

SOMMAIRE

Le rapport qui suit décrit comment les annonceurs protègent leurs investissements publicitaires Internet, un sujet dont on parle souvent actuellement. L'intervention des principaux organismes de l'industrie a fait beaucoup pour répondre aux préoccupations du milieu à propos de la validation des données de diffusion des campagnes et de la prévention des fraudes. L'ACA a tenu deux forums exécutifs pour informer les annonceurs sur la transparence des transactions et la vérification des données des campagnes Web ainsi que sur les mesures à prendre pour sécuriser les achats médias en ligne. Voici ce qu'en pensent les annonceurs canadiens.

Dans l'ensemble, on constate une méconnaissance relative des problèmes de sécurité des dépenses publicitaires Internet.

- Compte tenu de l'importante couverture médiatique actuelle concernant les fraudes aux clics et la diffusion inappropriée des annonces, on constate un manque surprenant d'inquiétude de la part des annonceurs à ce sujet, puisque leur degré de préoccupation moyen n'est que de 5,9 sur une échelle de 10. Ils sont, par contre, plus inquiets dès qu'augmente la portion de leurs achats effectuée de façon programmatique.
- En rapport avec le niveau modéré de préoccupation constaté, seulement le tiers des répondants on fait appel – ne serait-ce qu'à l'occasion – à un service d'audit pour valider les données de diffusion de leurs campagnes.
- Lorsqu'on leur demande si leur entreprise a vécu des fraudes aux clics ou la diffusion inappropriée de ses pubs, seulement 10 % des participants affirment que c'est cas et 30 % déclarent l'ignorer.
- Par conséquent, seulement 21 % des répondants ont vu leur entreprise établir une liste de sites frauduleux ou suspects.

Il importe que les clients annonceurs prennent conscience et comprennent bien l'importance du phénomène dans l'écosystème de la publicité en ligne. Ce faisant, leurs budgets seront mieux protégés.

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

Publié trois fois l'an, Points de vue Marketing 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.