

# SOM MAIRE

---

## 06 BLEU BLANC ROUGE, OUI. GRIS, JAMAIS.

---

### 10 NOUVEAUX MANDATS

- Office du tourisme de Québec (Sigmund & Oasis)
- Exceldor (sept24)
- Ensuite Média
- Loto-Québec (Communidée)
- Ville de St-Jérôme (OUTFRONT Média)
- Musée Grévin (Capital-Image)

### 13 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Boston Pizza (Zip communication)
- SAAQ (lg2)
- lg2 (Les Éleveurs de porcs du Québec)
- STL (KBS)
- Association des concessionnaires Toyota du Québec (Bleublancrouge)
- Co-operators (TAM-TAM\TBWA)
- Garde-Manger pour Tous (Cossette)
- Home Depot (Cossette)
- Satay Brothers (Les Évadés)
- Ville de Mascouche (Agence Bunji)
- Capital régional et coopératif Desjardins (CRI agence)
- L'InterContinental Montréal (dada communications)

---

## 21 TOP 10 DE SEPTEMBRE

---

## 24 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

---

## 25 MP REPRO : ÉVOLUER DANS L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMÉ À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

---

## 28 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Rogers Media
- Mes achats, mon quartier (Pages Jaunes)
- Parallèle
- Raising Pompeii (Digital Dimension)
- Desjardins (Parkour3)
- Fonds de solidarité FTQ (District M)
- BéaCast (Béatrice)

## 33 CONVERGENCE ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- Bell Média

---

## 34 LA 1<sup>ÈRE</sup> ÉDITION DE LA SOIRÉE SHOW OFF : UN FRANC SUCCÈS !

---

## 36 NOMINATIONS

- Biron Groupe Santé
- Nurun
- Québecor Groupe Média et Groupe TVA
- iProspect
- Rodeo FX

## 39 ACTIVITÉS

- Tournoi de babyfoot au profit du BEC
- Salon Carrière Formation de Québec
- L'AMCA présente sa conférence sur l'affichage : activez
- Force au féminin (BooSt-Camp)
- Braincamp
- Atelier pour représentants des ventes publicitaires
- Gala prix femmes d'affaires du Québec
- Braincamp Numérique
- Symposium de l'AMR
- DUX 2017

## 43 EMPLOIS

- 58 nouvelles annonces

## 46 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Mile Inn et Morrison
- Annexe communication
- Production publicitaire

# BLEU BLANC ROUGE, OUI. GRIS, JAMAIS.

Si à 33 ans on est dans la fleur de l'âge lorsque l'on travaille en agence, pour une agence d'ici, être toujours en affaires après 33 ans relève quasiment du miracle. On jase de résilience et d'autonomie constructive avec les dirigeants de Bleublancrouge.

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



## Comment va Bleublancrouge ?

**Sébastien :** L'agence va très bien. Je dirais même mieux que jamais. On a une belle équipe, jeune et compétente. L'équipe de direction est en contrôle. On a des clients qui nous proposent des mandats innovants, ici et ailleurs. La qualité est là, et les résultats aussi. On a fini au troisième rang lors des derniers CREA. On a gagné cinq prix, dont trois grands prix aux **Boomerang** l'an dernier. On a été parmi les 22 agences canadiennes finalistes au **One Show**. On est parmi les treize finalistes à l'*Agency of the Year* de **Strategy**. On a peut-être 33 ans, mais on se sent encore très jeune de cœur (*RIRES*).

**Jean-Sébastien :** Notre rôle, **Sébastien** et moi, consiste à appuyer la relève en place avec notre expérience. Cette relève arrive avec un *background* différent du nôtre, ils sont nés dans le numérique. Ils pensent donc d'une façon agnostique, et ça paraît dans le produit. Et dans l'énergie. Pense seulement à nos MasterClassBBR, à nos Lunchs & Learn, à notre partenariat avec TEDx Montréal.

**C'est dans cette perspective que vous avez nommé cinq nouveaux vice-présidents l'an dernier ?**

**Sébastien :** Tout à fait. Dans cette business, on est condamné à rester jeune. Chacun son tour, on fait un petit bout et on l'amène le plus loin possible puis, vient le moment de passer la *puck* à d'autres. En 2015, il était temps de montrer au grand jour les leaders qui forment notre équipe actuelle et qui sont la suite de l'agence.

**Et côté numérique ? Voilà six ans, vous aviez annoncé un partenariat exclusif avec Revolver 3 en vue de créer la division BBR3 dont on a peu entendu parler par la suite. Cette fois, avec U92, dont Jean-Sébastien est également président, mission accomplie ?**

**Jean-Sébastien :** Même si je porte quelques chapeaux, il faut comprendre que les deux entreprises demeurent indépendantes. Elles peuvent avoir — et ont — des clients différents. Mais évidemment, cette proximité — voulue — permet des interactions beaucoup plus organiques entre les équipes. À collaborer régulièrement, on devient meilleurs, plus efficaces, plus compétitifs.

## LA PROXIMITÉ PHYSIQUE — MÊME EN 2016 — EST ENCORE TRÈS IMPORTANTE.

**Parlant compétition, dans ce magazine virtuel sur lequel nous échangeons présentement, on lit fréquemment des dépêches annonçant l'acquisition de telle agence indépendante par un réseau international. Après toutes ces années, Bleublancrouge résiste encore et toujours à l'envahisseur. Volonté de continuer de grandir en solo envers et contre tous les WPP de ce monde ?**

**Sébastien :** Dans notre milieu, on a vu des boîtes grandir, avec succès, grâce au travail acharné d'un ou de plusieurs entrepreneurs. Malheureusement, il vient un temps où la seule porte de sortie pour ces gens fut de