



POINTS DE VUE MARKETING

SOMMAIRE

Le panel des annonceurs de l'ACA a suivi 3 indicateurs principaux au cours de ses 5 derniers sondages. Les résultats de celui d'avril 2013 indiquent une légère baisse du niveau d'optimisme quant à l'évolution des affaires et une diminution des attentes vis-à-vis du taux de confiance des consommateurs par rapport au sondage de janvier. Les prévisions relatives à l'évolution des budgets de communications marketing restent cependant stables.

Alors que toutes les facettes des budgets de communications marketing sont examinées à la loupe, nous avons voulu déterminer l'importance relative de chaque poste. Ainsi, notre dernier questionnaire comportait une série de questions à propos de la production vidéo (Pour la télé ou les médias numériques). Ces questions ont permis de découvrir que :

- La production publicitaire n'est pas soumise à un examen aussi intense que les coûts médias ou les honoraires des agences.
- On se préoccupe beaucoup plus des coûts de production des annonces que du cachet des artistes et des honoraires d'agence.
- La grande majorité des répondants travaillent exclusivement avec des agences signataires de la conventions avec l'ACTRA.
- On engage parfois une agence non-signataire afin de réduire les coûts des vidéos produits principalement pour les médias numériques.
- Près de la moitié des répondants indiquent avoir une connaissance limitée des ententes avec les syndicats d'artistes et se fieraient donc à l'expertise de leurs agences de communications marketing.

L'ACA a le plaisir de vous présenter le cinquième 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 Héту, vice-président, Montréal : 514 842-6422 ou phetu@ACAweb.ca.