SOMMAIRE

05 **VOTER LAID ?**

09 **NOUVEAUX MANDATS**
- NAPA Canada (Réservoir)
- Kraft Heinz (Rethink)
- Levitts (Voyou)

10 **CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ**
- Société canadienne des enfants disparus (KBS)
- MSSS (lg2)
- Éleveurs de porcs du Québec (lg2)
- Les Producteurs de lait du Québec (lg2)
- L'Association des concessionnaires Toyota du Québec (Bleublancrouge)
- Toyota (Bleubancrouge)
- Wallaroo Trail (DentsuBos)
- Loto-Québec (Sid Lee)
- Chambre des notaires du Québec (Publicis)
- Mazda (JWT Montréal)
- BRP (Brad)
- La Commission de la construction du Québec (CART1ER)
- Salon national des animaux de compagnie (Mantra Marekting)
- SexxxPlus (JWT)

21 **TOP 10 DES CAMPAGNE DU MOIS D'OCTOBRE**

23 **VALÉRIE PLANTE, MARQUE DÉPOSÉE**

27 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE
- Serge Leathead

29 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

30 CHRONIQUES
- L'œil du rédacteur : Pleut-il averse ou à verse ?
- Publici-Terre (Je vais à Londres, je m'en vais faire du cinéma… pour Amnistie internationale !)

33 IMMERSION DANS LE DOMAINE DE LA RÉDACTION POLITIQUE

36 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE
- Capital-Image
- Mirego
- Mix Web (MixoWeb)

38 CONVERGENCES ET CRÉATIVITÉ MÉDIAS
- Cogeco

39 LA COMMUNICATION EN MODE URGENCE

42 PORTFOLIO DE LA RELÈVE
- Pauline Bertrand

44 PLANTE VS CODERRE SUR LE PLAN DU MARKETING NUMÉRIQUE

47 NOMINATIONS
- Global Eagle (David Trépanier)
- Kaliop (Perrine Vin)
- Québecor Média (Kimberley Rouse)
- Nurun (Jimmy James-Bergeron)

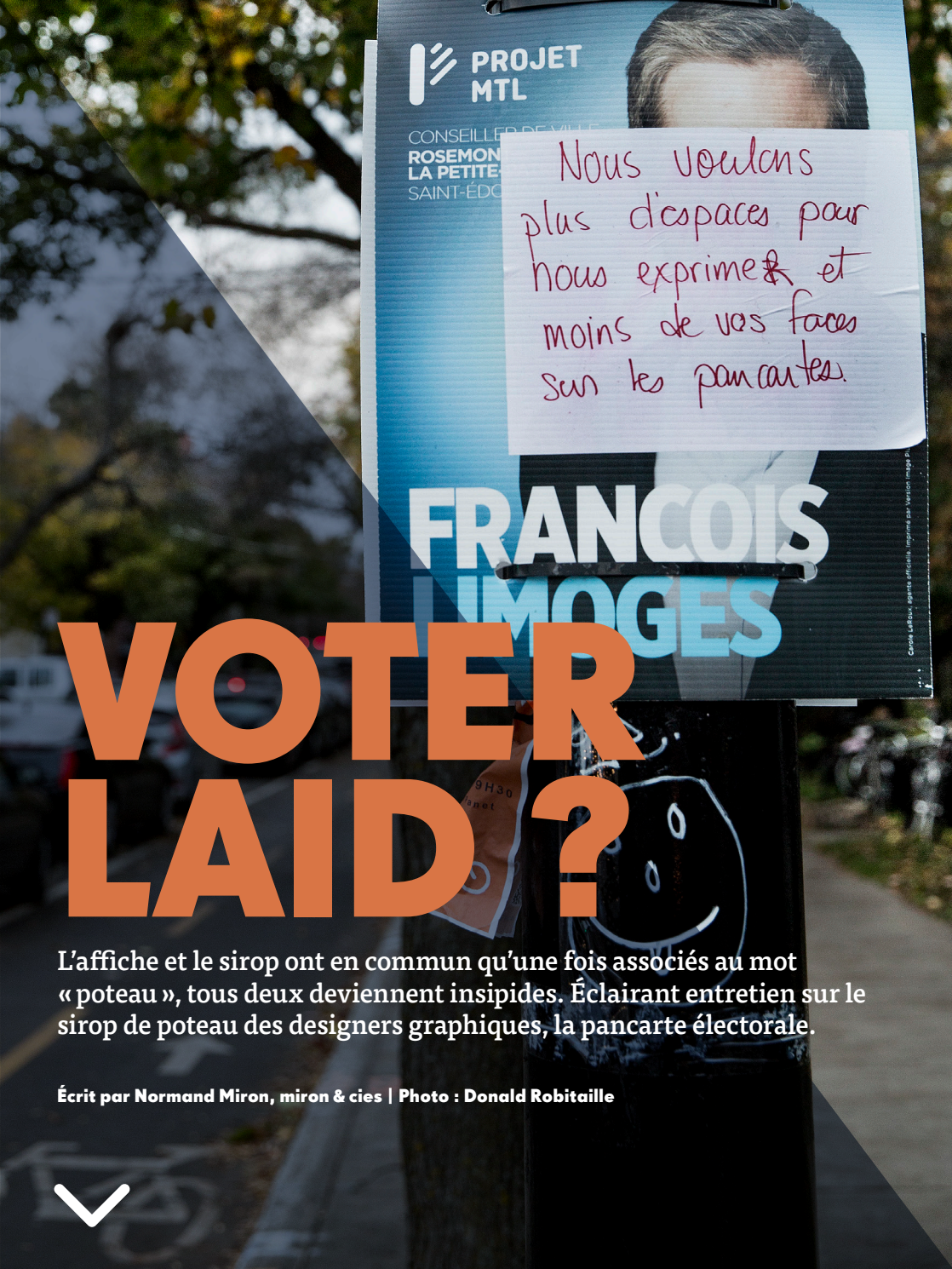
50 ACTIVITÉS
- Commanditaire parfait, comment en devenir un — Formation intensive
- Gala Prix Femmes d'affaires du Québec
- JIQ
- COLOSSES (Sid Lee Collective)
- Lions de Cannes (BEC)
- Sommet du marketing relationnel
- La commandite à l'ère du Web (Québec)
- Déjeuner atelier — Les meilleures techniques d'acquisition
- AMR (Table ronde : opposants ou coéquipiers : comment gérer le big data?)
- Foire étudiante
- Concours Gala Flèches d'Or

53 BRÈVES DE LA SEMAINE

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 :** Barbara Crevier

Photo : Donald Robitaille (OSA Images)



VOTER LAID ?

L'affiche et le sirop ont en commun qu'une fois associés au mot « poteau », tous deux deviennent insipides. Éclairant entretien sur le sirop de poteau des designers graphiques, la pancarte électorale.

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

Nelu. Depuis 27 ans, tu es professeur titulaire à l'école de design de l'UQAM. Tu as remporté plus de 180 prix ici et à l'international. En 2014, tu as présidé le jury international de la 13e Biennale internationale de l'affiche à Mexico. Et 27 de tes affiches sont dans la collection permanente du Musée des Beaux-arts de Montréal. Qu'est-ce qu'un passionné de l'affiche comme toi pense de nos pancartes électorales ?

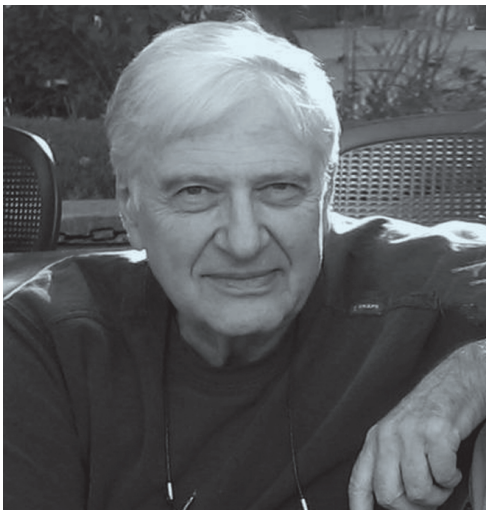
Nelu : Je dois t'avouer que j'ai toujours considéré avec beaucoup d'étonnement la banalité, la laideur et le manque d'efficacité de ces affiches. Pourtant l'affiche est un médium extraordinaire. Dans d'autres pays, on s'en sert pour communiquer des points de vue. Pour faire réagir. Pour faire réfléchir. Pour prendre position. Mais ici, on opte pour ces effroyables laideurs qui polluent visuellement nos villes.

Pourtant, on y consacre des sommes très importantes. Qu'est-ce qui explique cette beigitude assumée et ces soporifiques slogans qui semblent issus de cette intelligence très artificielle ?

Nelu : Peut-être parce que les gens en charge ne sont pas vraiment les meilleurs en communication visuelle. Ou bien, ils le sont, mais comme ça arrive souvent, ils proposent des idées intéressantes qui sont immédiatement torpillées par les comités d'approbation.

Frileux, donc ?

Nelu : Peureux, surtout. Peur d'innover. Peur de faire un faux pas. De faire des vagues. Résultat, des affiches ternes s'inscrivant dans une banalité qui se perpétue.



Nelu Wolfensohn
Professeur titulaire, programme de design graphique | École de design, Université du Québec à Montréal & directeur du CRIN (Centre de recherches des images numériques) de l'UQAM

Après la langue de bois, le pinceau de bois ?

Nelu : Ou plutôt la souris de bois, Normand. Nous sommes en 2017 ! (*RIRES*)

On fait quoi alors ? On brûle la pancarte et on se rue sur les médias sociaux ?

Nelu : Je ne crois pas, non. Car tu sais, l'utilité de l'affiche électorale ne réside pas que dans son contenu — lorsqu'il y en a —, mais aussi dans son emplacement. Le poteau est un support unique. Il permet à l'affiche d'être la seule présence physique d'une élection dans les quartiers. À force de passer devant le même poteau tous les matins, les gens finissent par reconnaitre le nom et le visage de leurs candidats.