

# SOM MAIRE

---

## 04 ÉDITO

---

## 06 TPI ET HAVAS : FUSION CRÉATIVE

---

## 10 NOUVEAUX MANDATS

- Terrain Ogilvy
- Substance
- Ensuite Media
- Amauta Marketing

## 12 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- DentsuBos (Hitachi)
- Cossette (Liberté)
- Cossette (Chevrolet)
- Lgz (Loto-Québec)
- FH Studio (UNESCO)
- Camden (Voisin)
- Coup Monté (Fête nationale)
- Spärk (CPE)
- Effet Boomerang
- Génération (Kenny U-Pull)

---

## 19 VOIX MODE D'EMPLOI

---

## 22 CHRONIQUES

- Émilie Poirier - MixoWeb

## 24 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Institut des archives de la publicité
- Rimet devient FCB/SIX
- Sondages Numéris
- L'inis
- Brad et SOCOM
- Hebdomas Québec
- TAM-TAM/TBWA (Leucan)
- Groupe Police (Alice & Smith)
- Fido
- Idecom
- Troïka 3 ans d'existence

## 33 REGARDS SUR LE SON

### 36 CONVERGENCE ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- Napoléon et RDS : un duo tout feu tout flamme !

### 37 NOMINATIONS

- Mindshare Canada
- Toast Studio
- TV5 Québec Canada
- Cogeco
- CRI Agence
- Radiance
- Cogeco Force Radio
- Pamplémousse Média
- Service-Station Communications

## 41 L'UNIVERS DU DOUBLAGE QUÉBÉCOIS

### 44 ASSOCIATIONS

- APCM : Élisabeth Ste-Marie

### 45 ACTIVITÉS

- MixoWeb présente le déjeuner formation
- Formation « 15 façons d'augmenter le rendement de vos campagnes courriels »
- Formation « comprendre les rudiments du référencement (SEO) »
- Formation « Facebook Marketing »

### 48 EMPLOIS

- 75 nouvelles annonces

## 51 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Bon été à tous ! Le Grenier magazine sera de retour le 15 août.

# TP1 ET HAVAS : FUSION CRÉATIVE

Grande nouvelle dans le monde des médias alors que le groupe français Havas annonçait, il y a deux semaines, l'acquisition de l'agence de communication numérique montréalaise TP1. Regard sur les coulisses d'une transaction d'importance en cinq questions posées à Jan-Nicolas Vanderveken et Helen Pak.

Écrit par Raphaël Martin | Photo : LM Chabot, représenté par L'Éloi



**L**e 7 juin dernier, la renommée agence numérique TP1, dont les bougies du 10<sup>e</sup> anniversaire étaient encore fumantes, annonçait son rachat par la multinationale Havas. Coup d'éclat dans la marre des communications québécoises alors que Jan-Nicolas Vanderveken, président et associé fondateur de TP1, accède au titre de président de la branche montréalaise de Havas Worldwide. Discussion sur le sujet en compagnie du principal intéressé et de Helen Pak, chef de la direction et chef de la direction de création (CEO and CCO) de Havas Worldwide Canada.

### À quel moment le flirt s'est-il amorcé entre Havas et TP1 ?

**Helen Pak :** Je ne déteste pas du tout l'expression ! D'entrée de jeu, je crois qu'il faut d'abord dire que les discussions avec TP1 sont nées d'un besoin : celui d'accélérer notre croissance au Québec. Nous étions à la recherche d'un président pour Havas Worldwide à Montréal lorsque le nom de Jan-Nicolas a commencé à faire surface dans les discussions. Les qualités de leader créatif que nous lui reconnaissons ainsi que sa vaste expérience cadraient exactement avec le genre de profil que l'on recherchait.

**Jan-Nicolas Vanderveken :** Le premier contact a eu lieu il y a de ça quelques mois. Cela fut très *challenging*, dans le bon sens du terme. Nous avons pris le temps de nous connaître, de nous étudier. Ce n'est pas le genre de décision qu'on prend à la légère !

## C'EST LÀ TOUTE LA BEAUTÉ DE LA CHOSE : QUAND UN CHANGEMENT TE PERMET DE MIEUX POURSUIVRE SUR TA LANCÉE.

— Jan-Nicolas Vanderveken

### Qu'est-ce qui a fait pencher la balance ?

**J.-N. V. :** Un amalgame de choses, certes, mais principalement un grand désir d'innover. Au gré de nos échanges, de nos discussions, je réalisais à quel point Havas et TP1 partageaient une vision similaire. Sur papier, déjà, tout tendait à démontrer que nos expertises respectives pourraient sortir gagnantes d'une telle symbiose...

**H. P. :** Mais l'enjeu humain était aussi important, sinon plus. Avec Jan-Nicolas, tout s'est fait naturellement. Nous partageons une vision plus que similaire de la création et de l'esprit d'entrepreneuriat. Souvent, on fait l'erreur d'analyser ce genre de transaction de façon exclusivement économique. Oui, l'aspect financier est en jeu (après tout, c'est de la business !), mais tout cela ne tient plus si les rapports humains en ressortent atrophiés.

**J.-N. V. :** Et on n'insistera jamais assez là-dessus !