

SOM MAIRE

05 EDITO

Les dessous du Grenier magazine

07 JEUX DE LA COM : UNE EXPÉRIENCE DE VIE

Pas juste une beuverie entrecoupée d'épreuves !

11 NOUVEAUX MANDATS

- Tank (Reitmans)
- Terrain (Opto-réseau)
- Cortravco (Jumpsmart)

13 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- TAM-TAM\TBWA
(Chambre de la sécurité financière)
- Sid Lee (Vidéotron)
- Cossette (Fromages d'ici)
- Marketel (Musée canadien de la guerre)
- orangetango (TOHU)
- Brad (Opéra de Montréal)
- Sid Lee (Banque Nationale)
- Ig2 (Festival de magie de Québec)
- Colagene (Théâtre La Licorne)
- RDS (Sénateurs d'Ottawa)
- Cossette (McDonald's)
- Jeep (Remparts de Québec)

21 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Télé-Québec Rentrée télévisuelle
- Vidéotron Musique Illimitée
- Gocaza

25 CHRONIQUES

- Mark Morin
- L'oeil du rédacteur
- Julie Bourbonnière

28 OPINIONS

- Cathy Simon & Benoit Mendreshora

29 PRIX ET DISTINCTIONS

- Strategy (Concours)
- RFAQ
- SIXDEGRÉS
(Prix Femmes d'affaires du Québec)

32 BLVD : UNE NOUVELLE FAÇON DE PENSER

Défis et perspectives de la maison de production intégrée

35 MÉDIAS

- ONF (Planète+)
- Réseau Sélect

36 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Studio ICE
- Fly Conseils Globalia
- Transcontinental

38 CRÉATIONS

- Euromobile
- Charles Daoud (Dense)

39 CONVERGENCES ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- Bell Média

41 NORMAND GRENIER : LE PARCOURS D'UN VISIONNAIRE

Résumé de sa carrière professionnelle

45 NOMINATIONS

- Alfred (Nicolas Rivard & Martin Charron)
- SOMA (Ricardo Trogi)
- RDS (JP Myre-Legrès)
- Massy Forget Langlois relations publiques
(Yvette Cakpo & Jeanne Le Cours-Hébert)

- Vélo Québec (Dominic Roberge)
- GroupM (Axel Dumont & Neil Johnston)

48 UNE TÊTE D'AVANCE

- Marie-Hélène Rivard
- André Daviault
- Claire Sollinger
- Caroline Jodoin

52 ACTIVITÉS

- World Press Photo
- Circuit Index-Design
- RDV Média
- Club de lecture affaires
- 2^e édition - Intelligence consommateurs
- Forum Marque-Employeur
- RFAQ (Conférence Cap vers la réussite)
- Formation - L'ABC de la gestion de projet

56 LA RÉALITÉ DES AGENCES DE PUB EN RÉGION

Le bonheur des publicitaires est-il dans le pré ?

60 ASSOCIATIONS

- Valérie Sapin / Réseau APCM
- Bernard Motulsky / SQPRP
- Gilles Trudeau, ARP / SQRP

63 EMPLOIS

- 54 nouvelles annonces

68 PETITES ANNONCES

71 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- L'herbe est-elle plus verte au Québec?
- Julie Gélinas, entre audace et continuité
- Vers une accréditation des communicateurs

JEUX DE LA COM : UNE EXPÉRIENCE DE VIE

Une semaine de compétition. Huit délégations d'étudiants.
Une course à la médaille épique. Chaque année, les **Jeux de la communication** permettent à une nouvelle génération d'artisans des médias d'échanger sur le milieu des communications de demain.

Écrit par Raphael Martin



Ils sont jeunes. Charismatiques. Ils ont du bagout à revendre et surfent sur une mer d'ambitions. Ils rêvent de devenir journalistes, présentateurs télé ; d'autres aspirent à faire carrière derrière la caméra comme réalisateurs, concepteurs ou publicitaires. Certains sont déjà les stars de leur cohorte ; d'autres, quant à eux, s'apprêtent à faire écarquiller les yeux de leurs collègues. Ce sont les prochaines figures de notre paysage médiatique, lesquelles se retrouvent chaque année aux Jeux de la communication.

Une nouvelle tradition

Cette tradition, instaurée en 1997, se déroule chaque année sur le campus de l'une des huit universités de l'Est du Canada possédant un programme en communications francophones ou bilingues. Plus de 300 étudiants y sont conviés pendant la semaine de relâche pour participer à une douzaine de différentes épreuves – et, idéalement, ravir l'une des convoitées place du podium. « C'est une grosse affaire, les Jeux, affirme **Cathy Simon**, candidate à la maîtrise et présidente de la toute dernière édition. L'ambiance est toujours exaltante. Il y a une saine, mais néanmoins réelle compétition entre les universités. » Pour les organisateurs comme pour les concurrents, une participation aux Jeux demande énormément de préparation. « C'est un cas d'organisation majeure, affirme **Cathy**. Chaque édition nécessite environ 12 mois de préparations. C'est fou le nombre de choses qu'il y a à coordonner. Ça va de la création des épreuves jusqu'à l'hébergement des participants. »

De réels enjeux

Les participants jouissent aussi de plusieurs mois pour parfaire leur maîtrise de la discipline dans laquelle ils concourront. « On y pense dès le début de l'année scolaire, affirme quant à lui **Pierre-Luc Miville**, diplômé de Concordia et récipiendaire d'une médaille d'or à l'épreuve de production vidéo de 2012. Tu ne te présentes pas là pour jouer au touriste : tu veux performer. Tu le fais pour toi-même, mais aussi pour tes collègues et ton université. » Pour plusieurs d'entre eux, il s'agit d'une première expérience du métier dans un contexte professionnel. « C'est l'occasion de mettre enfin en pratique toute la théorie qu'on a apprise sur les bancs d'école, poursuit **Pierre-Luc**. On nous fait vivre la vraie affaire. Tout est mis en place pour recréer une expérience professionnelle. C'est sans filet : si tu te plantes, t'as l'air fou ; si tu fais une belle job, tu sais que tu viens d'attirer le spotlight sur toi. » Est-ce à dire que de bons résultats aux Jeux pourraient permettre à des étudiants de décrocher un emploi au sortir de ceux-ci ? « Ça s'est déjà vu, confirme **Cathy Simon**. Je sais que des collègues se sont déjà fait promettre des postes par des employeurs s'ils arrivaient à décrocher une médaille d'or lors d'une compétition. »

Les épreuves

Et quelles sont-elles, ces épreuves ? « Elles sont à la fois ludiques et pratiques, dit **Cathy Simon**. Cette année, par exemple, des équipes devaient créer et enregistrer un pilote de 15 minutes d'une émission culturelle. D'autres devaient produire en quelques