

SOMMAIRE

05 GIMMICK : TRACE DE MAGIE

08 NOUVEAUX MANDATS

- La Capitale assurances générales (DentsuBos)
- Les Centres Dentaires Lapointe (Brad)
- Naya (Kryzalid, Rethink)
- CPSSTQ (Alias Clic)

10 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Les Producteurs de lait du Québec (lgz)
- Desjardins (lgz)
- Loto-Québec (Cossette)
- Bureau en Gros (McCann Canada)
- The North Face (Sid Lee)
- SDC Vieux-Montréal (Bob)
- COOK IT

17 CHRONIQUES

- L'œil du rédacteur : Dring, dring, dring... que désirez-vous?

19 OCTANE : DE L'ART DES RELATIONS CITOYENNES

22 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- SEM
- Expligo
- Ardène (NATIONAL)

25 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

26 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Micah Desforges

27 MARKETING ET AÎNÉS SELON LE GROUPE MAURICE

30 PORTFOLIO DE LA RELÈVE

- Vanille Windenberger

34 NOMINATIONS

- L'École nationale de l'humour (Catherine Patry)
- Cossette
- Aubainerie (Alain Dumas)
- Groupe V Média (Isabelle Legris)
- DDB Public Relations (Deborah Bourne)
- Samsao (Garci Inigo)

37 ACTIVITÉS

42 BRÈVES DE LA SEMAINE

GIMMICK : TRACE DE MAGIE

Une dynamique triade d'entrepreneurs bouscule l'univers du motion design par des concepts hauts en couleurs. Discussion sur la création en compagnie de **François Dulac, Benoit Fortier et Pier-Luc Bourgault**, fondateurs de Gimmick.

Écrit par Raphaël Martin | Photo : Donald Robitaille



Trois jeunes trentenaires originaires de la ville de Québec bousculent à leur façon les sphères de l'animation graphique québécoise depuis plus d'un an. Au bout du fil, les voix des trois fondateurs de **Gimmick** rappellent l'enthousiasme de complices ayant déjà fait les quatre cents coups. « On se connaît depuis très longtemps et on travaille dans le plaisir, c'est le moins qu'on puisse dire, lance **François Dulac**, directeur du développement. La ligne directrice de **Gimmick**, c'est de toujours être sur la coche en ce qui a trait à nos livrables, mais de ne jamais nous prendre au sérieux. On est des adultes à la maison, mais des ados à la job. On est tous les trois pères de famille, on a tous des comptes à payer ; mais, au travail, on lâche notre fou. »

Créer sa marque

Une petite visite sur le portfolio numérique de **Gimmick** laisse d'ailleurs entrevoir la belle folie du trio dans toute sa splendeur. Et donne aussi un aperçu de l'impressionnante liste de clients qu'ils ont réussi à séduire. « Nous avons effectivement eu de très bons mandats jusqu'ici, affirme **Pier-Luc**, directeur de production. C'est encourageant pour une entreprise aussi jeune que la nôtre. Avant de former **Gimmick**, nous travaillions tous les trois dans le domaine – nous cumulions une dizaine d'années d'expérience chacun. Nous avions donc tous déjà nos contacts. » **François** poursuit : « Ce qui est cool, c'est qu'au début, les clients venaient nous voir parce qu'il nous connaissait séparément. Mais aujourd'hui, on vient nous voir parce que nous sommes **Gimmick**. Nous

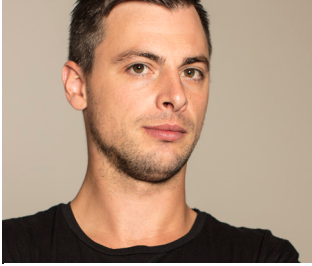
LE SUCCÈS DE NOTRE ENTREPRISE RÉSIDE DANS LA FORCE QUE CHACUN DE SES MEMBRES LUI APPORTE. ON LAISSE TOMBER L'ÉGO. NOUS NE SOMMES PAS TROIS INDIVIDUALISTES AU SERVICE DE LEURS PROPRES INTÉRÊTS. NOUS SOMMES JUSTE GIMMICK.

— **François Dulac**

avons réussi à développer notre marque de commerce ensemble, notre sceau. Nous avons travaillé fort pour y arriver en si peu de temps. »

Triangle parfait

La complémentarité du trio y est pour beaucoup. « Chacun possède des tâches qui lui sont propres dans l'entreprise, poursuit **François Benoit**, c'est le directeur artistique, c'est celui qui trouve les concepts flyés. **Pier-Luc**, c'est celui qui encadre la mise en forme du travail du début à la fin. » Et **François** ? « C'est le seul de nous trois qui porte des chemises propres à tous les jours ! », ajoute **Benoit** dans un éclat de rire. C'est ce que ça prend on dirait pour assurer le développement des affaires et s'adresser aux clients. Manifestement, il fait bien son job. » L'équipe engage aussi des collaborateurs réguliers. « On ne pourrait pas tout faire seuls, poursuit **Pier-Luc**. Nous travaillons en ce moment sur une trentaine de projets en



François Dulac
Fondateur, Gimmick



Benoit Fortier
Fondateur, Gimmick



Pier-Luc Bourgault
Fondateur, Gimmick

même temps, c'est beaucoup. On va chercher les meilleurs collaborateurs possibles. » « Récemment, nous avons réussi à engager un motion designer extraordinaire, enchaîne François. Il s'appelle **Alexandre Verville**, c'est une superstar et il faut absolument que tu mettes son nom dans l'article ! » Noté.

Processus créatif

Et comment se déroule le processus de création lorsqu'un mandat leur est proposé ? « C'est sûr qu'on aime toujours être impliqué le plus rapidement possible dans le développement d'un concept, affirme **Benoît Fortier**, directeur artistique. C'est un gros plus pour nous. Autrement, on brode autour des éléments qui sont déjà en place pour créer. L'animation qu'on a conçue dans le cadre de la dernière édition des **Créa**, par exemple, a été inspirée par la petite licorne qui se trouvait déjà sur le logo. De là, on s'est juste mis à divaguer sur le potentiel de l'animal en action. Ç'a donné un super beau résultat. Généralement, les clients nous laissent nous éclater. Et c'est là toute la beauté du motion design et de l'animation : nous n'avons pas de limite technique, pas de contrainte de tournage. On

s'inspire d'un concept, d'une marque, et on y appose une petite trace de magie. »

Et la concurrence dans le milieu du motion design, elle est féroce ? « Les autres boîtes font des trucs vraiment extraordinaires elles aussi, dit **François**, mais je suis d'avis qu'il y a de la place pour tout le monde dans le marché montréalais et québécois. C'est très sain que les clients puissent avoir une alternative sur le marché. Les producteurs auront toujours besoin de motion design, on ne manquera pas de travail. Les concurrents nous inspirent aussi beaucoup, ils nous poussent à nous dépasser. En ce qui nous concerne, l'important est de continuer à développer notre ADN, notre maque. En ce qui nous concerne, le succès de notre jeune entreprise réside dans la force que chacun de ses membres lui apporte. Ici, on laisse tomber l'égo. Nous ne sommes pas trois individualistes au service de leurs propres intérêts, qu'ils soient créatifs ou financiers. Nous sommes juste **Gimmick**. » ▲

Pour de plus amples informations sur les activités de Gimmick : gimmickstudio.ca