



04

LE ESPORT AU TEMPS DU CORONA



22

COVID-19 : SÉBASTIEN FAURÉ FAIT LE POINT SUR LE COLLECTIF HUMANISE



28

STUDIO HARMONIE : FAIRE LES CHOSES À SON RYTHME

06 NOUVEAUX MANDATS

- Emmi Canada (Agence Braque)

08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Gouvernement du Québec (lg2)
- Desjardins (Bleublancrouge)
- Opto-Réseau (K72)
- CISSS des Laurentides (Camden)

12 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- #VIDÉOSALADE (lunch d'affaires)
- CASACOM (nouveau balado)

16 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Galas du concours Idea reportés
- C2 Montréal annule son événement
- Coronavirus (aide le bec)
- COVID-19 (agences de Vision7)
- Télé-Québec (mesures coronavirus)
- Coronavirus (l'ACRPQ)
- COVID-19: 7 mesures préventives
- COVID-19 (SQPRP)
- Semaine numériQC reportée
- GroupM (Finecast)

26 CRÉATIONS

- Oranje (démo reel)
- Bambou Communication Marketing (image de marque)



24

ÉTUDES DE CAS MAISON MADE IN / QUARTZ CO.

30 PRIX ET DISTINCTIONS

- Bell Média (concours Carte Blanche aux créatifs)
- SDGQ (lauréats)

32 NOMINATIONS

- Jean-François Clermont (BLVD-MTL)
- Marie Vaillancourt (Made in)
- Espresso communication (ajouts équipe)

35 BRÈVES



14

PERSONNALITÉS DE LA SEMAINE XAVIER BLAIS ET MAXIME SAUTÉ (RETHINK)

LE ESPORT AU TEMPS DU CORONA

Écrit par Normand Miron, miron & cie

Confiné à l'isolation sociale, l'homo *activus virtualis* est en manque. Fini le basket-ball, exit le soccer, *beu*bye le hockey. Le Esport sera-t-il la panacée sportive qui remettra le sourire aux lèvres de nos gérants d'estrade québécois, bien lové dans leurs Chesterfields?



Avec le confinement mondial, la table est mise pour donner un sérieux élan à une industrie encore méconnue du grand public, le Esport (sport électronique). Même les majors telles que **NASCAR** se tournent vers elle afin de compenser les annulations des courses physiques, dues à la pandémie de **Covid-19**.

Car si pour le consommateur moyen, le *gaming* professionnel n'est, au mieux, qu'une activité anecdotique pratiquée par quelques boutonneux solitaires, le sport électronique va plutôt bien, merci!

Affublés de sympathiques surnoms à consonance *ouèbe*, les Ninja, roud, Summit1g, Riot Games et Tsm_myth de ce monde attirent des millions de spectateurs sur des plateformes sociales dédiées au jeu en ligne telles que Twitch, Hitbox, Beam, Azubu, Bigo Live, Afreeca, Gosu Gamers et YouTube Gaming. Et à l'instar des sportifs professionnels, ces cyberathlètes gagnent des millions de dollars.

Car le jeu électronique professionnel, c'est du sérieux. À preuve, alors qu'en 2012 il représentait déjà un marché de 130 millions de dollars US, **Statista** prévoit qu'il frôlera les 2 milliards de dollars US en 2022.

Pas convaincu? Sachez alors qu'en 2017, les nombreux tournois ont attiré une audience de plus de 335 millions de spectateurs, selon **Newzoo**. Celle-ci devrait atteindre les 600 millions de spectateurs en 2023 selon le **Business Insider**.

Mais là où ça salive vraiment fort dans les bureaux de marketing des grandes marques (attention aux fluides corporels!), c'est lorsque l'on constate que la majorité des fans du sport virtuel sont âgés de 18 à 34 ans. Oui, oui, nos fameux

COVID-19 : SÉBASTIEN FAURÉ FAIT LE POINT SUR LE COLLECTIF HUMANISE

Écrit par Lea D. Nguyen





STUDIO HARMONIE : FAIRE LES CHOSSES À SON RYTHME

Écrit par Nancy Therrien

Depuis plus de 40 ans, le **Studio Harmonie** offre un large spectre de services de production sonore. Il est d'ailleurs un précurseur de l'offre élargie dans le domaine. De fait, à une certaine époque, chaque studio avait sa propre vocation pendant que **Michel Boucher** et son équipe étaient parmi les rares à offrir autant de services en audio.

« Il y a cinq ou six ans encore, on disait que le **Studio Harmonie** se devait d'être spécialisé dans un seul secteur, lui qui offrait trop de services. Pourtant, la majorité des studios de production en fait autant aujourd'hui, et ce, à grande échelle. De plus, contrairement à eux, nous avons gardé notre côté très intimiste, faisant de nous l'un des seuls survivants, en tant que PME, à Montréal à occuper un créneau personnalisé », raconte le fondateur.

C'est à Longueuil que le studio a fait ses premières armes, principalement dans la publicité, le domaine corporatif et la musique, alors que l'industrie du disque était encore en excellente santé. Une occasion d'acquérir une entreprise qui œuvrait dans le domaine du documentaire et de la série télévisée s'est présentée et c'est ainsi que le **Studio Harmonie** a ouvert un second bureau à Montréal, maintenant son siège social :