

# SOMMAIRE



## 04 LA RECETTE DU BONHEUR : TRAVAILLER MOINS ET MIEUX



## LA TOUCHE GIMMICK



## GRAND PUBLIC : VOIR LE BALADO

### 08 NOUVEAUX MANDATS

- Qualifications Québec (Kryzalid)
- Pôle en enseignement supérieur de la Capitale-Nationale (Bleuoutremer)

### 09 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Canac (Nova Film)
- Rouge FM (Rethink)
- Rythme (K72)
- CDEC (upperkut)
- Clarins (Camden)
- FIQ (upperkut)
- LIQ (Kabane)
- Je choisis Montréal (Kabane)
- Vinho Verde (Clark Influence)

### 18 TOP 10 DES CAMPAGNES DU MOIS D'AOÛT

### 20 ÉTUDES DE CAS

- Clark Influence / Vinho Verde

### 28 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- RG3 (TANK)
- De Marque et Feedbooks
- Club de Presse Blitz et Plik
- CEFARIO

### 32 PRIX ET DISTINCTIONS

- Best Lawyers® Canada (Mme Pierre Savoie)
- Red Dot (BRP)

### 36 NOMINATIONS

- Alain Gignac (Fondation de l'Institut de Cardiologie de Montréal)
- Cundari
- Chantal Dubé (Tandem)
- Mikaël Guillemette et Lambert Gosselin (Marque Finale)
- Bloom

### 40 ACTIVITÉS

### 42 BRÈVES

## 26 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE MARIE-PIER MAILHOT



# LA RECETTE DU BONHEUR : TRAVAILLER MOINS ET MIEUX

Écrit par Lea D. Nguyen

# LA TOUCHE GIMMICK

Écrit par Lea D. Nguyen | Photo : Gimmick



# GRAND PUBLIC : VOIR LE BALADO

Écrit par Raphaël Martin



Un studio de podcast narratif propose aux organisations et aux marques de rejoindre leur audience grâce à la création de récits audios de qualité. Portrait de **Grand Public**, dynamique nouveau joueur de la sphère francophone des balados, en compagnie de Xavier Kronström Richard.

L'automne québécois dévoile tout doucement ses couleurs sonores alors qu'une toute nouvelle infolettre fait, non sans bruit, son chemin dans nos boîtes courriel : celle de **Grand Public**, un jeune studio montréalais de podcast narratifs. Toutes les deux semaines, son fondateur **Xavier Kronström Richard** y signe de savoureux textes informatifs portant sur les tendances audio du moment, certes, mais aussi sur une foule d'informations utiles pour quiconque s'intéresse de près à l'écoute ou à la création de baladodiffusions. Un nouvel incontournable pour une audience d'audiophiles en pleine croissance. « Je citais dans une récente infolettre une étude de la firme Nielson, laquelle dit que 33% de Canadiens écoutent en ce moment davantage de podcasts que l'année dernière, affirme-t-il. C'est manifeste d'une tendance qui ne fera que s'accentuer. Plusieurs marques réalisent que le niveau d'engagement des auditeurs est beaucoup plus fort en audionumérique qu'ailleurs. Le podcast a cela de formidable qu'il fidélise intimement à ses auditeurs comme peu d'autres médiums réussissent à le faire. »