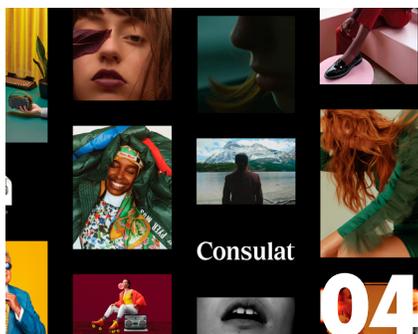


# SOMMAIRE



## CONSULAT OU LA FACTORY D'ARTISTES



## ILLUSTRATEURS EN CONTENUS DE MARQUES : LE FIN DESSEIN DE L'ILLUSTRATION



## MAMAN! JE BOSSE EN PUB!!!

### 06 NOUVEAUX MANDATS

- Concertation (Canidé)
- Brother Canada (Dialekta)
- Complice de marque (nouveaux mandats)
- Joico (1Milk2Sugars)

### 10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- RSEQ (Jazz Marketing Communications)
- SAAQ (lg2)
- Sports Experts (défi actif athlètes)
- SQU4D (Collège Saint-Hilaire)
- Exacto (Opus Vélos)
- Union Banque Nationale, Fuel Digital Media et Adviso (campagne arrivants)

### 16 TOP 10 DES CAMPAGNES DU MOIS DE SEPTEMBRE

### 18 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- TV5 (nouveau site web)
- Podcast Les Feux de la pub
- Outgo (solution de reconnaissance employée)
- Chambre de commerce italienne au Canada/ Sid Lee (webinaire)
- Camden (Collège Villa Maria)

### 24 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Carl Gagnon

### 26 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE

- Nathalie Normandeau

### 30 ÉTUDES DE CAS

- Canidé/ Eidos-Montréal

### 32 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Hint (nouvelle agence en marketing numérique)
- LAQTIS, l'AIEST 667 et l'AIEST s'unissent
- Pandémie (entreprises gèlent les salaires)
- La Web Shop célèbre ses 10 ans
- WFA approche d'évaluation
- COVID-19 (RH)
- Activis (offre de services)

### 40 DANS L'OEIL DE...

- Mounir Fadlou

### 44 PRIX ET DISTINCTIONS

- Omnicom Montréal et Cossette finalistes Young Lions
- Parkour3 (certification HubSpot Advanced CMS)
- Bloom et District M (palmarès l'actualité)

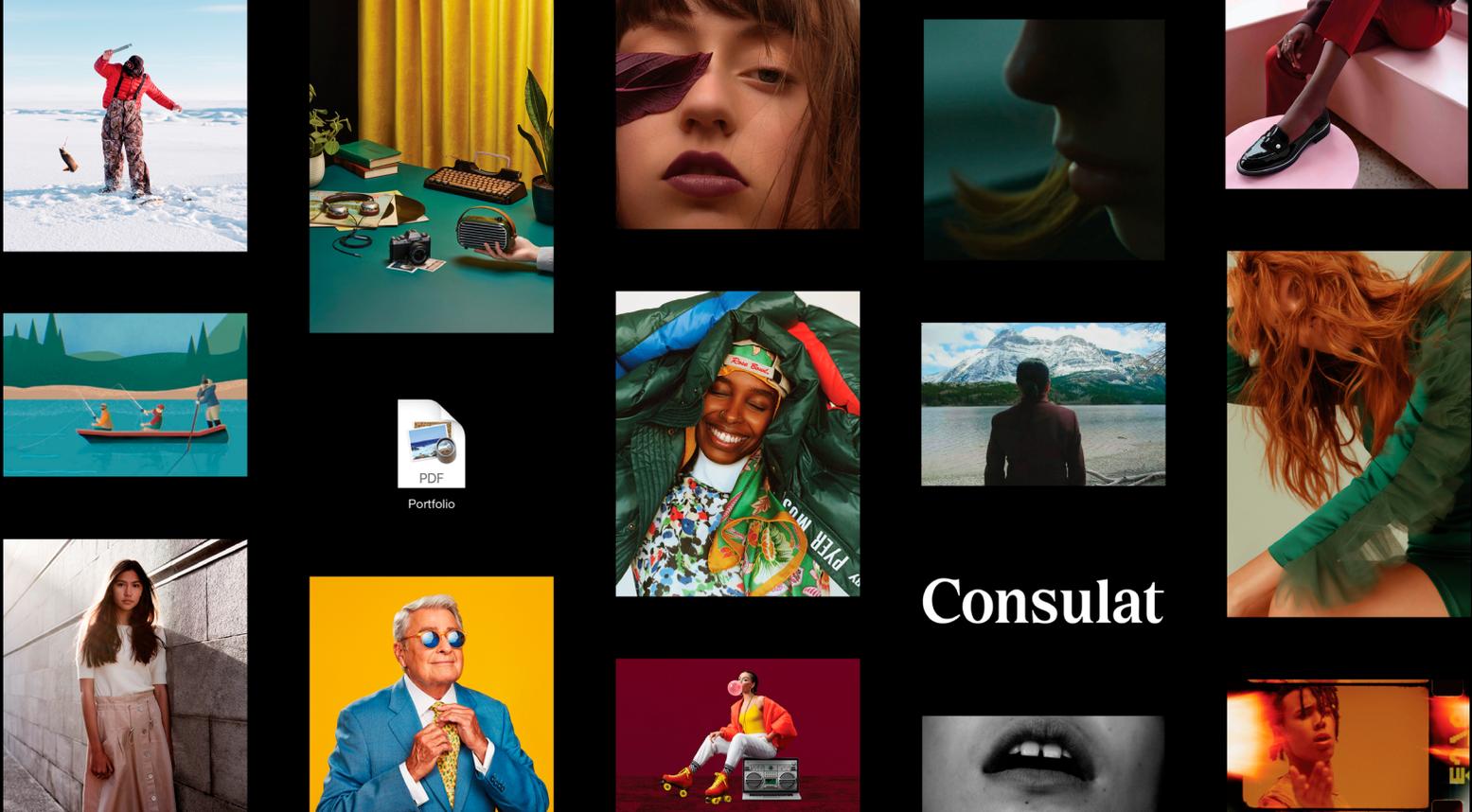
### 46 CRÉATIONS

- Brasseurs de Montréal (Rethink)

### 47 NOMINATIONS

- L.-P. Tremblay et Florence Girod (Cossette)
- Danielle Bouchard (Hula Hoop)
- Natalia Tavares (Bayard Canada)
- Ari Zagury et Brooke Verbeek (Camden)
- Geneviève Perron (Libéo)
- Justine Lord-Dufour (Exponentiel Conseil)
- Clothilde Fortin (Métro Média)
- Jean Gosselin (INS Québec)
- Patrick Lauzon (Biron Groupe santé)

### 53 BRÈVES



Consulat

# CONSULAT OU LA FACTORY D'ARTISTES

Écrit par Lea D. Nguyen

Sortie publique pour **Consulat**, qui produit maintenant 13 artistes complémentaires. Étonnant pour certains qui percevaient la boîte comme spécialisée en photo. *Tabula Rasa*? Plutôt *Mobilis in mobili*. **Consulat** a tout repensé son positionnement. Petite histoire sur ce qui devait être qu'un renouvellement de site web pour finalement muter en un exercice d'introspection s'échelonnant sur deux ans.

## **La famille, la famille, la famille**

Le core de **Consulat** repose toujours sur le fait qu'elle a été fondée par — et pour — des artistes, expliquent au bout du fil **Sébastien Boyer**, directeur général et **Geneviève Croteau**, directrice de marque et développement. Avec le souhait de percer au-delà des frontières québécoises et canadiennes, de nouvelles pointures se sont greffées au roster de **Consulat**. Nouveaux artistes, oui, mais surtout des collaborateurs de la boîte depuis plusieurs années. Ensemble, ils en ont fait du chemin. Et exploré une panoplie de projets. **Kelly Jacob** à la photographie, **Pascal Brousseau** à la réalisa-

tion d'animations et illustration, **Les Gamins** à la réalisation et DOP, **Studio TB** à la DA et à la stratégie créative, et enfin, **Adrian Villagomez** à la réalisation.

Au fil du temps, **Consulat** a cru bon de mettre l'emphase sur des services complémentaires et diversifiés. « La diversification de notre offre de services est un mélange entre une vision de longue date et la réalité des projets qui venaient vers nous, précise **Sébastien**. Cela nous permet d'entrevoir une prise en charge plus agile et plus complète. »

Selon le duo de gestion **Sébastien** et **Geneviève**, les projets que **Consulat** porte sur ses épaules se sont réalisés grâce à la cohésion

# ILLUSTRATEURS EN CONTENUS DE MARQUES : LE FIN DESSEIN DE L'ILLUSTRATION

Écrit par Raphaël Martin | Illustration : [www.cecile-gariepy.com](http://www.cecile-gariepy.com)



Dans une ère où les productions audiovisuelles rivalisent d'audace, de technologies accessibles et d'inventivité (à défaut de gros budgets, disons-le), le domaine de l'illustré fait-il figure de négligé dans la sphère des contenus de marques et de la publicité ? Discussion sur le sujet (et autres nouvelles réflexions coviennes sur la pratique) en compagnie de **Cécile Gariépy**.

**U**n adage du répertoire des indécrottables clichés nous répète qu'une image vaudrait à elle seule pas moins de mille mots sur le marché des devises vocables. Une alternative (encore) fictive pour quiconque souhaiterait réduire la lecture du présent article à sa plus simple expression – mais une réalité pour ces illustrateurs à qui l'on demande de traduire l'ADN d'une marque en une œuvre inanimée. Des défis hautement créatifs qui, chacun à leur manière, viennent confirmer la pertinence des illustratrices et des illustrateurs dans le domaine des contenus de marques et de la publicité. « M'est d'avis que le dessin fait appel à la même intelligence émotive que tout autre message livré en audio ou en vidéo, affirme d'entrée de jeu **Cécile Gariépy**, illustratrice dont le travail (et le style fort reconnaissable) s'est acoquiné

à nombre de grandes marques telles que **Google**, **Apple**, **Spotify** et le **New York Times** au cours des dernières années. Cela dit, dans une époque où les réseaux sociaux ont accéléré de beaucoup la vitesse à laquelle nous consommons le contenu, l'illustré possède l'avantage de pouvoir transmettre une émotion, raconter une histoire ou à tout le moins attirer les regards en un clin d'œil. C'est un pouvoir indéniable que celui de marquer l'imaginaire dans l'instantanéité. »

## L'instantanéité de l'image

Vrai qu'il devient de plus en plus difficile de soutenir l'attention d'un utilisateur de plateforme numérique sur des périodes prolongées. « Un message de quinze ou trente secondes, c'est une éternité, poursuit **Cécile Gariépy**, qui a naguère œuvré comme réalisatrice publicitaire. La pub traditionnelle (qui



# MAMAN! JE BOSSE EN PUB!!!

Écrit par Normand Miron, miron & cies

La communication créative est un magma tourbillonnant où se croisent et s'entremêlent mille et une professions. Difficile de s'y retrouver. Surtout quand on est maman ou papa de publicitaires. ;)

**L**e mythe voulant qu'il soit difficile d'expliquer à sa mère son rôle en pub est tenace. C'était le cas alors que la pub se contentait de jouer sagement dans les carrés de sables des médias traditionnels. Imaginez aujourd'hui, avec l'éclatement des nouvelles technologies. Pauvres parents!

J'ai réuni autour de ma table virtuelle des mamans et des papas de publicitaires, y compris ma maman d'amour à moi! Ils vont tenter de nous expliquer ce que font leurs enfants.

**Journaliste :** Merci, chers parents, d'avoir accepté mon invitation en cette période de 2<sup>e</sup> confinement. Très gentil de votre part. Attaquons

immédiatement le nerf du sujet. Comprenez-vous ce que font vos enfants en publicité?

**Mamans et papas :...**

**Maman Normand :** Médecin, comptable, plombier, restaurateur, poseur d'ongle, couturière, policier. On comprend immédiatement ce que fait la personne qui occupe ces métiers. Mais publicitaire? Ça fait 30 ans que tu travailles là-dedans, je n'ai jamais compris ce que tu faisais. Et juste pour me mêler, tu as changé de titre au fil des ans. Coordinateur. Superviseur. Service à la clientèle. Directeur de création numérique. Planificateur stratégique. Gestionnaire de communauté. Concepteur.