SOMMAIRE

05 **TONIK GROUPIMAGE DEVIENT &CO COLLABORATEURS CRÉATIFS**

10 **NOUVEAUX MANDATS**

- CBC Radio-Canada (Reptile)
- Montréal International (Tandem)
- Lozeau (Agence FDM)
- Gestion HEC Montréal (MVPmédia)
- Cuisine Bröder (Agence Index)

12 **CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ**

- SAAQ (lg2)
- Parc olympique (lg2)
- Bell (lg2)
- Producteurs de lait du Québec (lg2)
- Videotron (Sid Lee et Cogeco Force Radio)
- L'Équipeur (CART1ER)
- Communauto (dada communications)
- Musées MTL (Compagnie et cie)
- Fujitsu (TANK)
- Place Ste-Foy (orangetango)
- Festival Eurêka! (orangetango)
- Des routes et nous au Québec (Serdy)
- Collecte de fonds pour la famille Bouffard-Dumas (Mile Inn)

21 **COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE**

22 CHRONIQUES
- SQRP - L'œil du rédacteur
- La carte d'affaires en 2017… utile ou pas ?

25 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE
- Annie Paquin

26 BITE SIZE ENTERTAINMENT – MORDRE DANS LA PUB

29 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE
- La Presse
- Brad Contenu & Performance (Brad)
- CEFRIO (NETendances 2016)
- Groupe V Média
- La Terre de chez nous
- CRIM et CEDROM-SNI
- FICC (Toast Studio)
- Get Ready Paris (Studio Le Slingshot)
- Stingray Retro, Stingray Vibe, Stingray Loud et Stingray Juicebox

37 MARTEL & CIE – UNE AGENCE QUI SAIT S'ADAPTER !

40 PORTFOLIO DE LA RELÈVE
- Marie-Claude Côté

42 NOMINATIONS
- john st. (Cédric Audet)
- Dentsubos (Chloé Nadeau)
- Pigeon Brands (Élyse Boulet)
- lg2 (Julie Benoit)
- CASSIES (nominations)
- Dyade (Louis-Pierre Lacoursière)
- TV5 (Anne Sérode)
- TV5 (Josée Roberge)
- Mile Inn (Philippe Grenier)
- Phœnix le Studio Créatif (Cendrine Ippersiel)
- Tink (Christian Vachon et Dominique Proteau)
- Éducaloi (Julie Bourbonnière)
- NCP/Ad Standards (Linda Perez)
- VETIQ (Johanne Devin)

52 ACTIVITÉS
- Des revenus à l'infini pour les OBNL
- Loi antipourriel C-28 (AMR)
- Assemblée et cocktail annuel du CRIM et de PROMPT
- Souper-conférence de l'ARIM
- Prix femmes d'affaires du Québec
- Gala des Flèches d'or 2017
- Enjeux économiques et sociaux pour le Québec et le Canada

55 BRÈVES DE LA SEMAINE

55 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO
- Publicité Sauvage
- Octane stratégies
- Comment elle va la pub? (avec Luc Du Sault)

Grenier magazine

Éditeur : Éric Chandonnet › **Coordonnatrice à l'édition / rédactrice :** Léa Nguyen › **Journalistes :** Sara Larin, Raphaël Martin, Normand Miron, Nancy Therrien › **Designer graphique :** Yan Lanouette › **Publicité :** Elodie Pflumio

Photo couverture : Donald Robitaille (OSA Images)

Assistant : Kevin Poisson › **Cheveux et maquillage :** Anabelle Deschamps

TONIK GROUPIMAGE DEVIENT &CO COLLABORATEURS CRÉATIFS

Boite de typographie fondée en 1969, l'entreprise intègre progressivement la production graphique, la production électronique et la production numérique pour devenir aujourd'hui une agence de publicité. Adieu **Tonik Groupimage**. Bienvenue à **&CO Collaborateurs créatifs.**

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

Justine, pourquoi cette décision de changer le nom de votre entreprise alors que tout allait bien et que vous vivez une belle croissance depuis plusieurs années, tout en étant probablement le secret le mieux gardé de l'industrie ?

Justine : Avec 85 employés, nous sommes une des plus grandes agences indépendantes de Montréal, même si c'est en effet peu connu. Probablement parce que l'on est situé dans l'est ! (*RIRES*) Tu l'as dit, nous sommes résilients. Nous sommes passés à travers plusieurs vagues de changements dans l'industrie, ce qui nous a amenés à intégrer à l'interne plusieurs nouveaux services de production. Le segment manquant consistait à nous rapprocher de nos clients en amont. Pour cela, nous devions devenir une agence. Ce que l'on a entamé voilà quelques années.

Cela implique nécessairement un changement de mentalité, non ? Être une boite de production, c'est une chose. Être une agence en est une autre. Mais être les deux… C'est possible ?

Justine : À mon avis, c'est beaucoup plus facile pour une boite de production de devenir une agence que pour une agence d'avoir des services de production à l'interne.

Pourquoi ?

Justine : On maitrise chacun des médiums depuis de nombreuses années. La relation client est déjà établie, la confiance aussi. Et on connait très bien chacune de leurs industries. Il s'agissait donc simplement d'optimiser notre offre en faisant maintenant partie des réflexions en amont.

LA CRÉATIVITÉ, C'EST BEAUCOUP PLUS QUE LA SIMPLE CRÉATION. ELLE DOIT VIVRE À TOUTES LES ÉTAPES DU PROCESSUS.

— Justine Roberge

Tout de même. La production étant le vilain petit canard de la pub parce qu'elle arrive toujours à la fin du processus, et ce généralement dans des délais de malade, c'est une dynamique totalement différente d'agir au niveau stratégique en amont.

Justine : Pour être honnête, ce n'est pas arrivé du jour au lendemain. Progressivement depuis 5 ans, nous avons intégré les services typiques d'une agence à l'interne. Nous avons donc été chercher du talent externe dans ces nouveaux secteurs d'activité. Ce n'est donc pas autant une boite de production qui devient agence qu'une nouvelle entité offrant des services de stratégie, de création et de production.

Et le & co dans tout ça ? Tonik Groupimage ne représentait plus votre nouvelle réalité, j'imagine ?

Justine : Exactement. Avec une évolution, tant horizontale que verticale, la collaboration devenait plus que jamais un incontournable pour notre entreprise. C'était déjà vrai alors que nous étions boite de prod, mais elle représente maintenant un élément distinctif de notre offre.