



Q & R



31 mars 2021



COMMB s'est entretenu avec Brandon Kirk, vice-président, Solutions clients, Rogers Sports & Media, au moment où l'entreprise fait son entrée dans l'industrie de l'affichage. Nous avons parlé des marchés prioritaires pour Rogers Sports & Media, de sa récente acquisition de Rouge Media et d'un nouveau partenariat avec Vertical Impression. De plus, Brandon nous a partagé son point de vue très intéressant sur cette nouvelle percée dans le monde de l'affichage!



Qu'est-ce qui a poussé Rogers Sports & Media à se lancer dans l'affichage à ce moment précis? Comment l'occasion s'est-elle présentée?

“ Nous en parlions depuis plusieurs années et nous avons toujours été très enthousiastes par rapport à cette idée. Il s'agissait simplement de trouver l'occasion qui se prêtait le mieux à notre offre multicanal. Nous prenons de l'expansion dans ce domaine en vue de permettre à nos clients de rejoindre des auditoires différents dans des endroits différents, tout au long de la journée. C'est un média qui s'intègre à merveille dans notre gamme de produits existants chez RSM. L'acquisition de Rouge a été faite au moment propice, et Vertical Impression est un partenariat unique non seulement pour Rogers Sports & Media, mais aussi pour Rogers for Business au niveau de la connectivité.

Avant la pandémie, l'affichage générait un chiffre d'affaires de presque un demi-milliard de dollars. Malgré les défis que l'on connaît en ce moment, nous croyons que l'industrie rebondira rapidement après la COVID, pour dépasser les niveaux atteints en 2019. Pour y arriver, il faudra se concentrer sur

certaines priorités. D'abord, nous devons être très précis et cohérents en ce qui concerne l'achalandage, en offrant des preuves pour démontrer l'efficacité de notre offre. Ensuite, il faut poursuivre l'évolution et l'optimisation de la programmation, en plus de ses outils connexes qui contribuent à l'efficacité des processus et de la planification. Troisièmement, il faut accroître la promotion de l'affichage dans l'approche omnicanal, pour expliquer comment ce média complète d'autres plateformes et comment il permet de mieux cibler, via les points de contact numériques, les consommateurs qui ont été exposés aux faces publicitaires. L'utilisation des données nous permet de beaucoup mieux comprendre les parcours des clients. Ainsi, l'affichage nous offre une belle occasion de générer des résultats pour nos partenaires dans le cadre d'idées et de solutions globales conçues pour résoudre des problèmes de marketing.

Q. Pouvez-vous nous donner un peu de contexte concernant votre acquisition de Rouge Media et votre partenariat avec Vertical Impression? Quelle était la stratégie derrière ces transactions pour Rogers Sports & Media?

“ Dans le cas de Rouge, il s’agit d’un réseau unique dans trois catégories : restos-bars, campus de CÉGEPs/universités et salons de coiffures/barbiers.

En ce qui concerne Vertical Impression, nous avons saisi une occasion d’intégrer dans notre offre un segment en croissance du marché de l’affichage, soit l’affichage numérique résidentiel. Les écrans de Vertical Impression permettent à nos partenaires publicitaires de rejoindre les gens aussitôt qu’ils quittent leur appartement et dès qu’ils rentrent à la maison. De plus, cette entreprise dispose d’une technologie de détection d’auditoire et d’options de ciblage en temps réel qui cadrent très bien avec notre stratégie axée sur les offres publicitaires évoluées. Bien sûr, nous sommes ravis que les niveaux d’achalandage de Vertical aient été si peu touchés par la pandémie; mais nous avons surtout été séduits par son positionnement stratégique à proximité des milieux résidentiels et par ses données sur les auditoires.

Ces deux acquisitions ajoutent une portée locale et nationale à notre portefeuille – un atout crucial pour nous. Rogers Sports & Media se veut une solution offrant une visibilité nationale maximale et du ciblage très précis grâce à notre gamme de produits évolués, ainsi qu’à nos offres et à nos marques médias exceptionnelles à l’échelle locale. Grâce à Rouge et Vertical Impression, notre offre s’enrichit de presque 4 000 faces statiques et numériques, ainsi que d’un réseau qui frisera les 5 000 faces d’affichage d’ici la fin de l’année.”



Q. Comment l'affichage s'intègre-t-il avec les autres propriétés médias et unités d'affaires de Rogers Sports & Media?

“ Il s'agissait d'un chaînon manquant à bien des égards et nous sommes heureux d'être où nous sommes en ce moment. Rogers Sports & Media est une immense entreprise de ventes, avec des hauts dirigeants à l'échelle locale et nationale. Nous misons sur le multiplateforme. Malgré notre savoir-faire en télévision, en numérique, en radio et en publication, l'affichage est une nouvelle corde à notre arc. Nous voulons donc continuer à bâtir cette division avec l'équipe d'experts que nous avons accueillie en janvier, ainsi qu'avec nos partenaires dans toutes les sphères des médias et du marketing. Nous voulons nous imposer dans l'industrie de l'affichage et nous nous engageons à renforcer cette industrie en améliorant nos pratiques au quotidien. Notre perspective est nouvelle et nous croyons que les possibilités sont infinies. RSM mise sur du contenu de première qualité et sur des marques fortes. Pour nous, la suite logique consiste à étendre cette stratégie à notre plateforme d'affichage, afin de tisser des liens encore plus étroits avec les auditoires et créer une valeur ajoutée pour nos partenaires publicitaires. ”



Quelles sont vos ambitions à court et à long termes en ce qui concerne l'affichage? Prévoyez-vous faire d'autres acquisitions?

À court terme, nous voulons établir notre fiabilité dans le marché en démontrant les atouts et l'efficacité de notre nouvelle gamme de produits d'affichage, ainsi que sa complémentarité avec notre portefeuille existant. Dans ce sens, les commentaires que nous avons reçus ont été très utiles pour nous aider à prioriser les domaines qui pourront offrir le plus de visibilité et de valeur à nos partenaires. Tel que mentionné, nos projets d'expansion sont très ambitieux.



Quels sont les marchés canadiens prioritaires pour Rogers Sports & Media? Pourquoi?



Rogers Sports & Media englobe de prestigieuses marques nationales et locales, y compris Sportsnet, Citytv, OMNI, OLN, FX et plus de 57 stations radio très populaires. En ce qui concerne l'affichage, c'est à nous de repérer des occasions multiplateformes. D'ailleurs, nous collaborons avec Vertical Impression pour augmenter l'inventaire disponible dans les régions de Toronto, Vancouver, Montréal, Ottawa, Edmonton et Calgary. Vertical est déjà un chef de file en affichage résidentiel à l'échelle nationale, et beaucoup d'autres tours pourraient profiter de sa présence. En ce qui concerne notre présence sur les campus, dans les restos-bars et dans les salons de coiffure, notre approche sera comparable, c'est-à-dire miser sur les occasions qui offrent le plus de valeur ajoutée.



Q.

Qu'est-ce qui vous emballe le plus dans cette nouvelle aventure et quels sont, selon vous, les pièges à éviter?

“

Ce qui nous emballe, c'est l'énorme potentiel à exploiter. Bien sûr, la COVID a créé de nombreux défis pour l'industrie de l'affichage, mais on voit de plus en plus la lumière au bout du tunnel. Voilà pourquoi nous devons absolument mettre l'accent sur l'histoire que l'on raconte à nos auditoires et sur l'innovation. Ainsi, on pourra instaurer auprès de nos partenaires un sentiment de confiance et d'enthousiasme quant à l'avenir de notre industrie.

”



MERCI!

Voulez-vous être présenté dans les prochaines questions / réponses de COMMB? Nous contacter!!

111, rue Peter, bur. 605
Toronto ON M5V2H1
416 968-3823

Imenzies@commb.ca