SOMMAIRE

04 HISTOIRES DE VIRUS ET DE SYMPTÔMES

14 L'ART DE RÉINVENTER L'ÉVÉNEMENTIEL AU TEMPS DU COVID

18 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE : Me CINDY BÉLANGER

06 NOUVEAUX MANDATS
- Nouveaux mandats pour LaBase
- SCHL (No Fixed Address)
- Thermomix (VIBRANT)

08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ
- Gouvernement du Québec (Cartier)
- SDC du Plateau-Mont-Royal (Camden)
- Veau du Québec (CRI agence)
- Clark Influence (SLAXX)

12 INITIATIVES NUMÉRIQUES
- District M (Log-Level data)
- Québecor (mobilier numérique Rive-Sud)

21 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE
- Biznext collaborateurs
- Jeux franco-canadiens de la communication (nouvelle plateforme/édition)
- J&V (service clé en main numérique)
- Journée de conférences AgendaPR
- Pilote-conseil (désinformation)
- NATA PR SCHOOL
- Nouvelle station de radio CHOC FM 88,7

28 PRIX ET DISTINCTIONS
- Rinaldi-Maestro (prix Hermes Creative Awards)

30 ÉTUDES DE CAS
- Republik/KO Scène

32 DANS L'OEIL DE
- Jeanase Thermil

34 CRÉATIONS
- Archipel (LesPac)
- BBDO et Gimmick Studio (Ford Escape)
- Victoria Bee (Collagene clinique créative)

40 NOMINATIONS
- Amélie Dugal (Grenier aux nouvelles)
- Julie Gélinas/Sébastien Legault (Ogilvy)
- Anik Pelletier (Bleublancrouge)
- Guillaume de Fontenay (4Zéro1)
- Francesca Saint Louis (Média Secours)
- Nouvelles embauches (Canidé)
- Jean-François Landry (Hill+Knowlton Stratégies)

45 BRÈVES

38 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE
ROGERS ET COGECO

Grenier magazine

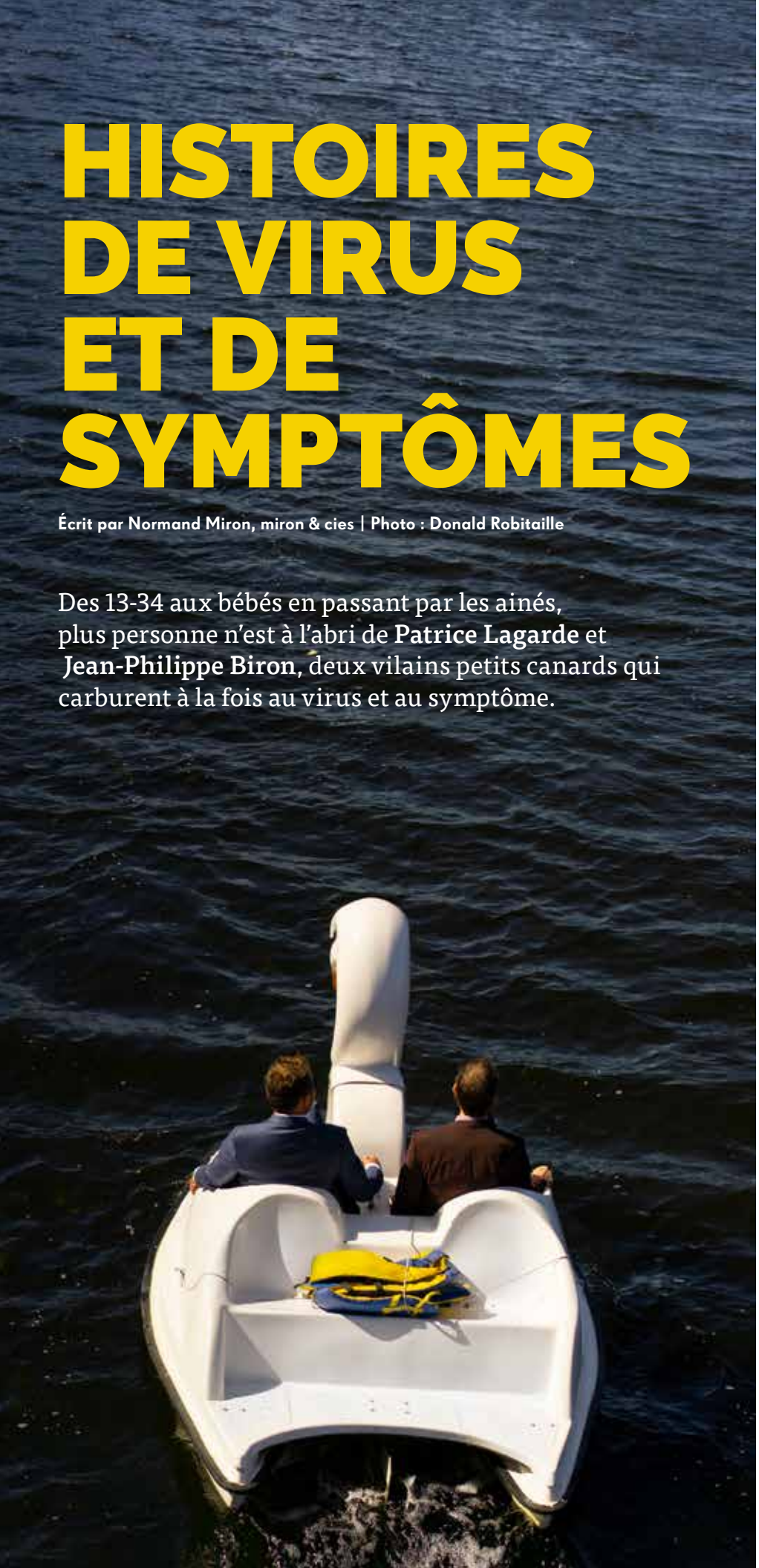
Éditeur : Éric Chandonnet › **Coordonnatrices à l'édition/rédactrices :** Justine Aubry, Lea Nguyen › **Journalistes :** Raphaël Martin, Normand Miron, Nancy Therrien › **Designer graphique :** Yan Lanouette › **Publicité :** Élodie Pflumio - elodie@grenier.qc.ca

Couverture : Patrice Lagarde et Jean-Philippe Biron › **Photo :** Donald Robitaille › **Retouche :** Marie-Claude Dequoy

HISTOIRES DE VIRUS ET DE SYMPTÔMES

Écrit par Normand Miron, miron & cies | Photo : Donald Robitaille

Des 13-34 aux bébés en passant par les ainés, plus personne n'est à l'abri de **Patrice Lagarde** et **Jean-Philippe Biron**, deux vilains petits canards qui carburent à la fois au virus et au symptôme.



Depuis six mois, nous sommes tous devenus des spécialistes de la chose virale. On a appris notamment qu'ils avaient cette faculté de continuellement se transformer, histoire d'assurer leur survie en optimisant leur développement dans l'entité hôte.

C'est un peu de cette histoire dont je vais traiter ici. Deux sources virales. À l'origine très distinctes. La première sévit dans la vilaine zone rouge montréalaise depuis 17 ans. La seconde, à Trois-Rivières et à Montréal depuis 14 ans.

Un jour, aux alentours de 2017, alors que la chauve-souris de la COVID19 n'était pas encore née, **Patrice Lagarde** et **Jean-Philippe Biron**, nos deux virus aviaires flottants, se rencontrent lors d'un tournoi de golf organisé par **COGECO**.

Premier constat, ils n'ont ni l'un ni l'autre la moindre trace d'ADN de talent pour ce sport. Ils seront d'ailleurs nommés le duo le plus honnête du tournoi. Second constat : les atomes crochus sont là. Le moment était parfait pour jaser virus, symptôme et mutation.

Mais revenons un peu en arrière.

Entrepreneurons que diable !

Notre premier canard flottant, c'est **Patrice Lagarde**. **Pat** a l'entrepreneuriat dans ses gènes. À preuve, alors qu'il fait ses premières armes chez **Famous Players** et **Astral Média Radio**, il en profite pour acheter une franchise **Subway** et une crèmerie !

En 2006, il se joint à **Virus Marketing**, agence spécialisée dans les 13-34 ans. Un an plus tard, à l'instar du monsieur des lames de rasoir, il aime tellement la compagnie qu'il l'achète et la renomme **Virus1334**.

L'ART DE RÉINVENTER L'ÉVÉNEMENTIEL AU TEMPS DU COVID

Sans surprise, l'événementiel a grandement été écorché par la pandémie. On s'entretient avec des entreprises qui ont dû se « virer sur un 10 cents » illico presto afin d'assurer leur survie. Alors qu'elles étaient au pied du mur, **Tribu expérientiel (JACKALOPE)**, **Ilôt 84 (Aire Commune, Nouvelle vague, Green haüs)**, le **Festival de musique émergente (FME)**, **Oktoberfest de Repentigny** et **BLVD Agence créative (Startupfest)** ont prouvé leur savoir-faire en mettant en place des initiatives innovantes.

Écrit par Lea D. Nguyen | Photo : Yann Roy

JEANASE THERMIL

Directrice-conseil, lg2

Photo : Luc Robitaille

Se battre contre le privilège.

Avertissements : Le contenu de ce texte pourrait créer de l'inconfort chez certaines personnes. Consommer avec ouverture et altruisme.

Je commencerais en disant que c'est dur d'écrire pour parler de mes expériences en tant que BIPOC en pub au Québec, avec l'été qu'on vient de passer. Je parle bien sûr de tout ce qui se passe depuis le meurtre de George Floyd ; l'indignation mondiale que ça a soulevé. Après la récente attaque sur Jacob Blake à Kenosha – 7 balles dans le dos à bout portant – je ne sais pas si, entre le moment de livraison de ce texte et sa parution, il n'y aura pas eu un autre acte d'**insanité** policière qui nous aura été annoncé, encore une fois, avec un #hashtag *Remember his/her name*...

Il y a 1 an et demi, j'ai écrit ce texte pour souligner mes 15 ans dans le domaine de la pub. Dans le contexte actuel, c'est la conclusion qui résonnera, bien que je relis l'ensemble aujourd'hui, je repasse le travail acharné dont je fais mention, et je me rends compte que mon amour-haine pour le milieu transparaît sous la surface. Je déterre inconsciemment les souvenirs des failles du système. Ces situations professionnelles où le racisme, la discrimination ou la simple nonchalance sont souvent subtils, mais parfois carrément flagrants.

Ces situations que j'ai dû apprendre à transformer en carburant pour me relever et me rappeler qu'il faut continuer. Continuer d'avancer, d'essayer de s'épanouir, de faire sa place, comme on a peu de chances qu'on le fasse pour nous, nous les BIPOC. On n'a pas ce privilège.

En tant que femme de couleur, dans le milieu depuis presque 17 ans, je pourrais en dire long sur