

SOM MAIRE

07 A2C : AU-DESSUS DE LA MÊLÉE

10 NOUVEAUX MANDATS

- Amphithéâtre Cogeco (zendata marketing)
- Aquam (altima ° Canada)
- Pizza Pizza (Torchia Communications)
- Sambirano (coBuilderz)
- Resortia (Amauta Marketing)
- Deauville Coiffure Spa (Agence FDM)

12 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Bell (lg2)
- McDonald's (Cossette)
- Épargne Placements Québec (Brad)
- VIA Rail (Cossette)
- CAA-Québec (Cossette)
- Fatale-Station (Radio-Canada)
- UQAM (CART1ER)
- Tourisme Charlevoix (IPG Mediabrands)

19 L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE FORME LES GRANDS COMMUNICATEURS DE DEMAIN

23 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Samuel Parent

24 CHRONIQUES

- SQRP - L'œil du rédacteur
- 5 conseils pour faire exploser sa visibilité sur Instagram

26 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

27 L'ART DE SE FAIRE VOIR (EN QUELQUES MOTS-CLÉS)

30 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- CEFRIO
- Festival international de la créativité de Cannes
- Black Chalk Marketing (Citoyen Optimum)
- OMERLO
- Lilou Presse
- Alice Relations Publiques

35 NOMINATIONS

- DESS (HEC)
- Radio-Canada (Matthieu Stréliski et Christophe Cluzel)
- CART1ER (Sylvain Thomin)
- Journal de Montréal et de Québec (Yves Daoust)
- TVA (Guillaume Thérien et Maya Meyouhas)
- avantages eMARK (Patrick Beauduin)
- Imagine Canada (Pascal Lépine)
- Fh-Studio (Fabrice La Roche Francoeur)
- Octane Stratégies (Karine Fortin)
- KO Média (Laurie Thérberge Des Roberts)

40 ACTIVITÉS

- Déjeuner Stratégie APCM (La Presse)
- Greniers d'or
- Créer un Power Point percutant
- Déjeuner Atelier HEC (AMR)
- La recherche de commandite démystifiée
- Foire étudiante 2017 (AMR)
- La commandite dans les médias sociaux
- Déjeuner Stratégie APCM (Argon 18)
- Table ronde big data (AMR)
- Déjeuner Stratégie APCM (BDC)
- La création d'activations de commandites efficaces
- Déjeuner Stratégie APCM (Vileda)
- Sommet international de la confiance dans les organisations
- Gala des Flèches d'or 2017
- Comment devenir un parfait commanditaire
- Des revenus à l'infini pour les OBNL

45 EMPLOIS

- 75 nouvelles annonces

48 LES BRÈVES DE LA SEMAINE

48 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Résultats des Greniers d'or
- Les Services de promotion et de publicité EFFIX inc.
- Gendron communication



**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

AU-DESSUS DE LA MÊLÉE

Le monde de la communication commerciale évolue à vitesse grand V. Les agences, les médias, les clients... C'est l'écosystème au complet qui est en transformation continue ! Mais heureusement, à quelques pouces au-dessus de la mêlée, l'A2C veille au grain.

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



Duo. Les marchés se resserrent et la compétition vient de partout. Comment fait-on pour réunir 70 entreprises qui se compétitionnent entre elles dans le quotidien ?

François : Il y a des gestes qu'une entreprise gagne à faire par elle-même pour développer sa croissance, mais d'autres où la collaboration a plus de sens. C'est ce dernier volet qui intéresse l'association.

Par exemple ?

François : Les agences sont de plus en plus challengées par leurs clients. Aux États-Unis, il y a eu 38 % plus de *pitches* l'an dernier que l'année précédente. Comme association, on doit s'assurer que ça se fasse dans l'ordre et la mesure.

Dominique : Ce type d'exercice est extrêmement coûteux, tant pour les clients que pour les agences. En balisant le processus avec notre Guide de sélection d'une agence, c'est tout le monde qui en ressort gagnant.

AVEC TOUTE LA DIVERSITÉ DE NOTRE MEMBERSHIP, ON VA CHERCHER LE MEILLEUR DE CHACUN.

L'association existe depuis 1988. Est-elle plus pertinente aujourd'hui qu'avant ?

François : L'industrie se transforme. Les enjeux sont plus nombreux, les disruptions arrivent très rapidement. Dans cette perspective, l'association joue un rôle plus important que jamais. Mais je n'étais pas là à l'époque pour juger de son importance passée ! (RIRES)

Dominique : Ces nouvelles dynamiques de marché nous amènent à agir sur des terrains que l'on n'aurait pas considérés autrefois. Ainsi, nous sommes présentement en négociation avec l'UdA afin de revoir la convention et nous permettre ainsi d'être plus concurrentiels face aux autres marchés.

François : On s'affaire également à faire modifier certains critères en matière de crédits d'impôt. D'autres industries comme le jeu et le cinéma en profitent déjà; on pense que le milieu de la communication devrait en profiter aussi. Ça forcerait l'innovation, la recherche. Comme industrie, on génère énormément de retombées ici. On crée des emplois ici, on achète des médias d'ici.

Pendant ce temps, les Facebook et les Google de ce monde accaparent une partie de plus en plus importante de la tarte.

François : Tout à fait. On parle beaucoup de la mouvance des comptes vers Toronto, mais personnellement, l'érosion de nos médias m'inquiète beaucoup plus.

Autres projets sur la table ?

Dominique : On s'affaire actuellement à la préparation d'un *Guide sur les métriques et indicateurs de performance*. Avec la venue des nouveaux médias, il peut être facile de se perdre dans les méandres des données et leur faire dire n'importe quoi.

François : Un excellent exemple de collaboration. Cet exercice nous a permis de rassembler autour de la table des membres d'expertises diverses et de nous entendre collectivement sur les éléments de mesure.