

# info en direct

## AU SUJET DE NORMES DE LA PUBLICITÉ AUTOMNE 2017



### Notre nouvelle identité visuelle

En août dernier, Les normes canadiennes de la publicité lançaient leur toute nouvelle identité visuelle, développée en collaboration avec Anderson DDB Santé. Vie. Esprit. Dorénavant, l'organisation s'appellera les Normes de la publicité et utilisera un tout nouveau logo caractérisé par des traits dynamiques ascendants, de couleurs transparentes, qui symbolisent le fait que les normes publicitaires accroissent l'intégrité de l'industrie et favorisent la confiance des consommateurs. Lire le [communiqué de presse](#).



### Nouvelle campagne d'intérêt public

Outre cette nouvelle identité, les Normes de la publicité ont également lancé une toute nouvelle campagne d'intérêt public qui souligne leurs 60 ans en tant qu'organisme national et indépendant d'autoréglementation de la publicité au Canada. Anderson DDB est également le partenaire créatif de l'organisme pour ce projet. L'agence a créé plusieurs messages publicitaires, engageants et informatifs, destinés à être diffusés à la télévision, à la radio, dans les médias imprimés et dans les médias numériques ainsi que sur les panneaux d'affichage. Pour voir le travail créatif, visitez [normespub.ca/pub](http://normespub.ca/pub)



### Publication de la *Revue de l'année 2016-2017* des Normes de la publicité

En juin, les Normes de la publicité ont publié leur *Revue de l'année 2016-2017* qui présente un aperçu de leurs activités et de leurs réalisations au cours de la dernière année écoulée. Ce rapport inclut un résumé du Rapport des plaintes contre la publicité 2016, du Rapport de conformité du Programme de responsabilité Choix de pub ainsi que de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants. Voir la *Revue de l'année*.

La *Revue* présente également de l'information sur le Comité exécutif et le conseil d'administration 2017-2018 des Normes de la publicité. Nancy Marcus, Produits Kruger S.E.C., a été élue présidente du Conseil. Les autres membres du Comité exécutif incluent Gary Maavara (vice-président), Corus Entertainment Inc.; Kevin Brady (vice-président), Anderson DDB Santé. Vie. Esprit.; Carol J. Ritter (trésorière), Procter & Gamble Inc.; Sandy MacLeod (président sortant), Toronto Star/Metro English Canada; Janet Feasby (secrétaire), Normes de la publicité et Ron Lund, Association canadienne des annonceurs.



### Publication du Rapport des plaintes contre la publicité 2016

En mars, les Normes de la publicité publiaient *Rapport des plaintes contre la publicité – Revue de l'année 2016*. Ce rapport fournit de l'information sur les plaintes que les consommateurs ont soumises à l'examen des Normes de la publicité en 2016, en vertu du Code canadien des normes de la publicité. Figurent ci-après quelques faits saillants :

- 1639 plaintes soumises concernant 1237 publicités
- 59 % des plaintes traitées alléguaient des publicités inexactes ou trompeuses
- 225 plaintes reçues à l'encontre de publicités de détail – soit le plus grand nombre de plaintes par catégorie



### Les Normes de la publicité sur Twitter

Suivez-nous en français à [@NormesCanPub](https://twitter.com/NormesCanPub)  
Suivez-nous en anglais à [@AdStandardsCan](https://twitter.com/AdStandardsCan)

### À inscrire à votre agenda

#### Événements des Normes de la publicité

Introduction au *Code canadien des normes de la publicité* et à la *Procédure de traitement des plaintes des consommateurs*

**Le 11 octobre – Toronto (en anglais)**

8 h 45 à 10 h

Petit déjeuner continental offert.

Normes de la publicité – bureau de Toronto

175, rue Bloor Est

Tour Sud, bureau 1801

Toronto (Ontario) M4W 3R8

[Pour en savoir plus](#)

Introduction au *Code canadien des normes de la publicité* et à la *Procédure de traitement des plaintes des consommateurs*

**Le 25 octobre – Montréal**

8 h 45 à 10 h

Petit déjeuner continental offert.

Normes de la publicité – bureau de Montréal

2015, rue Peel, bureau 915

Montréal (Québec) H3A 1T8

[Pour en savoir plus](#)

#### Autres événements de l'industrie de la publicité

## Nouvelles et événements de l'industrie de la publicité

### Des producteurs canadiens licenciés de premier plan s'unissent pour développer des lignes directrices sur la mise en marché et la promotion du cannabis

En juillet 2017, seize producteurs canadiens de cannabis licenciés, qui représentent près de 90 % du marché actuel du cannabis vendu à des fins médicales – conjointement avec le [Conseil canadien du cannabis médical](#) et l'[Association Cannabis Canada](#) –, ont entamé une collaboration avec les Normes de la publicité afin de mettre en place des lignes directrices sur la mise en marché et la promotion du cannabis. Selon le [communiqué de presse](#) des Producteurs de cannabis licenciés : « L'entente concernant la mise en place de lignes directrices vient s'ajouter au plaidoyer des producteurs licenciés participants et de leurs Associations respectives, pressant le gouvernement à promettre dans les réglementations entourant la légalisation du cannabis l'inclusion d'allocations attribuables à la promotion et la commercialisation responsable, comme étant des outils nécessaires à la lutte contre le marché noir. Tous les producteurs licenciés s'entendent sur la nécessité d'une mise en marché modérée, ciblant les adultes - tel qu'un lettrage coloré et des logos pour les produits de cannabis. Tous les partis s'entendent sur le fait que ces éléments ne devraient en aucun cas être attrayants pour les mineurs, considérant l'âge légal propre à chaque province. »

### Les Normes de la publicité prennent la parole devant le Comité sénatorial permanent des Affaires sociales, des sciences et de la technologie

Le 14 juin 2017, deux représentantes des Normes de la publicité – Janet Feasby, vice-présidente, Normes et Nicole Bellam, vice-présidente, Services d'approbation –, étaient invitées à prendre la parole devant le Comité sénatorial permanent des Affaires sociales, des sciences et de la technologie sur le Projet de loi S-228, Loi modifiant la Loi sur les aliments et drogues (interdiction de faire de la publicité d'aliments et de boissons s'adressant aux enfants). Elles ont présenté le cadre d'autoréglementation rigoureux qui régit actuellement la publicité destinée aux enfants et ont décrit les progrès importants réalisés par les entreprises qui participent volontairement à l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants dans le but de transformer le paysage publicitaire des aliments et des boissons annoncés aux enfants de moins de 12 ans en promotion de meilleurs choix nutritionnels.

### Le droit de la publicité et du marketing : social, numérique et conformité en ligne

Le 4 octobre 2017, Janet Feasby des Normes de la publicité fera une présentation à la Conférence sur le droit de la publicité et du marketing de l'Association du Barreau de l'Ontario. Les participants découvriront comment annoncer et promouvoir efficacement leurs activités sans contrevenir aux exigences législatives et réglementaires en vigueur. Janet abordera entre autres les sujets suivants :

- De quoi se plaignent les consommateurs aux Normes de la publicité?
- De quelle façon les plaintes entre concurrents sont-elles traitées?
- Comment distinguer les rôles de chaque organisme dans la gouvernance de la publicité et du marketing?

Pour en savoir plus sur cet important événement, visitez [www.oba.org/pd](http://www.oba.org/pd)

### Strategic Marketing Day: *Optimizing Online Research, Channels & Perceptions*

Le 8 novembre 2017, les Normes de la publicité feront une présentation lors de l'événement *Strategic Marketing Day* de Produits de santé consommateurs du Canada. En effet, dans une présentation intitulée « *Consumer Perceptions in Advertising. What are they really thinking?* », Jani Yates, présidente et chef de la direction, présentera les conclusions pertinentes des études annuelles que réalisent les Normes de la publicité auprès des consommateurs sur la façon dont les Canadiens perçoivent la publicité. L'événement présentera également les points de vue des conférenciers suivants sur le marketing : Terry O'Reilly, auteur, personnalité de la radio et publicitaire primé; Jennifer Lee, associée, Analytique des clients, Deloitte; Erin Kelly, chef de la direction, Advanced Symbolics; Nancy McConnell, responsable de l'industrie, Produits de consommation emballés, Google Canada, et Chris Phyland, chef de la direction, Buchanan Group. Pour en savoir plus sur cet événement des plus excitants, visitez [chpcanada.ca](http://chpcanada.ca)

*Advertising and Marketing Law: Social, Digital, Online Compliance*

**Le 4 octobre – Toronto**

Présentée par l'**Association du Barreau de l'Ontario**

Twenty Toronto Street Conferences and Events

20, rue Toronto, 2e étage

Toronto (Ontario) M5C 2B8

[Pour en savoir plus](#)

**Strategic Marketing Day: *Optimizing Online Research, Channels & Perceptions***

**Le 8 novembre – Toronto**

Présentée par **Produits de santé**

**consommateurs du Canada**

Toronto Congress Centre

650 Dixon Rd

Etobicoke (Ontario) M9W 1J1

[Pour en savoir plus](#)

**Conférence sur le droit de la publicité et du marketing**

**Les 22 et 23 janvier 2018 – Toronto**

Présentée par l'Institut Canadien

Marriott Bloor Yorkville

90, rue Bloor E,

Toronto (Ontario) M4W 1A7

[Pour en savoir plus](#)

### Tournoi de golf 2017 de l'IAB

En juin, les Normes de la publicité présentaient leur nouvelle identité visuelle lors du tournoi de golf 2017 de l'IAB, qui se tenait au club de golf Station Creek. Plus de 250 agences, marques, médias et représentants d'entreprises de technologie publicitaire y ont participé. Nos remerciements à Sonia Carreno, présidente d'IAB, pour avoir rendu cet événement possible.



### Accueil d'une nouvelle analyste

En septembre, les Normes de la publicité ont accueilli une nouvelle analyste au sein des Services d'approbation. Il s'agit d'Alexandra Carambela, diététiste bilingue qui détient un baccalauréat et une maîtrise en nutrition humaine appliquée. Remplaçant Sandra Gharbi qui sera bientôt en congé de maternité, Alexandra travaillera dans les secteurs de la publicité sur les aliments, les cosmétiques et les médicaments.



### Gagnant de la bourse d'études Robert E. Oliver

En 2017, les Normes de la publicité ont décerné la bourse d'études Robert E. Oliver à Joel Johnson, un étudiant de troisième année du programme de baccalauréat en administration des affaires de l'université Mount Saint Vincent de Halifax. Joel effectue une majeure en marketing et compte travailler comme responsable du marketing pour le compte d'une entreprise socialement responsable, où il espère avoir un impact positif sur sa communauté. Joel a démontré sa passion tant pour le marketing que pour la responsabilité sociale en lançant sa propre marque de vêtements et en versant cinq pour cent de toutes ses ventes à des initiatives écologiques.



### Conférence sur le droit de la publicité et du marketing – Tarifs réduits

Les Normes de la publicité sont fières de soutenir la [Conférence sur le droit de la publicité et du marketing](#) de l'Institut Canadien, qui se tiendra les 22 et 23 janvier prochains à l'hôtel Marriott Bloor Yorkville de Toronto. Grâce à ce partenariat, les membres des Normes de la publicité recevront un **rabais de 10 %** sur les droits d'inscription. Pour profiter de cette offre, utilisez le code spécial suivant pendant le processus d'inscription en ligne : **D10-385-385CX02**.

Le paysage du droit de la publicité est en constante évolution, et il est devenu difficile de s'y retrouver. Joignez-vous à un groupe d'experts de premier plan, dont **Janet Feasby, vice-présidente, Normes des Normes de la publicité**, pour en savoir plus sur les derniers changements apportés et sur la façon d'adapter vos pratiques.

#### Faits saillants de la conférence :

- POINTS DE VUE du Bureau de la concurrence et de la *Federal Trade Commission*
- APERÇU et ANALYSE des principales décisions rendues cette année en droit de la publicité
- PRATIQUES EXEMPLAIRES en matière de marketing dans les médias sociaux, de contenus générés par les utilisateurs et de recours
- SÉANCE APPROFONDIE sur les lois en matière de confidentialité
- DISCUSSION avec une agence de publicité primée sur le rôle de l'innovation.

Inscrivez-vous dès aujourd'hui pour vous assurer d'une place! Pour plus d'information, composez le 1 877 927-7936, envoyez un courrier à [servicealaclientele@institutcanadien.com](mailto:servicealaclientele@institutcanadien.com) ou visitez [www.canadianinstitute.com](http://www.canadianinstitute.com)

### Bienvenue aux nouveaux membres et à leur nouveau représentant officiel


**Brunico Communications Ltd.**

Représentante officielle : Mary Maddever, première vice-présidente et directrice de la rédaction

Fondée en 1986, Brunico est une société fermée établie à Toronto, en Ontario. Réputée dans l'industrie pour ses publications, dont *Playback* et *Strategy and Media* au Canada, Brunico produit également des conférences sur le divertissement et le marketing tant au Canada qu'aux États-Unis.


**Association canadienne des aliments de santé (CHFA)**

Représentante officielle : Helen Long, présidente

Créée en 1964, l'Association canadienne des aliments de santé est une association professionnelle consacrée aux produits de santé naturels et aux produits biologiques, dont les aliments, les suppléments de vitamines et de minéraux, les produits à base de plantes médicinales, les remèdes homéopathiques, les produits de nutrition sportive, les produits santé-beauté et autres. La CHFA représente actuellement plus de 1000 entreprises membres de partout au Canada, y compris des fabricants, des détaillants, des grossistes, des distributeurs et des importateurs de produits naturels et biologiques.


**Fallsview Casino Resort**

Représentante officielle : Jennifer Ferguson, directrice des services marketing

Fallsview Casino Resort est un centre de villégiature et de jeu détenu par le gouvernement ontarien et exploité par un consortium composé de 5 sociétés, Falls Management Group LP. Il comprend un casino, un hôtel de luxe, un spa et un centre de conditionnement physique, une douzaine de boutiques et de restaurants, le théâtre Avalon et plus de 30 000 pieds carrés d'espace destiné à la tenue de réunions et de congrès.


**GlaxoSmithKline Inc.**

Représentante officielle : Tracy Pike, chef de marque

Société mondiale de soins de santé, GSK Inc. compte 11 000 employés qui travaillent à la recherche et au développement d'une vaste gamme de produits pharmaceutiques, de vaccins et de soins de santé aux consommateurs. La société exerce ses activités commerciales dans plus de 150 pays et dispose d'un réseau de 90 centres de fabrication et d'importants centres de R-D situés au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Belgique et en Chine.


**Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB Canada)**

Représentante officielle : Sonia Carreno, President

Le Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB Canada) est une association professionnelle vouée au développement et à la promotion du secteur de la publicité et du marketing numérique au Canada. IAB Canada représente plus de 250 annonceurs, agences de publicités, entreprises médiatiques, fournisseurs de services, établissements d'enseignement et associations gouvernementales. Il élabore des lignes directrices sur la publicité, effectue des recherches approfondies, offre de la formation, tient des événements et est le porte-voix national et un leader d'opinion de l'industrie canadienne de la publicité et du marketing interactifs.


**London Drugs Ltd.**

Représentante officielle : Dennis Dong, directeur général adjoint, Marketing

Fondée en 1945, London Drugs est une société entièrement canadienne. Établi en Alberta, en Colombie-Britannique, au Manitoba et en Saskatchewan, les 79 magasins de London Drugs comptent plus de 7000 employés et servent plus de 45 millions de clients chaque année.


**Made in**

Représentante officielle : Aurélie Sauthier, chef de la direction

Made in est une agence de marketing d'influence et de contenus multiplateformes. Elle élabore et met en œuvre des stratégies et des campagnes de marketing pour les marques à l'aide des plus puissants influenceurs du Web. Made in a ouvert un bureau européen à Paris en 2016.



#### Mintel Group Ltd.

Représentante officielle : Jill Saucier, directrice principale du marketing

Créée en 1972, Mintel est une agence d'information commerciale dont les bureaux sont situés à Londres, à Chicago, à Shanghai, à Belfast, à Kuala Lumpur, à Mumbai, à Munich, à New York, à São Paulo, à Singapour, à Sydney, à Tokyo et à Toronto. Mintel offre à ses clients de l'information et des recommandations sur le marché de la consommation à l'aide d'analyses des marchés, de veilles concurrentielles et de renseignements sur les produits.



#### Association Marketing Canadienne de l'Affichage (AMCA)

Représentante officielle : Rosanne Caron, présidente

Créée en 2005, l'Association Marketing Canadienne de l'Affichage a pour but de promouvoir les avantages et l'efficacité des produits d'affichage auprès des annonceurs et des agences de publicité.



#### PR in Canada/Profectio

Représentante officielle : Dave Forde, fondateur

PR in Canada est une publication indépendante à l'intention de l'industrie canadienne des relations publiques, qui présente des pratiques exemplaires, des opinions, des expériences réussies et des résultats de recherche. [www.princanada.com/about](http://www.princanada.com/about)



Profectio offre des actualités à la une, des nouvelles, les dernières tendances et des conseils sur l'industrie canadienne de la publicité et du marketing en ligne. [www.profectio.com](http://www.profectio.com)



#### Sanofi Santé grand public

Représentante officielle : Tamara Lovi, chef de groupe de produits

Les entités Sanofi au Canada comprennent l'unité commerciale Diabète et maladies cardiovasculaires, l'unité commerciale Médecine générale et Produits établis, Sanofi Pasteur (vaccins), Genzyme (soins spécialisés) et Sanofi Santé grand public. Ensemble, elles emploient près de 1 900 personnes. En 2015, les sociétés Sanofi ont investi 133,3 millions de dollars dans la recherche et le développement au Canada.



#### Shine Influencers

Représentante officielle : Jess Hunichen, cofondatrice

Établie à Toronto, Shine Influencers est une agence de gestion des talents pour les influenceurs du Web et travaille avec les marques et les agences pour séduire les influenceurs.



#### L'Institut Canadien

Représentante officielle : Elena Kaminsky, productrice de conférences

Établi à Toronto, l'Institut Canadien est responsable de la création de plus de 1700 conférences depuis sa fondation en 1985.

### Bienvenue aux nouveaux représentants officiels de plusieurs membres des Normes de la publicité

Un représentant officiel (RO) est une personne désignée par une entreprise membre des Normes de la publicité comme contact principal auprès de l'organisme. Des entreprises membres des Normes de la publicité ont désigné les nouveaux représentants officiels suivants :

- **Dani Bastien**, chef de service principal, Planification stratégique et gestion de marque, Air Canada
- **Kevin O'Brien**, directeur exécutif, Médecine esthétique, Allergan Inc., Canada
- **Liz Buttigeig**, directrice administrative, Allied Beauty Association
- **Rohith Redd**, directeur commercial et marketing, Bacardi Canada Inc.
- **Carmen Martinez**, chef de la division canadienne, Bandai America Inc., Division canadienne
- **John Pitt**, président, Brickworks Communications Inc.
- **Dave Clark**, vice-président, Association canadienne des aliments de santé
- **Jennifer Hay**, directrice, Stratégie de marque et marketing, Capital One

- **Anne Martin**, vice-présidente, Marketing, Corby Spiritueux et vins Limitée
- **Lory Skara**, Coordinatrice nationale du marketing, E. & J. Gallo Winery Canada Ltd.
- **Priya Bhasin-Singh**, chef d'équipe, Engagement et fidélisation de la clientèle, Edmonton Transit System
- **Tyler Turnball**, chef de la direction, FCB Canada
- **Rudy Sequeira**, directeur général, Ferrero Canada Ltd.
- **Sharon Nishi**, directrice, intégration des services de détail, General Motors du Canada
- **Caroline Mitchell**, directrice, Division du marketing, Gouvernement du Canada
- **Kevin Blazaitis**, directeur exécutif, Développement de la clientèle, IZEA, Inc.
- **Lorri MacDonald**, directrice générale, kbs+ Canada LP
- **Tony Chow**, premier vice-président, Marketing et ventes, Kellogg Canada Inc.
- **Samantha Redman**, chef du marketing, Kentucky Fried Chicken Canada Company
- **Nadia Petrolito**, vice-présidente, chef du contentieux et chef de la Direction des Communications corporatives, L'Oréal Canada Inc.
- **Casey Howe**, directeur général et vice-président, Ventes, Mark Anthony Group
- **Chris Lamb**, directeur du marketing – Marques de détail, McCain Foods (Canada)
- **Dan Glover**, associé, McCarthy Tétraut LLP
- **Robert Loj**, directeur général, Mead Johnson Nutrition
- **Stephanie Minna Cass**, Relations avec les entreprises et le gouvernement, Mondelēz International
- **Chantale Coulombe**, directrice du développement des affaires, Nielsen Média, Canada
- **Catherine Rocher**, vice-présidente, Marketing, PAC Health (Canada) Inc.
- **Catherine Newman**, vice-présidente, Stratégie et services marketing, Parmalat Canada Inc.
- **Ryan Brown**, chef de produits, Développement des affaires/médicaments en vente libre, Purdue Pharma Canada
- **Daniel Pilas**, chef du marketing, S.C. Johnson Canada
- **Betsey Chung**, première vice-présidente et chef du marketing, Groupe TD
- **Kelly Hobson**, responsable des études marché, Canada, The Reader's Digest Association (Canada) Ltd.
- **Trinh Tham**, vice-présidente, Marketing intégré, Fonds de Publicité et Promotion Tim Hortons (Canada) Inc.

---

Les Normes de la publicité est l'organisme national, indépendant et sans but lucratif de l'autoréglementation de la publicité au Canada. Notre mission est de favoriser la confiance du public dans la publicité et d'assurer l'intégrité et la viabilité de la publicité à l'aide d'une autoréglementation responsable de l'industrie. Les Normes de la publicité administrent le *Code canadien des normes de la publicité* – principal outil d'autoréglementation de la publicité au Canada – ainsi qu'un mécanisme national de traitement des plaintes des consommateurs à l'encontre de la publicité. Les Services d'approbation des Normes de la publicité offrent des services de consultation et de préapprobation de messages publicitaires dans cinq catégories, afin de s'assurer que les publicités soient conformes aux règlements en vigueur.