

SOMMAIRE



04 COVID-19 : LE « WAKE-UP CALL » NÉCESSAIRE POUR FAIRE LE SAUT EN E-COMMERCE



22 100 % NUMÉRIQC À LA RESCOURSSE DES COMMERÇANTS



38 LE VOYAGE NUMÉRIQUE DE BISCUIT ET CASSONADE



46 PME MTL : PRÊTS (POUR LA RELANCE)

06 NOUVEAUX MANDATS

- Hula Hoop Montréal (1 an d'affaires + gain Ville de Paris)
- Fuel Digital Media (Remax.ca)
- Deux nouveaux clients (agence Braque)
- Trois nouveaux mandats (Commères)
- Groupe Verdun (dada)

10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- BMO (FCB Montreal)
- BDC (Cossette)
- L'OTTIAQ et Camden (nouvelle campagne)
- LOCAAL campagne locale
- sept24 (campagne de recrutement nouvelle succursale CANAC)
- Quartier des spectacles (Compagnie & Cie)
- L'Appui (Wink Stratégies)
- O'Neill Canada (Exacto)

18 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Le Lab, Espace Créatif (nouvelle édition)
- Adviso et Mila (IA en marketing)
- Sparkling, Trik Truk et illuxi (party de Noël virtuel)
- Dutailier (nouveau logo et site web)
- Québecor Affichage (Vistar Media)

24 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Audrey Racine

26 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE

- Denis Coderre

28 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Alexandra Graveline fonde SENS communications durables
- R3 Marketing et Léger résultat LoyauT
- Le métier de réalisatrice : la pub vs le cinéma
- Kaiser Lachance Communications devient Kaiser & Associés
- ELLE A DIT x AgendaPR
- Judi Hoffman (comité évaluation multimédia au Canada)
- Dialogs solutions d'intelligence client

34 ÉTUDES DE CAS

- Novatize/ Bradörf & Origa

36 DANS L'OEIL DE...

- Megdiche Ahmed (Espace M)

42 CRÉATIONS

- Desjardins Caisse scolaire (Tink)
- Kryzalid identité Détail Formation
- Maison 1608 (deux nouvelles publications)

45 PRIX ET DISTINCTIONS

- FCB Montréal (CLIO SPORTS)

48 NOMINATIONS

- Nouveaux membres CA A2C
- Angela Kourouklis (La Presse)
- André Fortin (Massy Forget Langlois relations publiques)
- Graham Budd (BLVD-MTL)
- Tam-Tam\TBWA (trois nouvelles recrues)
- AMQ membres CA

53 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

Illustration couverture : Marie-Eve Turgeon

COVID-19 : LE « WAKE-UP CALL » NÉCESSAIRE POUR FAIRE LE SAUT EN E-COMMERCE

Écrit par Andrea Lubeck

Sans crier à la révolution, force est de constater que la pandémie de COVID-19 a donné une bonne poussée dans le dos à l'achat en ligne, si bien qu'on peut parler d'un boom du e-commerce.

Comme elle n'a rien épargné sur son passage, en plus d'avoir bouleversé notre quotidien, la COVID-19 a aussi chamboulé nos habitudes de consommation. Et les données le démontrent bien : selon **Statistique Canada**, le commerce en ligne représentait 5,6 % de toutes les transactions en commerce de détail en avril 2019 au Canada. Un an plus tard, en avril 2020, cette proportion est passée à 8,7 %, ce qui représente une augmentation de 55 % !

Au Québec spécifiquement, une étude de la firme Adviso, réalisée au début de la pandémie, a révélé que les achats en ligne ont connu une hausse fulgurante de 118 % au cours des 82 premiers jours de 2020 comparativement à la même période de l'année précédente.

Les entreprises aussi ont vécu ce phénomène de virage web. Celles qui n'avaient toujours pas de boutique en ligne ont dû rapidement se tourner vers le e-commerce pour se garder à flots, alors que les commerces jugés non essentiels ne pouvaient accueillir leur clientèle dans leur lieu physique au point culminant de la pandémie.

D'ailleurs, les chiffres de **Shopify**, une plateforme permettant aux entreprises de mettre sur pied leur site transactionnel en quelques clics, témoignent de ce volte-face nécessaire : le nombre de nouvelles boutiques créées sur sa plateforme a augmenté de 71 % au deuxième trimestre de 2020 par rapport au premier. Selon l'AFP, les commerçants de **Shopify** constituent désormais le deuxième commerçant en ligne du pays, derrière le géant **Amazon** !

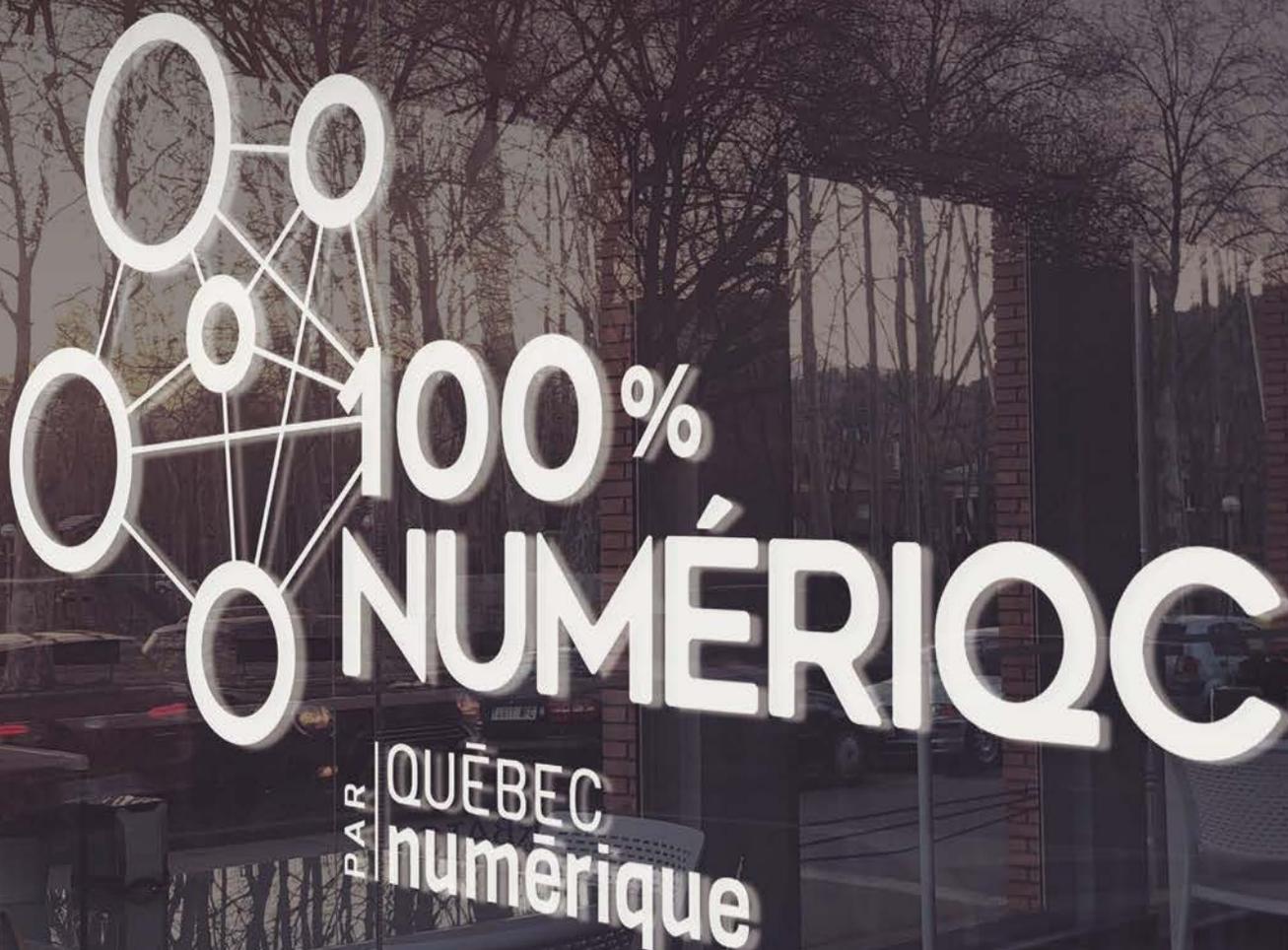
Chez nous, on a notamment pu voir l'entreprise **LOOP Mission** prendre



100 % NUMÉRIQC À LA RESCOUSSE DES COMMERÇANTS

Par Nancy Therrien

Québec numérique est un OBNL qui a été mandaté par la Ville de Québec pour mettre sur pied le projet 100 % NumériQC. Cette initiative vise à accompagner les commerçants de la vieille capitale dans leur virage numérique. Laure Pettigrew, chargée de projet principale, a répondu à quelques-unes des questions du Grenier.



LE VOYAGE NUMÉRIQUE DE BISCUIT ET CASSONADE

Écrit par Lea D. Nguyen

Aussi embêtant que le confinement puisse être, les aventures de **Biscuit** et de son petit frère **Cassonade** ne sont pas terminées pour autant. Ayant coutume de voyager, les moutons globe-trotters en peluche de **Caroline Munger** ont dû se résoudre à l'idée qu'ils ne reprendront pas l'avion de sitôt. Sympathique discussion avec une éternelle enfant qui est allée jusqu'au bout de ses rêves.

