



— ASSOCIATION
DES AGENCES
DE COMMUNICATION
CRÉATIVE

REVUE DE L'ANNÉE 2017-2018





MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL

Beaucoup reste à faire pour repositionner notre métier de communicateurs dans l'univers économique qui se cherche et se redéfinit afin de favoriser le succès de tous.

Plus que jamais nos clients demandent de l'expertise. Nous pouvons apporter une vision du contexte qui n'est pas qu'économique, mais qui utilise notre capacité inventive et la met au service des enjeux d'affaires. Ce rôle n'est malheureusement pas assez connu, pas assez véhiculé dans l'écosystème de la communication et du marketing, pas assez senti.

Nous sommes des agents de transformation. Nous observons le monde sous un angle différent que celui des clients et ceci demeure notre force. Nous avons une obligation de soutenir nos contributions en ce sens et regagner la crédibilité qui nous est empruntée par d'autres industries. Ceci demande rigueur et constance. Ceci demande également d'être solidaires dans notre vision d'industrie : solidaires dans nos présentations d'affaires et réponses aux appels d'offres; unis dans nos demandes auprès des gouvernements; innovants dans nos méthodes et structures opérationnelles; intègres dans nos échanges. Nous devons aussi accepter les conditions de notre marché, apprécier les contributions des grandes, des moyennes et petites agences. Sans cette mixité d'organisations, notre industrie ne serait pas complète, ne serait pas en mesure de desservir les clients et leurs consommateurs.

Nous avons toutefois fait des avancées.

La plateforme sur la mesure de la performance est un outil qui permet d'harmoniser le vocabulaire entre intervenants, facilitant la communication et la lecture de l'impact des initiatives. Nous n'en sommes qu'aux balbutiements, mais chacun d'entre nous doit encourager ce dialogue quotidien dans nos équipes et avec nos clients.

La consultation auprès des clients pour les appels d'offres donne de bons résultats. Nous devons continuer à promouvoir ce service auprès d'associations et de clients individuels. Nous allons peaufiner notre *Guide de sélection d'une agence* pour refléter l'évolution du marché et en faire la promotion.

Nos rencontres avec les élus gouvernementaux commencent à porter fruit. Nous continuerons nos représentations et maintiendrons la pression sur ces intervenants pour assurer que les perceptions de la communication créative soient celles d'une industrie d'envergure, un moteur économique qu'il faut encourager, respecter et soutenir.

L'année 2018 marque aussi la fin de mon terme en tant que président du conseil d'administration de l'A2C. J'aimerais remercier mes collègues du conseil d'administration de leur confiance et de leur appui au cours des quatre dernières années.

Un mot spécial pour la permanence de l'A2C qui m'a soutenue dans mes orientations et qui s'est assurée de réaliser les initiatives que nous avons entérinées.

J'en profite pour inviter tous nos membres à s'investir dans l'avenir de notre association. L'engagement, les échanges et le support de chacun de vous sont nécessaires à l'avancement du statut de notre industrie.

François Lacoursière

FAITS SAILLANTS

32 600

vues

du Répertoire des agences
au a2c.quebec

500
étudiants

aux Portes ouvertes
en agence

428
appels d'offres

partagés

400+
conseils

d'interprétation
des ententes collectives

120
universitaires

ayant participé
aux Concours Relève

32
clients conseillés

sur leur processus
de sélection d'agence

13
interventions

pour des appels d'offres
non conformes

8
formations

5
nouveaux
membres

4
ministères

rencontrés pour présenter
l'industrie

2^e
édition

du Sommet
des dirigeants

1
nouvelle plateforme

sur la mesure
de la performance

DÉFENSE D'INTÉRÊTS

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

Processus de sélection d'agence

- Service de consultation personnalisé et gratuit pour les entreprises à la recherche d'une agence :
 - Dépôt de recommandations auprès du CSPQ et de TPSGC concernant les appels d'offres en publicité gouvernementale
 - Interventions pour améliorer les processus non conformes aux principes du *Guide de sélection d'une agence*
- Boîte à outils en ligne pour les annonceurs :
 - 1076 vues de ces pages
 - Nouveauté : modèle d'appel de propositions

Représentation de l'industrie

- Rencontres avec des élus gouvernementaux pour notamment 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
- Implication au sein de différents comités et conseils :



Ententes collectives avec l'Union des artistes (UDA)

- Négociation intensive de l'entente TV/radio, échue depuis août 2015
- Rencontre de prénégociation pour le renouvellement de l'entente Internet et nouveaux médias (INM), échue depuis avril 2018
- Formations pour familiariser les producteurs et employés au service-conseil avec l'usage des ententes
- Services d'interprétation pour les producteurs affiliés aux agences membres et pigistes

SERVICES AUX MEMBRES

Appuyer les dirigeants dans leurs enjeux d'affaires grâce à des données et outils pertinents, et maintenir une offre de formations en cohérence avec les réalités de l'industrie.

Sommet des dirigeants

Deuxième édition de cet événement dédié aux enjeux des dirigeants d'agence, sous la thématique « Obstacles et embûches ». Près de 130 participants, dont des annonceurs qui se sont joints pour la première fois aux conférences et discussions durant l'après-midi.



Formations

Formation continue exclusive pour optimiser les habiletés en gestion d'agence :

- L'ABC de la publicité pharmaceutique au Canada
- Libération des droits de propriété intellectuelle et du droit à l'image à des fins de communication marketing
- Présentation de la plateforme sur la mesure de la performance
- Finances en agence 2018
- La tarification d'agence vue autrement avec Tim Williams
- La publicité destinée aux enfants

Partenaire financier et promotionnel, à titre de cofondatrice, de deux programmes de formation reconnus :

- D.E.S.S. en communication marketing à HEC Montréal
- Factory, l'école des sciences de la créativité à Montréal

Plateforme sur la mesure de la performance

Lancement en février 2018 de notre plateforme sur la mesure de la performance des initiatives de communication. L'objectif : alimenter des discussions convergentes entre agences et clients sur le sujet. Une section exclusive a été créée pour les membres A2C, comprenant :

- Grille avec filtres permettant de sélectionner les indicateurs de performance pertinents
- Lexique exhaustif de tous les termes liés à la mesure de performance

Visitez le performance.a2c.quebec



Étude et sondages

- Rémunération des talents en agence, en collaboration avec l'ICA
- Mise à jour de l'étude économique sur l'industrie
- Besoins en formation des gestionnaires en agence
- Évaluation des services de l'A2C auprès de ses membres

Nouveaux outils

- Modèle de contrat de travail entre employeur et employé
- Guide de réflexion sur le placement média responsable, en collaboration avec Touché!
- Gabarit de politique contre le harcèlement psychologique
- Mémo sur le droit d'auteur sur le travail des agences
- Mise à jour de la clause de propriété intellectuelle dans les modèles de contrat de services client-agence
- Sommaire des changements à venir concernant le Règlement général sur la protection des données (RGPD)

Voyez tous les services et avantages d'être membre au a2c.quebec.

RAYONNEMENT

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

Présence en ligne

- Sessions au a2c.quebec : 44 490 (-11,6 %)
- Facebook : 6 082 abonnés (+9 %)
- LinkedIn : 1 253 abonnés (+20 %)
- Vidéos : 25 105 vues sur Facebook et YouTube (+68 %)

Publicités La Presse+



Quiz mettant en vedette les gagnants Or et Argent des CASSIES 2018.



Album photos de l'événement *Les grandes entrevues*.

Relations publiques



- Plus d'une quarantaine de mentions dans les médias de l'industrie
- Discours lors du RDV Marketing et des galas des prix Boomerang, CRÉA et CASSIES
- Kiosque aux événements RDV Marketing et Stratégies PME
- Trois «Facebook Live» avec des professionnels de l'industrie à XSWi

Temple de la renommée



(De gauche à droite) Joanne Nantel (A2C), Jan-Nicolas Vanderveken (CA de l'A2C et Havas Montréal), Daniel Rabinowicz (lauréat Phare), Michel Ostiguy (lauréat Bâtitseur) et Jacques Lemieux (beau-frère de Pierre Savard, lauréat Allié).



Près de 120 professionnels de l'industrie étaient présents lors de l'événement *Les grandes entrevues* en l'honneur des lauréats.

Portes ouvertes en agence



500
étudiants

6
bourses
remises

35
agences
membres

Vidéo tournée
dans différentes
agences de Québec

Concours Relève Marketing et Relève Communication



Les deux équipes gagnantes – Tirade de l'ESG UQAM / École des sciences de la gestion (Relève Communication) et Index de l'Université de Sherbrooke (Relève Marketing) – et les intervenants impliqués dans les concours, lors de la *Soirée de reconnaissance de la relève*.

Guide annuel / Vitrine Infopresse.com



Un guide revisité offrant une visibilité bonifiée aux agences membres.

**Votre
communication
ne vaut pas
une
cenne**

Un service d'information essentielle pour les professionnels de la communication. Une vitrine de visibilité pour les agences membres de l'A2C. Une référence incontournable pour les entreprises et les médias. Une plateforme unique de diffusion de vos communications.

A2C
ASSOCIATION
DES AGENCES
DE COMMUNICATION
CRÉATIVE

**si elle
ne donne pas
de résultats.**

Publicité faisant la promotion des services de l'A2C.

67

AGENCES MEMBRES

&CO Collaborateurs
Créatifs

32 MARS

Acolyte

Agence Rinaldi

Alfred

Altitude C

Amazone
communications
+ interactif

AOD Marketing

ARCHIPEL
synergie créative

Bleublancrouge

Bob

Braque

Camden

Carat

CARTIER

Compagnie et cie

Cossette

CRI agence

Cundari

dada communications

DDB Canada

DentsuBos

Deux Huit Huit

Espace M

FCB Montréal

Featuring

Forsman & Bodenfors
Montréal

Gendron
Communication

Havas Montréal

Jazz Marketing
Communications

john st.

JWT Montréal

K72

Kabane

Lemieux Bédard

Les Dompteurs
de souris

Les Évadés

Ig2

Martel et compagnie

McCann Montréal

Media Experts

Médialliance

Minimal

MXO | agence totale

Oasis Communication-
Marketing

Ogilvy

OPC Événements

orangetango

Orkestra

Pigeon

Publicis Montréal

Réservoir Publicité
Conseil

Ressac

Rethink

Salto

sept24

Sid Lee

Substance - stratégies
numériques

Tam-Tam\TBWA

TANK

TAXI

Tequila
communication
et marketing

Touché!

TUX

Union

ZA communication
d'influence

ZIPCOM



ASSOCIATION
DES AGENCES
DE COMMUNICATION
CRÉATIVE

Découvrez leur profil au a2c.quebec