

# info en direct

## AU SUJET DE NORMES DE LA PUBLICITÉ HIVER 2017



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

Le 8 février 2017, NCP publiait *Programme de responsabilité Choix de pub : Rapport de conformité 2016*. Ce rapport annuel présente 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 rapport de 2016 documente une croissance tant au niveau de la participation au programme de la DAAC que de la conformité des entreprises participantes aux principes de la DAAC. Ces principes exigent des participants qu'ils informent les consommateurs de la présence de publicités ciblées par centres d'intérêt en ligne (PCL) et qu'ils leur offrent la possibilité de refuser ce type de publicité. Le but premier de NCP est d'aider les participants à offrir aux consommateurs des mécanismes de transparence et de contrôle en matière de PCL.

#### Principales conclusions :

- **Le nombre d'entreprises participant au programme de la DAAC est passé de 65 à 79.** Figurent parmi les entreprises participantes des réseaux publicitaires, des plateformes d'inventaires et autres entreprises de technologie publicitaire de premier plan de même que les principaux éditeurs et annonceurs canadiens.
- **Le taux de conformité des entreprises participant au programme de la DAAC a augmenté en 2016.** Pour 69 % (51 de 74) des examens des entreprises participantes, l'examen de NCP a révélé la présence de mécanismes de transparence et de contrôle par le consommateur conformes comparativement à 20 % (10 de 50) lors du premier examen de NCP en 2015.
- **L'outil de retrait de la DAAC supprime efficacement la PCL.** NCP a testé l'outil de retrait de la DAAC pour la PCL ([votrechoixdepub.ca/fr/retrait](http://votrechoixdepub.ca/fr/retrait)) sur les 20 principaux sites Web consultés par les Canadiens et en conclut qu'après avoir choisi de refuser la publicité ciblée de toutes les entreprises inscrites, la PCL de toutes ces entreprises cessait d'être affichée.
- **L'icône Choix de pub utilisée par les entreprises participantes.** Des entreprises participantes, 67 % ont adopté l'icône Choix de pub ainsi que le texte « Choix de pub » ou « AdChoices » qui l'accompagne pour informer les consommateurs de publicités ciblées par centres d'intérêt, les sensibilisant ainsi à cet important outil de communication.

Pour en savoir plus, consultez le [communiqué de presse ainsi que le rapport dans son intégralité](#)



### AGA de NCP et Conférence mondiale des annonceurs – Toronto, le 27 avril 2017

L'AGA de NCP se tiendra le jeudi 27 avril 2017, de 8 h à 8 h 30, à l'hôtel The Ritz-Carlton de Toronto. Tous les membres sont les bienvenus! Notre AGA sera suivie immédiatement par la [Conférence mondiale des annonceurs](#), un événement international majeur que NCP est fier de commanditer.

Organisée conjointement par l'Association canadienne des annonceurs (ACA) et la Fédération mondiale des annonceurs (WFA), cette conférence permettra aux participants de se joindre à



#### NCP sur Twitter

Suivez-nous en français à  
[@NormesCanPub](#)  
Suivez-nous en anglais à  
[@AdStandardsCan](#)

### À inscrire à votre agenda!

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

**le 19 avril - Toronto**

8 h 45 à 10 h, petit déjeuner continental offert  
NCP – Bureau de Toronto  
175, rue Bloor Est  
Tour Sud, bureau 1801  
Toronto (Ontario) M4W 3R8

[Pour en savoir plus](#)

Assemblée générale annuelle de NCP

**le 27 avril - Toronto**

8 h à 8 h 30  
The Ritz-Carlton  
181, rue Wellington Ouest  
Toronto (Ontario) M5V 3G7

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

**le 2 mai - Montréal**

8 h 45 à 10 h, petit déjeuner continental offert  
NCP – Bureau de Montréal  
2015, rue Peel  
Bureau 915  
Montréal (Québec) H3A 1T8

[Pour en savoir plus](#)

certaines des marques les plus prestigieuses du monde et de réseauter avec des annonceurs internationaux de premier plan. Les leaders du marketing débattront des enjeux et des opportunités auxquels ils font face actuellement. [Consultez la liste des conférenciers](#).



## Dernières nouvelles concernant les Services d'approbation de NCP

- La mise à jour des *Lignes directrices sur la publicité des produits de santé commercialisés destinée aux consommateurs*, qui incluent désormais les vaccins et les instruments médicaux, sera publiée à l'été 2017.
- Des ateliers portant sur ces Lignes directrices suivront par la suite. Pour plus de détails sur les dates de ces ateliers, se reporter au [Calendrier des événements](#), sur notre site Web.



## Les Résumés des plaintes des consommateurs 2016 maintenant en ligne

NCP a publié récemment les [Résumés des plaintes des consommateurs](#) couvrant toute l'année 2016. Le document *Rapport des plaintes contre la publicité – Revue de l'année 2016* sera publié prochainement en 2017, sur [normespub.com](http://normespub.com).

## NCP présent aux divers événements de l'industrie

### Conférence nextMEDIA 2016

Le 10 novembre dernier, Janet Feasby, vice-présidente, Normes, traitait des nouvelles modifications apportées au [Code canadien des normes de la publicité](#) (le Code) lors de nextMEDIA – principale conférence sur les médias numériques du pays et événement de réseautage portant sur la création, la distribution et la monétisation du contenu et de la technologie des médias numériques. Janet a participé à une table ronde intitulée « *Blurred Lines: Best Practices for Disclosing Paid Content* », qui portait essentiellement sur la nouvelle *Ligne directrice d'interprétation* de l'article 7 du Code, qui exige que les influenceurs en ligne divulguent « tout lien matériel » entre eux et les annonceurs. Les experts ont discuté des règles officielles de divulgation en matière de contenu payant, de la façon dont les marques, les agences et les influenceurs peuvent travailler ensemble en vue d'assurer la transparence, et des pratiques exemplaires en matière de divulgation de contenus payants.

Les autres panélistes étaient :

- Marc Dinsdale, Facebook & Instagram
- Jake Gold, The Management Trust
- Amber Mac, Konnekt Digital Engagement & AmberMac Media, Inc.
- Casie Stewart, créatrice de contenus et storytelling de marques

### Conférence Média-Jeunes 2016

Le 16 novembre dernier, Danielle Lefrançois, directrice des Communications, participait à la table ronde « Les enjeux de la publicité dans les contenus jeunesse », lors de la Conférence Média-Jeunes 2016. Les panélistes ont traité de la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec, adoptée au début des années 1980 et qui interdit toute publicité commerciale auprès d'enfants de moins de 13 ans. La discussion a porté essentiellement sur l'impact général de la publicité sur les enfants. Ont également été abordés les impacts sociaux-économiques éventuels de l'amendement de cette loi en vue de refléter les enjeux actuels auxquels sont confrontés les diffuseurs et les producteurs de contenus jeunesse locaux. Les participants ont ensuite discuté des différentes réalités des diffuseurs au Québec, où la *Loi sur la protection du consommateur* interdit toute publicité destinée aux enfants, et d'autres diffuseurs au Canada anglais, où la publicité destinée aux enfants est permise en vertu d'un cadre réglementaire très stricte qui comprend le [Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) de NCP.

Les autres panélistes étaient :

- Luc Arbour, Bleu Blanc Rouge
- Pierre Balloffet, HEC Montréal
- Athéna Georgaklis, Corus Entertainment
- André Allard, Office de la protection du consommateur

- Dany Meloul, Bell Media

### NCP commandite la journée de la relève (*Next Generation Day*) de l'AdWeek

En février, NCP participait à la journée de la relève (*Next Generation Day*) de l'Advertising and Marketing Week. Cet événement offre aux étudiants de niveau postsecondaire en publicité et en marketing une expérience pratique en leur permettant de travailler avec des experts de l'industrie au sein d'agences de publicité participantes. Christian Campbell, coordonnateur, Communications de NCP a présenté à l'auditoire composé d'étudiants et de formateurs le *Code canadien des normes de la publicité*, la Procédure de traitement des plaintes des consommateurs ainsi que les Services d'approbation de NCP.

NCP souhaite remercier les organisateurs de cette journée pour l'occasion qu'ils lui ont offerte de participer à cet événement extraordinaire.

### Prix IMAGE/in 2017

Le 27 mars, les votes débiteront pour le prix [IMAGE/in 2017](#). Ce prix est présenté par Équilibre, un organisme sans but lucratif dont la mission est de prévenir les problèmes personnels et sociaux liés au poids et à une image corporelle négative. Le prix IMAGE/in reconnaît une entreprise de mode, un média et ou une agence de publicité du Québec, qui fait constamment la promotion de représentations saines et diverses des normes de beauté. Ce prix repose sur les principes de [La Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée](#), dont NCP est l'un des signataires.

Le prix IMAGE/in sera décerné à une organisation choisie par le grand public. La période de vote s'échelonne du 27 mars au 23 avril 2017. Le public est invité à voter pour l'un des cinq finalistes qui seront choisis par un jury composé d'adolescents et de professionnels de l'industrie, y compris Danielle Lefrançois, directrice des Communications de NCP. Un second prix, le Choix des jeunes, sera décerné à l'entreprise qui a obtenu la faveur des adolescents âgés de 12 à 17 ans.

### Bienvenue aux nouveaux membres de NCP et à leurs représentants officiels!



#Paid

Représentant officiel : Bryan Gold, cofondateur et chef de la direction

Établie à Toronto, en Ontario, #paid est une entreprise en pleine croissance qui a recours à la technologie pour faciliter la collaboration entre les annonceurs et les influenceurs sur les médias sociaux. Une politique de divulgation obligatoire stricte et l'utilisation des mots-clés « #partner » (partenaire), « #ad » (publicité) ou « #paid » (payé) permettent de divulguer le fait que le contenu est un message payé.



FCB Canada

Représentant officiel : Tim Bowen, président du Conseil

FCB (Foote, Cone & Belding) est une entreprise mondiale de communications marketing entièrement intégrées, qui compte plus de 8000 employés répartis dans 120 bureaux dans 80 pays.



Gaz Métro

Représentante officielle : Diane Lapointe, chef de service, Gestion de la marque et communications marketing

Gaz Métro est un important distributeur d'énergie. Principale entreprise de distribution de gaz naturel au Québec, elle y exploite un réseau de conduites souterraines de plus de 10 000 km qui dessert plus de 300 municipalités et rejoint plus de 200 000 clients. Gaz Métro est aussi présente au Vermont où elle dessert plus de 310 000 clients. Elle s'implique dans le développement et l'exploitation de projets énergétiques porteurs et novateurs tels que le gaz

naturel comme carburant et le gaz naturel liquéfié en remplacement d'énergies plus émissives, la production d'énergie éolienne et la valorisation du biométhane.



#### Influicity Corporation

Représentant officiel : Johnathan Davids, chef de la direction

Créée en 2012, Influicity offre aux annonceurs, aux acheteurs médias et aux éditeurs une plateforme visant à les aider à gérer et à pondérer les activités d'influenceur sur YouTube, Instagram et autres médias sociaux. L'entreprise travaille avec ses clients à l'élaboration de leurs stratégies de marketing d'influence, leurs structures opérationnelles et leurs politiques de divulgation.



#### Purdue Pharma Canada

Représentant officiel : Kevin Skinner, directeur principal, Médicaments en vente libre/développement des affaires

Purdue Pharma Canada (Purdue) est une société de recherche pharmaceutique dont le siège social, les installations de recherche et développement (R et D) et l'usine sont situés à Pickering, en Ontario. L'entreprise, qui embauche plus de 400 personnes à l'échelle du Canada, se consacre à la recherche, au développement et à la commercialisation de médicaments contre la douleur et les troubles du système nerveux central (TDAH). Elle possède également un portefeuille de médicaments en vente libre.



#### Banque Royale du Canada

Représentant officiel : Marina Seidl, avocate principale

Fondée en 1864 à Halifax, en Nouvelle-Écosse, la Banque Royale du Canada est une société canadienne de services financiers multinationaux et la plus importante banque du pays selon sa capitalisation boursière. Elle compte plus de 80 000 employés à temps plein et à temps partiel qui servent plus de 16 millions de particuliers, d'entreprises, de clients institutionnels et du secteur public depuis ses bureaux situés au Canada, aux États-Unis et dans 35 autres pays.



#### Viral Nation

Créée en 2014, Viral Nation est une agence artistique et de marketing d'influence qui représente les principaux influenceurs sur les médias sociaux tels qu'Instagram, YouTube, Facebook, Twitter et Snapchat. L'entreprise s'occupe, pour ses clients, de tout le processus d'influence à l'aide d'un logiciel personnalisé qui lui permet de repérer les talents, de suivre et d'analyser les campagnes de marketing d'influence et d'en rendre compte, et ce, du début à la fin.

### Bienvenue aux nouveaux représentants officiels des membres de NCP

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

- **Gregory Major**, directeur, Marketing, Church & Dwight Canada Corp.
- **Gerry Harrington**, vice-président, Politique et affaires réglementaires, Produits de santé consommateurs du Canada
- **Geoff Kosar**, directeur, Marketing, Diageo Canada
- **Nick Beck**, producteur exécutif, H&F Continuing Education
- **Scott Knox**, président et chef de la direction, Institut des communications et de la publicité
- **Tiffany Heimpel**, directrice, Partenariats canadiens, IZEA, Inc.
- **Andrea Davis**, directrice, Relations gouvernementales et publiques, McCain Foods Limited
- **Brad Conrad**, directeur, Politique et planification, Nova Scotia Provincial Lotteries and Casino Corporation
- **Vincent Lamoureux**, directeur, Affaires corporatives, Pfizer Canada Inc.

- **Angelika Heim**, associée, Stohn Hay Cafazzo Dembroski Richmond LLP
- **Patrick Menard**, directeur, Marketing, ViiV Healthcare ULC

## Renouvellements 2017

NCP tient à remercier chaleureusement tous ses membres qui ont déjà renouvelé leur adhésion pour 2017 et qui, ce faisant, soutiennent une autoréglementation responsable et efficace de la publicité. Au plaisir de travailler à nouveau avec vous en 2017! Pour toute question sur le renouvellement des adhésions, veuillez communiquer avec Randy Sageman, directeur, Relations avec les membres, à [randy.sageman@adstandards.com](mailto:randy.sageman@adstandards.com) ou au 416 961-6311, poste 241.

---

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.