



REVUE DE L'ANNÉE 2018-2019

AEC

— ASSOCIATION
DES AGENCES
DE COMMUNICATION
CRÉATIVE



MOT DE LA PDG

La dernière année fut fort occupée pour l'Association. Au-delà de la gestion des dossiers habituels, nous avons réalisé plusieurs études dans le but de dresser un portrait complet et actuel de l'industrie et de recueillir de l'information utile sur vos besoins en formation — le tout, en abordant de front les différents enjeux vécus par les dirigeants d'agence. Ces initiatives incarnent d'ailleurs les deux mots d'ordre de l'Association : agir pour le bien collectif et outiller les professionnels de la communication créative pour l'avenir.

Le projet pilote développé en collaboration avec le Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ) permet de réunir les forces vives de l'industrie et, de fait, d'unir nos voix pour jouir d'une plus grande écoute auprès des décideurs. À ce sujet, nous avons, dans la dernière année, déployé des efforts plus soutenus dans le but de sensibiliser les médias à votre réalité d'experts, tout en continuant notre travail de **représentation gouvernementale**, notamment pour le CDAE. Ces efforts se poursuivront d'ailleurs dans les prochains mois grâce à votre soutien.

Lors de la 3^e édition du **Sommet des dirigeants**, nous vous avons promis d'entreprendre pour la toute première fois une étude sur la santé financière des agences afin de vous fournir des données pertinentes sur le sujet. C'est grâce à votre collaboration que nous avons pu réaliser celle-ci — les faits saillants vous seront d'ailleurs dévoilés lors de l'Assemblée générale.

Le talent représente également un autre défi crucial de notre secteur, qu'il soit question d'attraction ou de rétention de ce dernier, ou encore de développement professionnel. Pierre angulaire de notre industrie, le talent constitue la source première de notre succès, d'où l'importance d'y accorder une attention spéciale. À cet effet, nous avons produit au printemps **une étude sectorielle sur les besoins en main-d'œuvre et formation** — financée par la Direction du soutien opérationnel au développement de la main-d'œuvre (ministère de l'Emploi) — qui a mobilisé la participation de près de 60 % de nos agences membres. Celle-ci fait état de la situation et présente diverses pistes de solutions à envisager. Notre prochain objectif sera d'obtenir une aide à la hauteur de nos besoins, notamment par un financement plus adéquat pour le développement des compétences en agence et le maintien des talents dans notre secteur.

De plus, un comité travaille actuellement à la finalisation de la refonte du **Guide de sélection d'une agence** qui paraîtra en 2020. Cette nouvelle publication, plus concise et facile d'utilisation, visera à renforcer notre accompagnement auprès des annonceurs et à obtenir encore plus de résultats, tout en stimulant la mobilisation des membres en lien avec les principes développés.

Et ce n'est pas tout. De nombreux projets d'envergure ont vu le jour en 2018-2019, tels que la création d'un comité bipartite pour la poursuite des négociations avec l'UDA ; une édition du **Temple de la renommée** ayant attiré 170 professionnels de l'industrie ; les **concours Relève** qui connaissent toujours un grand succès ; la mise sur pied de plusieurs **formations** pour nos membres, dont notre premier **atelier de maître** — et bien d'autres. Ce rapport vous donnera une idée de l'ampleur des dossiers sur lesquels nous avons travaillé durant la dernière année, et sur lesquels nous continuerons à œuvrer cette année en votre nom.

Que nous réserve l'avenir ? Nous avons pris une grande décision ces derniers mois en créant un **concours** rassemblant les différentes disciplines de l'industrie. Vous y avez collaboré en nous partageant de manière univoque votre désir de changement. Cette nouvelle formule, inspirée par vos commentaires et par les meilleurs concours nationaux et internationaux, permettra de célébrer le talent diversifié des professionnels de la communication créative et de le faire rayonner au sein de la communauté d'affaires québécoise, voire à l'extérieur. Ce projet structurant pour l'A2C et pour l'ensemble de l'industrie rendra possible le réinvestissement des profits dans des initiatives visant, notamment, la relève. Nous comptons sur votre appui pour en faire un succès !

Toutes ces réalisations et actions prennent vie grâce à mon équipe formidable et bien établie. Je la remercie pour son dévouement ainsi que son engagement sans borne. Ce gage de réussite ne se démentira pas dans la prochaine année, qui s'annonce tout aussi riche en projets décisifs. Je tiens également à souligner le travail des membres des différents comités pour leur temps et leur appui. Et j'en profite pour remercier tous les membres du conseil d'administration pour leur implication, avec une mention spéciale à notre président sortant, Jan-Nicolas Vanderveken, avec qui nous avons réalisé ces projets d'envergure et qui a fait montre de toutes les qualités d'un leader exceptionnel au cours de la dernière année.

Dominique Villeneuve
Présidente-directrice générale

FAITS SAILLANTS



34 250

VUES

du Répertoire
des agences à
a2c.quebec

900+
CONSEILS

d'interprétation
des ententes
collectives

18
INTERVENTIONS

pour des appels
d'offres non
conformes

5
MINISTÈRES

rencontrés pour
représenter
l'industrie

570
ÉTUDIANTS

à la journée Portes
ouvertes en agence

54
UNIVERSITAIRES

ayant participé
aux concours Relève

32
CLIENTS

ayant reçu des conseils
sur le processus de
sélection d'agence

3^e
ÉDITION

du Sommet
des dirigeants

1
**ÉTUDE
SECTORIELLE**

sur les besoins en
formation et main-d'œuvre

12
FORMATIONS

515
**APPELS
D'OFFRES**

partagés

8
**NOUVEAUX
MEMBRES**

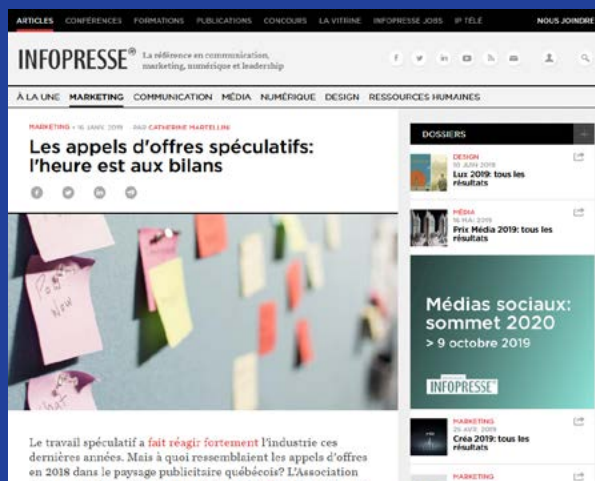
DÉFENSE D'INTÉRÊTS

Être la voix des agences québécoises auprès des clients, des instances gouvernementales et d'autres parties prenantes en proposant des solutions aux enjeux touchant la vitalité de l'industrie de la communication.

Processus de sélection d'agence

Accompagnement de clients dans la préparation de leur processus de sélection d'agence et intervention lorsqu'ils ne suivent pas les meilleures pratiques de l'industrie.

- Plan d'action pour améliorer la notoriété de nos services et arriver à de meilleurs résultats :
 - publication d'un bilan 2018 des processus de sélection d'agence;
 - campagne de promotion sur nos médias sociaux.
- Refonte du *Guide de sélection d'une agence* en collaboration avec un comité de travail (lancement prévu en 2020).



Représentation de l'industrie

Rencontres avec des élus gouvernementaux pour améliorer l'accessibilité au crédit d'impôt pour le développement des affaires électroniques (CDAE) :

- ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation;
- ministère de la Culture et des Communications;
- ministère des Finances;
- ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale;
- Secrétariat du Conseil du trésor.

Participation aux consultations prébudgétaires du gouvernement provincial pour corriger l'iniquité fiscale liée au CDAE et demander un investissement accru en commercialisation pour aider les entreprises d'ici.

Participation à la concertation stratégique dans le cadre du *Plan d'action 2018-2021 Montréal inclusive* sur invitation de la mairesse.

Promotion des agences membres auprès du programme d'accompagnement numérique du Conseil québécois du commerce de détail (CQCD).

Implication au sein de différents comités et conseils :

- Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC);
- Bénévolat d'entraide aux communicateurs (BEC);
- Conseil du patronat du Québec;
- Factory, école des sciences de la créativité;
- Normes de la publicité.



Ententes collectives avec l'Union des artistes (UDA)

Début des négociations pour le renouvellement de l'entente Internet et nouveaux médias (INM) échue depuis avril 2018.

Entente avec l'Union des artistes (UDA) pour créer un comité bipartite APC-UDA afin de mettre à jour l'entente TV/radio et ultimement augmenter la production originale au Québec.

Services d'interprétation et de soutien aux producteurs pour les demandes de dérogation, la négociation de cas spéciaux et le règlement des réclamations et griefs.



Partenariat avec le Conseil des directeurs médias du Québec (CDMQ)

Objectif : assurer une meilleure représentativité et collaborer plus étroitement pour garantir de meilleurs résultats auprès des divers intervenants de l'écosystème.

Mise en place d'une cotisation spéciale pour les agences médias liées à une agence de création ou à un réseau pour faciliter l'accès au membership de l'A2C.



SERVICES AUX MEMBRES

Appuyer les dirigeants dans leurs enjeux d'affaires grâce à des données et à des outils pertinents, et maintenir une offre de formation qui répond aux besoins de l'industrie.

Sommet des dirigeants

Plus de 80 hauts dirigeants se sont réunis à l'occasion de la troisième édition de l'événement. Plusieurs représentants d'agence se sont succédé sur scène pour partager leur expérience et leur vision dans le but d'aider leurs pairs à innover dans la résolution d'enjeux communs. Parmi les thèmes abordés : courage managérial, méthode agile, mesure de la performance et modèles économiques de demain.



Formations

Formation continue exclusive pour actualiser les connaissances et/ou optimiser les habiletés de gestion des professionnels en agence.

- Introduction aux ententes collectives APC-UDA.
- Mises à jour en lien avec le programme Choix de pub (DAAC).
- Contrats d'engagement de porte-paroles, d'artistes et de créateurs contractuels (LJT).
- Atelier de maître en création avec Keith Reinhard.
- Publicité sur le cannabis (Normes de la publicité).
- Webinaire d'introduction à Academos.
- Droit d'auteur, à l'image et des marques en création publicitaire (LJT).

- Finances en agence 2019.
- Réaliser des pitches efficaces et capter son auditoire (INIS).
- Réglementation canadienne en matière de publicité des boissons alcoolisées et des aliments (Normes de la publicité).

Collaboration avec des établissements d'enseignement pour s'assurer que les programmes sont au diapason avec les réalités de notre secteur d'activité.

- Factory : appui promotionnel et implication dans le comité de contenu, à titre de cofondatrice de l'école.
- UQAM : participation à une rencontre de consultation pour évaluer le programme du baccalauréat en communication marketing.



Études et sondages

Étude sectorielle sur les besoins en formation et main-d'œuvre, en collaboration avec Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) et l'Université de Sherbrooke.

Sondage sur la rémunération des talents en agence, en collaboration avec l'ICA.

Sondage sur les concours d'industrie, en collaboration avec le CDMQ et la Société des designers graphiques du Québec (SDGQ).

Sondages sur les jours fériés et congés d'été.

Collaboration à la mise à jour de l'étude « Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole » de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM).

En chantier :

- Sondage sur la santé financière des agences (été 2019);
- Pouls des relations marketing en collaboration avec l'ICA (automne 2019).



Nouveaux outils

Gabarit d'appel de propositions pour les clients.

Liste des principaux crédits d'impôt, subventions et programmes de financement pertinents et accessibles aux agences.

Notes d'information concernant le nouveau règlement fédéral en matière de divulgation et de traitement des bris de sécurité, en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (LPRPDE)*.

- Outils pour aider les entreprises à se conformer aux nouvelles obligations en la matière.

Note d'information concernant l'Autorité des marchés publics (AMP), nouvellement responsable de l'application des lois et des règlements régissant l'attribution des contrats publics au Québec.

Plateforme sur la mesure de la performance

Webinaire d'information tenu en novembre 2018 en collaboration avec *Les Affaires* pour familiariser le milieu des affaires à la mesure de la performance et faire comprendre ses avantages pour les entreprises :

- 219 participants, majoritairement du côté client.

Mesure de la performance des initiatives de communication

Un outil pour alimenter les discussions et approfondir l'analyse des résultats d'affaires.

[Voir la vidéo démo](#)

Grille des indicateurs de performance

Tous les indicateurs à considérer pour mesurer la performance de vos initiatives de communication, dans un même outil de référence pour les professionnels en agence, basé sur des critères fiables.

Diagnostic des pratiques de performance

Un court questionnaire pour analyser vos habitudes en matière de mesure de la performance. Connaissiez-vous bien le sujet? Comment mesurez-vous les résultats selon vos objectifs? Et quelles données partagez-vous? Tout ce qu'il faut pour y voir plus clair!

RAYONNEMENT

Valoriser l'expertise de nos membres et de l'industrie auprès des clients actuels et potentiels, et attirer les talents en agence en favorisant les échanges avec la relève.

Présence en ligne

60 097 sessions

(+35,1 %)

sur a2c.quebec

6 585 abonnés

(+8,3 %)

Facebook

1 708 sessions

(+36,3 %)

LinkedIn

693 abonnés

NOUVEAUTÉ

Instagram

Relations publiques

Embauche d'un cabinet de RP pour intensifier nos efforts en la matière.

- Plus de 40 mentions dans les médias, dont ceux d'affaires.

Retour en images sur *Les grandes entrevues* dans une publicité parue dans *La Presse*+

Discours lors des galas STRAT, Boomerang et CRÉA.

Animation d'un panel lors du RDV Marketing.

Kiosque aux événements Plateforme(s), Expo Entrepreneurs, Tendances³, RDV Marketing et Salon Connexion.



Temple de la renommée



(De gauche à droite) : Dominique Villeneuve (A2C), Pierre Lalande (Cinélande – lauréat Allié), François Duffar (Navilon – lauréat Bâtitseur), Jean-Jacques Stréliski (HEC Montréal – lauréat Phare) et Jan-Nicolas Vanderveken (CA de l'A2C et Havas Montréal).



Plus de 170 professionnels de l'industrie étaient présents à Cinélande lors de l'événement *Les grandes entrevues* en l'honneur des lauréats.

Concours d'industrie

Réflexion sur les concours

- Nouveau concours lancé depuis octobre 2019. Chantier prioritaire pour 2020.

Effie Canada

- Fusion en juin 2018 du concours CASSIES au réseau international des prix Effie. Conversion lancée par l'ICA et appui de l'A2C pour favoriser la participation et le rayonnement des agences québécoises. Trois se sont d'ailleurs démarquées lors de la première édition :

- 1 prix OR et 1 Grand prix : Loto-Québec/Sid Lee;
- 3 prix BRONZE : Ig2/Tourisme Montréal, Publicis Montréal/Duceppe et Sid Lee/Van Houtte.

Concours Relève



Relève Communication

- Équipe : Pop Up de l'ESG UQAM, en collaboration avec la Faculté de communication de l'UQAM
- Client : Sports Experts
- Agences partenaires : Touché!, en collaboration avec Rethink
- Responsable bénévole : Jean-Hugo Filion



Relève Marketing

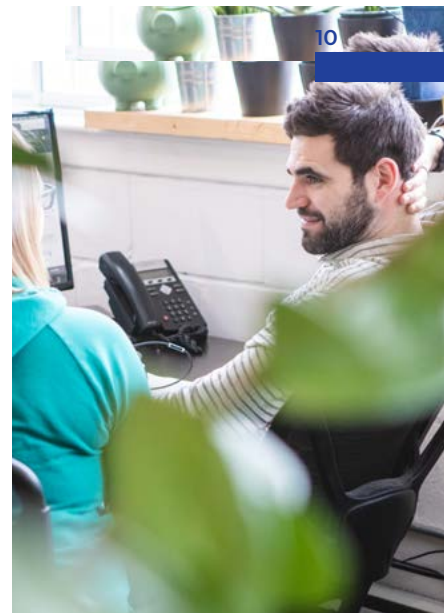
- Équipe : Topaze Consultation de HEC Montréal
- Client : Kombi
- Responsable bénévole : Joanne Nantel

Portes ouvertes en agence

- 570 étudiants
- 56 agences
- 7 bourses remises
- Première collaboration avec l'Alliance des cabinets de relations publiques



70 AGENCES MEMBRES



&CO Collaborateurs
Créatifs

32 MARS

Acolyte

Agence Rinaldi

Alfred

Altitude C

Amazoné
communications +
interactif

AOD Marketing

Archipel

Bleublancrouge

Bob

Braque

Camden

Carat

CARTIER

Compagnie et cie

Cossette

CRI agence

Cundari

dada communications

DentsuBos

Deux Huit Huit

Dialekta

Espace M

FCB Montréal

Featuring

Forsman & Bodenfors

Gendron
Communication

Havas Montréal

Jazz Marketing
Communications

Jungle Média

K72

Kabane

Kaliop Canada

Larouche

Les Évadés

Ig2

Martel
et compagnie

McCann Montréal

Media Experts

Médialliance

Minimal

MXO | agence
totale

Nobrainier

Oasis
Communication-
Marketing

Ogilvy

OPC Événements

orangetango

Orkestra

Pigeon

Publicis Montréal

Réservoir Publicité
Conseil

Ressac

Rethink

Rouge Marketing

rue john

Salto

sept24

Sid Lee

Substance –
stratégies
numériques

Tam-Tam\TBWA

TANK

TAXI

Tequila
communication
et marketing

Touché!

Tribu Expérientiel

TUX

Union

Wunderman Thompson

ZA communication
d'influence