

SOMMAIRE

- Le panel des annonceurs de l'ACA a traité de trois indicateurs importants au cours des 4 derniers sondages. Après une légère baisse en septembre dernier, la consultation de janvier 2013, révèle un optimisme renouvelé pour l'évolution du chiffre d'affaires et l'indice de confiance des consommateurs.
- La publicité sur appareils mobiles s'est répandue rapidement. Plus de 90 % des programmes de communications marketing envisagent son emploi ou l'utilisent déjà. Il est intéressant de noter que bien que les réseaux sociaux (y compris la mobilité selon toute vraisemblance) peinent à faire la démonstration de leur rentabilité, obtenir le soutien de la haute direction ou l'approbation des budgets ne semble pas poser de problème.
- Nous en sommes aux débuts de la gestion des données volumineuses (Big Data). Même si on en parle beaucoup dans l'industrie, ce sujet ne constitue pas encore une priorité pour les annonceurs. Ceux-ci n'affichent pas non plus une grande confiance en les capacités de leurs entreprises dans ce domaine.
- La question de la rentabilité des communications marketing reste le principal défi auquel sont confrontés les chefs des services marketing.

L'ACA a le plaisir de vous présenter le quatrième 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.