



PIGER POUR MIEUX SE COMPRENDRE



LA COMMANDITE PRÉSENTÉE PAR... ELEVANT



HOBBS MARKETING : TOUCHER LE CON- SOMMATEUR DANS SON QUOTIDIEN

08 NOUVEAUX MANDATS

- Biscuits Leclerc (TAXI)
- Groupe Dissan (Tam-Tam\TBWA)
- Le Devoir (M32 Média et Groupe Capitales Médias)
- CUSM (MultipleMedia)

10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Boston Pizza (john st.)
- La Parisienne (Alfred)
- REMAX (Gendron Communication)
- CCM Hockey (Cossette)
- belairdirect (Sid Lee)
- Accès Pharma (Archipel)
- Oikos (TAXI, Carl)
- Dove (Bob)
- PME MTL (Featuring)
- Tourisme Bromont (SEPT24)

24 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Port de Montréal (Camden)
- Richter (Havas Montréal)
- Droit-Criminel (My Little Big Web)

27 CHRONIQUES

- L'œil du rédacteur :
D'où vient la locution à
brûle-pourpoint?

28 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- BEC
- Prix Gaïa (Inscriptions)
- O3 (Média Experts)
- CEFRIO

32 PRIX ET DISTINCTIONS

- Luis Carlos Flores (Bourse d'études Torchia en relations publiques et en communications)

38 CRÉATIONS

- Pigeon
- Société canadienne du sang (Cohésion et Compagnie et cie)
- Opéra de Québec (LMG audace & créativité)
- Newmood (Absolu)

42 NOMINATIONS

- Richard Nguyen (Le Devoir)
- Christian Tremblay (SOMA)
- Nominations (TANK)
- Vanessa Gauvin-Brodeur (BLVD)
- Catherine Chantal-Boivin (CASACOM)

46 ACTIVITÉS

48 CAMPAGNES INTERNATIONALES



36 ÉTUDE DE CAS HYDRO-QUÉBEC / LG2



PIGER POUR MIEUX SE COMPRENDRE

Pour les créatifs, la pige est-elle une alternative viable à la vie d'agence ?
Table ronde virtuelle avec quelques pigistes et ex-pigistes.

Écrit par Normand Miron, miron & cïes

Groupe. Pourquoi un créatif se tourne-t-il vers la pige ?

Kristina : Pour redevenir maître de son horaire. J'avais le sentiment très fort de passer à côté de choses importantes. J'avais envie d'un mode de vie plus fluide.

Stéphane : En agence, on a de plus en plus de pression pour livrer. Avec 15 000 livres sur les épaules, je commençais à avoir moins de fun. J'avais le goût de retourner à la conception plutôt que de la gérer.

Guillaume : Moi, je tournais un film dans mes temps libres. Rendu l'hiver, plus de lumière dès 16 h. Je suis donc parti à la pige sans autre ambition que celle de pouvoir terminer mon film.

Simon : Je souhaitais moi aussi avoir plus de temps pour me consacrer à l'art. La pige m'est apparue comme une solution pour nourrir cette passion... et la petite famille.

Laurent : Je voyais d'autres pigistes qui semblaient s'éclater tout en faisant de gros revenus. Étant sans emploi, je me suis dit pourquoi pas. De toute façon, j'étais convaincu que le téléphone allait rapidement sonner ; j'aurais donc le choix entre retourner en agence ou continuer avec la pige.

La réalité du premier matin, au réveil ?

Laurent : Le téléphone n'a jamais sonné. (RIRES)

Simon : Je n'avais toujours pas plus de temps ! (RIRES), Mais j'ai réussi à débiter et terminer une maîtrise. Et du côté artistique, j'ai fait laposte.quebec et Yes, un documen-

taire tourné en Écosse, durant le référendum.

Stéphane : La première fois, je dois vous avouer que j'ai détesté ça. J'angoissais à l'idée de ne pas avoir assez de contrats. Et à celle d'en avoir trop ! (RIRES) J'étais pas prêt, je pense.

Kristina : Moi, j'ai passé les premières semaines en pyjama ! (RIRES)

Ceux qui travaillent à temps plein envient souvent notre supposée grande liberté. Êtes-vous plus libre ?

Guillaume : J'appelle ça être enfermé dans sa liberté. Oui, tu es libre. Mais comme tes potes travaillent, cette liberté, tu la vis seul. Tu fais quoi cet après-midi, Laurent ?

Laurent : Ben je travaille. Tu oublies que je ne suis plus pigiste ! (RIRES)

Les avantages de la pige ?

Stéphane : Je me retrouve avec ben de la place dans ma tête. Je peux me concentrer sur ce que j'aime faire, concevoir. Et je peux toucher à d'autres univers que la pub.

Guillaume : Si tu penses que je vais répondre à cette question et ainsi donner le goût à tous les créatifs de se lancer à la pige. J'ai assez de concurrence comme ça. (RIRES)

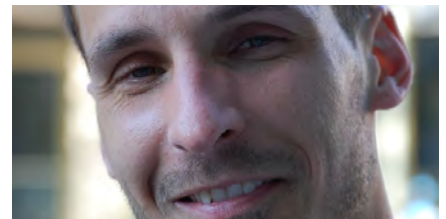
Kristina : Tout est plus léger. J'ai vu mon stress et ma fatigue disparaître. Chaque projet m'amène maintenant une nouvelle dose d'énergie. Et comme ils ont un début et une fin assez clairs, fini le surinvestissement émotif.



Kristina G. Landry
Rédactrice-conceptrice
(pigiste depuis 3 ans)



Stéphane Jean
Rédacteur-concepteur
(pigiste pendant 6 mois à l'époque, et maintenant depuis 5 mois)



Guillaume Blanchet
Rédacteur-concepteur et réalisateur
(pigiste depuis 7 ans)



Simon Beaudry
Directeur de création | K72
(pigiste pendant 2 ans)



Laurent Prud'homme
Concepteur-rédacteur | Sid Lee
(pigiste pendant 6 ans)

Scotiabank Arena



HOBBS MARKETING : TOUCHER LE CONSOMMATEUR DANS SON QUOTIDIEN

Hobbs Marketing est une compagnie canadienne unique en son genre. Forte de bientôt 20 ans d'expérience, Hobbs Marketing accompagne les entreprises dans leur stratégie marketing terrain. À l'heure de la numérisation des outils marketing, comment Hobbs Marketing réussit-elle à conserver ses clients fidèles ?

Écrit par Maïté Belmir

C'est il y a maintenant 19 ans, le 30 septembre 1999 précisément, que Denise Hobbs s'est lancée. Celle que l'on nomme aujourd'hui « La reine des coupons » a fait ses armes dans la démonstration en magasin. Même sa propre grand-mère en faisait. Alors qu'elle sortait de l'école, elle a d'abord travaillé en agence de publicité.

“À l'époque, une chance que j'étais tomboy”

Puis, soucieuse de l'accompagnement de ses clients et des performances des campagnes qu'elle créait, elle a décidé de passer 3 années en épicerie, à observer méticuleusement comment évoluent les marques et les clients. C'est ainsi que le savoir-faire de