GO TO LES GRANDS BALLETS' NUTCRACKER FUND FOR CHILDREN

**PARTENAIRES DU MARCHÉ CASSE-NOISETTE**  
**THE NUTCRACKER MARKET PARTNERS**

Commanditaire en titre / Title Sponsor



Commanditaires des avenues / Avenue Sponsors



Nutri-Grain

Partenaires / Partners



**LES GRANDS BALLETS**  
 GRADIMIR PANKOV  
 DIRECTEUR ARTISTIQUE | ARTISTIC DIRECTOR

[MARCHECASSENOISETTE.COM](http://MARCHECASSENOISETTE.COM)

.....

**NAYA**, eau de source naturelle, a offert 6 000 bouteilles de 600ml durant la période du Marché. Les bénévoles vendaient les bouteilles au coût de 1 \$ afin d'amasser de l'argent pour le Fonds Casse-Noisette pour enfants des Grands Ballets. Ainsi visiteurs et exposants ont pu étancher leur soif tout en faisant une bonne action. Une collerette aux couleurs du Fonds Casse-Noisette ornait les bouteilles.

.....

En collaboration avec **LaPresse+**, le Marché Casse-Noisette a développé une publication interactive. Cette expérience publicitaire a rejoint un auditoire jeune, scolarisé et au pouvoir d'achat élevé, ce qui correspond à la clientèle ciblée par le Marché Casse-Noisette. Quatre parutions pleines écrans dans les sections Actualités, Cahier spécial de Noël, Pause - Alimentation, Pause - Noël, ont été vues par les lecteurs-tablettes abonnés.

.....

Quant à **TC - Transcontinental Inc.** des présentoirs étaient disposés dans le décor afin d'offrir quelques 3 000 exemplaires de leurs revues Coup de pouce, ELLE Québec et Décormag.



# Fonds Casse-Noisette pour enfants 2014



Crédit photos : Karine Kaifon

À travers *Casse-Noisette*, les Grands Ballets perpétuent de belles valeurs rattachées à l'esprit du temps des fêtes : générosité, tradition, partage. Ces valeurs que véhicule le Fonds Casse-Noisette pour enfants, permettent aujourd'hui à des enfants de milieux défavorisés d'assister à une représentation de *Casse-Noisette*. Au total 27 400 enfants de la Métropole ont pu, grâce à ce fonds créé en 1997, vivre l'aventure du ballet chorégraphié par Fernand Nault à l'approche du temps des fêtes.

Poursuivant sa mission philanthropique, le Marché Casse-Noisette a remis cette année, au Fonds Casse-Noisette pour enfants, 93 000 \$ représentant 10 % des ventes des exposants présents ainsi que tous les profits générés par Les Grands Ballets au cours de l'événement.

18 écoles sélectionnées par *Une école montréalaise pour tous* ont participé à 96 ateliers en arts visuels, produisant 32 toiles; 80 ateliers de costumes, créant 10 costumes et 36 ateliers chorégraphiques durant lesquels les danseurs des Grands Ballets ont fait découvrir les préceptes de la danse à 72 classes ainsi qu'à des jeunes des fondations *Montréal pour enfants* (Hydro-Québec) et *Passeport pour ma réussite* (BNC).

De plus, 2800 enfants ont assisté à une matinée du spectacle *Casse-Noisette* spécialement organisée pour eux.



« Non seulement, on passe un bon moment et on trouve des idées-cadeaux tous les 5 mètres, mais le plus beau c'est qu'en pensant à gâter ceux qui nous sont chers, on participe aussi à une bonne cause... »

- Cynthia Quellet, blogeuse - Coup de Pouce



# Le marché Casse-Noisette dans les médias

## Une campagne promotionnelle d'une valeur de 308 329 \$

### Affichage

- 65 panneaux lumiquais (47.25 po x 68.25 po) du 3 novembre au 7 décembre 2014 (valeur 104 443 \$)
- 152 panobus (70 po x 21 po) 3 novembre au 7 décembre 2014 (valeur 64 385 \$)
- 5 colonnes autour du Palais des congrès (47.25 po x 68.25 po) du 3 au 30 novembre 2014 (16 765 \$)
- 30 colonnes digitales dans le centre-ville de Montréal du 17 au 30 novembre 2014 (33 236 \$)
- 1 super-panneau (48 pi x 14 pi) sur le Pont Jacques-Cartier du 17 au 30 novembre 2014 (30 000 \$)
- 1 super-panneau (48 pi x 14 pi) sur l'avenue du Parc du 17 au 30 novembre 2014 (30 000 \$)



### Imprimés

- 5900 cartons promotionnels du Marché Casse-Noisette distribués par les exposants dans leur réseau
- 30 000 dépliants distribués par l'entremise des médias suivants :
  - Poste Canada : 14 000 copies (2 500 \$)
  - Palais des congrès : 15 000 copies
  - Grands Ballets / Média : 1000 copies
- 1000 cartons d'invitation distribués aux collaborateurs, partenaires et invités VIP des Grands Ballets ainsi qu'aux exposants

### Publicité

- Double page de publicité dans le programme de soirée du spectacle de Paquita – Ballet de l'Opéra de Paris. (15 000 copies distribuées aux spectateurs lors de chaque représentation du 16 au 19 octobre 2014 à la Salle Wilfrid-Pelletier de la Place des Arts)
- 1 page de publicité dans le magazine Le Must (numéro de Noël 2014)

### Web

- 3 infolettres envoyées à 45 000 abonnés les 21, 27 novembre et 5 décembre 2014
- 4 parutions pleins écrans sur La Presse+ les 23, 27, 29 novembre et le 2 décembre 2014 (25 000 \$)
- 2 bannières web sur le site LeMust.ca en novembre et décembre 2014 :
  - Big box (200 x 300)
  - Gratte-ciel (190 x 600)





## Site Marché Casse-Noisette [[www.marchecassenoisette.com](http://www.marchecassenoisette.com)]

Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2014

- 50 206 visiteurs uniques
- 63 544 visites
- 223 144 pages vues
- 77,37 % nouveaux visiteurs

Facebook – publicité sur le fil de nouvelles et colonne de droite du 27 novembre au 7 décembre 2014 (2000 \$)

- 230 800 impressions
- 1807 clics vers le site web
- 337 mentions « j'aime »
- 36 partages de publication



## Relation de presse

- Un envoi de 1000 communiqués de presse et de 100 dossiers de presse aux médias.
- Organisation d'une vingtaine d'entrevues pour la presse écrite et électronique.

### Couverture médiatique dans les médias majeurs :

#### Imprimés :

Le Devoir • La Presse • The Gazette • Le Journal de Montréal • 24h • Journal MÉTRO • Le must • Mieux-être • Échos Vedettes • Allô Vedettes • 7 jours • Bel Âge • Décormag • Les idées de ma maison • Écho Vedettes • Le Lundi • La semaine • Enfants Québec • Elle Québec • Moi et Cie

#### Radios :

105.7FM Rythme Fm : Le matin tout est possible • Rouge FM : Rouge café • Roufe FM : le 5 à 8 de Marina • CIBL 101.5 FM : Catherine et Laurent • Radio Centre-Ville : Portrait Danse

#### Télévisions :

SRC : Pour le Plaisir • CTV : Téléjournal • RDI : RDI Matin weekend • V Télé : Trucs et Compagnie

#### WEB :

Nightlife.ca • 7 Jours • Urban expressions • The green geekette • Les Zurbaines • La Presse+ • TVA Nouvelles • Montréal.tv • Coup de Pouce • Iouloumagazine.com • Tourisme-Montréal.org • Carnet d'une réunionnaise à Montréal • Nathalie Richard Art de vivre • Le must, divine.ca • Life Style Cliché.

« C'est ma première année au Marché Casse-Noisette en tant qu'exposante, mais je vais y faire mon tour en tant que clientes depuis quelques années. Je trouve que les produits que l'on y trouve sont originaux et de très bon goût. »

– Catherine Gingras GAMINES & CIE

# Le Marché Casse-Noisette

[www.marchecassenoisette.com](http://www.marchecassenoisette.com)

