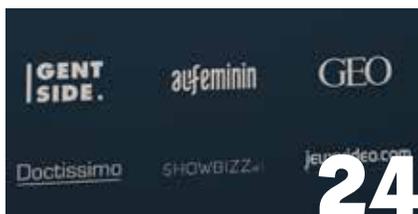


SOMMAIRE



LA JOURNÉE DE CONFÉRENCES D'AGENDAPR SUR VOS ÉCRANS!



FUEL DIGITAL MEDIA, 10 ANS À PLEINS GAZ



IL ÉTAIT UNE FOIS UNE ACCRO DE L'INNOVATION



CRÉATIVITÉ ET CONFINEMENT : EST-CE POSSIBLE?

08 NOUVEAUX MANDATS

- Asbestos suggestion de Greenpeace et Rethink
- Agence Braque (deux nouveaux clients)
- Maître Carré (Canidé)

10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- SAAQ (lg2)
- belairdirect (Sid Lee)
- Producteurs de lait du Québec (lg2)
- PME MTL (k72)
- Producteurs et productrices acéricoles du Québec (Rethink)
- AMFQ (Urbania)
- Aubainerie (Imago)
- Protégez-vous (Havas Montréal)
- FIQ (Upperkut)
- Collège des administrateurs de sociétés (Minimal)
- Tourisme Laval (Oasis)

22 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Influenzia (outil campagne marketing)
- C23 (Cogeco Media)
- Fondation cancer du sein (site web)

26 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Stéphane Bastien

28 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Accélération pour l'agence Camden à Toronto
- Trio orange 5 actionnaires
- C2 Montréal prochaine édition en ligne
- Plateforme TV5MONDEplus
- Journal Métro (Vaudreuil Soulanges)

34 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE

- CISS Chaudière-Appalaches

36 PRIX ET DISTINCTIONS

- Concours Idea: un gala virtuel animé par Nicolas Ouellet
- Young Glory (un trophée publicitaire)
- Fusion (Prix GAÏA et Les Grands Prix DUX)
- Prix Femmes d'affaires du Québec (finalistes)
- LMG audace & créativité (Summit Awards)
- Agences récompensées (Summit Awards)

42 ÉTUDES DE CAS

- Archipel / LesPAC

44 DANS L'OEIL DE...

- Malik Mehni

46 CRÉATIONS

- Eltoro studio (identité visuelle Télé-Québec)
- FMSQ (Sid Lee identité visuelle)

50 NOMINATIONS

- Johannie Michaud (annexe)
- Anne-Marie Archambault (CASACOM)
- Anne-Marie Leclair (Indice F)
- Hamak (créatrice de contenu)
- Geneviève Chesnay (Télé-Québec)
- Jacques Tétrault (Collège des médecins du Québec)

54 BRÈVES

LA JOURNÉE DE CONFÉRENCES D'AGENDAPR SUR VOS ÉCRANS!

C'est aujourd'hui qu'AgendaPR dévoile la programmation de sa Journée de conférences prévue le 19 novembre prochain en formule webdiffusion. De retour pour une 4^e édition, cette journée diffusée en direct depuis le W Montréal promet aux participants de se former et de raviver leur créativité. Discutons de la formule revisitée en compagnie du duo Thara Tremblay-Nantel et Solneige Diaz, cofondatrices d'AgendaPR, ainsi qu'Alexandre Tessier et Jean-Sébastien Labelle du W Montréal.

Écrit par **Lea D. Nguyen** | Photos : **Donald Robitaille**

Nerf de la guerre des RP en jeu ?

Jointes au téléphone alors que l'une était aux Îles-de-la-Madeleine en chemin pour sa destination du jour et que l'autre était dans le confort de son chez-soi, Thara Tremblay-Nantel et Solneige Diaz nous partagent ce à quoi les participants de la fameuse *Journée de conférences* d'AgendaPR peuvent espérer. « C'est un défi en soi de vouloir transposer la *journée de conférences* au niveau virtuel. Nous sommes chanceuses d'avoir **Julien Tremblay**, développeur react senior dans l'équipe afin de créer une plateforme dynamique et interactive qui sort de l'ordinaire afin que cette journée devienne une expérience le fun à la maison », mentionne **Solneige**, vice-présidente et associée.

Ayant coutume d'accueillir près de 200 personnes à sa *Journée de conférences*, **AgendaPR** ne voulait pas se buter à une poignée de participants seulement puisque le 2 mètres se doit d'être respecté, alors le « meilleur ami des relationnistes de presse et des organisateurs d'événements » a pris la décision de faire d'une pierre deux coups. « On s'est dit pourquoi ne pas faire ça en ligne et en plus,

on sera dégéolocalisé », dit **Thara**, présidente fondatrice. En effet, il y avait déjà une hausse de demandes à l'extérieur de Montréal pour participer à la *Journée de conférences*. « On est excitées de voir la réponse des gens en région. C'est exaltant de pouvoir offrir cette formule à un plus large public », poursuit **Solneige**.

Lumière, caméra, action !

Comme la précédente édition, la *Journée de conférences* s'échelonne de 13 h à 20 h. Au menu, une journée chargée en conférences, panels et microconférences. « Il va toujours y avoir 2 choix de conférences en même temps et on essaie d'être diversifié dans le type de contenu, précise **Thara**. En termes de sujets, on veut se calquer sur ce qui passe en ce moment. Comme les nouvelles tendances en relations publiques, en marketing d'influence et les bonnes pratiques dans nos industries. »

Selon **Thara**, cette année comporte tout de même son lot d'avantages, comme avoir été capable d'aller chercher de grosses pointures. « Par exemple **Brian Myles**, président du **Devoir**, **Florence Turpault-Desroches**, directrice principale de **La Presse** et **Philippe Lamarre**, président fondateur d'**Urbania**

pour le panel *Repenser le futur des médias*, présenté par **Bell**. Le fait que les gens soient plus chez eux nous a permis d'avoir une programmation avec des noms qu'on voit un peu moins dans ce genre d'événements à cause des nombreux événements qu'ils ont à l'agenda habituellement. »

Afin de vous donner un aperçu de la nature des sujets qui seront abordés lors de cette journée, l'associée et directrice marketing de **Cook it**, **Laurence Gagnon Beaudoin**, ainsi que la fondatrice de **Sushi à la maison**, **Geneviève Everell**, seront parmi les invités du panel sur le marketing d'influence pour présenter des succès en co-création et des codes affiliés d'entreprises d'ici. L'humoriste **Phil Roy**, **Pierre-Alain Benoît (Mural)**, **Dany-Pier Rose (Groupe Sensation Mode)** et **Marie-Ève Lapierre** (agente de **Math Duff**) feront partie du panel Réinventer l'événementiel en temps de pandémie. Également au menu : des agences membres de l'ACRPQ présenteront des business case à succès réalisés pour leurs clients, tandis que la SQPRP présentera un panel sur les enjeux sociaux et la communication. Des stratégies ga- ►►

FUEL DIGITAL MEDIA, 10 ANS À PLEINS GAZ

Dès son plus jeune âge, John Sclapari a été initié à l'entrepreneuriat en travaillant dans l'un des nombreux commerces de son père. Aujourd'hui, on peut dire que celui qui a lancé la régie publicitaire Fuel Digital Media en 2010 roule à fond la caisse. Pour souligner ses 10 ans, on découvre son succès en trois questions.

Écrit par Nancy Therrien



Grenier aux nouvelles : Quelles sont les motivations qui t'ont poussé à démarrer ta propre régie publicitaire ?

John Sclapari : Je trouvais que les sites web des éditeurs n'étaient pas valorisés à leur juste mesure. Avec le temps, j'ai également observé que les régies partageaient peu d'information avec leurs partenaires et qu'elles ne favorisaient pas le développement et la croissance financière des éditeurs web qu'elles représentaient.

C'est à partir de ce moment que j'ai vu l'occasion de créer une régie publicitaire proposant une approche de collaboration proactive et favorisant des relations d'affaires transparentes, et ce, tant avec ses partenaires éditeurs qu'avec ses clients annonceurs.

On peut donc dire que ce sont des motivations de collaboration et de transparence qui ont inspiré la création de Fuel Digital Media. Mais, depuis le 1^{er} septembre 2010, 6 autres grands principes ont assuré sa croissance et sa pérennité.

Ces valeurs, parfaitement intégrées à notre ADN ainsi que chez tous les membres de l'équipe, sont : valorisation de nos éditeurs, rigueur, créativité, innovation, service dévoué et atteinte des résultats.

Si bien qu'aujourd'hui, nous occupons le premier rang en matière de portée au Québec dans les catégories immobilier, arts de vivre/lifestyle, femmes, parentalité, jeux vidéo, divertissement et santé.

GAN : Quels sont les principaux événements qui ont marqué la croissance et façonné l'identité de Fuel Digital Media ?

JS : J'ai la chance de pouvoir dire que mon histoire n'est pas celle d'une startup qui a connu des débuts difficiles. À preuve, au

IL ÉTAIT UNE FOIS UNE ACCRO DE L'INNOVATION

Accro : Qui est passionné pour quelque chose, qui ne peut plus s'en passer. Ce mot définit tout aussi bien le laboratoire d'activations de marques montréalais du même nom qu'il colle à la personnalité enthousiaste de sa fondatrice, Joannie Bergeron. Convaincue que les entreprises d'ici, tout comme la sienne, ne doivent jamais cesser de se renouveler, l'entrepreneure et son équipe suivent de près le mouvement incessant des solutions technologiques, et accompagnent aujourd'hui leurs clients à travers l'application concrète de stratégies conceptuelles à valeur ajoutée, le tout à la saveur ACCRO.

Écrit par Justine Aubry



Au cours de ses quatre éditions, le laboratoire d'activations de marques ACCRO a permis à plus de 2000 participants d'expérimenter les plus récentes innovations de l'industrie expérientielle. Lancé par Immersive Productions, le parcours participatif porté par la directrice artistique Joannie Bergeron misait sur la collaboration et l'échange de connaissances, réunissant milieu corporatif, agences, gestionnaires et créatifs le temps d'un événement créé pour démocratiser et encourager l'innovation.

« Le frein à l'innovation, c'est le fait que les gens ne comprennent pas toujours bien sa valeur ajoutée. Avec le laboratoire ACCRO, on voulait que les gens puissent voir les solutions technologiques à l'œuvre, en réunissant les créatifs avec les investisseurs décisionnels. On voulait vraiment mettre de l'avant l'expérimentation », explique Joannie Bergeron.

Pour celle qui s'est donnée comme mission de mettre de l'avant le dynamisme de Montréal, l'événement ACCRO était une occasion en or pour les petites et grandes entreprises de se rencontrer, afin de permettre l'intégration concrète de la nouveauté dans leur stratégie d'affaires.

« C'est un grand rendez-vous qui avait lieu une fois par année. On regroupait 500 professionnels qui mettaient de l'avant la collaboration et le partage des expertises à travers la grande famille de l'industrie expérientielle. On voulait que les créatifs, autant que les OBNL, les PME et les grosses entreprises, puissent parler le même langage. »