

# SOM MAIRE

---

## 05 RINALDI : BÂTISSEUR DE RELATIONS D'AFFAIRES

---

### 10 NOUVEAUX MANDATS

- Domino's Pizza (Attitude Marketing)
- Tourisme Laval (Parkour3)
- Bleu Lavande (TANK)
- Vélo Québec (Attitude Marketing)

### 12 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Les Producteurs de lait du Québec (lg2)
- SAIL (TAXI)
- Fondation Dr Julien (orangetango)
- Pornhub (Officer & Gentleman)
- LELO (Agence Anonyme)
- Berlitz (Rethink)
- Éduc'alcool
- Cineplex
- SAIL (TAXI)
- Bota Bota (Agence Rinaldi)
- Société des musées de Montréal (Compagnie et cie)
- Lépine Cloutier/Athos et Urgel Bourgie/Athos (Larouche Marketing Communication)
- Aérogram
- Michelin (CRI agence)
- Batteries Expert (Jo Louis Boîte à Pub)
- Pour un monde humain (Zulu Alpha Kilo et Média Experts)
- CCQ (CARTIER)
- STRØM (sept24)

---

## 25 TOUR D'HORIZON DES CAMPAGNES DE NOËL

---

## 26 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

---

## 27 L'ÉPOPÉE DU VILAIN SAPIN DE MONTRÉAL

---

## 30 CHRONIQUES

- SQRP - L'œil du rédacteur
- 

## 31 GIFS ANIMÉS : BACK TO THE FUTURE

---

## 34 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- CEFRIO (Compétences numériques des adultes québécois)
- Stratégies Marketing Relationnel
- Fan-O-Web (Attraction Média)
- MP Repro/Kollectif 2017
- Signarama
- Viacom International Media Networks (Québecor Contenu)
- Remparts de Québec (Sportium)

## 38 CONVERGENCE ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- TC Média
- Cogeco

## 42 NOMINATIONS

- Bleublancrouge
- Les Enfants (Alexandrine Perras)
- ZIP communication (Yannick Gagné)
- TAM-TAM TBWA (Guillaume Mathieu)
- D-BOX
- Octane Stratégies (Jean-Pierre Charbonneau)
- dada communications (Olivier Rielland Nadeau)

## 45 ACTIVITÉS

- Gala DUX 2017
- Déjeuner atelier de l'AMR
- Greniers d'or

## 46 EMPLOIS

- 50 nouvelles annonces

# RINALDI : BÂTISSEUR DE RELATIONS D’AFFAIRES

Quand on l’écoute, on remarque que les mots confiance, relation, respect et travail reviennent régulièrement dans ses phrases. Sympathique pointe de conversation avec Maurice Rinaldi, de l’agence du même nom.

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



**Maurice**, l'agence **Rinaldi** garde ses clients très longtemps. Plus de vingt ans dans le cas de l'**association des concessionnaires Subaru du Québec** ! Dix ans pour **Discount**. Huit ans pour **Mont Sutton**. Et tu me disais même être marié depuis 36 ans. C'est important pour toi les relations à ce qu'on peut voir !

**Maurice** : Dans cette business, c'est fondamental. Le marché est tellement volatil. Je dis souvent à mes employés qu'au Québec, il y a 800 agences. On ne peut plus rien tenir pour acquis. Autant que souvent c'est la chance qui nous amène un client, c'est la nonchalance qui nous le fait perdre. C'est tellement facile de perdre un compte.

Alors quelle est ta recette pour les garder si longtemps ?

**Maurice** : Quand on me demande ce que je fais comme métier, je ne dis pas que je travaille en publicité, je réponds plutôt que je crée des relations d'affaires. C'est ma grande force. Un peu vieille école peut-être, mais je prends le temps de parler à mes clients. Je vais les voir. On va luncher. Je ne leur dis pas toujours ce qu'ils veulent entendre, mais mon but est toujours de faire le mieux pour leur business.

Donc, une relation basée sur la confiance ?

**Maurice** : Exact. Si un client ne fait pas confiance à son agence, personne n'y trouve son compte. C'est en lui faisant confiance que le client va chercher le meilleur de son agence. Et de l'autre côté, l'agence a besoin de livrer. Ce qui veut aussi dire d'avoir la possibilité d'essayer. Les bons coups, on les fait ensemble. Les mauvais aussi.

De bons coups, vous en avez fait plusieurs avec les concessionnaires **Subaru**.

**Maurice** : Chaque année, on relève nos manches et on attaque le plan avec l'attitude d'une agence qui s'en va en *pitch*. On livre le meilleur de nous-mêmes. Tout en étant opportuniste. Comme la fois où le toit du Stade olympique s'était déchiré et que toute la neige était tombée sur le kiosque de **Subaru**, seulement sur lui. Le lendemain dans le journal, on avait une publicité qui disait : « Pas pour rien que le Bon Dieu a choisi **Subaru** » avec une **Subaru** sortant fièrement du stade enneigé (*RIRES*) !

**QUAND ON ME DEMANDE CE QUE JE FAIS COMME MÉTIER, JE NE DIS PAS QUE JE TRAVAILLE EN PUBLICITÉ, JE RÉPONDS PLUTÔT QUE JE CRÉE DES RELATIONS D'AFFAIRES.**

Ce qui me frappe avec ce compte, c'est l'approche très centrée sur la marque, le brand. Ce qui n'est généralement pas la norme avec les concessionnaires automobiles. On est loin des pubs criardes avec les gros prix en rouge.

**Maurice** : C'est vrai. D'ailleurs, **Subaru** nous fait une grande confiance. Elle a une agence qui s'occupe de sa publicité pour le reste du Canada, mais ici au Québec, on a carte blanche.