



LA RÉGIE PUBLICITAIRE DE QUÉBECOR : SIMPLIFIER, RASSEMBLER



C'EST EN RÉGION QU'ON DEVIENT FORGERON



ÉTUDE DE CAS : CRI AGENCE / BONDUELLE

06 NOUVEAUX MANDATS

- Nouveaux mandats (Archipel)
- La Fondation Laurent-Duvernay-Tardif (SQU4D)
- Kryzalid
- Distillerie Tower Hill Road (TöK Communications)

08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Loto-Québec (Sid Lee)
- Vieux-Port de Montréal (TANK)
- Yum Yum (Attitude Marketing)
- Groupe Sportscene (lg2)
- L'Émouleur (DentsuBos)
- Les courtiers immobiliers du Québec (Tam-Tam\TBWA)
- Ardene (IMAGEMOTION)
- ARTM (Locomotive, Brandbound et Bifurk)
- Prêt à rabais (Productions Chaumont)

22 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- CEFRIO
- Agence d'illustration Anna Goodson

26 CRÉATIONS

- Wink Strategies
- EBC (Maison 1608 par Solisco)

28 PRIX ET DISTINCTIONS

- Alain Desormiers

30 NOMINATIONS

- Cossette (Zoé Béland)
- Alec Pronovost (Morrison Films)
- Ogilvy
- Ève Tessier-Bouchard (ÉNH)
- Patrick Bourbeau (La Presse)
- Instinct
- Anne-Frédérique Tremblay (Ad hoc)
- Neo-Traffic
- Jean-Philippe Guay (ComediHa! Fest)

36 ACTIVITÉS

40 CAMPAGNES INTERNATIONALES



20 PERSONNALITÉS DE LA SEMAINE KARINE COURTEMANCHE ET MARIE AMIOT

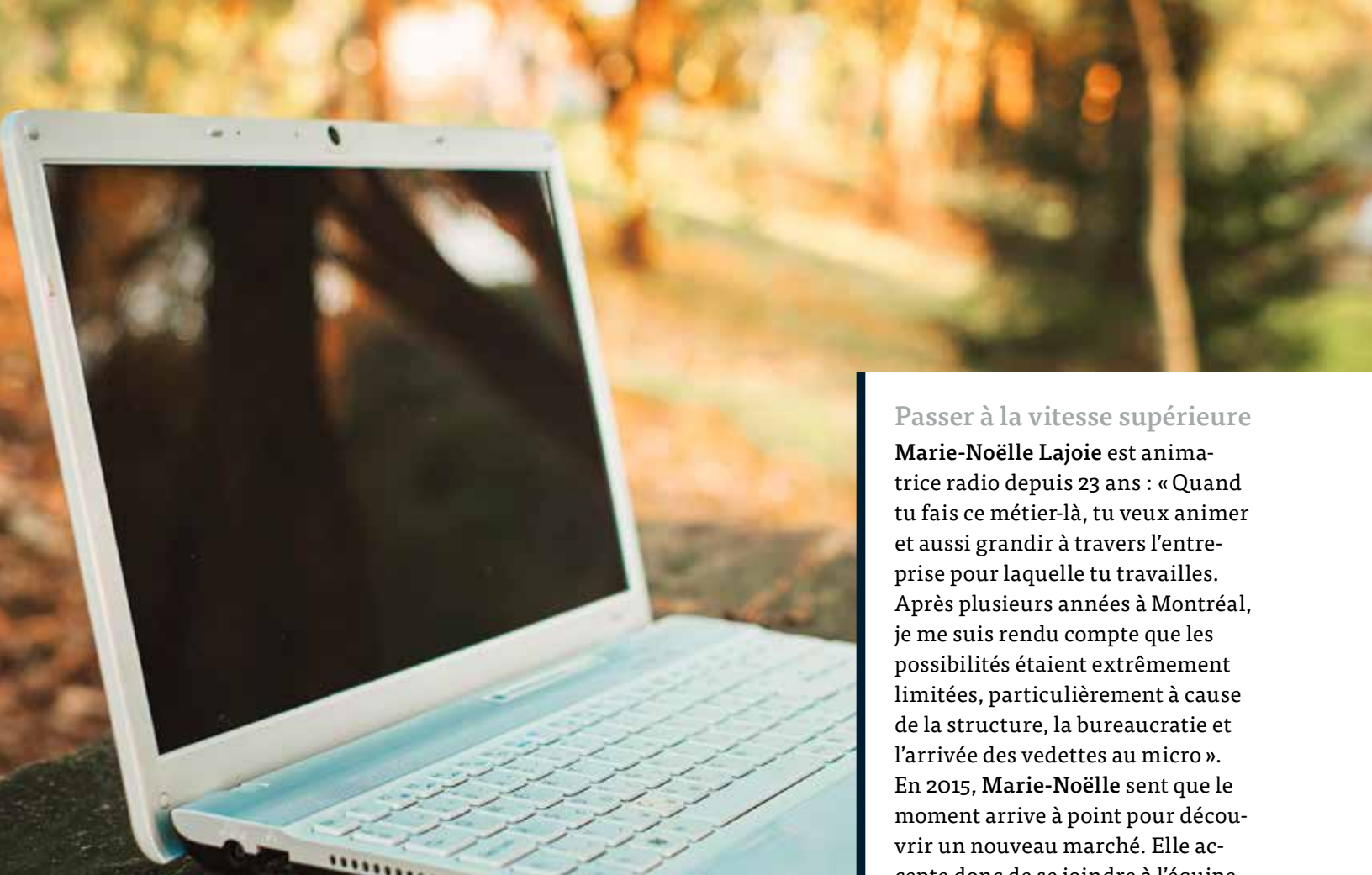


LA RÉGIE PUBLICITAIRE DE QUÉBECOR : SIMPLIFIER, RASSEMBLER

Une refonte stratégique s'opère depuis quelques années dans la Régie publicitaire Québecor grâce à la création d'un grand guichet unique dédié aux annonceurs. Discussion sur le sujet en compagnie de **Katia Villeneuve**.

Écrit par Raphaël Martin | Photo : Donald Robitaille

Québecor, le plus important groupe média francophone au Canada, applique depuis 2014 une nouvelle pratique, voire une nouvelle philosophie d'entreprise, visant à augmenter les performances de son système organisationnel. Un défi de taille lorsque qu'on possède un éventail de plateformes aussi diversifiées que celle du géant, lesquelles comprennent des chaînes de télévision, des journaux, des magazines, de l'affichage urbain, un guide de l'auto, de l'édition sur mesure, une radio et des podcasts numériques, de l'évènementiel, plus de 300 sites web et... en oublions-nous ? « Je crois que ça fait le tour !, s'exclame la voix chaleureuse de **Katia Villeneuve**, directrice générale, solutions clients à la Régie publicitaire de Québecor. Notre marque est un grand chapeau qui englobe une multitude de services. Nous sommes, et de loin, le joueur médiatique le plus stratégique au Canada. Notre offre multiplateforme est un modèle unique. Avec un aussi grand terrain de jeu pour l'équipe des ventes, il nous faut évidemment une organisation solide et efficace. C'est ce qui a été développé ces dernières années.



C'EST EN RÉGION QU'ON DEVIENT FORGERON

De toutes les motivations évoquées par les professionnels qui choisissent de s'exiler en région, fuir les bouchons de circulation gagne la palme d'or. La qualité de vie en général, la proximité de la nature, les conditions économiques plus avantageuses et les opportunités intéressantes font aussi l'unanimité. Pour un citoyen pur et dur, se convertir à la campagne est-il un exercice ardu ? Révélations d'anciens travailleurs urbains qui aujourd'hui maîtrisent l'art de vivre à l'extérieur des grands centres.

Écrit par Nancy Therrien

Passer à la vitesse supérieure

Marie-Noëlle Lajoie est animatrice radio depuis 23 ans : « Quand tu fais ce métier-là, tu veux animer et aussi grandir à travers l'entreprise pour laquelle tu travailles. Après plusieurs années à Montréal, je me suis rendu compte que les possibilités étaient extrêmement limitées, particulièrement à cause de la structure, la bureaucratie et l'arrivée des vedettes au micro ». En 2015, **Marie-Noëlle** sent que le moment arrive à point pour découvrir un nouveau marché. Elle accepte donc de se joindre à l'équipe d'animation et de programmation musicale de **Boom FM** en Montérégie : « Ce que j'apprécie ici, c'est que tout est à faire. Ainsi, j'explore une autre facette du métier qui m'aurait sans doute échappé à Montréal. Je suis appelée à mettre la main à la pâte, à m'impliquer dans la poutine quotidienne et en prime, je suis plus près des auditeurs que jamais ». Travailler dans un petit milieu radiophonique laisse place à plus de liberté, de spontanéité et de créativité. Parlant de créativité, celle de l'animatrice a été très féconde depuis son exil : elle qui avait déjà un garçon à l'époque est aujourd'hui maman d'un joyeux quatuor. « J'ai eu des offres alléchantes pour retourner à Montréal, mais passer du temps avec mes enfants au lieu d'être retenue dans la circulation, ça n'a pas de prix », conclut **Marie-Noëlle**.

KARINE COURTEMANCHE

PRÉSIDENTE, TOUCHÉ!

MARIE AMIOT

PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE, FACTRY

Expressions utilisées fréquemment

Karine : Selon mes collègues, je dis souvent « C'est là que je trace la ligne » et ça les fait rire à chaque fois!

Marie : « Rise above », une expression que je me répète souvent. C'est mon armure secrète pour m'élever au-dessus des situations qui viennent parfois plomber le quotidien.

Film favori (ou série favorite)

Karine : J'assume pleinement les coups de cœur de ma jeunesse : *Le jour de la marmotte*, *Truman Show* ou *Dirty Dancing*.

Marie : Un film à voir par tous les gens qui s'intéressent aux humains : *Le sel de la Terre*. Le premier film qui m'a transportée : *Les yeux noirs*.

Occupation préférée

Karine : J'aime bouger et je combine souvent entraînement et amitié. Cette année, je prévois faire un demi-marathon à Vegas avec mes copines.

Marie : Tout ce qui entre dans la catégorie « Plein air ». Jouer dehors est la meilleure drogue de la planète.

Fun fact

Karine : En période de *pitch*, les peppermints deviennent un groupe alimentaire essentiel pour moi.

Marie : Ouf! Y'a pas mal d'anecdotes! Disons que j'ai dansé sur un *stage* devant le premier ministre du Canada...

La créativité au cœur du partenariat

Qu'ont en commun l'agence média **Touché!** et l'école des sciences de la créativité la **Factry**? C'est sans aucun doute la créativité! Cette valeur fait partie intégrante de l'ADN de ces deux entreprises québécoises, autant dans le produit que dans la culture d'entreprise. S'unir autour d'un partenariat créatif allait de soi pour leurs dirigeantes respectives **Karine Courtemanche** et **Marie Amiot**.

Pour **Touché!**, la créativité est un moteur incroyable qui, combiné au potentiel du data, donne un souffle unique à toutes ses campagnes. Cette ambition de pousser les limites du déjà vu se démontre par les nombreux prix gagnés en créativité média, spécifiquement dans les catégories de prix numériques et axés sur les données.

Quant à la **Factry**, l'enseignement des compétences créatives aux professionnels et à la relève est sa raison d'être. Portée par la croyance que la créativité est un réel moteur de transformation des organismes et de la société, la **Factry** estime que tout le monde est capable d'être créatif, et ce, peu importe leur corps de métier. La créativité va au-delà d'un savoir-être ou d'un savoir-faire, c'est un savoir-devenir.

Touché! : Grandir à vitesse grand V

Dans le cadre de ce partenariat, **Touché!** offrira à ses employés gestionnaires l'opportunité de participer à une panoplie de formations offertes par la **Factry**.

Faire grandir ses employés à vitesse grand V et développer leur plein potentiel fait partie des valeurs fondamentales de **Touché!** afin, entre autres, de rester à l'avant-garde des tactiques de créativité, leadership, innovation et *design thinking*.

Dans une industrie en perpétuel changement, il faut savoir être créatif dans son approche face à la formation des employés, et c'est exactement ce à quoi la **Factry** répondra en s'associant avec **Touché!**.

Factry : Accroître sa notoriété grâce à sa présence numérique

De son côté ce partenariat permettra à la **Factry** de propulser ses placements média numériques dans les marchés nationaux et internationaux, et de diffuser son message au-delà des industries créatives. L'expertise de **Touché!** en média numériques sera également mise de l'avant afin de maximiser la vente de l'éventail des formations **Factry**.