

COMMUNIQUÉ POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

COMB présente son CA 2016 et améliore son Rapport de données

Toronto, 5 janvier 2016

Le Bureau canadien d'évaluation de l'affichage (COMB) a nommé trois nouveaux membres à son conseil d'administration : Brooke Leland, de Jungle Media; Kristine Lyrette, de ZenithOptimedia et Troy Sedgwick, de REC Media.

Font aussi partie du conseil : Dave Petryna, de Outdoor Exposure, président; Barry Wilde, de Pattison Outdoor, trésorier; ainsi que Fiona McLaughlin, de Carat; Andrea Parnell, de M2 Universal; Richard Ivey, de Media Experts; Karine Courtemanche, de Touché!; Lisa Kahn, de Vizeum/Dentsu Aegis; Luc Quétel, d'Astral affichage; Nick Arakgi et Michele Erskine, de OUTFRONT média; Randy Otto et Bob Leroux, de Pattison affichage; Philippe Marchessault, de Newad et Rosanne Caron, présidente de COMB.

Pour ce qui est du Rapport de données COMB, avec la mise à jour d'hiver 2016 publiée le 4 janvier, on peut désormais afficher séparément les données concernant les produits d'affichage numériques et conventionnels, afin de faciliter la planification des campagnes. De surcroît, le module de comparaison des vagues d'affichage comprend maintenant un rapport combiné Marchés/Afficheurs/Produits permettant de repérer facilement les différences dans l'offre des produits par rapport aux versions précédentes du Rapport. Enfin, cette nouvelle édition inclut les données de circulation des produits de Clear Channel Canada – le plus récent afficheur à devenir membre de COMB – et celles du réseau des Resto-bars de Rouge Media.

COMB a également mis à jour le modèle de portée/fréquence de son Navigateur pour intégrer les plus récents résultats de son étude GPS. Celles-ci ont permis d'établir un facteur de duplication pour déterminer le nombre de fois que les répondants ont été réellement exposés aux panneaux publicitaires. Aussi, les facteurs de charge de tous les marchés ont été mis à jour pour refléter les nouvelles données fournies par Transport Canada.

À propos de COMB

Le Bureau canadien d'évaluation de l'affichage (COMB) établit les normes de mesure des publics de l'affichage d'un bout à l'autre du Canada. Il publie aussi les données de circulation et de marché au sujet de près de 70 000 faces d'affichage publicitaire implantées dans plus de 280 marchés au pays.

COMB est un organisme national à but non lucratif qui fait la promotion de méthodes d'évaluation objectives, précises et indépendantes depuis sa fondation en 1965.

Ses membres, qui regroupent des sociétés d'affichage, des agences de publicité et des annonceurs, participent à l'élaboration des méthodologies de mesure, financent le processus d'évaluation et en supervisent l'application rigoureuse.

Pour plus d'information à propos de COMB, veuillez-vous adresser à :

Rosanne Caron
Présidente
416-968-3823, 108
rcaron@omac.comb.org