



Lancement d'un nouveau guide sur les audits médias

4 novembre 2008 : Annonceurs, agences et vérificateurs disposent désormais d'un nouveau guide pratique en matière d'audits médias. En plus de clarifier les grands enjeux du domaine, celui propose de nombreuses recommandations susceptibles d'améliorer à la fois les pratiques courantes du milieu et la qualité des produits médias.

L'Audit Médias : Guide des pratiques exemplaires à l'intention du marché canadien a été rédigé par le conseiller en gestion des médias, David Chung, en consultation avec l'Association canadienne des annonceurs (ACA), le Conseil canadien des directeurs médias (CCDM), l'Institut des communications et de la publicité (ICP) et l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ).

Ce guide arrive à point, puisque la question des audits médias devient de plus en plus importante, en raison de l'augmentation de la concurrence et du renforcement des obligations légales en matière d'imputabilité et de transparence. Les quatre associations sont convaincues que le processus d'audit bonifie les pratiques et produits médias, enrichit l'offre de service des agences et augmente le retour sur investissement pour les annonceurs.

Les membres de l'ACA, du CCDM, de l'ICP et de l'AAPQ peuvent télécharger l'ouvrage à partir du site Internet de leur association.

L'ACA (www.ACAweb.ca) est la seule association professionnelle au Canada représentant les clients annonceurs. Elle a pour mission d'aider ses membres à maximiser la valeur de leurs investissements en communications marketing. L'ACA leur offre aussi des programmes éducatifs, des études et projets de recherche, de même que des services-conseils privés et exclusifs. Porte-parole des annonceurs canadiens, l'ACA défend la liberté d'expression commerciale de ses membres et encourage la responsabilisation des fournisseurs publicitaires par rapport à la valeur de leurs services.

Le CMDM (www.cmdc.ca) est un organisme sans but lucratif comprenant des professionnels des médias qui représentent des entreprises de publicité et de gestion médias. Le CMDM travaille à l'accroissement de l'efficacité de la publicité-médias au Canada. Aujourd'hui, le CMDM compte 38 membres – agences de publicité et entreprises de gestion médias – qui, ensemble, représentent environ 80 % de tous les investissements en publicité au Canada. La majorité de ces compagnies sont établies à Toronto, mais le CMDM compte également des membres situés à Montréal, à Ottawa, à Waterloo, à Halifax, à Sackville au Nouveau-Brunswick, et à Edmonton.

L'ICA (www.icacanada.ca) représente les agences de communication et de publicité canadiennes. Les agences membres de l'ICA et leurs filiales représentent à elles seules plus de 75 % de la publicité au Canada. L'ICA favorise des normes élevées de même que des pratiques exemplaires et constitue la plus grande source d'information, de conseil et de formation de l'industrie canadienne de la publicité et des communications, qui pour sa part génère des retombées économiques annuelles de l'ordre de 15 milliards de dollars.

L'AAPQ (www.aapq.ca) regroupe près plus de 60 agences membres, lesquelles génèrent actuellement plus de 80% du chiffre d'affaires de la publicité réalisée par les agences au Québec. La mission de l'AAPQ est d'améliorer la qualité de la publicité et de sensibiliser le public en général à l'importance du rôle des agences de communication marketing. L'Association investit également dans la formation de la relève pour accroître le savoir et les compétences spécialisées des professionnels du milieu qui leur permettront de développer un produit toujours plus créatif et stratégique afin de demeurer compétitif sur la scène internationale.

- 30 -

Contact média :

Paul Hétu, vice-président, ACA : 514-842-6422 / phetu@AcaWeb.ca

Bruce Claassen, Chairman, Aegis Media Canada : (416) 847-8711 / bruce.claassen@aemedia.com

Jani Yates, President, ICA : (416) 482-1396 ext 230 / jyates@icacanada.ca

Sylvain Morissette, Président-directeur general, AAPQ : (514) 848-1732 / s.morissette@aapq.ca