



PPPC

RAPPORT

ANNUEL 2014



PPPC

Professionnels en produits
promotionnels du Canada

MOT DU PRÉSIDENT



Ce fut un honneur et un réel plaisir de servir en tant que président du conseil d'administration au cours de la dernière année. 2014 a été remplie de croissance, de défis, de réalisations et de récompenses. Notre industrie, tout comme le monde d'aujourd'hui, continue de faire face à un environnement d'affaires et social en constante évolution. Je crois que le futur de notre industrie est très prometteur. Les défis nous amènent des opportunités qui elles se traduisent en croissance. Votre conseil d'administration continue de concentrer ses efforts sur l'assistance aux membres dans la gestion et l'adaptation aux exigences de l'industrie en mutation. Notre association et notre industrie se sont tournées vers des solutions en ligne pour aider tant les fournisseurs que les distributeurs à véhiculer le message de la valeur des produits promotionnels. Allier le cycle de vente historique avec cette nouvelle stratégie de marché a parfois été un défi pour plusieurs de nos membres et pour l'association. Des efforts et des ressources ont été et continueront d'être alloués vers le moteur de recherche Promocan et je suis heureux d'annoncer que notre taux de recherche unique en ligne par les clients, utilisateurs finaux a augmenté de 44%. Nous continuons de perfectionner cet outil, avec l'émergence des nouvelles technologies et il faut bien le dire, la valeur de la rétroaction que nous recevons de la part de nos membres ne peut être surestimée.

Les salons commerciaux continuent d'être un sujet brûlant parmi nos membres. Combien, quand, où sont toutes des questions que nous abordons lors de chacune de nos conférences téléphoniques ou réunions du conseil d'administration. Il est évident que le partage en personne de nos offres, de nos idées et de nos amitiés sera toujours une pierre angulaire de notre association. Je prévois que nous allons continuer de peaufiner nos foires commerciales afin d'en maximiser les résultats pour nos membres.

J'ai personnellement, comme plusieurs d'entre vous, passé la plus grande partie de ma vie professionnelle, au sein de cette industrie. Nous avons élevé nos familles, bâti et rebâti nos entreprises et nos relations et peut-être plus important encore, nous avons développé des amitiés durables avec nos collègues membres de l'association. Faire partie des PPPC m'a permis de connaître et d'établir d'excellents rapports avec des gens que je n'aurais jamais rencontrés en d'autres circonstances et je suis convaincu que cela a contribué à améliorer la vie de toute ma famille.

Notre association offre à chacun de nos membres la possibilité de se lever et de faire entendre sa voix. Ce sont vos opinions qui aident le conseil d'administration à s'ajuster et à améliorer l'ensemble de l'industrie des produits promotionnels au Canada. Je vous encourage fortement à vous lever et à faire entendre votre voix.

Je tiens personnellement à remercier notre personnel du siège social, chaque membre du conseil d'administration et tous les membres en général que j'ai eu le plaisir de rencontrer, d'avoir fait que mon expérience en tant que président du conseil d'administration en soit une des plus enrichissantes. J'aimerais aussi remercier tout spécialement mes prédécesseurs Mark Wingrove, MAS, Carol de Ville, MAS, Rob Spector et Bill Yelland. Chacun d'entre vous avez contribué à me préparer à assumer mon rôle à mon tour.

Nous souhaitons tous à Don Fahie et à tous les futurs présidents, le meilleur dans les années à venir. Nous sommes tous prêts à aider notre association à relever les défis à venir.

Cordialement,

David Lewenberg,
Président du conseil d'administration

PROSPECTION

&

ADHÉSION

L'Association a enregistré un nombre sans précédent de nouvelles adhésions au cours de la dernière année. De fait, 2014 est l'une des années record dans ce domaine. Les efforts de recrutement à l'échelle du pays ont permis, non seulement de recruter de nouveaux membres, mais également de renforcer les relations entre les membres existants. Des bons promotionnels favorisant l'accès gratuit ont été expédiés à tous les membres potentiels pour les inciter à participer aux expositions. Les frais d'administration ont été également éliminés pour ceux désireux d'adhérer sur place. En outre, les membres ont réussi à recruter de nouveaux membres grâce à leurs efforts et de bouche à oreille comme ils continuent de le faire. Un récent sondage a révélé qu'environ 65 % des nouveaux membres ont d'abord entendu parler de l'Association par l'entremise des membres existants.

CATÉGORIE	NOUVEAUX MEMBRES
Distributeurs	79
Fournisseurs	29
Fournisseurs de primes et incitatifs	2
AML	2
Membres associés	5
Franchiseur	1
TOTAL	118

Le resserrement des liens avec les membres existants a également été au premier plan en 2014 grâce à la mise sur pied de l'initiative de contact. En date du 1er novembre 2014, 65 % des distributeurs et 45 % des fournisseurs ont été contactés dans le cadre de celle-ci. Le personnel des services aux membres et à la clientèle a offert son assistance, suggéré des conseils et discuté du moteur de recherche Promocan au cours de ces appels.

CATÉGORIE	NOMBRE TOTAL DE MEMBRES
Distributeurs	885
Fournisseurs	301
Fournisseurs de primes et incitatifs	9
AML	69
Associés	32
Autres	4
TOTAL	1,300

En 2014, trois nouveaux partenaires se sont ajoutés pour offrir des taux exclusifs aux membres en matière de solutions mobiles, de location de voitures et d'assurance de qualité. Les membres ont ainsi pu récupérer des centaines de dollars en frais d'adhésion en utilisant les services de ces partenaires, nouveaux et existants.

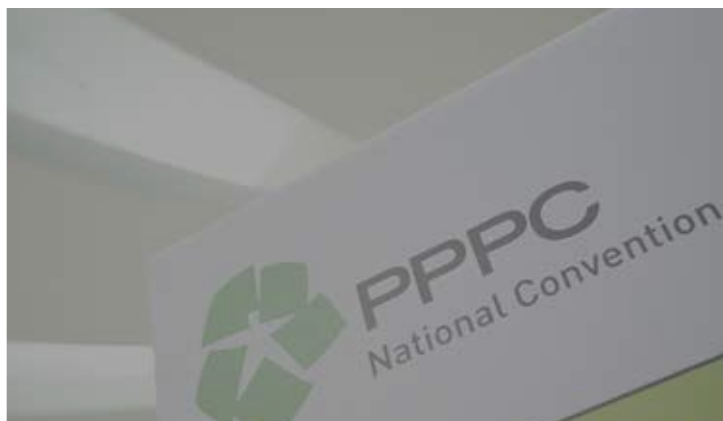
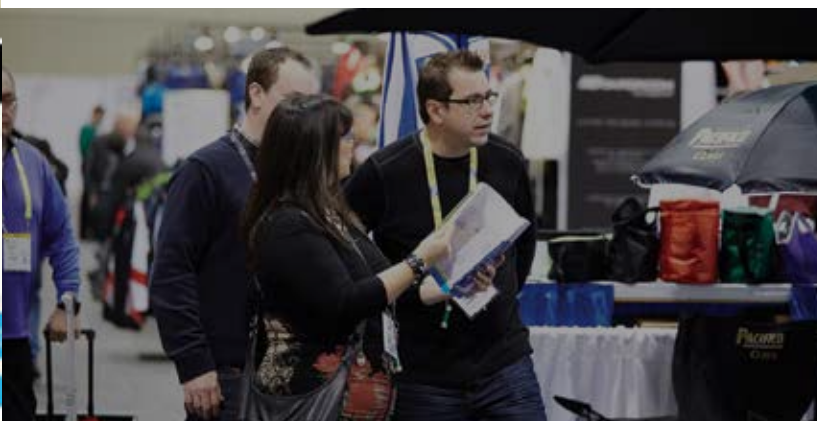


En juillet 2014, PPPC a procédé au lancement d'un moteur de recherche amélioré pour le Salon des membres et les sites de sourcing de tous les distributeurs (nomdecompagnie.promocan.com). En octobre, ce nouveau moteur a été peaufiné de façon à accélérer le chargement des résultats de recherches. Inspirées par Google, le moteur de recherche le plus évolué au monde, plusieurs nouvelles fonctionnalités ont été ajoutées. Finis les résultats par page! Les résultats s'affichent maintenant en flot continu de produits lorsque les utilisateurs défilent vers le bas de la page. Ce nouveau Promocan est également devenu encore plus « intelligent » depuis l'an dernier. Au fur et à mesure que les utilisateurs entrent des données dans la boîte de recherche de produits, une liste déroulante de suggestions similaire à celle de Google s'affiche. Au 15 octobre 2014, le moteur Promocan contenait plus de 150 000 produits uniques. Le trafic vers le site a également considérablement augmenté depuis l'an dernier avec 44 % plus de visites uniques enregistrées en septembre 2014 qu'en septembre 2013.

En janvier 2014, le tableau de bord a été lancé et est devenu disponible pour tous les distributeurs membres. Ce fut une première pour les utilisateurs de Promocan et depuis, des centaines de distributeurs profitent de cette superbe fonctionnalité d'avant-garde. Grâce à celle-ci, les distributeurs peuvent personnaliser leurs sites de sourcing de produits de façon à les aligner avec l'identité de leurs marques. Parmi les principales caractéristiques offertes, les distributeurs peuvent prioriser leurs fournisseurs privilégiés, créer des catégories de produits sur mesure, gérer les catalogues virtuels qu'ils veulent présenter sur leurs sites et y insérer une fonctionnalité de dialogue en direct.

En 2014, PPPC a également lancé des opportunités publicitaires en ligne dans le nouveau moteur de recherche Promocan. Les fournisseurs participants ont pu joindre, en moyenne, plus de 55 000 individus par mois à l'aide d'une annonce-bannière, d'une annonce-bannière par mot clé ou d'un produit mis en vedette.

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

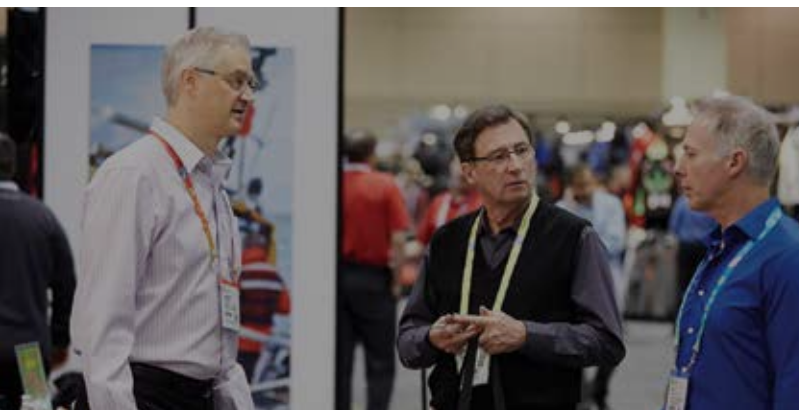


ÉVÉNEMENTS

Primée et reconnue comme étant la meilleure de l'industrie, l'exposition a accueilli plus de 232 fournisseurs répartis dans plus de 500 kiosques. Un total impressionnant de 3 153 délégués ont parcouru la salle d'exposition lors du Congrès national de 2014, dont 1 717 représentants de distributeurs. Plus de 1 400 clients, dont plusieurs inclus dans la liste de Fortune 500 ont été agréablement surpris par l'important nombre de produits présentés dans la salle. Même si le jour était réservé aux affaires, plusieurs événements ont eu lieu en soirée, dont la réception de réseautage annuelle de même que le souper et le gala des prix Image. Plusieurs membres ont également organisé des réceptions au cours de cette semaine d'activité intense. Il va sans dire que les occasions se sont multipliées pendant le Congrès national pour faciliter le réseautage et renforcer les relations entre collègues.

La tournée TOPS+ a visité des villes d'un océan à l'autre à l'automne. Vancouver, Calgary, Toronto, Montréal et Halifax ont accueilli un total de 123 fournisseurs dans plus de 300 kiosques. Reconnue pour son caractère personnalisé, la tournée TOPS+ rassemble fournisseurs et distributeurs dans tout le pays, et ce, depuis plus de 20 ans.

L'exposition régionale TOPS du printemps s'est rendue à Edmonton, Regina, Winnipeg et Québec à la fin mars et au début d'avril 2014. En dépit du fait que l'expérience a été positive dans l'ensemble, la participation a été faible avec une moyenne de 22 fournisseurs et de 154 délégués par ville. PPC est en train de concevoir un modèle d'exposition printanière supérieur à l'aide d'un nouveau format qui répondra aux besoins des fournisseurs et des distributeurs membres.





Les publications des PPC continuent d'être la source principale d'idées et de nouvelles pour l'industrie canadienne des produits promotionnels. Un grand nombre de fournisseurs ont profité d'une visibilité accrue grâce aux tarifs publicitaires abordables. Les distributeurs membres et leurs clients ont également eu droit à 115 pages de suggestions de pointe dans l'industrie dans le Livret à idées 2014. Un total de 22 500 exemplaires ont été imprimés et distribués aux distributeurs et à leurs clients en 2014.

Surnommé la « Bible », l'Annuaire des membres 2014 a été distribué à toutes les compagnies membres. Plus de 90 % des membres ont indiqué s'en servir régulièrement pour chercher des membres et des produits.

Quatre publications électroniques, dont l'Hebdo des PPC, l'Écho des PPC, l'e-bulletin quotidien et les e-spéciaux des fournisseurs ont été expédiés à plus de 15 000 professionnels de l'industrie. Le taux d'ouverture moyen des quatre e-publications a été de 34,5 %, soit un taux 65 % supérieur au taux moyen d'ouverture canadien. Au cours de la dernière année, les quatre e-publications ont été optimisées pour les appareils mobiles et les tablettes pour s'assurer que les membres, peu importe où ils se trouvent, puissent accéder à ces publications.

PUBLICATIONS





Hôte des prix image, Marc Giroux



Nouvel élu au temple de la renommée, Steve Levschuk, MAS

Le programme des prix Image des PPC a été créé dans le but d'offrir un véhicule significatif pour souligner le travail de haute qualité des membres. C'est sa mission depuis plus de 30 ans. Au cours de l'année écoulée, 94 trophées bien mérités ont été décernés à la crème de la crème. 22 catégories différentes ont été évaluées par un panel de juges hautement qualifiés. Dans les 10 catégories « de l'année », des compagnies de distributeurs et de fournisseurs ont été honorées à plusieurs niveaux, incluant les prix très convoités de « Fournisseur or de l'année » et « Distributeur national de l'année ». Chaque année, distributeurs et fournisseurs remplis d'espoir rallient leurs troupes dans l'intention d'être couronnés à titre d'entreprise « de l'année ».



Les lauréats des prix image 2014



Le lauréat du prix humanitaire, Ian Collicutt

Sept individus ont reçu le prix Essor au cours de l'année écoulée. Ces individus sont motivés et créateurs. Ils ont ouvert la voie au futur de l'industrie et continuent de le faire. PPC a également décerné le prix humanitaire à Ian Collicutt, d'Image Group inc., qui met ses énergies et son temps au service des autres dans sa communauté pour les aider à augmenter leur amour-propre.

Pour sa part, l'ultime hommage de l'industrie, l'intronisation au Temple de la renommée, a été décerné à Steve Levschuk, MAS, de Talbot Marketing pour sa contribution incommensurable et désintéressée à l'évolution de l'industrie et de l'Association. Ses pairs lui ont réservé une ovation debout.

Tous les prix ont été décernés avec prestige lors du souper et du gala des prix Image. S'inspirant des galas de renommée mondiale, cet événement fut une autre occasion de réseautage pour les membres. En deuxième place après les expositions, cet événement a rassemblé le plus grand nombre de membres sous un même toit. Environ 800 individus ont acclamé les lauréats.

Propulsé par PPAI, le programme de perfectionnement de PPPC vise à offrir une expérience éducative inégalée.

Depuis 2001, des milliers de membres ont bénéficié de conférenciers à l'avant-garde de l'industrie, de retraites exclusives et de séminaires d'une journée très enrichissants.



Table ronde, « The Art of Sales »



Conférencier, Jim Fannin, « The Art of Sales »



« The Art of Sales »

Pendant le Congrès national 2014, les membres ont été invités à deux pleines journées de perfectionnement professionnel incluant « The Art of Sales ». Cet événement hautement attendu a regroupé six conférenciers de renommée mondiale et experts dans leurs domaines respectifs. Une douzaine d'autres séances ont été offertes aux membres pendant ces deux jours.



WEE 2014



WEE 2014

Depuis 5 ans, les femmes les plus inspiratrices de l'industrie se rassemblent pendant un weekend de formation professionnelle. Cette année, 24 femmes à diverses étapes de leurs carrières se sont rassemblées au Northern Edge Algonquin, un centre de villégiature tout compris de 5 étoiles, situé au coeur du parc national de l'Ontario. Combinant canot, yoga, tambourinage et différentes séances de remue-méninges, le WEE 2014 a été le mélange parfait d'activités récréatives et éducatives.

En plus des séminaires et des événements ci-dessus, la formation en ligne, le programme virtuel évolué des PPPC a permis aux membres d'accumuler des points en vue de leurs certifications TAS, CAS, MAS ou MAS+ sans avoir à se déplacer. À ce jour, 133 membres détiennent l'une de ces attestations professionnelles.

PERFECTIONNEMENT
PROFESSIONNEL



CERTIFICATION

MARKETING



RELATIONS PUBLIQUES

Les membres ont été récompensés plus que jamais au cours de la dernière année. Le programme de points de partenariat des PPPC, Récompenses PPPC a permis de redonner environ 30 000 \$ aux membres. Plus de 600 000 points ont été troqués, soit une augmentation de 28 % par rapport à l'an dernier. L'échange de points contre de l'espace-kiosque a été de loin le plus populaire, alors que 30 espaces ont ainsi été attribués aux membres. En outre, l'initiative de cartes-cadeaux PPPC-Visa leur a attribué plus de 4 500 \$ dans le cadre de divers concours, sondages et promotions organisés par l'Association. La rétroaction des membres a été grandement mise en valeur en 2014 à la suite d'environ 35 sondages ciblant chacun des groupes spécifiques de membres.

En 2014, PPPC a continué de communiquer, de partager et d'échanger avec les membres sur les médias sociaux. Près de 3 500 individus, y compris non membres et utilisateurs finaux ont connecté avec PPPC d'une façon ou d'une autre sur ses cinq réseaux de médias sociaux. La façon dont les entreprises et les gens connectent a changé et PPPC a pris une approche active pour demeurer pertinente dans cet environnement en évolution constante. Les contacts sur les deux principaux réseaux de médias sociaux des PPPC (Facebook et Twitter) ont augmenté d'environ 25 % au cours de la dernière année.



RAYONNEMENT COMMUNAUTAIRE

À titre d'association à but non lucratif, PPPC est fière d'aider les autres autant dans leurs activités commerciales que communautaires.

Le premier tournoi de la Ligue nationale de hockey des produits promotionnels tenu lors du Congrès national a permis de recueillir plus de 9 000 \$ au profit de l'initiative Opération Père Noël. Depuis 1991, cette opération consiste à expédier des colis aux troupes des Forces armées canadiennes déployées à l'étranger et éloignées de leur famille et amis pendant le temps des Fêtes. Au cours de l'événement, 91 joueurs ont exhibé leurs talents à des centaines de spectateurs.

En appui à la jeunesse et à la relève de notre industrie, 22 500 \$ en bourses d'études ont été décernés à 15 étudiants dignes de mérite en 2014. PPPC a également versé 5 000 \$ et 1 800 produits promotionnels au Next Top Ad Exec canadien (CNTAE), un concours annuel entre 42 universités canadiennes. PPPC et ses généreux membres sont d'avis qu'il faut outiller les leaders de demain et, ce faisant, ils permettent à des étudiants canadiens de se rapprocher de leurs objectifs de carrière.



(Gauche) Président et chef de la direction des PPPC, Ed Ahad;
(Centre) Membres des Forces armées canadiennes;
(Droite) Président et chef de la direction, Office Beacon, Pranav Dalal



Une partie de la LNHP

Professionnels en produits promotionnels du Canada (PPPC) est entièrement responsable de l'intégrité et de l'objectivité des renseignements financiers contenus dans le Rapport annuel. Les renseignements financiers connexes ont été préparés selon la méthode de la comptabilité d'exercice conforme aux normes comptables pour les entreprises à capital fermé (« NCECF ») et appliquant des jugements éclairés et des estimations, selon le cas.

PPPC maintient un système de contrôles comptables internes offrant une assurance raisonnable que les actifs sont protégés et que les transactions sont exécutées conformément aux autorisations de la direction et enregistrées adéquatement de façon à faciliter la préparation des états financiers en vertu des NCECF canadiennes.

Le comité des finances du Conseil d'administration est responsable de recommander au Conseil d'administration la firme comptable indépendante à retenir en 2015 avec l'approbation des membres. Le président et chef de la direction rencontre annuellement les comptables indépendants pour passer en revue la comptabilité, les contrôles comptables internes et les questions relatives aux rapports financiers. Tous les membres du Conseil peuvent librement communiquer avec les comptables.

Une firme comptable indépendante a effectué une mission d'examen des états financiers de PPPC pour l'exercice financier terminé au 31 octobre 2014 et émis un rapport sans réserve. La direction a fourni tous les documents financiers et données connexes de l'Association à la firme comptable indépendante, de même que les procès-verbaux des réunions du Conseil d'administration.



Ed Ahad,
Président et chef de la direction
Professionnels en produits promotionnels du Canada
Montréal, Québec
Janvier 2015.

CONSEIL D'ADMINISTRATION NATIONAL 2014



Rangée du haut: Alex Jovetic, Bill Yelland-Président sortant, Alain Gravel, Don Fahie-Président désigné, Josée Boivin, CAS, Iain Walker.
2e rangée: Heidi Reimer-Epp, Jamie Brougham, Rosalind Plummer, MAS, David Lewenberg-Président du conseil d'administration,
Laura Hansen, Sylvain Beauchamp, Ed Ahad-Président et chef de la direction.
Rangée du bas: Luigi Vendittelli, Ralph Dei Tigli, Réjean Grenier, Rohan Vilimek.


ÉTATS DES RÉSULTATS

	Notes	2014	2013
Produits			
Cotisations des membres		1,047,029 \$	1,125,055 \$
Congrès national		956,335 \$	975,723 \$
TOPS		580,567 \$	658,813 \$
Livret à idées		141,909 \$	122,515 \$
Formation		34,854 \$	63,825 \$
Information technologique		29,326 \$	22,479 \$
Nouvelles Image		28,864 \$	20,560 \$
Annuaire des membres		26,464 \$	34,991 \$
Revenus d'intérêt à la cession de placements		12,333 \$	38,286 \$
Variation de la juste valeur non réalisée des placements		1,539 \$	(8,958) \$
Gain de change		15,503 \$	268 \$
Autres produits	9	—	22,268 \$
		2,874,723 \$	3,075,825 \$
Charges			
Services aux membres		79,444 \$	95,530 \$
Congrès national		623,767 \$	608,331 \$
TOPS		483,671 \$	469,268 \$
Livret à idées		65,942 \$	88,981 \$
Formation		80,586 \$	90,871 \$
Information technologique – Sources des produits		152,975 \$	291,652 \$
Information technologique – Coût de transition		97,725 \$	106,530 \$
Information technologique – Information et formation		22,135 \$	35,142 \$
Nouvelles Image		18,842 \$	28,766 \$
Images		890 \$	15,579 \$
Annuaire des membres		39,559 \$	39,058 \$
Autres charges	9	9,839 \$	—
		1,675,375 \$	1,869,708 \$
		1,199,348 \$	1,206,117 \$
Autres charges (Annexe)			
Frais d'exploitation		715,861 \$	879,604 \$
Frais d'administration		528,899 \$	611,692 \$
		1,244,760 \$	1,491,296 \$
Insuffisance des produits par rapport aux charges			
		(45,412) \$	(285,179) \$

BILANS

	Notes	2014	2013
Actif			
À court terme			
Encaisse		741,498 \$	630,779 \$
Encaisse – Sections		4,608 \$	5,868 \$
Débiteurs	3	553,898 \$	619,913 \$
Frais payés d'avance		269,120 \$	314,474 \$
Placements	4	826,889 \$	1,021,196 \$
		2,396,013 \$	2,592,230 \$
Immobilisations	5	29,062 \$	44,312 \$
		2,425,075 \$	2,636,542 \$
Passif			
À court terme			
Créditeurs et charges à payer	6	106,926 \$	245,78 \$
Revenus reportés	7	1,360,833 \$	1,388,030 \$
		1,467,759 \$	1,633,814 \$
Engagements	8		
Surplus			
Investi en immobilisations		29,062 \$	44,312 \$
Affecté d'origine interne		526,938 \$	526,938 \$
Non affecté		401,316 \$	431,478 \$
		957,316 \$	1,002,728 \$
		2,425,075 \$	2,636,542 \$

Au nom du conseil

 David Lewenberg, Président du conseil

 Don Fahie, Président désigné du conseil, secrétaire, trésorier

Pour les notes complémentaires et le rapport financier détaillé, visitez www.promocan.com/rapportannuel

