

SOM MAIRE

06 EDITO

Place aux Greniers d'or

08 COMMUNICATIONS DU SPVM : 24/24 – AVEC IAN LAFRENIÈRE

12 NOUVEAUX MANDATS

- Substance stratégies (Espace pour la vie)
- Sigmund (Mont Saint-Sauveur)
- Brouillard
- MAAX (DentsuBos)

15 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Sid Lee (Superclub Vidéotron)
- lg2, Touché! (Desjardins)
- Bleublancrouge (Ligue nationale d'improvisation)
- TP1 (La Roche-Posay)
- Agence Über (Neptune Technologies et Bioressources)
- TP1 (Algorithme Pharma)
- TAM-TAM\TBWA (Co-operators)
- Colagene clinique créative (Avenue du Mont-Royal)
- Bromont et Mont Saint-Sauveur (Nord-Est)
- Luc Perreault (Mata Lee Art)
- Voyou - performance créative (Urbanova)

25 UN AVENIR PROMETTEUR POUR FH STUDIO

28 CHRONIQUES

- L'oeil du rédacteur
- Lui, y connaissait ça! - Compte rendu de la conférence de MC Ducas
- Cyber Lundi
- Blogue et infolettre, le mélange parfait du marketing des Fêtes
- Devriez-vous favoriser une culture d'apprentissage...

38 #JEUDI_INSTAGRAM

40 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Atypic acquiert Tactic Direct
- Oboxmedia (Newad EnLigne)
- Serdy (nouvel espace)
- Octane Stratégies (Virtuoze)
- Torchia Communications (SCRIP)
- CBC/Radio-Canada (Pattison Onestop)
- Stratégies Marketing Relationnel
- Robitaille Photo (30 ans)
- Geeks and Com' et l'Épée Légendaire

47 NOMINATIONS

- Tourisme Montréal (Danièle Perron)
- FBC (Rachelle Claveau)
- Brad (Marie-Hélène Rivard)
- MELS (Michel Trudel)
- TP1 (6 nouveaux employés + 1 nomination)
- ZA Architecture de marque (Nouvelle équipe et nouveaux mandats)
- Stingray (Tom Pentefountas)
- Rinaldi (Hugo Dallaire et Nadeige Germélus)
- Camden
- CRI Interactif
- Buck Créatifs
- Variety (Marie-Hélène Hivon)

55 LES COULISSES D'UNE ACTIVATION RÉUSSIE EN COMMANDITE – AVEC WASABI

58 UNE TÊTE D'AVANCE

- Catherine Fournier
- Christine Jutras A.
- Christophe Gervais

60 ASSOCIATIONS

- APCM : Eric Chandonnet
- SQPRP : Louis Moubarak
- SQRP : Gilles Vilasco

61 ACTIVITÉS

- Formation intensive sur la recherche de commandite
- Comment écrire pour le Web? (Formation Université de Sherbrooke)

62 EMPLOIS

- 50 nouvelles annonces

64 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

La semaine prochaine : Un dossier spécial sur la télévision

- Sebastien Diaz, l'homme à tout faire de la télé
- La nouvelle vision 360 de Télé-Québec, avec Marie Collin
- Le choix décisif des grilles d'automne
- Comment se porte la télé, au Québec?
- Comment la télévision conventionnelle peut-elle concurrencer la télévision Internet (Netflix) ?

COMMUNICATIONS DU SPVM : 24/24 – AVEC IAN LAFRENIÈRE

Ian Lafrenière œuvre au sein de la Section des communications et relations médias du Service de Police de la Ville de Montréal (SPVM) depuis 18 ans. Discussion en compagnie de l'un des principaux visages de la police de Montréal.

Écrit par Raphaël Martin





n a mis trop de temps avant de vous rappeler, s'excuse d'entrée de jeu la voix au bout du fil. Désolé d'avoir été si long, c'est une période mouvementée. » Ces mots sont ceux du commandant **Ian Lafrenière**, figure de proue des relations médiatiques du **SPVM**, que le **Grenier magazine** essayait tant bien que mal de joindre depuis quelques semaines. Cette période mouvementée, quant à elle, fait bien sûr référence à la foulée des événements tragiques de Paris, mais aussi aux retombés de la récente rafle des têtes dirigeantes du crime organisé montréalais, l'une des opérations policières les plus médiatisées de l'année. Au moment de nous parler, **Lafrenière** en est à sa troisième, voire quatrième entrevue de la matinée, mais il sait s'adresser à son interlocuteur avec la chaleur et l'affabilité de celui qui tient à vous faire sentir important. Une démonstration de communication dans toute sa superbe !

Relations médias en continu

Tout au long de l'entretien, **Lafrenière** reviendra à quelques reprises sur ces situations qui commandent des actions médiatiques rapides et ciblées. « Nous venons d'en traverser deux en l'espace de quelques jours, rappelle-t-il. Relayer l'information ne sert pas qu'à assouvir la curiosité du citoyen, elle sert aussi à le rassurer. Pas en lui racontant de belles histoires, au contraire, mais bien en lui donnant l'heure juste. » Normal, donc, que la Section des communications du **SPVM** soit l'un des services de relations médiatiques les plus sollicités au pays. « Nos

agents doivent traiter plus de 25 000 appels de journalistes par année, affirme **Lafrenière**, pour un total d'environ 3000 entrevues accordées. À la blague, je dis souvent que notre service travaille à la cadence d'un forfait cellulaire : de jour, évidemment, mais aussi de façon illimitée les soirs et les weekends ! » Il demeure cependant difficile de tracer le portrait d'une journée type. « Je peux vous dire qu'elle débute vers 5 heures 30, affirme le commandant. On nous met au parfum de ce qui s'est produit pendant la nuit, on prend connaissance des journaux. Le gros de l'action a lieu entre 6 et 9 heures le matin. On constate ensuite une petite accalmie pendant la diffusion des principaux bulletins d'information. »

Comprendre d'abord, informer ensuite

Ian Lafrenière ne fait évidemment pas cavalier seul au sein de la Section des communications du **SPVM**. « J'insiste souvent sur la notion du travail d'équipe, affirme-t-il. Notre section est un corps composé de vingt-quatre employés, soit neuf policiers en uniforme et quinze employés civils. Nous avons l'un des rares services de communications à avoir des relationnistes sur le terrain en permanence. Lorsqu'un événement majeur se déroule à l'angle de Berri et René-Lévesque, en pleine nuit, ce sont eux qui se déplacent pour assurer les suivis médiatiques. » Le **SPVM** compte aussi sur des porte-paroles capables de s'adresser au public en plusieurs langues. « À Montréal, c'est essentiel, enchaîne **Lafrenière**. Récemment, l'affaire **Magnotta** a eu des répercussions à travers le monde – et même jusqu'en Chine, en raison de l'origine de la victime. Nous