

SOMMAIRE

- Les annonceurs ont tempéré leur optimisme au sujet de leur chiffre d'affaires et de la confiance des consommateurs : ils prévoient maintenant une période de stabilisation plutôt que de croissance.
- Malgré tout, on note une hausse de 66 % à 80 % des répondants indiquant que leurs budgets de communications marketing vont rester stables ou augmenter.
- La méthode traditionnelle d'établissement des budgets basée sur « le budget historique moyen ajusté selon les objectifs de l'année » reste la formule dominante.
- La majorité des répondants utilise au moins un réseau social.
- Sans surprise, ils choisissent les réseaux les plus populaires auprès des Canadiens.
- Les répondants indiquent que la gestion de leurs communications dans les réseaux sociaux est répartie entre 3 groupes ou plus (services internes ou agences extérieures).

L'ACA a le plaisir de vous présenter le troisième rapport de son Panel des annonceurs.

Le présent document fournit un instantané 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 les cadres supérieurs en marketing ayant accepté de partager leurs points de vue et leur expérience avec nous. 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 en savoir plus sur ce rapport et sur les bénéfices de l'adhésion à l'ACA, communiquez avec Paul Hétu, vice-président, Montréal : 514 842-6422 ou phetu@ACAweb.ca.