

SOMMAIRE



STUDIO LAMAJEURE : À LA (RE)CONQUÊTE DE L'INDÉPENDANCE



BRIDGEMTL : BÂTIR DES PONTS ENTRE ICI ET AILLEURS



TUX KARMA : POUR UNE UTOPIE OÙ IL FAIT BON VIVRE

08 NOUVEAUX MANDATS

- Tourisme Outaouais (Orkestra)
- FIPEQ (GLO)
- M32 Connect (mandats)
- RénoAssistance (Hula Hoop)
- Trois nouveaux mandats (Commères)
- Sandalwood (GLO)
- Tuteur CPS (Amauta Marketing)
- HelloFresh (Canadiens de Montréal)

10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Fédération Québécoise des Sociétés Alzheimer (Cossette)
- Gouvernement du Québec (lg2)
- Salon de l'auto (Idecom)

26 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- JED Lab: l'agence audacieuse de Jack Lafortune
- HAHAHA loft (Juste pour rire)
- Enquête nationale OBNL
- HGrégoire paiements cryptomonnaie
- Jean-Philippe Dion parts Productions Déferlantes
- Rinaldi-Maestro s'affilie au Douglas Marketing Group

34 ÉTOILE MONTANTE

- Laurence Boucicault (Canidé)

36 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Thomas Lecordier (Tank WW)

36 VIRAGE VERT

- Changing Habits Solutions

44 DANS L'OEIL DE...

- Gaëtan Etoga (YYMA)

38 BON COUP OU MAUVAIS COUP MÉDIATIQUE

- Huawei

40 PRIX ET DISTINCTIONS

- lg2 finaliste CSS Design Awards
- Sophie Villeneuve gagnante Gala Jeune Personnalité d'Affaires



46 ÉTUDES DE CAS

- Cartier/ Fonds de solidarité FTQ

50 CRÉATIONS

- Québecor websérie Tout un bagage
- TELUS (nouvelle promesse de marque)
- IGA (Clark Influence)
- Mosaic initiative travailleurs santé

54 NOMINATIONS

- VMichel-Alex Lessard (Cossette)
- Sophie Lemelin (Musée des beaux-arts)
- Lloyd Lottner (Média Experts)
- TACT (deux experts en santé)
- Yves-Alexandre Comeau et Marc-André Deschênes (TESLA RP)
- Alyssa Buetikofer (McDonald's)
- Raphaëlle-Ann Samson (JCCQ)

60 BRÈVES

STUDIO LAMAJEURE : À LA (RE)CONQUÊTE DE L'INDÉPENDANCE

Écrit par Andrea Lubeck | Photos : Le Petit Russe

Six ans après être passé aux mains du **Groupe Attraction**, le **Studio Lamajeure** retrouve son indépendance. Pour les trois nouveaux actionnaires, la pianiste **Alexandra Stréliski**, le mixeur sonore **Mathieu Morin** et le producteur musical **Maxime Navert** — ces deux derniers sont aussi co-directeurs généraux du studio depuis un an —, c'était une véritable conquête de l'indépendance, « un retour aux sources », décrivent-ils.

Si **Maxime Navert** et **Mathieu Morin** conservent leurs rôles respectifs au quotidien, **Alexandra Stréliski** deviendra, pour sa part, une sorte d'ambassadrice du studio pour le faire rayonner à l'international. Sa carrière de pianiste demeure sa priorité, dit-elle. « J'ai toujours considéré **Lamajeure** comme ma maison-mère, et d'en devenir actionnaire officialise tout ça. J'aimerais éventuellement travailler sur tout ce qui touche la musique à l'image, et peut-être la direction artistique, mais tout ça va se définir plus tard. »

Se donner les moyens de prendre des risques

Les trois nouveaux actionnaires ont des ambitions internationales pour le studio, qui se spécialise en post-production sonore pour la publicité, le doublage, les expériences immersives et la composition de musique

originale, en mettant davantage l'accent sur la créativité. « On voulait se donner les moyens de prendre des risques », souligne **Alexandra Stréliski**.

« En ayant le pouvoir de décider entièrement de ce qu'on veut faire, on peut prendre les risques que nous avons toujours voulu prendre, sans devoir convaincre personne d'autre que nous, en tant qu'entrepreneurs, et cette liberté-là n'a pas de prix », renchérit **Maxime Navert**.

Et cette prise de risques, qui n'était pas vraiment possible sous l'égide d'**Attraction**, se traduit notamment par le fait d'explorer davantage les expériences sonores, les installations immersives, le « sonic-branding », et même l'univers du podcast, en plus des projets publicitaires pour lesquels **Lamajeure** est réputée. Le studio travaille d'ailleurs sur « des projets d'envergure » à Singapour, Dubaï et Las Vegas, pour n'en nommer que quelques-uns.

« On est vraiment heureux de pouvoir enfin piloter ce studio-là en fonction de nos valeurs, en dirigeant le bateau dans une seule direction »

— Mathieu Morin

Mais prendre des risques signifie aussi que le studio devienne un hub créatif pour les jeunes talents d'ici, « et Dieu sait que les jeunes musiciens et artistes ont besoin de ce type d'infrastructures pour bâtir leur carrière », précise **Alexandra Stréliski**. « On veut pouvoir fournir des jobs, des projets ici et qui sortent du Québec. Au fond, on veut créer un écosystème créatif et lucratif pour les artistes. » ▶▶

BRIDGEMTL : BÂTIR DES PONTS ENTRE ICI ET AILLEURS

Écrit par Nancy Therrien

Thierry Rassam est avocat de formation en droit des affaires et entrepreneur dans l'âme. Ayant lancé plusieurs entreprises, il a acquis une excellente expertise en entrepreneuriat en plus d'avoir un impressionnant réseau de contacts à travers ses réussites tout comme ses échecs. Son intuition pour le *business* et ses nombreuses ressources lui ont valu l'idée, avec quelques collaborateurs, de créer l'OBNL BridgeMTL, un incubateur d'entreprises pour les entrepreneurs immigrants.



TUX KARMA : POUR UNE UTOPIE OÙ IL FAIT BON VIVRE

Écrit par Lea Nguyen

Levez la main si vous avez déjà énoncé ou discerné cette expression — et ses variantes moins *soft* — *Ce doit être bon pour mon karma*. En sanskrit, karma signifie « action ». Reposant sur la notion qu'un cycle a des causes et des conséquences liées à notre existence, le karma est la somme de ce qu'une personne a fait, est en train de faire, ou fera. Discussion en compagnie de **Dominic Tremblay**, président et co-fondateur de **TUX Creative Co.** sur la mission de **Fondation TUX Karma**, lancée tout récemment.

Redonner au suivant

Certifiée B-Corp et très impliquée dans les causes qui lui tiennent à cœur, il était tout naturel que l'agence créative montréalaise **TUX** propulse **TUX Karma**, une fondation ayant pour but de s'attaquer (créativement) à différents défis de la société. Œuvrant dans l'univers de la publicité depuis plus d'une décennie, l'agence avait la vocation de donner et de mettre la main à la pâte d'une manière encore plus significative. Si on résume, ce mouvement était un peu le *next step* du cheminement de la boîte. « Comme toutes les agences, au cours des années, on a fait du pro bono, on a supporté plusieurs fondations, on a donné des heures et de l'argent, énumère **Dominic Tremblay**. Mais on s'est rendu compte que c'était insuffisant parce qu'on répondait à un brief. On avait envie d'en faire plus. »

Envie qui n'émanait pas uniquement de la haute direction. Avec tout ce qu'on perçoit dans l'actualité et ce qui se trame au quotidien, les talents chez **TUX** ont exprimé leur désir d'en faire plus afin de donner au suivant. « On voulait s'offrir un outil qui nous permettait de faire n'importe quoi — aussi fou que le projet puisse être — et le faire de façon collaborative », révèle **Dominic Tremblay**. Il cite comme exemple le nombre de fois qu'un talent de l'équipe avait une idée de projet sociétal sans jamais pouvoir le rendre tangible, par manque d'outils. De ce fait, la solution s'est révélée sous la forme d'un OBNL pour pouvoir concentrer toutes les ressources et le support dans un seul véhicule. « On pense que **TUX Karma** va pouvoir aider à réaliser ces projets-là, un peu comme un incubateur. »

Soif de changement

Ayant soif de changement pour bâtir un monde meilleur, la mission de la fondation indépendante et autonome est claire. Elle a pour but de sensibiliser, inspirer, et agir afin de bâtir un avenir plus responsable et plus solidaire. Des projets pour l'environnement, le développement durable, l'éducation, la réduction des inégalités raciales, ethniques et sexuelles au pays sont dans la mire de **TUX Karma**.

Il y a quelques semaines, un appel de projets avait été lancé afin de voter pour l'ultime (et premier) canevas qui sera financé par la fondation. Entre un projet qui vise à recycler du plastique, un autre artistique auprès de la communauté amérindienne, un autre sur la promotion du leadership de personnes noires et un projet *queer-tech*, les projets se suivent et ne se ressemblent pas — sauf le