

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Dans son ensemble, l'environnement marketing canadien semble stable à l'heure actuelle. À l'heure où les conditions de marché et la confiance des consommateurs s'améliorent lentement, nous percevons un optimisme prudent parmi les annonceurs.

- 85 % des répondants rapportent que les conditions d'affaires sont stables ou en amélioration.
- Les trois-quarts des répondants prévoient que la confiance des consommateurs restera stable au cours de l'année qui vient.
- Il n'y a pas de consensus sur l'évolution des budgets de communications marketing par rapport à l'an dernier : les annonceurs estiment – à peu près à parts égales – que ces budgets pourraient augmenter, rester stables ou diminuer cette année.
- Selon un peu plus de la moitié des répondants, les budgets de communications marketing alloués aux médias numériques et aux réseaux sociaux sont en hausse.
- Dans les entreprises de près de 80 % des répondants, le nombre des employés reste le même ou augmente. Cela dit, le tiers des participants font état d'un changement dans la structure de leur service marketing.
- Les cycles de planification favorisent le court terme au détriment du long terme. Les stratégies se concentrent sur la promotion des ventes, par opposition au renforcement de la marque.
- La question de la responsabilité sociale des entreprises préoccupe tous les annonceurs, alors que les répondants entendent maintenir le cap ou accroître leurs efforts dans ce domaine.
- Dans la liste des défis auxquels les chefs des services marketing doivent faire face, les répondants mettent beaucoup l'accent sur : *Comprendre le cheminement décisionnel des consommateurs, face à la multiplication des sources d'information et des points de contact.*

L'ACA a le plaisir de vous transmettre le premier Rapport du premier sondage de son panel des annonceurs.

Les résultats du rapport témoignent des opinions, des plans et de l'expérience actuelle des annonceurs au sein de leurs entreprises et en rapport avec leurs partenaires, leurs fournisseurs et leur clientèle.

Nous remercions tous les cadres supérieurs qui ont accepté de partager avec nous leurs points de vue et leur expérience. Dans les mois à venir, l'ACA continuera de suivre la dynamique du marché canadien et de rendre compte des données et tendances émergentes au fur et à mesure de leur apparition.

Pour plus d'information sur le rapport et sur les bénéfices de votre adhésion à l'ACA, communiquez avec Paul Hétu, vice-président, Montréal : 514-842-6422 ou pnetu@ACAweb.ca.