



SPARKLING : UN NOUVEAU JOUEUR QUI RISQUE DE « SPARK JOY »



PLANÈTE BOOKMARK



KALIOP CANADA : MARKETEURS TECHNOPHILES

06 NOUVEAUX MANDATS

- CNA (Orkestra)
- Hubspot (Parkour3)
- Nouveaux mandat (BDNG)
- Lis avec moi (Marelle)

11 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Lait (lg2)
- Révolution (Danone)
- Tatouages (Sid Lee)
- Montérégie (FDM)
- 5 Musées gaspésiens (Oasis)
- Opera (LMG)
- Boite à pain (Triade)
- Paternité (8P Design)
- MAC (Maison W)
- Oberson (Maison 1608)
- Étuis (Mon étui pour la vie)

22 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Bis (Le Devoir)
- Panneau (Bell)

26 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Qub (Quebecor)
- Nouveautés (Tribu)
- Mila (Exergue)

32 PRIX ET DISTINCTIONS

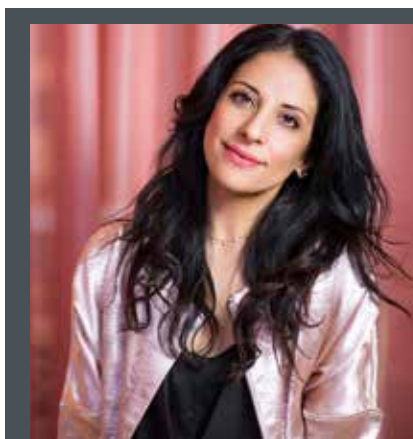
- Gutenberg (Empreinte)
- Prix (MP Repro)
- Lauréats (APP)

35 NOMINATIONS

- KO Média
- iGotcha
- Producteur audio (Lamajeure)
- François Beauregard (Blue on Rouge)

38 ACTIVITÉS

41 CAMPAGNES INTERNATIONALES



28 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE PRIYA CHOPRA



SPARKLING : UN NOUVEAU JOUEUR QUI RISQUE DE « SPARK JOY »

David Pieropan (ex-Toast Studio) s'est associé à Mario D'Amico (Les Spiritueux Iberville) pour créer une agence de marketing de contenu « comme elle devrait être en 2019 ». L'objectif avoué ? Comblent un besoin criant : avoir accès à une équipe en marketing de contenu qui place l'atteinte de résultats avant tout. On jase effervescence avec l'un des cofondateurs de la boîte.

Écrit par Lea D. Nguyen | Photo : Frédérique Ménard-Aubin

Une rencontre à l'origine des bulles

Une à deux fois par semaine, David Pieropan et son épouse s'attablaient au bar du restaurant **Les Incorruptibles**. C'est dans cet établissement gastronomique du quartier Ahuntsic qu'ils font la rencontre de **Mario D'Amico**, qui y travaillait à l'époque. La magie s'opère. Pieropan est fasciné par D'Amico, qui se veut un excellent *storyteller* et mixologue. Très vite, ils deviendront amis. Ensemble, ils tenteront même de développer une websérie sur la mixologie, mais sans grand triomphe. Pas si grave. Les deux acolytes essuient ce déboire du revers de la main et se retroussent les manches pour besogner sur d'autres possibilités. Mario D'Amico quitte alors le bar à vin pour faire le saut chez **Les Spiritueux Ungava Spirits Co**, où il agit à titre d'ambassadeur. **Toast Agence** remporte notamment le compte d'Ungava cette même année. Pieropan crée et dirige la campagne du temps des Fêtes 2017 de la marque de liqueur **Coureur de bois**. Le succès a été tel qu'il y eut une rupture de stocks dans les succursales SAQ à cette période ! Somme toute, D'Amico quitte Ungava pour démarrer sa propre entreprise de spiritueux, **Les Spiritueux Iberville**.

Participant à la relance de **Toast Studio** en 2013, David Pieropan y est resté jusqu'en 2018. Durant son passage, la division télévision et la division marketing de contenu ont été créées. Œuvrant autant comme stratège que directeur de création, David y signe des centaines de projets pour diverses marques : **Banque Nationale**, **Éduc'alcool**, **Les Spiritueux Ungava**, **l'Agence spatiale canadienne** ou encore **Espace pour la vie**. Il est aussi le créateur des



PLANÈTE BOOKMARK

Bookmark fait rayonner les cultures locales sur les plateformes mondiales dans plus de 180 pays, sur chaque continent et dans 40 langues. Passée maîtresse dans l'art de générer de l'engagement par les réseaux sociaux, les médias imprimés et le marketing expérientiel, l'entreprise de marketing, qui offre des services complets de contenu et de communication, a visiblement conquis les consommateurs à l'échelle planétaire.

Écrit par Nancy Therrien

C'est l'histoire d'une marque, comprends-tu...

En fait, c'est l'histoire de plusieurs grandes marques de l'industrie du voyage, de l'hébergement, de la vente au détail, des produits de luxe et art de vivre, qui font affaires avec **Bookmark Content and Communications** : Air Canada, Bombardier, Cadillac, Lindt, Pandora, Patek Philippe, Silhouette et Tourism Toronto pour ne nommer que celles-ci. D'ailleurs, ce n'est pas un hasard si l'entreprise compte dans sa longue liste de clients une dizaine de compagnies aériennes : « Il y a trois ans, deux filiales de WPP ont fusionné,



KALIOP CANADA : MARKETEURS TECHNOPHILES

Une agence web et eCommerce montréalaise aux racines européennes mise sur un savoir-faire dont l'ADN emprunte autant à la technologie qu'au marketing. Portrait de l'entreprise Kaliop Canada (et petit précis de discussion sur l'importance des technologies) en compagnie de Stéphane Grunenwald.

Écrit par Raphaël Martin

Le World Wide Web célèbre ses 30 ans en mars dernier et nombre d'entreprises peinent encore aujourd'hui, voire plus que jamais, à trouver leur place au sein de sa proverbiale immensitude. Une situation qui amène son lot de petits et grands défis pour l'agence Kaliop Canada, qui propose depuis presque 10 ans aux clients de l'ouest de l'Atlantique son expertise européenne. « Notre ADN est double, en quelque sorte, s'amuse Stéphane Grunenwald, directeur général et associé. D'un côté, nous avons hérité de tout le savoir-faire en technologie informatique du Groupe Kaliop, qui se veut la grande force de la marque européenne. Mais lorsque Novactive, mon ancienne agence, s'est jointe à elle, j'ai tout de suite voulu changer les