

Après 3 ans à faire du média autrement, NÜ affirme son positionnement

Quand Sébastien Janin fonde NÜ en 2023, il a une conviction : la publicité numérique peut être pratiquée autrement. Plus responsable dans ses choix d'environnements. Plus éthique dans sa relation aux médias qu'elle finance. Et plus accessible, parce que faire du média responsable ne devrait pas coûter plus cher.

Trois ans plus tard, cette conviction est toujours au cœur de chaque décision. NÜ se positionne officiellement comme partenaire d'intelligence média : accompagner les annonceurs et les agences qui veulent investir plus intelligemment en publicité numérique et transformer chaque investissement publicitaire en décisions d'affaires éclairées.

Une conviction avant tout

Avant de fonder NÜ, Sébastien Janin a passé dix ans dans l'industrie. Dix ans à observer comment les budgets sont investis, comment les décisions se prennent. Ce que l'industrie valorise, et surtout... ce qu'elle choisit de négliger.

Ce qu'il a constaté : une industrie qui optimise vite, qui parle de performance, mais qui mesure rarement ce qui construit vraiment une marque. Et qui relègue l'éthique au second plan.

Alors en 2023, il fonde NÜ.

“J’ai souvent été confronté à des façons de faire qui ne correspondaient plus à ma vision du métier. Plutôt que de les accepter, j’ai choisi de bâtir une entreprise qui place l’intelligence, la transparence et la responsabilité au cœur de chaque décision média. C’est cette conviction qui a donné naissance à NÜ.” - Sébastien Janin

Un ancrage éthique assumé

Dans un marché dominé par les grandes plateformes mondiales, NÜ fait un choix délibéré : intégrer systématiquement les médias locaux dans sa réflexion stratégique. La Presse, Le Devoir, TVA Nouvelles, Radio-Canada... Des leviers activés par défaut, à prix accessible, grâce à l'expertise programmatique de l'agence.

Pour NÜ, les médias québécois et canadiens sont parmi les plus puissants pour bâtir une marque qui dure. Et chaque dollar investi en publicité numérique a une responsabilité envers l'écosystème médiatique qu'il finance. Soutenir les médias d'ici, c'est contribuer à la vitalité de l'information et de la culture québécoise, et à un modèle publicitaire plus équilibré.

L'intelligence média en pratique

Concrètement, l'intelligence média selon NÜ, c'est savoir choisir les bons environnements, mobiliser les bonnes données et mesurer ce qui compte vraiment à chaque étape d'une campagne.

NÜ aide les marques à être visibles là où leurs audiences vivent, tous les jours : sur La Presse, Le Devoir ou TVA Nouvelles, sur Netflix, Crave ou Spotify, ou encore sur des écrans numériques extérieurs. L'agence donne accès à plus de 500 propriétés numériques premium au Québec et au Canada, ainsi qu'à plus de 50 sources de données premium incluant Google, Amazon et MétéoMédia.

Notoriété, considération, acquisition, trafic en magasin, fidélisation : chaque objectif d'affaires se traduit en stratégie média concrète et mesurable, portée par une expertise humaine à chaque étape.

Une marque qui comprend où va son argent prend de meilleures décisions, construit plus vite, va plus loin. L'intelligence média, c'est ce qui rend cela possible.

Une performance mesurable et défendable

Depuis 2023, NÜ a bâti une réputation fondée sur la qualité de son travail et la transparence de ses livrables. Plus de 80 % de sa clientèle provient de recommandations, un indicateur de confiance rare dans l'industrie. L'agence active plus d'un million de dollars en achats médias chaque année, affiche une visibilité moyenne de 85 % sur ses publicités, bien au-dessus de la moyenne de 60 à 70 % établie par IAB Canada, et génère pour sa clientèle des économies pouvant atteindre 65 % sur le CPM par rapport à l'achat direct.

Derrière ces résultats, une équipe qui cumule plus de cinquante ans d'expérience en publicité numérique.

“Les résultats que nous obtenons chez NÜ sont le reflet de convictions assumées, d'une expertise approfondie du média numérique et d'une volonté constante de faire les choses autrement. Nous croyons qu'il est possible d'offrir une performance remarquable aux annonceurs tout en contribuant à un écosystème médiatique plus fort, plus transparent et plus durable.” - Sébastien Janin

Pour accompagner cette nouvelle étape, NÜ dévoile une version repensée de son site web, accessible sur nuprogrammatique.com.

À propos de NÜ

NÜ est une agence indépendante de publicité numérique programmatique basée à Montréal. Fondée en 2023 par Sébastien Janin, elle accompagne les annonceurs et les agences du Québec et du Canada dans leurs investissements publicitaires numériques, avec éthique, expertise humaine et un ancrage dans les médias locaux. Son expertise omnicanale couvre la vidéo numérique, la TV connectée (CTV), l'audio numérique et l'affichage numérique extérieur (DOOH).

nuprogrammatique.com