



L'OSM AU DIAPASON DE LA PANDÉMIE



L'ADN DU CONFÉRENCIER



CHOISIS TON ÉMOJI, JE TE DIRAIS QUI TU ES



EXPOSITION URBAINE SHOOT : ISOLER LE BEAU

06 NOUVEAUX MANDATS

- La Presse (Dialogs Brio)
- Orkestra (Flirt Drinks)
- Brouillard (nouveaux mandats)

08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- IGA (Sid Lee)
- Amnistie Internationale (TAXI)
- Les Aliments du Québec (lg2)
- Calendrier des pompiers Bien à vous)
- Aliments du Québec au menu (Kabane)
- Keurig (Havas Montréal)
- Guignolée des médias vingtième édition

16 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Virage Affichage (Québecor)
- Médias corporatifs (abonnement numérique)

22 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Hubert Sacy (Educ'Alcool)

26 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Rethink (structure repensée)
- bec boutique (6^e édition)
- Groupe Stingray et dentsu Canada (partenariat international)
- Collectif Humanise se joint à thenetworkone
- Tendances consommation des Fêtes
- Groupe Banque TD enquête consommation pandémie
- PME MTL (5 ans de soutien aux entrepreneurs)

32 ÉTUDES DE CAS

- lg2/Hilo (Hydro-Québec)

36 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE

- Le REM

38 CRÉATIONS

- Studio XTRA La Presse (identité repensée)
- Solisco (réseau entraide/cartes)
- fdp (Bob agence)
- Thaïzone (image de marque par Stand MTL)
- Plé - Science de l'optimisation sportive (Kina Communication)
- EDIKOM (magazine Metro)
- MOONSTRUHK (film publicitaire SOPREMA)

44 DANS L'OEIL DE...

- Gaïda Ali-Ahmad

46 PRIX ET DISTINCTIONS

- Prix Femmes d'affaires du Québec dévoile ses lauréates
- district m (Technology Fast 15 de Deloitte)

50 NOMINATIONS

- Rachelle Houde Simard (Digital Dimension)
- Stacey Masson (Cossette)
- Francis Desjardins (L'Empreinte)
- Julie Courtemanche (Vision7 Média/ Cossette)
- Vanessa Moisan-Willis (Hilo)
- Benoit Bédard (Hamak)
- Benoit Lemay-Lancôt (Bell Média)
- Martin Gourdeau (Gsoft)
- Quatre nominations dada
- Valérie Parisien (Citoyen)
- Ève Laurier (Conseil d'administration de D-BOX Technologies)

58 BRÈVES



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

Photo couverture : Antoine Saito, OSM



Andrew Wan

L'OSM AU DIAPASON DE LA PANDÉMIE

Écrit par Andrea Lubeck | Photo : Antoine Saito, OSM

L'Orchestre symphonique de Montréal était en voie de connaître une saison 2019-2020 record. Mais la pandémie a frappé.

L'Orchestre symphonique de Montréal (OSM) s'attendait à vivre « une année record », selon Catherine Ferland-Trudel, sa chef de la direction financière et administrative. Mais la pandémie a freiné ses ardeurs.

C'est que la saison précédente, 2018-2019, avait été marquée par

des ventes impressionnantes à la billetterie et par de « très beaux résultats au niveau des dons ». En plus de poursuivre sur cette lancée, ce qu'il y avait de particulier avec la saison 2019-2020, c'est qu'elle marquait aussi le départ de **Maestro Kent Nagano**. « Son départ venait avec un peu de mélancolie, mais en même temps, nous allions

le souligner. C'est dommage parce qu'on n'aura jamais la conclusion de tout ça », ajoute Catherine Ferland-Trudel.

Or, c'est plutôt la pandémie qui a frappé l'organisme de plein fouet à la mi-mars — comme tout le reste du secteur culturel d'ailleurs. « On a écouté les consignes, on a fermé, on a annulé tous nos événements. Finalement, si on inclut les activités estivales, ce sont 85 concerts qui n'ont pas eu lieu », relate-t-elle.

L'ADN DU CONFÉRENCIER

Écrit par Lea D. Nguyen

Ayant pris son essor en juillet dernier, la startup de conférenciers **adn** arrive à point nommé à une ère où tout (ou presque) s'exécute sur écran et à distance. Conviviale causerie en mode visioconférence depuis le Québec et la France en compagnie des « COVID-19 natives » **Adrien Tombari** et **Yoann de Pralormo**.



LOUIS VARELLE

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

STEVEN VAN BELLEGHEM

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

JULIAN GIACOMELLI

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

JESSICA HARNOIS

10 ans d'expérience en tant que conférencière et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

MATTHIEU DUGAL

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

LOUIS ADAM

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

ÉTIENNE MERINEAU

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

JANET KESTIN & NANCY VONK

10 ans d'expérience en tant que conférencières et coach d'entreprises. Spécialistes de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

FLORIAN PRADON

10 ans d'expérience en tant que conférencier et coach d'entreprises. Spécialiste de la stratégie et de la performance commerciale. Aider les entreprises à atteindre leurs objectifs grâce à une communication efficace et à une gestion optimale des ressources.

EXPERTISES :

- 1. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 2. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS
- 3. L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LE BUSINESS

CHOISIS TON ÉMOJI, JE TE DIRAIS QUI TU ES

Écrit par Justine Aubry

Les émojis, ces petits symboles aujourd'hui omniprésents sur les médias sociaux et largement utilisés dans les différentes communications numériques, font office de vocabulaire, à la fois personnalisable et en constant mouvement. Assurément adoptés par les jeunes, parfois boudés par les plus vieux, les émojis sont les représentants visuels des différences culturelles et intergénérationnelles qui ponctuent l'univers web. **Nellie Brière**, chroniqueuse techno à **Radio-Canada** et conférencière et consultante en communications numériques et réseaux sociaux, nous éclaire (💡) sur la question.

Utilisés pour exprimer une émotion, pour blaguer, pour appuyer un propos ou pour tout simplement remplacer un mot, les émojis sont utilisés à toutes les sauces, et surtout, à la saveur de chacun. Alors que certains, popularisés à grande échelle, sont devenus universels, d'autres sont plus particulièrement

affectionnés par certains groupes d'âges ou groupes culturels. Mais, peut-on qualifier ces symboles numériques de langage à proprement parler ? Ce qui est certain, c'est que tous ces émojis n'auront jamais qu'une seule et unique signification.

« Avec le numérique, il y a moins de standards. On ne peut pas dire, par exemple, les baby-boomers utilisent tel emoji, alors que les milléniaux ne les utilisent pas ou pas de la même manière. La signification et les tendances autour des émojis sont très triviales. Dans différents regroupements, ou même carrément des régions, des écoles secondaires, ou des gangs d'ados, il va y avoir différents langages. Pour certains, ça sera beaucoup les émojis, et d'autres vont utiliser davantage les *memes* ou les *gifs* », explique Nellie Brière.

La sémantique de l'émotion

La spécialiste affirme également que si on pouvait apposer un rôle

plus défini à l'emoji, il s'agirait de celui de transmetteur d'émotions. Bonhomme qui pleure de rire, s'inquiète, embrasse, est en colère, aujourd'hui, il y a pratiquement un emoji pour tous les sentiments et les émotions ressentis par l'utilisateur, dans un univers web assurément plus impersonnel que la vie en chair et en os. Selon un classement réalisé en avril 2020 par le site [Emojipedia](#), les émojis qui pleurent et qui pleurent de joie seraient les plus utilisés.

Alors que s'installait la pandémie mondiale, certains émojis se sont hissés en tête du palmarès de popularité, devenant porteurs d'un sentiment que l'on voulait universel, sans frontière : la solidarité. Jusqu'alors représentatif pour plusieurs de la communauté homosexuelle, l'arc-en-ciel est aujourd'hui devenu le symbole du mouvement « Ça va bien aller », déferlant dans une multitude de *post*

