



LES FUTURS LIONS 2019 ?



TOP 10 DES CAMPAGNES DE L'ANNÉE 2018



BDNG (OU BIENVENUE DANS NOTRE GANG)

08 NOUVEAUX MANDATS

- Marriott International (1Milk2Sugars)
- UNIBROUE (Agence FDM)
- ZIBO! (Agence FDM)
- NATA PR
- Norden (IMAGEMOTION)
- Buster Fetcher (Reptile)
- Nouveaux mandats (Brouillard)

11 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Tourisme Montréal (lg2)
- Tourisme Outaouais (Orkestra)
- Familiprix (Kabane)
- Brasserie Farnham (lg2)
- Fantino & Mondello (Rethink)
- Air Transat (Sid Lee)
- Vins Philippe Dandurand (IMAGE MOTION)
- Lozeau (Camden)
- MTQ (CARTIER)
- Arrondissement Ville-Marie (Upperkut)
- Sommet Saint-Sauveur (Service-Station)
- CIUSSS (Upperkut)

24 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Savoir-faire Linux

28 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Carl Pichette

32 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Agence Supernormal
- REEE (Stéphane Charier)
- Newad
- Groupe TVA (Évasion et Zeste)

34 CRÉATIONS

- M2MOVE (Kryzalid)

35 PRIX ET DISTINCTIONS

- Grenier d'or (Studio KORSR)
- PRIX NUMIX
- Concours Gutenberg
- Bookmark Content and Communications

39 NOMINATIONS

- Axel Dumont (Cossette Média)
- Karine Moses (Bell Média)
- Marc-André Ladouceur (D-BOX)
- Rachel Houde (Tam-Tam\TBWA)
- Anna Goodson (ADC)
- Céline Choiselat (Orchestre Métropolitain)
- Laura Delamarre (Bob)

42 ACTIVITÉS

45 CAMPAGNES INTERNATIONALES



30

ÉTUDES DE CAS
RESSAC / PORT DE MONTRÉAL

LES FUTURS LIONS 2019 ?

Alors que les Clios, Lions et autres One Show entament — ou terminent, c'est selon — leur période de soumission, nous avons demandé à quelques créatifs de nous présenter les publicités susceptibles de se transformer en or en 2019.

Écrit par Normand Miron, miron & cles

NIKE — Dream Crazy

Believe in something. Even if it means sacrificing everything.

Une phrase toute simple et d'une immense puissance, qui salue le geste de Kaepernick et qui affirme du même coup que Nike est prêt à dire haut et fort ce en quoi elle croit. — Marilou

On aime que Nike demeure provocatrice, adolescente. Elle rejette non seulement Trump et les républicains, mais tous les autres vieux hommes blancs propriétaires d'équipes de la NFL qui n'ont pas daigné signer Kaepernick. — Manuel

Les réactions ont été vives, et pour moi, c'est exactement le but de ce genre de pub. — Cédric

Cette pub me rappelle... — Sacha



PAYLESS — Palessi

Payless a fait acheter des chaussures dix fois le prix à des influenceurs dans une boutique éphémère aux allures « haute couture ». L'opération devrait repartir avec quelques statuette dans la catégorie Promo. — Xavier



GREENPEACE — Straws suck

Le sujet est hyper actuel. Mais le visuel fait mal. On a mal et on se sent mal en voyant cette campagne. C'est simple et percutant. Rien à ajouter. — Manuel

Je crois que mes collègues de Toronto finiront l'année avec un manteau de cheminée bien garni. — Xavier

AMAZON — Great Shows Stay with You

J'ai adoré ces spots qui devraient rafler quelque chose dans les catégories film et film craft. L'insight est pur et les messages sont magnifiquement bien exécutés. — Xavier



AMAZON — Prime videos Live Stream

Je suis un fan de ce type de concept où on utilise littéralement le nom des produits qu'on tourne d'une façon humoristique, très cinématographique. Du bon writing avec de l'excellente DA. — Sacha



TOP 10 DES CAMPAGNES DE L'ANNÉE 2018

L'équipe de rédaction vous présente son Top 10 des meilleures campagnes publicitaires de 2018.

Que ce soit pour leur originalité, leur créativité ou leur direction artistique, ces différentes offensives ont su accrocher notre œil.



01 FONDATION CHU STE-JUSTINE (LG2)

La Maladie d'amour :
contagieuse et mobilisatrice

EN SAVOIR +

02 IGA (SID LEE)

Un conte à cuisiner pour IGA
signé Sid Lee

EN SAVOIR +



03 LES PRODUCTEURS DE LAIT DU QUÉBEC (LG2)

Un « gros buveur de lait »
répond aux questions des
enfants

EN SAVOIR +

04 LOTO-QUÉBEC (SID LEE)

L'attrait de « passer à la télé »
selon Roue de Fortune

EN SAVOIR +

05 AGROPUR (ALFRED)

nanö confie ses publicités à
des enfants

EN SAVOIR +

06 FONDATION DE L'HÔPITAL DE MONTRÉAL POUR ENFANTS (COSSETTE)

L'Halloween, c'est malade
avec la Fondation de
l'Hôpital de Montréal pour
enfants

EN SAVOIR +

07 FEMMES EN CRÉA (LG2)

Les Femmes en créa misent
sur un tournoi de poker pour
parler d'équité

EN SAVOIR +

08 COORS LIGHT (RETHINK)

Coors Light et Rethink
ramènent les Expos

EN SAVOIR +

09 VALENTINE (LG2)

Valentine : le fast-food
assumé des médias sociaux

EN SAVOIR +



10 SCORES (PUBLICIS)

Scores « te juge pas »

EN SAVOIR +



BDNG (OU BIENVENUE DANS NOTRE GANG)

L'agence BDNG, lancée en 2014, était au départ une filiale de Jules Communications, entreprise de la rive-sud de Montréal, qui offre des services de lettrage publicitaire aux entreprises. Spécialisée dans le branding, BDNG a au départ été fondée pour répondre aux besoins de la société-mère.

Écrit par Maïté Belmir

Tout a commencé avec la campagne d'autopromo «Mange d'la marque » sortie au moment du lancement de l'entreprise et qui a obtenu la mention *Billboard Slogan of the Year* dans le journal *Montreal Gazette*. Depuis, l'élève a dépassé le maître et BDNG vole de ses propres ailes. Rencontre avec Sébastien Carrière, vice-président de l'entreprise pour en connaître un peu plus sur cette agence hors norme.

Vous qui construisez et travaillez l'image de marque des entreprises et qui connaissez l'importance de la valeur d'un nom et d'une marque, expliquez-nous la signification de BDNG ?

« Tout simplement BRANDING (sans les voyelles ndr). Mais on aime dire aussi "Bienvenue dans notre gang". » (RIRES)