



Hausse de la participation et de la conformité au programme Choix de pub

TORONTO, le 8 février 2017 – Les normes canadiennes de la publicité (NCP) publiaient plus tôt aujourd’hui leur deuxième rapport de conformité en vertu de leur *Programme de responsabilité Choix de pub*. Ce rapport annuel souligne les progrès réalisés par les entreprises qui adhèrent aux *Principes d’autoréglementation pour la publicité comportementale en ligne* (principes de la DAAC) de l’Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC).

Le [Programme de responsabilité Choix de pub : Rapport de conformité 2016](#) de NCP documente une hausse à la fois au titre de la participation au programme de la DAAC et de la conformité des entreprises participantes avec les principes de la DAAC. Ces principes exigent de ces dernières qu’elles informent les consommateurs de la présence de publicités ciblées par centres d’intérêt (PCL) et qu’elles leur offrent la possibilité de refuser ce type de publicité. NCP a pour objectif principal de s’assurer que ces entreprises fournissent aux consommateurs des mécanismes de transparence et de contrôle en matière de PCL.

Principales conclusions

- **Le taux de participation au programme de la DAAC est passé de 65 à 79 entreprises.** Figurent parmi les entreprises participantes des réseaux publicitaires, des plateformes d’inventaires et autres entreprises de technologie publicitaire de même que des éditeurs et des annonceurs de premier plan.
- **Le taux de conformité des entreprises participant au programme de la DAAC a augmenté en 2016.** Pour 69 % (51 de 74) des examens, NCP a jugé que les entreprises participantes disposaient de mécanismes de transparence et de contrôle par le consommateur conformes comparativement à 20 % (10 de 50) lors de l’examen initial de NCP en 2015.
- **Efficacité de l’outil de retrait de la DAAC pour bloquer la PCL.** NCP a testé l’outil de retrait de la DAAC (votrechoixdepub.ca/fr/retrait/) et a conclu qu’après avoir sélectionné toutes les entreprises de la liste, la PCL cessait d’être affichée sur les 20 principaux sites consultés par les consommateurs.
- **Les participants de la DAAC fournissent plus efficacement aux consommateurs des outils de transparence et de contrôle que les entreprises non participantes.** Dans le cadre d’une analyse comparative des entreprises participant au programme de la DAAC et d’un échantillon des 30 sites Web fréquemment consultés et exploités par des entreprises non participantes, NCP a constaté que les entreprises participantes de la DAAC fournissaient plus efficacement que les entreprises non participantes des mécanismes de transparence et de contrôle aux consommateurs en matière de PCL. Les entreprises non participantes n’offrent habituellement pas aux consommateurs d’avis en temps réel à l’effet que des activités de PCL ont lieu sur leur site et si elles le font, ces avis ne sont pas suffisamment visibles. Qui plus est, les entreprises participantes offrent plus fréquemment des mécanismes de retrait que les entreprises non participantes de l’échantillon. Plus précisément :
 - 95 % des entreprises participantes offrent un mécanisme qui permet aux consommateurs de refuser la collecte ou l’utilisation de données à des fins de PCL comparativement à 69 % des entreprises non participantes.
 - 90 % des entreprises participantes fournissent un avis en temps réel à l’effet que des activités de PCL ont lieu sur leur site comparativement à 31 % des entreprises non participantes.
 - 87 % des entreprises participantes fournissent une mention de PCL comparativement à 77 % des entreprises non participantes.

- **Les entreprises participantes utilisent l'icône Choix de pub.** 67 % des entreprises participantes ont adopté l'icône et le texte « Choix de pub » ou « AdChoices » pour informer les consommateurs de la présence d'activités de PCL, sensibilisant ainsi ces derniers à cet important outil de communication.

Une fois l'examen complété, NCP fournit aux entreprises participantes des conclusions détaillées qui identifient les secteurs qui nécessitent des mesures correctives. « Les recommandations formulées par NCP ont été très bien accueillies en 2016 », de déclarer M^{me} Jani Yates, présidente et chef de la direction des Normes canadiennes de la publicité. « Les entreprises participantes continuent d'investir les ressources importantes que nécessite une mise en œuvre réussie. Nous tenons à les remercier de leur collaboration, de leur engagement et de l'enthousiasme dont elles font preuve pour répondre aux exigences du programme de la DAAC. »

Dans le cadre de son mandat d'assurance de la conformité, NCP accepte également et traite les plaintes des consommateurs à l'encontre de la PCL. En 2016, NCP a reçu 283 plaintes de consommateurs qu'il a examinées en vertu de sa procédure de conformité en matière de PCL. Au total, 24 plaintes (ou 8 %) ont été jugées comme soulevant un problème éventuel en matière de PCL. Les allégations qu'elles contenaient étaient à l'effet que le mécanisme de retrait de la PCL ne fonctionnait pas. Dans la plupart des cas, les consommateurs croyaient à tort que le fait de refuser la PCL éliminait aussi complètement toute autre forme de publicité. « La DAAC a mis en œuvre une initiative visant à éduquer les consommateurs sur la portée du programme. Cette importante initiative aidera les consommateurs à mieux comprendre ce à quoi ils peuvent s'attendre lorsqu'ils choisissent de refuser la PCL », de conclure M^{me} Yates.

Programme de responsabilité Choix de pub de NCP

NCP – organisme, national, indépendant et sans but lucratif d'autoréglementation de la publicité – veille à la gestion et à l'exploitation du volet Responsabilité du programme Choix de pub de l'Alliance de la publicité numérique du Canada (la DAAC). Le travail de conformité de NCP aide les entreprises participantes à satisfaire aux exigences fixées par les *Principes d'autoréglementation pour la publicité comportementale en ligne* de la DAAC. De plus amples détails sur le Programme de responsabilité Choix de pub de NCP sont disponibles en ligne à normespub.com/choixdepub.

Pour plus d'information, veuillez communiquer avec :

Danielle Lefrançois
Directrice des communications
Tél. : 514 931-8060, poste 260
danielle.lefrancois@normespub.com