

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les Normes canadiennes de la publicité adoptent une nouvelle identité visuelle et lancent une toute nouvelle campagne d'intérêt public

TORONTO, le 1^{er} août 2017 – Les normes canadiennes de la publicité ont le plaisir de présenter leur nouvelle identité visuelle qui a été développée en collaboration avec Anderson DDB Santé. Vie. Esprit. Dorénavant, l'organisation affichera un nouveau nom – **Normes de la publicité** – ainsi qu'un tout nouveau logo. Celui-ci comporte 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.

« Cette image renouvelée a été conçue pour faire en sorte que le nom et le logo de notre organisme demeurent percutants et significatifs au cours des années à venir, à la fois pour les consommateurs et pour les membres de l'industrie de la publicité », de déclarer M^{me} Jani Yates, présidente et chef de la direction des Normes de la publicité. « Nous tenons à remercier l'équipe d'Anderson DDB pour leur soutien et pour le magnifique travail réalisé. »

Outre cette nouvelle identité, les Normes de la publicité lancent également une toute nouvelle campagne d'intérêt public qui souligne les 60 ans de l'organisation 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 la télévision, à la radio, aux médias imprimés et numériques, ainsi que pour l'affichage extérieur.

« En veillant à ce que la publicité canadienne demeure vraie, intègre et exacte, les Normes de la publicité font ce qu'il faut pour l'industrie de la publicité et pour les consommateurs depuis plus de 60 ans », d'ajouter M. Kevin Brady, président et chef de la direction d'Anderson DDB Santé. Vie. Esprit. « La nouvelle campagne d'intérêt public

reprend cette idée et souligne l'important travail effectué par les Normes de la publicité. Notre équipe a pris beaucoup de plaisir à développer cette campagne intégrée et à contribuer à faire connaître l'autoréglementation responsable de l'industrie de la publicité. »

La campagne sera largement diffusée au cours des prochains mois grâce à la générosité de sociétés médias canadiennes de premier plan. Pour voir le travail créatif, visitez normespub.ca/pub

-30-

Au sujet des Normes de la publicité

Les Normes de la publicité constituent l'organisme national, indépendant et sans but lucratif d'autoréglementation de la publicité. Elles ont pour mission de favoriser la confiance du public dans la publicité et d'assurer l'intégrité et la viabilité de la publicité au Canada 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.

Pour plus d'information, veuillez communiquer avec :

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