



COMMERCE DE DÉTAIL QUÉBÉCOIS, DÉSAVANTAGE NUMÉRIQUE ?



AU-DELÀ DE L'ÉTHIQUE



ÉTUDE DE CAS CRI AGENCE / DESJARDINS

06 NOUVEAUX MANDATS

- CARTIER
- Acfas (Kilicom)
- Brouillard

08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- H&R Block (Sid Lee)
- Subway (DentsuBos)
- OQLF (Ogilvy)
- Fondation Jasmin Roy Sophie Desmarais (Ogilvy)
- Uniprix
- Pommes Qualité Québec (Gendron)
- Sélection Retraite (Bite Size)
- Laboratoire Suisse (Bob)
- ACVRQ (CARTIER)
- Défi Santé

18 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Ensembliers (Akufen)
- CRIM (elokutio)

24 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Prologue.ai
- Tribu Expérientiel
- Sommet mondial sur l'intelligence artificielle (Stradigi AI)
- Media City (COMMB)
- MELS
- Tac-Til Xtra
- Rencontresportive.com

33 PRIX ET DISTINCTIONS

- PIGEON

35 NOMINATIONS

- Dan & PAG (BLVD)
- Caroline Pageau (Libéo)
- Charles Décarie (Groupe Juste pour rire)
- Radiance

40 ACTIVITÉS

44 CAMPAGNES INTERNATIONALES



20 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE SÉBASTIEN FAURÉ



COMMERCE DE DÉTAIL QUÉBÉCOIS, DÉSAVANTAGE NUMÉRIQUE ?

Comment se porte le commerce de détail québécois ? À mon grand étonnement, et malgré la pression constante — et croissante — des Amazons de ce monde, il va bien, merci.

Écrit par Normand Miron, miron & cles

De fait, affichant une croissance successive de 9 %, 6,1 % et 3,3 % pour 2016, 2017 et 2018, on pourrait même croire qu'il est au-dessus de la mêlée. Ce n'est toutefois pas le cas.

Ça joue dur sur les patinoires du « retail » ! Et contrairement à ce que l'on pourrait supposer, l'équipe à battre n'est pas qu'en ligne et à l'étranger.

Les défis dans la ligue locale ne manquent pas, les embûches sont bien réelles. On ne joue pas à armes égales.

Pourtant, pas comme si nous n'avions pas besoin de tout le support local pour affronter ces équipes de *goons* multimilliardaires qui viennent nous baver impunément sur nos propres patinoires...

On fait quoi, alors ? On lance la serviette ou on jette les gants ?

« Nos gouvernements tiennent le commerce de détail pour acquis », constate Léopold Turgeon, président de Conseil québécois du commerce de détail (CQCD). « On nous a toujours regardés de haut », ajoute-t-il.

Pourtant, le commerce de détail québécois représente 6 % du PIB. C'est 480 000 emplois directs, sans oublier l'important apport économique à son écosystème d'affaires



AU-DELÀ DE L'ÉTHIQUE

Depuis cinq ans, un OBNL veille à ce que l'indice de confiance des Québécois.es oeuvrant au sein d'organisations migre vers de plus hauts sommets. Discussion sur l'Institut de la confiance dans les organisations en compagnie de M^e Donald Riendeau.

Écrit par Raphaël Martin

La confiance règne-t-elle au sein de l'entreprise pour laquelle vous vous donnez corps et âme ? Vos clients ont-ils confiance en vous, et avez-vous confiance en ces collègues qui prennent des décisions dont l'impact se reflète sur votre bien-être au sein de l'organisation ? En somme : est-il difficile, dans une société où la méfiance est souvent perçue comme un gage de prudence, d'imaginer que la pleine confiance puisse être un idéal à atteindre au sein d'une entreprise ? Une question pertinente et complexe à laquelle Donald Riendeau, directeur général et fondateur de l'**Institut de la confiance dans les organisations**, répond de façon imagée. « La confiance est un concept que les gens redécouvrent au gré des événements, affirme-t-il. C'est comme une huile à moteur : c'est quand elle vient à manquer qu'on réalise son importance. Les dernières décennies ont été marquées par assez de scandales pour rendre méfiants et cyniques le commun des mortels. Mais les gens, heureusement, commencent aussi à réaliser que la confiance est une discipline qui se mesure et se renforce. C'est sur ce point que l'**Institut sur la confiance** révèle toute sa pertinence. »

Observer, analyser, modifier

Et quelle serait la définition de la confiance selon Donald Riendeau ? « C'est l'art de mettre en résonance les différents intérêts qui cohabitent au cœur d'une même organisation, explique-t-il. Ceux des employés, des dirigeants, des clients et du public. C'est de compter sur un climat sain dans les communications entre les différents paliers de l'organisation. Mais au-delà des



CRI agence a été sélectionnée par Desjardins afin de développer une plateforme web pour la **Fondation Desjardins** qui, depuis plusieurs années, appuie les étudiants émérites de tous âges grâce à un programme de bourses. Cette nouvelle plateforme permet de faciliter la gestion de son programme et de centraliser les candidatures, considérant que la majorité des caisses offrent également leurs propres bourses d'études.

De l'analyse initiale jusqu'à la mise en ligne, le mandat d'arrimage complet à travers le système s'est déroulé sur une période d'un peu plus d'un an. La plateforme en question devait ainsi répondre aux

besoins des divers acteurs y ayant accès, chacun pour ses raisons propres (étudiants, jurés, caisses et **Fondation**).

La plateforme développée par CRI agence permet à la **Fondation** de piloter l'ensemble des phases d'une campagne annuelle d'octroi de bourses. Elle peut ainsi créer de nouvelles campagnes, définir les paramètres tels que les dates de chacune des phases, la définition des critères de sélection, inviter les jurés qui participeront à l'évaluation des candidatures, apporter du soutien aux candidats, octroyer les bourses aux lauréats, et bien plus.

Les outils en place permettent aux jurés invités d'analyser les

CLIENT

Desjardins

ANNÉE

2018

SERVICE

Développement numérique