# SOMMAIRE


05 AGENCE MINIMAL, PUB NUMÉRIQUE MAXIMALE

10 NOUVEAUX MANDATS

- TAXI (Audi Canada)
- Ville de Laval (TAM-TAM\TBWA)
- Sephora (NATIONAL)
- Le Salon de L'Auto de Montréal (altima ° Canada)
- Lingerie Emma (Agence FDM)
- Kéno (Agence FDM)

13 TOP 12 DE L'ANNÉE 2016

14 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Le Lait (lg2)
- Le Lait (Bye Bye) (lg2)
- Lotto 6/49 (Sid Lee)
- Plaisirs Gastronomiques (lg2)
- Fondation St-Hubert (Sid Lee)
- Opéra de Montréal (Brad)
- Hyundai (Tequila)
- Fibrose kystique Canada (Headspace Marketing)
- Défi ski Leucan (Compagnie et cie)
- TVA (TVA promotion)
- Médecins du Monde Canada (Minimal)
- Gouvernement du Canada (TANK)

## 23 VIRUS 1334 : L'EXTRAORDINAIRE CONTAGIEUX

## 26 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

## 27 CHRONIQUES

- SQRP - L'œil du rédacteur
- 8 bonnes raisons de mobiliser ses employés

## 30 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

## 31 KICKSTARTER, LES RÈGLES DU JEU

## 34 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Michel Dumas
- Andreanne Sasseville
- Commun
- Blax au salon CES
- Les Prédictions 2017 TMT de Deloitte
- Cieslok Media (Astral Affichage)
- Accélérateurs de carrière (APCM)
- MK2 | Mile End
- Les Mérites Francopub 2017
- Portes ouvertes des agences 2017

## 45 NOMINATIONS

- Pénéga Communication (Nathalie Marquis)
- Cabana Séguin (Mylène Duguay)
- Cundari (Nicolas Lefebvre)
- Havas (Jean-Philippe Quintin et Alexandre Delierre)
- La DOSE Pro (Raphaëlle Savard)

## 48 ACTIVITÉS

- e-commerce rendez-vous
- Gala DUX 2017
- Déjeuner atelier de l'AMR
- Déjeuner Stratégie APCM (La Presse)
- Greniers d'or
- Déjeuner Atelier HEC (AMR)
- Foire étudiante 2017 (AMR)
- Déjeuner Stratégie APCM (Argon 18)
- Table ronde big data (AMR)
- Déjeuner Stratégie APCM (BDC)
- Déjeuner Stratégie APCM (Vileda)
- Gala des Flèches d'or 2017

## 51 EMPLOIS

- 81 nouvelles annonces

## 54 LES BRÈVES DE LA SEMAINE

## 54 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Casacom
- UB Média
- Atypic



Grenier magazine

**Éditeur** : Éric Chandonnet › **Coordonnatrice à l'édition / rédactrice** : Élodie Masson › **Journalistes** : Léa Nguyen, Sara Larin, Raphaël Martin, Catherine Maisonneuve, Normand Miron, Manal Drissi › **Designer graphique** : Yan Lanouette › **Publicité** : Elodie Pflumio

**Photo couverture** : Donald Robitaille (OSA Images)
**Assistant** : Thierry Du Bois › **Retouche** : Marie-Claude Dequoy

# AGENCE MINIMAL, PUB NUMÉRIQUE MAXIMALE

Alors que plusieurs agences — et même l'association qui les représente ! – fuient l'appellation publicité comme si c'était la peste, une boite numérique en revendique haut et fort l'appartenance. Pub et numérique, mariage de raison ou passion ?

**Écrit par Normand Miron, miron & cies | Photo Donald Robitaille**

Pierre-Emmanual Messier
BDI, DGA, directeur de création, fondateur

David-Alexandre Tanguay
Vice-président de la planification stratégique, associé

**Duo. Vous avez tous deux commencé votre carrière au tournant du siècle chez ce qui s'appelait alors Cossette interactif. Vous étiez aux premières loges pour assister aux tiraillements entre la publicité dite traditionnelle et ce crasher de party — aujourd'hui, on dirait élément disrupteur — qu'était le numérique. Or, vous vous présentez comme agence de publicité numérique. N'est-ce pas un peu anachronique de la part de deux *ouébeux* de la première heure ?**

David-Alexandre : Oui, mais non ! ;) Historiquement, ceux qui faisaient partie de la vague numérique provenaient de la technologie, pas de la pub. Mais **PE** et moi, on a commencé en pub numérique. Pas en pub, pas en numérique. En pub numérique.

Pierre-Emmanuel : Le modèle d'agence, c'est une école et une culture qu'on adore. On aime son aspect accompagnement, conseil, création, relation avec les clients. Ce qui me semble incontournable de nos jours pour un client désormais appelé à travailler sa marque sur et hors Web.

**Tu as raison. L'expression de la publicité s'est diversifiée avec le temps et le numérique déborde du ouèbe. Les médias sociaux, l'activation, les *stunts* et les vidéos virales, c'est encore juste de la pub. Mais pourquoi pas tout simplement d'agence numérique, alors ?**

DA : Pour nous, agence numérique, ça sonne trop technologie, trop *backend*, etc. On apprécie l'importance de ce volet — et on le fait —, mais ce qui nous allume, c'est de faire vivre une marque dans son écosystème numérique.

**Donc, vous ne faites pas de télé, de panneau, de radio ?**

PE : On en fait souvent, mais honnêtement, on trouve ça ben facile ! (*RIRES*)

**Les gens ont une connaissance minimale de votre agence. Parlez-m'en un peu.**

PE : **Minimal** a dix ans. Mais sa naissance remonte à une vingtaine d'années. Le jour, je bossais chez **Cossette**. Le soir, je faisais des *flyers* pour des clubs, des raves, des DJs, le monde de la musique techno me passion-