

YUL-LAB

Communiqué de presse

Embargo, le lundi 5 octobre 2009

L'AAPO soulage les maux des annonceurs mondiaux

Le YUL-LAB s'affiche à l'aéroport de Montréal, grâce à la collaboration d'Astral Media Affichage

Montréal, le vendredi 2 octobre 2009 – C'est sous forme d'étiquettes pharmaceutiques que le YUL-LAB, offre commerciale de montréal.ad, souhaite attirer l'attention des gestionnaires de marques mondiales (*Chief Marketing Officers - CMO*) en leur proposant un remède aux dilemmes chroniques concernant la façon de mener leurs campagnes publicitaires.

Cette offensive promotionnelle, partiellement dévoilée par l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ) lors du lancement officiel du YUL-LAB le 25 août dernier, sera affichée dans plusieurs endroits-clés aux aéroports Montréal-Trudeau et Jean-Lesage de Québec durant les mois d'octobre et novembre prochains.

« Le message véhiculé par la campagne reflète parfaitement, et de manière généralisée, les questions que se posent les *CMO* dans ce contexte d'optimisation maximale des investissements et de révolution médiatique. Évidemment, notre cible voyage fréquemment et l'aéroport devient donc un incontournable pour lui faire connaître notre laboratoire d'expérimentation. Cette campagne concorde également avec notre prochaine mission commerciale qui aura lieu à Chicago du 18 au 20 novembre prochain », explique Yanik Deschênes, président-directeur général de l'AAPO.

« Astral Media Affichage est très fière de contribuer à ce projet de rayonnement pour notre industrie publicitaire. De notre point de vue, montréal.ad et son YUL-LAB sont des initiatives que nous devrions tous saluer et encourager, puisqu'elles contribuent de façon dynamique et concrète à la santé globale de notre industrie et au rayonnement de notre expertise publicitaire à travers le monde », mentionne André Allard, vice-président, ventes et marketing d'Astral Media Affichage.

Rappelons que le YUL-LAB est un laboratoire d'expérimentation publicitaire visant à aider les annonceurs mondiaux à trouver de nouvelles combinaisons publicitaires, à moindres coûts, pouvant prédire le succès ou l'échec d'une offensive communicationnelle avant de l'exporter.

L'Association des agences de publicité du Québec

Fondée en 1988, l'AAPO est un organisme sans but lucratif qui regroupe aujourd'hui plus de 60 agences de publicité membres, lesquelles génèrent plus de 80 % du chiffre d'affaires de l'industrie au Québec. La mission de l'AAPO est de défendre les intérêts de ses membres, d'améliorer la qualité de la publicité et de sensibiliser le public à l'importance du rôle des agences de communication marketing. À cet égard, l'Association n'hésite pas à investir dans la promotion et le rayonnement de l'industrie au moyen de projets mobilisateurs.

Enfin, l'AAPQ appuie la formation de la relève ainsi que la recherche et le développement dans le but d'accroître le savoir et les compétences spécialisées des professionnels du milieu. Pour de plus amples informations, visitez le www.aapq.ca.

Au sujet de montréal.ad

Première vitrine internationale du produit publicitaire québécois, montréal.ad est d'abord un portail de la créativité rassemblant les réalisations et les innovations des agences de publicité d'ici. En août dernier, montréal.ad a donné le coup d'envoi au YUL-LAB, offre commerciale destinée aux annonceurs mondiaux. Pour plus d'information : www.montreal.ad.

Crédits :

Annonceur : Association des agences de publicité du Québec (AAPQ)

Agence : PALM + HAVAS

Création : Pascal DeDecker, Jean-Laurent Py, Sebastien Boutebel, Pacha Ducharme

SIM & Stratégie: Marie-Eve Levesque, Céline Chouéri, Aurélie Dehling

Production : Gabrielle Lamarche

-30-

Pour renseignements :

Marie-Luce Ouellet

Directrice des communications

Association des agences de publicité du Québec

Tél. : (514) 848-1732, poste 201

Télec. : (514) 848-1950

Cell. : (514) 586-2564

ml.ouellet@aapq.ca

www.aapq.ca

www.montreal.ad