



L'ADDITION FAMILIALE

Meilleure campagne de contenu de marque intégrée

L'addition familiale – URBANIA

Résumé et objectif de la campagne

L'arrivée d'un enfant représente l'un des plus gros changements d'une vie, autant sur le plan personnel que financier. Derrière les décisions du quotidien, souvent prises dans l'urgence des premières années, on oublie souvent qu'**élever un enfant coûte, en moyenne 17 772 \$ par an**, de sa naissance à la fin de ses études universitaires de premier cycle.

Dans ce contexte, URBANIA et la Banque Nationale ont imaginé **L'addition familiale**, une websérie qui prend le temps d'aborder ces enjeux et de les rendre plus concrets et plus accessibles.

Celle-ci s'inscrit comme un espace de discussion et de repères, pensé pour **accompagner les futurs et jeunes parents dans la compréhension des impacts financiers liés à l'arrivée d'un enfant**.

Dans chacun des quatre épisodes, l'animatrice Vanessa Pilon reçoit un·e expert·e en finances et un parent, afin de croiser les points de vue sur un aspect financier de la parentalité, et ancrer les échanges dans des réalités concrètes, sans jugement ni recettes toutes faites.

La Banque Nationale s'y inscrit comme partenaire de réflexion et de littératie financière, renforçant sa proximité avec les jeunes familles à un moment clé de leur vie. Elle répond ainsi à **son objectif de renforcer sa notoriété auprès des jeunes parents grâce à du contenu accessible et soutenant, tout en offrant des repères pour accompagner les décisions financières à un moment bouleversant de la vie.**

Présentation des éléments créatifs sur les différentes plateformes

Dans le but de répondre à la question « Combien ça coûte d'avoir un enfant ? », la campagne se déploie à travers une diversité de formats, pensés pour toucher l'audience de futurs et jeunes parents là où elle consomme son contenu, en encourageant le partage et les échanges :

- **4 longues entrevues vidéo** (20 à 32 minutes), constituant le cœur de la campagne
- **9 extraits vidéo courts** issus des entrevues, mettant en lumière des témoignages sur la parentalité
- **4 carrousels et des stories**, développés à partir des thématiques abordées dans les entrevues
- **4 partenariats avec des créateur·rice·s de contenu**, invité·e·s à partager leur réalité financière de parents
- **1 vidéo vox pop**, réalisée en casting sauvage auprès de parents
- **1 campagne de bannières web**
- **1 campagne d'affichage extérieur (OOH)**

Vanessa Pilon a été choisie pour l'animation car elle est **reconnue pour sa sensibilité, son écoute et sa capacité à créer des échanges authentiques**. Les invité.e.s et les collaborateur.rice.s ont été sélectionné.e.s avec soin afin de rassembler des parents qui résonnent avec la cible et qui acceptent d'aborder ouvertement la question de l'argent, un sujet encore perçu comme délicat lorsqu'il est question de parentalité.

Stratégie / Mix canaux

Les épisodes longs ont été diffusés sur YouTube, une plateforme particulièrement adaptée aux formats longs, où les taux de complétion sont élevés.

Une page de destination dédiée a également été développée sur le site d'URBANIA.ca, regroupant l'ensemble des épisodes ainsi qu'une description de chacun des contenus, afin de centraliser l'expérience et d'en faciliter l'exploration.

Les extraits vidéo et le vox pop ont pour leur part été **diffusés sur les comptes Instagram et TikTok d'URBANIA**, en collaboration avec la Banque Nationale. Des montages en format vertical et

des anecdotes courtes ont été privilégiés afin de répondre aux codes des plateformes et capter rapidement l'attention des utilisateur·rice·s

Les carrousels et les stories ont également été diffusés sur Instagram, un canal particulièrement pertinent pour rejoindre les jeunes parents.

Les capsules réalisées avec les créateur·trice·s de contenu ont été partagées sur **Instagram**, une plateforme où les formats de témoignage trouvent un fort écho.

La campagne d'affichage a été déployée dans différents lieux à travers le Québec **fréquentés par les familles**.

Les contenus ont enfin été relayés **dans les infolettres d'URBANIA et de Mollo, la marque média d'URBANIA destinée aux parents**.

Rôle de chaque partenaire

URBANIA a assuré l'idéation, la conception éditoriale et la production de l'ensemble de la campagne. L'équipe a pris en charge la recherche, la réalisation et la diffusion des contenus, incluant la websérie, la vidéo vox pop, les stories et les carrousels, ainsi que l'optimisation sur les réseaux sociaux. URBANIA a également supervisé la recherche et la création des contenus réalisés en collaboration avec les quatre créateur·rice·s de contenu.

URBANIA a collaboré avec des partenaires spécialisés afin d'assurer l'alignement stratégique et la diffusion de la campagne :

LG2 a supervisé la production en veillant à la cohérence avec la stratégie globale de la Banque Nationale, et a développé les visuels publicitaires pour les bannières web et l'affichage extérieur.

Adviso s'est chargé de l'optimisation des vidéos d'influence et des bannières web.

Omnicom Group Média s'est occupé du placement média.

Résultats et indicateurs de performance

L'addition familiale a reçu un **excellent accueil et un fort niveau d'engagement, tant sur les formats longs que courts**, confirmant la pertinence du sujet et la justesse du traitement éditorial auprès de la cible.

Les épisodes complets de la websérie ont cumulé **1,32 million de vues sur YouTube**, dont **185 000 vues atteignent 95 % de complétion**.

L'ensemble des vidéos et déclinaisons en format court totalise **4,2 millions de vues, dont 169 000 vues atteignent 95% de complétion**.

Les carrousels et stories ont généré **11 millions d'impressions**, contribuant à une forte visibilité et à la circulation des thématiques abordées.

Les vidéos réalisées avec les créateur·rice·s de contenu ont cumulé **450 000 vues**, renforçant l'ancrage du discours auprès de la cible.

La campagne a rejoint efficacement son public cible, avec **69 % des personnes touchées âgées de 25 à 44 ans**, confirmant l'adéquation entre la stratégie de diffusion, les formats choisis et les jeunes parents et futurs parents visés par la Banque Nationale.

Liens vers les éléments numériques

Page de destination sur le site web d'URBANIA :



L'ADDITION FAMILIALE

FAMILLE

ENTREVUE

L'ADDITION FAMILIALE : METTRE DES MOTS (ET DES CHIFFRES) SUR LA PARENTALITÉ

Des conversations sur l'argent, la parentalité et tout ce qu'on apprend sur le tas.

21 août 2025

Présenté par  BANQUE NATIONALE

Quatre95, Mollo et la Banque Nationale s'unissent pour vous présenter L'addition familiale, une websérie qui met cartes sur table pour parler franchement d'argent entre parents. Sans gêne, sans pression et basé sur du vécu.

Devenir parent, ça transforme pas mal de choses. Ce n'est pas juste une histoire de couches ou de poussettes. C'est un congé parental qui réduit le budget, des dépenses qui s'accroissent sans prévenir, des décisions à prendre à deux... ou à trois. À travers tout ça, l'argent reste souvent un sujet

<https://urbania.ca/article/laddition-familiale-mettre-des-mots-et-des-chiffres-sur-la-parentalite>

Épisodes sur YouTube :



<https://www.youtube.com/watch?v=7XV2dCw4L4A>



<https://www.youtube.com/watch?v=Owtj8CBDnpE>



<https://www.youtube.com/watch?v=FeXuONlrLPU>



<https://www.youtube.com/watch?v=sDK73zVskx0>

Extraits des entretiens sur Instagram et TikTok :



Liens :

- <https://www.instagram.com/p/DNnyHqARV5a/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DN52bezETOB/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DOMYXgpEWu3/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DOecpsVEQhT/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DOwcDetkQMt/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DPCFCCukQE2/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DPUTO9XEUDE/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DPmnX6oir3N/?hl=fr>
- <https://www.instagram.com/p/DNoIHbHxsGr/?hl=fr>

- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7541053403699449094
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7543663692013997368
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7546333226030189829
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7548932935236259092
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7551526896450702612
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7554064573972630785
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7556697847337454860
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7561194549796785419
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7541105243879181624

Vidéo vox pop:



- <https://urbania.ca/video/combien-ca-coute-avoir-un-enfant>
- <https://www.instagram.com/p/DNoIHbHxsGr/?hl=fr>
- https://www.tiktok.com/@mollo_urbania/video/7541105243879181624

Carrousels Instagram :



https://www.instagram.com/p/DNoDT7ixGe5/?hl=fr&img_index=1



https://www.instagram.com/p/DOMWU9TEcxY/?hl=fr&img_index=1



https://www.instagram.com/p/DOwHwd7kc4I/?hl=fr&img_index=1



https://www.instagram.com/p/DPUHRCDEYWg/?hl=fr&img_index=1

Vidéos de créateurs et créatrices de contenu :

Gabrielle Lacasse :

https://www.instagram.com/reel/DOyhf4RCeul/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MX11ZXV0cjk4OWxvcQ==

Victoria Charlton :

https://www.instagram.com/reel/DPeQFCcDnK1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D

Carl Arsenault : <https://www.instagram.com/p/DPeBW8-Daru/?hl=fr>

David Brown :

https://www.instagram.com/reel/DPgrB-Rji_F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWRxMW1saHZ2cWdm

Partage des épisodes dans l'infolettre URBANIA

Contenu présenté par la Banque Nationale

Combien ça coûte, avoir un enfant ? 📈



Découvrez **L'addition familiale**, une websérie animée par Vanessa Pilon qui met cartes sur table pour parler franchement d'argent entre parents. Sans gêne, sans pression et basé sur du vécu.

[Regarder le premier épisode](#)

Contenu présenté par la Banque Nationale

Comment soutenir les passions de son enfant sans s'oublier (ni se ruiner) ? ⚽



Dans ce troisième épisode de **L'addition familiale**, Vanessa Pilon discute avec Chef Oli et Maude Gauthier autour **des activités familiales qui font du bien... mais qui finissent par coûter cher.**

[Regarder le troisième épisode](#)

Bannières web et affichage extérieur

BANQUE NATIONALE | URBANIA

Combien ça coûte pour vrai envoyer mon enfant à l'école?



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Combien ça coûte pour vrai un enfant?



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Découvrez-le dans la websérie **L'addition familiale**

[Visionner](#)



BANQUE NATIONALE | URBANIA

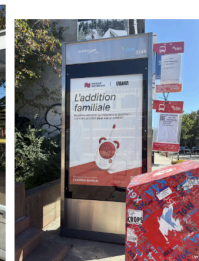
Combien ça coûte pour vrai un enfant?



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Découvrez-le dans la websérie **L'addition familiale**

[Visionner](#)



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Combien ça coûte pour vrai envoyer mon enfant à l'école?



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Découvrez-le dans la websérie **L'addition familiale**

[Visionner](#)

BANQUE NATIONALE | URBANIA

Combien ça coûte pour vrai des vacances en famille?



BANQUE NATIONALE | URBANIA

Découvrez-le dans la websérie **L'addition familiale**

[Visionner](#)