



## 04

### VERS DES PUBLICITÉS PERSONNALISÉES À LA TÉLÉVISION ?



## 32

### SQUAD GAGNE DU TERRAIN



## 44

### CONXTFUL : LE CONTEXTE HUMAIN

#### 07 NOUVEAUX MANDATS

- Canidé (10 nouveaux mandats)
- The Keg (Jungle Media)
- Hachem (Le Bon Plan)
- RioCan (OUTFRONT)
- FELINO (Torchia Communications)

#### 10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- IGA (Sid Lee)
- QuébecOriginal (Cossette)
- Ordre des CPA (Réservoir)
- Banque nationale (Sid Lee)
- ICI ART TV (campagne image)
- CONSIGNaction (IMAGE MOTION)
- Québec Destination affaires (Zebra Media)
- Université de Moncton (agence Oasis)
- Re/Max bonjour (Erod agence créative)
- OTTIAQ (Camden)

#### 18 PUBS DU SUPER BOWL : QU'EN PENSENT NOS RÉALS ET CRÉATIFS ?

#### 28 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- iGotcha Media (affichage Station FinTech Montréal)

#### 30 ÉTUDES DE CAS

- Upperkut/Fondation cancer du sein du Québec

#### 32 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Journée Bell Cause pour la cause (nouveau record)
- Christian Langlois (retour à la pige)
- Québecor (Québecor ID)

#### 38 CRÉATIONS

- 305 Fitness (Ethos)
- Mondou (Dyade)
- Brunet (Tink)
- Guide sur le Japon (Victoria Bee/Colagene, Clinique Créative)
- Andrea Ucini (magazine «The Economist»)

#### 46 PRIX ET DISTINCTIONS

- Concours Relève Communication et Relève Marketing (A2C)

#### 47 NOMINATIONS

- C2 International (Jacques-André Dupont)
- Guillaume Simard (Morrison)
- Tam-Tam\TBWA (plusieurs embauches)
- Parkour3 (agrandit son équipe)
- Karel Wegert (Média Experts)
- Kate Monfette (SYRUS)
- Bloom (nouveau directeur)
- Citoyen (trois nouveaux talents)
- CDC (trois talents)

#### 54 ACTIVITÉS

#### 55 BRÈVES



## 26

PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE  
DOMINIQUE VILLENEUVE  
(A2C)

# VERS DES PUBLICITÉS PERSONNALISÉES À LA TÉLÉVISION ?

Pour le web, une pub ciblée n'a rien de singulier. Qu'en est-il des publicités dites « adressables » ou personnalisées à la télé ? Les téléspectateurs qui visionneraient une même émission ne seraient donc pas sujets au même message publicitaire. Les publicités personnalisées verront-elles le jour plus tôt qu'on ne le croit dans nos téléviseurs ? On en jase auprès d'Ève Aubry, directrice média chez Touché! et René Déry, directeur Stratégie et Insights chez Bell Média.

Écrit par Lea D. Nguyen



# SQUAD GAGNE DU TERRAIN

Écrit par Nancy Therrien





# CONXTFUL : LE CONTEXTE HUMAIN

Écrit par Raphaël Martin



Une entreprise montréalaise spécialisée en développement de solutions permettant la compréhension du comportement des utilisateurs mobiles annonce la création d'une nouvelle technologie aussi prometteuse qu'éthique. Portrait de **Contxtful** (et introduction dans la culture populaire de l'indice de réceptivité!) en compagnie de **Guillaume Bouchard**.

---

**Ê**tes-vous toujours réceptifs à ces publicités qui vous sont soigneusement attribuées ? Que ce soit lorsque vous pianotez sur votre mobile à l'heure de pointe dans le métro ? Lorsque vous naviguez d'un site de nouvelles à l'autre au réveil sous la couette ? Ou lorsque vous cherchez à la hâte entre deux coins de rue la localisation du guichet le plus proche ? La réponse diffère évidemment du contexte dans lequel la personne se retrouve, certes, mais le casse-tête demeure le même pour les annonceurs — qui n'avaient jusqu'à tout récemment aucune façon de savoir si les utilisateurs exposés aux publicités étaient réceptifs à ces dernières. « Quelqu'un qui manipule son portable assis dans son fauteuil a plus de chance d'être réceptif à une impression publicitaire qu'un autre qui le fait en joggant, affirme **Guillaume Bouchard**, chef de la direction chez **Contxtful**. Tu peux posséder toutes les informations nécessaires sur un utilisateur afin de bien cibler la publicité qu'on lui