

# SOM MAIRE

---

## 09 Z COMME ZULIANI !

---

### 12 NOUVEAUX MANDATS

- Équilibre (Terrain Ogilvy)
- Jouviance (Ensuite Media)
- Ensuite Média
- RPM Environnement (K72)
- Laboratoire Larima (Agence FDM)
- Le Site (Steve's, Andrew Peller, Fromagex, Jamesway)
- Groupe Dilawri (Rouge Marketing)

### 13 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Fondation Jacques-Bouchard (Publicis, Altitude C, A2C)
- Weight Watchers (FCB Montréal)
- Financière Sun Life (FCB Montréal)
- Universitas (Archipel)
- Centraide (lg2)
- Alexandre Choko (Upperkut)
- Fondation des pompiers du Québec (CART1ER)
- Milk 2 Go (Tank)
- Fonds solidarité FTQ (Marketel)
- Opéra de Montréal (Brad)
- Farnham Ale & Lager (lg2)
- Imago
- Adrien Gagnon (Jazz Marketing Communications)
- Reitmans (Tank)
- Rendez-vous Loto-Québec (Bleublancrouge)
- Elevation Pictures (DentsuBos)

## 28 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

---

## 29 LE PHÉNOMÈNE DES YOUTUBERS AU QUÉBEC

---

## 32 CHRONIQUES

- Sondage sur l'ambition et les québécoises en 2016 (L'effe A)
- 13 trucs faciles pour embaucher la bonne personne pour le poste

## 37 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Cohn & Wolfe Montréal (NATIONAL)
- Concours TAC-TIL (La Presse)
- Élixir Média (Élixir Marketing Olfactif)
- 4degrés (Vidéotron)
- SOCOM
- Maisons transitionnelles O3 (Médias Experts)
- Marcher entre les mots : La rédaction stratégique en communications publiques (Luc Panneton)
- Bat Out of Hell (Bell Média)

## 43 LE JINGLE À L'HONNEUR AVEC REEZOM

---

## 46 NOMINATIONS

- Les Affaires
- Attraction Média
- Edelman
- Colagène, clinique créative
- Zetä Production
- Thara Communications
- Madore Production
- La Presse

## 50 ACTIVITÉS

- Le Concierge Marketing
- ACCRO : votre dépendance à l'innovation
- Solisco fête ses 25 ans
- 11<sup>e</sup> édition du World Press Photo
- MixoWeb
- Déjeuner Atelier AMR
- Salon Carrière Formation de Québec
- L'AMCA présente sa conférence sur l'affichage : activez
- Gala prix femmes d'affaires du Québec
- DUX 2017

## 54 EMPLOIS

- 66 nouvelles annonces

## 57 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Cartier
- Tuxedo
- Studio Élément

# Z COMME ZULIANI !

Les gens associent généralement **Loto-Québec** à Loto Max, 6/49 et autres gratteux. Mais dans notre joyeux milieu publicitaire, son évocation fut longtemps synonyme de **Lynda Zuliani**, l'ex-directrice publicité et communications commerciales de la société. Sympathique petite pointe de conversation avec une mordue de la vie et de la pub.

Écrit par Normand Miron, miron & cïes | Photo : Donald Robitaille



Z

**Lynda, plusieurs ignorent qu'à tes débuts, ton cœur allait plutôt vers une carrière en agence.**

**Lynda :** Je savais que j'œuvrerais dans le domaine. Cependant comme j'ai dû travailler dès l'âge de 18 ans, j'ai plutôt opté pour un emploi chez **Hydro-Québec**. Ça m'apparaissait plus réaliste, étant donné que je voulais faire des études universitaires de soir en publicité, en relations publiques et en animation; un emploi en agence ne m'aurait pas permis de le faire ! J'ai donc travaillé chez **Hydro-Québec** pendant 12 ans — notamment sur la célèbre campagne des frères **Laprise** — avant de sauter la clôture chez **Marketel**.

**Et comment as-tu trouvé la vie d'agence ?**

**Lynda :** J'ai adoré ! J'étais au service-conseil sur le compte de **Desjardins**. Je pense que mon *background* de cliente faisait de moi une meilleure directrice de compte; je saisisais la réalité de mes clients. Et, inversement, lorsque je suis retournée du côté client, chez **Loto-Québec**, mon expérience en agence m'a permis de devenir une meilleure cliente — je crois (*rires*) !

**J'ai la berluie ou ton arrivée chez Loto coïncida avec un changement de cap de la société ? Dans les années 90, Loto-Québec était la bête noire des créatifs. Puis tout à coup, pouf ! elle s'est mise à gagner des prix.**

**Lynda :** Je ne peux évidemment pas parler de ce qui se passait avant mon arrivée, je ne sais pas, je n'y étais pas. Mais quelques mois avant mon arrivée, une restructuration avait été amorcée afin de créer un service de com-



**Lynda Zuliani**

Gestion des marques, conseil, communication, production

munications commerciales à l'interne — d'où mon arrivée.

Grâce au support indéfectible de **Robert Ayotte**, j'ai pu monter une équipe extraordinaire et revoir certaines façons de faire, notamment au niveau des appels d'offres. On s'est aussi beaucoup soucié de la compatibilité et de la qualité des individus qui travailleraient sur le compte. On ne voulait pas autant choisir les meilleurs hôpitaux que s'assurer surtout d'avoir les meilleurs médecins (*rires*) !

Et on a commencé à demander à nos agences de nous évaluer, nous. La question la plus déterminante qu'on leur posait était : « Vos meilleurs créatifs ont-ils le goût de travailler sur notre compte ? »

**Donc, vers une relation de collaboration. On passe des égos aux égaux !**

**Lynda :** Exactement (*rires*) ! L'essentiel en communications commerciales, c'est la qualité de la relation de couple professionnel. C'est une question de match, de chimie, et surtout de respect. Du respect de l'expertise. Mais ce respect, cette confiance, ça vient avec le temps.