

# APEX Exchange s'ajoute à la liste des commanditaires des Grands Prix de l'affichage publicitaire

**À l'approche des Grands Prix de l'affichage publicitaire, les partenaires se multiplient pour appuyer le gala.**

**Toronto, le 28 mai 2024** – APEX Exchange, une division de Publicis Media Canada, est fière d'annoncer sa première participation à titre de partenaire clé des Grands Prix de l'affichage publicitaire. Voilà qui confirme l'engagement d'APEX Exchange à reconnaître l'excellence et l'innovation au sein de l'industrie canadienne de l'affichage.

Kyla Francis, tête d'affiche chez Apex Exchange, souligne l'importance de l'affichage publicitaire dans le marché dynamique d'aujourd'hui : « Dans un contexte où les besoins des consommateurs évoluent sans cesse, Apex considère que l'affichage publicitaire est un incontournable dans le cadre d'une stratégie omnicanal efficace. Sa portée de masse, sa présence dans le monde réel et son impact visuel en font un outil stratégique pour augmenter la notoriété de marque et rejoindre le grand public. »

Elle poursuit : « L'univers de l'affichage publicitaire change constamment, et l'avenir s'annonce palpitant grâce à l'impact des données, de la technologie, des médias numériques, du ciblage et du géociblage – tout cela jumelé à des exécutions créatives exceptionnelles. L'affichage a maintenant sa place dans presque toutes les sphères du marketing, puisque ce média a fait ses preuves lorsqu'il s'agit de rejoindre les consommateurs en mouvement. Par exemple, l'affichage numérique ou programmatique offre une grande souplesse créative, en permettant d'actualiser un message en temps réel et de cibler une pub à un endroit ou à des publics précis. Il serait irresponsable de ne pas inclure ces tactiques dans nos plans marketing. »



À titre de juge émérite du gala de 2024, Kyla a également partagé ses impressions au sujet des candidats : « Les personnes qui seront présentes au gala peuvent s'attendre à voir la crème de

la crème en affichage publicitaire. Cette année, l'industrie s'est surpassée, avec de la création éblouissante et des stratégies originales. Il y en a pour tous les goûts, de l'expérientiel à l'affichage statique. Mes mots clés : beauté, créativité, stratégie et communauté. J'ai vraiment hâte! »

Pour conclure, Kyla partage son optimisme quant à l'avenir de l'affichage publicitaire : « Quelle époque emballante pour notre industrie et pour les marques! Chez Publicis Media, nous misons sur les données, l'analyse, la technologie et l'innovation pour créer des campagnes encore plus personnalisées, interactives et intégrées. L'industrie a évolué rapidement grâce aux percées technologiques et aux habitudes de consommation en mutation. Maintenant, c'est à nous de changer notre façon de penser pour contribuer à cette évolution. Si nous continuons de profiter des données, de l'analyse des audiences, de l'innovation et de l'engagement à la grandeur de l'écosystème médiatique – y compris en affichage publicitaire – notre avenir sera très prometteur. Préparez-vous : le meilleur reste à venir. »

### **À propos des Grands Prix de l'affichage publicitaire**

En partenariat avec BNN Bloomberg, le gala des Grands Prix de l'affichage publicitaire sera une célébration globale de l'industrie qui reconnaîtra les réalisations créatives, techniques et stratégiques des agences et des annonceurs pour leurs campagnes d'affichage. Or, les catégories gagnantes seront axées sur l'innovation, les données, l'utilisation de la technologie programmatique/numérique, le ciblage de l'audience, la planification à 360 et plus encore. Bref, elles seront présentées sur BNN Bloomberg, ce qui leur procurera une visibilité mondiale.

### **À propos de COMMB**

COMMB est un organisme sans but lucratif au service de l'industrie canadienne de l'affichage. Nos membres comprennent des annonceurs, des agences, des entreprises en technologie programmatique et des entreprises d'affichage de toutes tailles. COMMB est responsable des efforts collectifs de marketing et de mesure de l'industrie de l'affichage en développant des méthodes exclusives d'évaluation des audiences pour une vaste gamme de formats d'affichage tout en s'assurant que la voix de l'affichage est au premier plan des médias par le biais de grandes initiatives de marketing et de communication.

### **Renseignements :**

Elizabeth Crisante

Productrice déléguée, gala des Grands prix de l'affichage publicitaire

[ecrisante@commb.ca](mailto:ecrisante@commb.ca)