



04

CARTIER RESTE ENTRE MAINS QUÉBÉCOISES



22

BBQ QUÉBEC : LAVOIE DU BARBECUE

Dans le précédent numéro, dans l'article *Orkestra* : quand le fun pogne, nous aurions dû lire ceci au début de l'article :

Agences des villes et agences des régions, deux réalités? **Dominic Faucher** et **Sacha Lauzier-Bonnette** le croient. « On participe à beaucoup de mandats, tant à Montréal qu'en région, et on se rend compte qu'il y a beaucoup de nuances à considérer d'un côté comme de l'autre quand vient le temps de s'adresser aux gens. » Et cette leçon-là, **Dominic** l'a apprise rapidement. C'est d'ailleurs pour cette raison que les associés d'*Orkestra* lui on proposé de joindre leurs rangs en 2014.

06 NOUVEAUX MANDATS

- Havas
- Intelerad (BLVD)
- Camden
- Mowellens (IMAGE MOTION)

10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- iögo (lg2)
- OKA (lg2)
- Honda (Gendron)
- Les éleveurs de dindon du Canada (Zeno Group)
- RSEQ (Jazz)
- Arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve (Featuring)
- Réno-Dépôt (Sid Lee)
- Urban Picnik (K72)
- Aliment du Québec (Québecor)
- Boulangerie St-Méthode (CARTIER)
- Table Toxico et de la Cellule Jeunes et Familles Brome-Missisquoi (Publici-Terre)

24 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- La Presse (Cossette)
- INTERACT (Kryzalid)

26 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- KO Média (ELLE Québec et ELLE Canada)
- ELLES Fictions (Groupe V Média)
- Bal en noir (bec)
- Nouveau (AgendaPR)
- TV5 et Unis Tv(TV5)
- C'est dans' Cannes

32 PERSONNALITÉS DE LA SEMAINE

- Phil Jones

34 PRIX ET DISTINCTIONS

- Concours TAC-TIL XTRA
- Prix NUMIX
- Rethink (One Show)
- Fonds ÉNH-Netflix (École nationale de l'humour)
- Fonds de la Famille Gaetano Martinez (MP Repro)
- Nathalie Dion (Communications Arts Illustration)

40 ÉTUDES DE CAS

- lg2 / La Cage - Brasserie sportive

42 CRÉATIONS

- Nouvelle identité (Mosaic)
- Fondation (Tink)

44 NOMINATIONS

- Gaëlle Cayrol (Havas)
- Martin Walker (Digital Dimension)
- Julie Brault (U92 et Alice & Smith)
- Rob Booth (Konversion)
- Luc Brousseau (Léger)
- Arielle Blais (Grenier aux nouvelles)
- Francis Fréchette (Webit)
- RICARDO
- Tact Intelligence-conseil
- Dialekta
- Hamak

50 ACTIVITÉS

53 CAMPAGNES INTERNATIONALES

CARTIER RESTE ENTRE MAINS QUÉBÉCOISES

La suite d'une agence québécoise passe (trop ?) souvent par son acquisition par un groupe étranger. Mais il arrive parfois qu'un dirigeant, fier et entêté, mette les bouchées doubles afin que sa boîte demeure entre des mains québécoises. Et il arrive aussi que de jeunes entrepreneurs d'ici décident de s'investir (littéralement !) dans une agence d'ici. Portrait d'un repreneuriat réussi avec **Audrée Couture**, **Sébastien Pelletier**, **Luis Areas** et **Victor Dagenais-Benoit** qui prennent la barre de l'agence Cartier.

Écrit par Normand Miron, miron & cïes | Photo : Pierre Manning (Shoot studio)



Luis Areas, directeur stratégie de canaux et développement des affaires, Victor Dagenais-Benoit, planificateur stratégique, Audrée Couture, directrice-conseil, Sébastien Pelletier, directeur de création

Groupe. En fouillant sur le ouèbe, j'ai trouvé ce commentaire de **Benoît (Cartier)** à propos de son plan de repreneuriat : « En 2015, nous avons entamé une démarche sérieuse avec **Raymond Chabot Grant Thornton** afin de déterminer nos forces et notre potentiel. » Deux ans plus tard, un communiqué annonçait l'arrivée de quatre de mes ex-collègues de **Marketel**, dont **Sébastien Pelletier**. Avouez que c'est quand même rare les mots « sérieux » et « **Pelletier** » dans un même paragraphe ! (RIRES)

Victor : L'idée de repreneuriat était très importante pour **Benoît** et **Michel (Lagacé)**. En cours de route, ils ont étudié plusieurs possibilités, mais elle s'est vraiment concrétisée lors de la venue d'**Audrey**, **Luis** et **Sébastien**.

Audrey : Et oui, le processus fut réellement très sérieux ! On a passé des tests chez **Raymond Chabot** et tout. Mais à notre arrivée, tout n'était pas décidé d'avance. Ça faisait partie des discussions, mais l'idée était surtout de se dater un peu avant de s'embarquer pour vrai.

Sébastien : On a tellement entendu d'histoires d'horreur, de passations ratées, de repreneuriats qui n'arrivent jamais, de gens qui s'accrochent ou de nouveaux qui arrivent en pensant tout savoir. Fallait vraiment s'assurer d'avoir toutes les conditions gagnantes, tant pour nous que pour **Benoît**. Car quand tu as ton nom sur ton agence depuis 27-28 ans, ce cheminement n'est pas facile non plus. Bref, on a fait un bout de cheminement ensemble sur l'autoroute de la vie. (RIRES)



BBQ QUÉBEC : LAVOIE DU BARBECUE

Les barbecues, il est tombé dedans étant petit. Et aujourd'hui, avec son frère et une belle ribambelle d'amis proches et de cousins lointains, il veut changer le monde... un barbecue à la fois. Oups... à la fois ! Entretien grillé des deux bords avec **Maxime Lavoie**, coprésident de **BBQ Québec**.

Écrit par Normand Miron, miron & cies

Tout était aligné pour que **Maxime** suive la voie du barbecue. Fier représentant de la troisième génération d'une famille de quincaillers, sa destinée était clairement dessinée... ou pas. Car à 12 ans, il commence à monter les barbecues sur le plancher de l'entreprise familiale. Rapidement, il se met à les vendre. Il adore.

Mais les barbecues ne sont pas à la hauteur des attentes de **Max**. Modèles d'entrée, ils sont très accessibles, mais ne durent pas. « J'ai donc demandé à mes parents de rentrer des barbecues **Napoléon**, barbecues à 1 000 \$, 1200 \$. Mes parents ont refusé. »

LE CLUB CAGE, UNE EXPÉRIENCE CLIENT PERSONNALISÉE



CLIENT

La Cage — Brasserie sportive

ANNÉE

2017-2018 (création), depuis septembre 2018 (exploitation)

SERVICES

Stratégie, données et intelligence d'affaires, design UX et UI, développement front-end et back-end, développement application mobile iOS et Android

La Cage – Brasserie sportive était assise sur une véritable mine d'or : plus de 300 000 adresses courriel de clients, desquels elle ne connaissait que peu de choses. Le **Club Cage**, son programme de fidélité, se résumait à des coupons rabais distribués aux anniversaires et dans le cadre de la promotion *5 buts, 8 ailes*. Après 10 ans, le **Club Cage** était mûr pour une transformation.

On a donc décidé de recentrer le **Club** sur ses joueurs dans le but de faire vivre à chacun une expérience unique. Pour y arriver, on a aussi

choisi de s'éloigner des modèles de programmes de fidélité aux récompenses et systèmes de points impersonnels.

En septembre dernier, le nouveau **Club Cage** voyait le jour. Un nouveau programme avec lequel **La Cage** apprend maintenant à mieux connaître ses clients, pour mieux les récompenser et les surprendre. Elle leur offre des choix de récompenses personnalisées, elle favorise la découverte des nouveautés au menu en proposant des défis et elle récompense la fréquence de leurs visites.