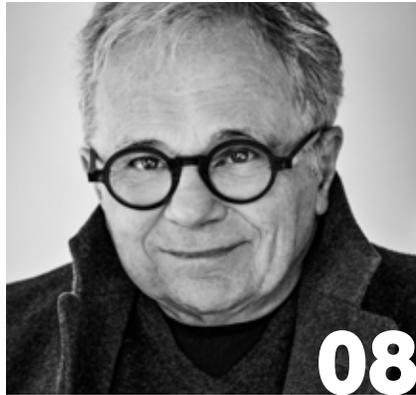


TEMPLE DE LA RENOMMÉE DE L'A2C



PROFIL BÂTISSEUR
FRANÇOIS
DUFFAR



PROFIL PHARE
JEAN-JACQUES
STRÉLISKI



PROFIL ALLIÉ
PIERRE
LALANDE

18 TÉMOIGNAGES COMMUNS

20 NOUVEAUX MANDATS

- Beyond Meat (DDMG)
- Ressac
- Souffle Dans Cassette (Caméléon)
- Commerce International Québec (Kilicom)
- Investissement Québec (BLVD Agence Créative)
- Washington Post (Agence d'illustration Anna Goodson)

22 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Zoo Granby (lg2)
- Timothy's (lg2)
- belairdirect (Sid Lee Toronto)
- TNM (Compagnie et cie)
- Sportium (Compagnie et cie)
- Epiderma (Cossette)
- SAIL (Ogilvy)
- RBC (BBDO)

- Église catholique à Montréal (Camden)
- Groupe Westcliff (Compagnie et cie)
- Consignation (S2B L'Agence)
- BRP (Oranje)

34 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- CPAC (Poudre Noire)
- Jalon (Kryzolid)
- AOQ (memboGo)

38 ÉTUDES DE CAS

- Adviso / Nature's Touch

40 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Prix Femmes d'affaires du Québec
- Intercom (SOCOM)
- GeoImageNet (CRIM)
- Qui fait Quoi
- CEFRIO

44 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Anna Goodson

47 PRIX ET DISTINCTIONS

- Young Lions
- A2C

51 CRÉATIONS

- Le Rucher (LMG audace & créativité)
- Jardin2m (Roxane Gariépy)
- Lancôme et Buddha Brand (IMAGE MOTION)

54 NOMINATIONS

- John Dutton (Camden)
- Anne-Marie Boissonnault (Solisco)
- Ogilvy
- Republik
- Marelle Communications
- BESIDE
- Nicolas Cimon (Gestev)
- Normes de la publicité

61 ACTIVITÉS

64 CAMPAGNES INTERNATIONALES



> Bâtisseur

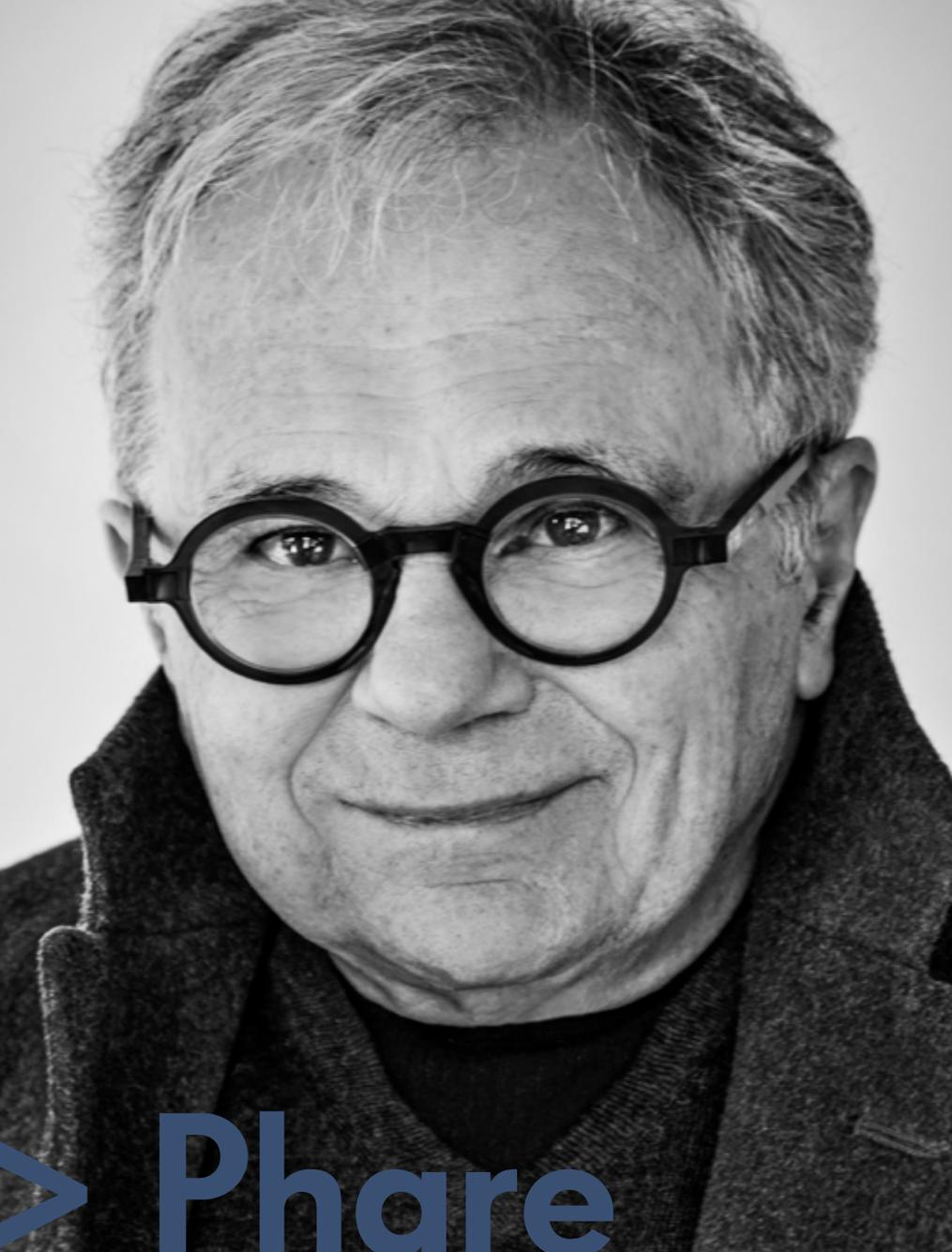
FRANÇOIS DUFFAR

- Président du Groupe Navilon, société de portefeuille privée
- Ex-Président du Groupe Cossette, après avoir été directeur général du bureau de Montréal

Écrit par Marie-Claude Ducas

Chez Cossette, François Duffar a été l'artisan de l'implantation du groupe à Montréal, puis a apporté à l'agence la vision et l'ambition qui ont porté son expansion hors du Québec, jusqu'à en faire la plus grande agence canadienne. Dès ses débuts, il s'est employé à structurer l'agence, avec une grande rigueur sur le plan des affaires et de la rentabilité et à inscrire la vision de l'agence dans le contexte international. Pour ce faire, il a su recruter des collaborateurs hors pair, tant à la stratégie, au développement qu'à la création, en être l'animateur et leur servir d'inspiration. Aujourd'hui à la tête de la société d'investissement Navilon, il pilote divers projets de grande envergure, tout en aidant, de multiples façons, nombre de jeunes entrepreneurs, dans des domaines liés aux communications, mais aussi à la culture.

François Duffar est arrivé en 1966 de France, après des débuts en journalisme ; il a brièvement poursuivi dans cette veine au Québec puis, à l'occasion d'Expo 67, s'est retrouvé responsable de l'équipe de l'organisation des visites présidentielles et ministérielles. Il a par la suite travaillé dans la fonction publique, entre autres comme directeur de cabinet du ministre des Communications, puis s'est joint à Cossette en 1974. Dès le début, il y a fait preuve d'une résilience hors du commun pour des projets qui, à l'époque, auraient pu



> Phare

JEAN-JACQUES STRÉLISKI

- Professeur associé, département du marketing
- École des Dirigeants, HEC Montréal
- Responsable pédagogique du DESS communication-marketing, HEC Montréal
- Contributeur et intervenant académique à MosaiC, Pôle Créativité & innovation et au Pôle Médias, HEC Montréal.

Écrit par Marie-Claude Ducas

Jean-Jacques Stréliski a été l'âme du département de création à l'agence **Cossette**, à l'époque où elle a produit les multiples grandes campagnes qui ont marqué le paysage publicitaire au Québec. Il a su attirer quantité de créatifs de talent et les motiver, et aussi mettre en valeur, face aux clients, la pertinence de la création. Il a aussi, de toujours, été un pédagogue et un vulgarisateur en vue, à travers ses participations dans les médias, tant sur les mécanismes de la publicité que sur son rôle. Il poursuit aujourd'hui à titre de pédagogue et de mentor à **HEC Montréal**, tant dans l'enseignement que dans sa nouvelle charge de responsable pédagogique.

Jean-Jacques Stréliski est venu s'établir en 1974 au Québec, après y avoir séjourné comme coopérant à la fin des années 1960. Alors à l'agence **PNMD** comme concepteur-rédacteur, il travaille déjà sur des campagnes qui vont marquer la publicité québécoise. Entre autres : « Tchicatchicatchic Tang, Tang, Tang! » (le jus d'orange **Tang**), et « J'bois mon lait comme ça m'plaît », pour les **Producteurs de lait**. Mais bientôt, et surtout, il a donné l'impulsion au département créatif de l'agence **Cossette**, qu'il a jointe en 1977, recruté par nul autre que... **François Duffar** ! Il a joué un rôle décisif pour établir la marque créative de cette agence, qui est venue réinventer la publicité au Québec à partir de la fin des années 70, en lui apportant une touche plus moderne, plus européenne et internationale.



> **Allié**

PIERRE LALANDE

– Fondateur de Cinélande, maison de production de films publicitaires

Écrit par Marie-Claude Ducas

Il y a des gens qui marquent leur industrie en profondeur. **Pierre Lalande** est l'un de ceux-là. Bien que **Pierre** ait la plupart du temps travaillé dans l'ombre, chacun peut apprécier l'impact marquant et durable qu'il a eu sur le paysage des communications au Québec en jetant les bases d'une entreprise qui allait en inspirer plusieurs.

Avant lui, les tournages publicitaires étaient confiés (en majorité) aux maisons de production spécialisées en long métrage, documentaire ou télévision. Après 20 ans en agence comme rédacteur et producteur, **Pierre** ressent un manque pour l'industrie. Lui, qui comprenait mieux que quiconque les besoins réels des clients et des agences, décide donc en 1984 de fonder la première boîte de production destinée exclusivement à la publicité : **Cinélande**. Il avait vu juste. En six mois, la demande est-elle qu'il invite **André Viau** à se joindre à lui comme associé. La vision de créer une infrastructure complète permettant un meilleur contrôle de l'ensemble de la production a rapidement propulsé **Cinélande** comme chef de file. Pertinente à l'époque, cette façon de faire l'est tout autant aujourd'hui avec les défis budgétaires des clients. C'est pourquoi **Cinélande** est encore de nos jours un fer de lance de l'industrie.

Avant l'époque **Cinélande**, **Pierre** démontre déjà une passion pour le monde publicitaire. Il a été parmi les pionniers de l'industrie au Québec, tour à tour rédacteur, directeur de comptes, directeur de la production électronique... et plus encore. On l'a vu entre autres chez **Breithaupt**, **Benson** et **Milson** travailler pour la légendaire bière **Dow**. Au tout début de **BCP**, il participe à l'iconique campagne « Lui, y connaît ça ! » de **Labatt**, en plus de mettre son talent au service de