

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Entente collective APC-UDA pour la production d'annonces publicitaires TV/radio
ENTRÉE EN VIGUEUR DE NOUVELLES CLAUSES À COMPTER DU 1^{ER} FÉVRIER 2020

Montréal, le 28 janvier 2020 – L'Association des producteurs conjoints*, représentée par l'Association des agences de communication créative ([A2C](#)) et l'Association canadienne des annonceurs ([ACA](#)), et l'Union des artistes ([UDA](#)) ont convenu d'adopter des dispositions normatives qui font l'objet d'une entente suite à la médiation qui avait eu lieu en 2017-2018 pour le renouvellement de l'entente collective APC-UDA pour la production d'annonces publicitaires TV/radio. Il ne s'agit pas de changements majeurs à l'entente collective, mais d'améliorations pour les deux parties. Ces changements entreront en vigueur le 1^{er} février 2020.

Un résumé des changements est disponible sur le site a2c.quebec/ressources/ententes-collectives.

Par ailleurs, ces changements s'accompagnent de la création d'un comité de travail bipartite APC-UDA dont les travaux se dérouleront durant l'année 2020. Le comité a pour mandat principal d'évaluer la situation actuelle de la production publicitaire et de formuler des recommandations qui pourraient la favoriser.

« Cette initiative a le potentiel de stimuler l'industrie, et ce, au profit de tout l'écosystème publicitaire et culturel, et tant pour les artistes que les producteurs (agences et annonceurs). Il faut réfléchir ensemble aux solutions et surtout les mettre en application rapidement pour faire croître la production au Québec. », explique Dominique Villeneuve, présidente-directrice générale de l'A2C.

« Ce comité est une approche novatrice en relations de travail qui a le potentiel de représenter une réelle possibilité de travailler de manière constructive et positive à un objectif commun pour les deux parties. », soutient Patrick Hotte, vice-président Québec de l'ACA.

— 30 —

***À propos de l'APC**

L'APC est composée de l'Association des agences de communication créative ([A2C](#)), de l'Association canadienne des annonceurs ([ACA](#)) et de l'*Institute of Communication Agencies* ([ICA](#)). Elle est liée par deux (2) ententes collectives avec l'Union des artistes ([UDA](#)) pour la production d'annonces publicitaires, soit une pour la télévision et la radio et une seconde pour l'Internet et les nouveaux médias.

Renseignements :

Emilie Chacon

Conseillère, communication marketing

Association des agences de communication créative (A2C)

514 848-1732 poste 201

e.chacon@a2c.quebec