

SOM MAIRE

05 EDITO

Bravo Télé-Québec !

08 LA RECETTE DU SUCCÈS DE CHOCOLATS FAVORIS

12 NOUVEAUX MANDATS

- Cossette (Les Aliments M&M)
- Carl (Danone)
- Canidé (Allô Prof)
- QuébecComm (Cirque du Soleil)
- Coutu Communication (Orleans Express)
- Oboxmédia (Fan-O-Web)
- Amnesia Rockfest
(Alliances Stratégiques Juste pour rire)
- Baracci Solutions (GAL Aerospace)
- Kryzalid (collège de Montréal et Unifor)
- TP1 (La Chambre de commerce du Montréal métropolitain)

17 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Sid Lee (Cirque du Soleil)
- Sid Lee (belairdirect)
- LaBase (Presse Café)
- Citoyen Optimum (Molson Canadian)
- TAM-TAM TBWA (Petro Canada)
- Bell média (Jergens)
- Colgate
- BICOM Communications (Ferreira Café)
- Beez (Charlesbourg Totoya)

24 PORTRAIT D'ENTREPRISE – BIJOUX CAROLINE NÉRON

28 CHRONIQUES

- L'œil du rédacteur - Le véritable enjeu...
- Coutu Communication (chronique)

30 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- IDEO (kyu)
- Groupe V Média (Groupes Capitales Médias)
- TC Média (Google)
- Newad (21 ans)
- BICOM (Studio B)
- Celsius Communications
(Fondation CHU Sainte-Justine)

34 CONVERGENCE ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- Le portail des finances personnelles de Radio-Canada : une nouvelle façon de partager du contenu des annonceurs

36 LA SAINT-VALENTIN, UNE VRAIE MINE D'OR POUR LES RESTAURATEURS

40 NOMINATIONS

- Ig2
- D-BOX
- Salvail & Co.
- Citoyen Optimum
- Buck Créatifs
- AGC Communications
- Post-Moderne
- Hatem+D
- WE_ARE
- District M

46 ASSOCIATIONS

- APCM : Florence Girod
- SQPRP : Ariane M. Gauthier
- SQRP : Yasmina El Jamaï

47 ACTIVITÉS

- AMR (Concours Flèches d'or)
- ARIM
- AéroPortail : Vitrites 2016
- AMR (5@7 réseautage et jeunes diplômés)
- Comment écrire pour le web ?
(Campus de Sherbrooke)
- AMR (ADN d'une relation client)
- Web à Québec 2016
- Rendez-vous 2016 SATQ-FEQ
- Formation — Tout savoir sur Google Analytics
(niveau intermédiaire)
- NUMIX
- Sid Lee (C2MTL)

55 EMPLOIS

- 61 nouvelles annonces

58 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Portrait - Le BEC
- Relation pigiste-client
- Institut leadership

LA RECETTE DU SUCCÈS DE CHOCOLATS FAVORIS

L'histoire de **Chocolats Favoris** débute en 1979 avec une première chocolaterie artisanale. C'est en 1996 qu'elle se démarque des autres chocolateries en offrant de la crème glacée molle trempée dans du chocolat véritable. Une première dans le monde du chocolat ! En 2012, **Domique Brown** prend la barre de l'entreprise avec l'idée de créer un concept de chocolaterie unique au monde. Le récit de 36 ans de chocolat et de succès.

Écrit par Sara Larin



Avant de s'intéresser au merveilleux monde du chocolat, **Dominique** évoluait dans le domaine des jeux vidéo. Après avoir fondé son entreprise et y avoir travaillé pendant plusieurs années, il fait l'acquisition de **Chocolats Favoris**. « Je voyais dans ce domaine la possibilité de s'éclater. » Son objectif était très précis : « repenser le concept et l'amener le plus loin possible en un an. »

Les trois points d'un concept unique

1 - Les 12 saveurs d'enrobage

L'entreprise avait déjà fait un premier pas en innovant avec ses deux saveurs d'enrobage au chocolat. Il fallait continuer dans cette direction, mais aller encore plus loin. Pour cette raison, douze saveurs différentes, dont deux saveurs surprises qui changent fréquemment, ont été créées. Elles sont toutes développées par une équipe dédiée qui fait de la recherche et qui essaie constamment de nouvelles recettes. « Avant d'arriver à une ou deux recettes finales, nous allons en essayer quinze ou vingt », souligne **Dominique**.



2- De la magie

« Il fallait réinventer un modèle unique qui fonctionne partout dans le monde, même sur la 5e Avenue à New York ! », déclare **Dominique**. En gardant en tête les mots clés « ludique » et « unique », il ouvre un tout nouveau concept de chocolaterie en 2013 et, plus récemment, revoit l'ensemble de l'image de marque.

3- Des produits uniques

L'offre unique ne se limite pas seulement aux enrobages. « C'est en voulant trouver le moyen d'offrir une version pour la maison que nous avons développé la fondue au chocolat. » En investissant en recherches et en développement, ils sont ainsi arrivés à créer un concept simple : une fondue qui se mange en conserve ! « Nous sommes les premiers au monde à faire cela », précise fièrement **Dominique**. Le savoir-faire unique de ladite chocolaterie s'étend même jusqu'à ses recettes de chocolats fins aux saveurs inusitées, telles que *pouding chômeur* !

Écouter et amuser les clients

« Nous avons une communauté très forte avec environ 127 000 personnes qui nous suivent. Je lis beaucoup les commentaires envoyés sur **Facebook** pour voir comment les gens réagissent aux saveurs et aux produits. » L'entreprise mise donc beaucoup sur l'écoute de ses clients et sur l'interaction. « L'année dernière, nous avons demandé aux gens de voter pour la prochaine saveur surprise. Nous avons installé deux tubes en *plexiglass* avec une saveur inscrite