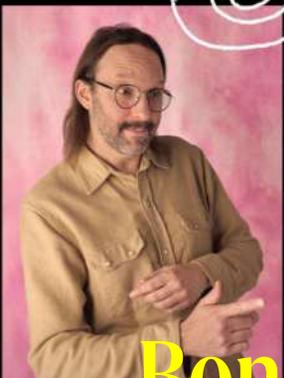


VOL. 10

N° 34

16.06.2025

Grenier



BonClub: faire le bon travail, avec le bon monde, pour les bonnes raisons

Le contenu de marques sur Twitch

Personnalité de la semaine: Nicolas S. Roy (DPT.)

Sommaire



04

BonClub: faire le bon travail, avec le bon monde, pour les bonnes raisons



24

Le contenu de marques sur Twitch

52

CHRONIQUE

Les 10 Tops médiatiques sélectionnés



72

Créative - Épisode 12
Le nerf de la guerre

08 Nouveaux mandats

10 Campagnes et créativité

28 Initiatives numériques

32 Affaires de l'industrie

56 Créations

66 Nominations

74 Campagnes internationales



30

PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

Nicolas S. Roy

DPT.



50

ÉTOILE MONTANTE

Paulina Cochet

Novatize



64

FEMME INSPIRANTE

Vanessa Gauvin-Brodeur

Romeo

Éditeur: Éric Chandonnet

Coordonnatrices à l'édition/rédactrices: Lea D. Nguyen, Jeanne Gourd

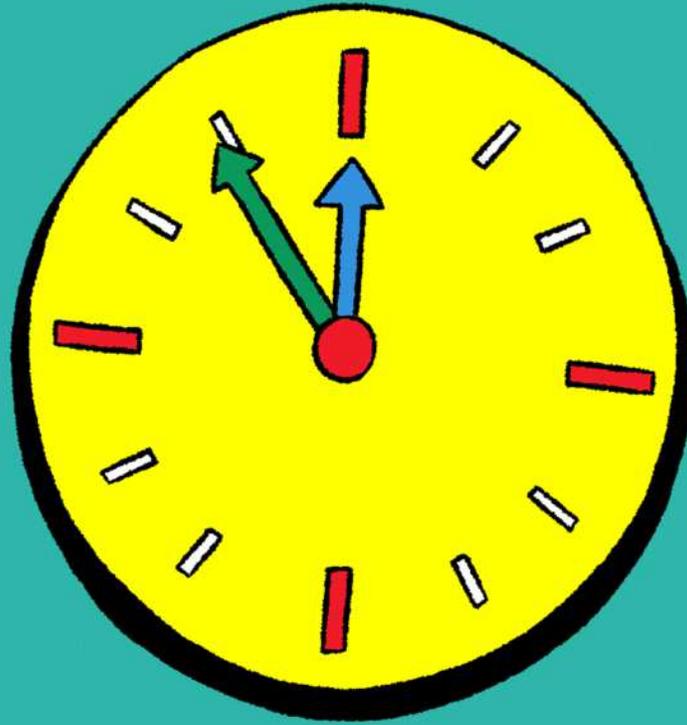
Journalistes: Justine Aubry, Émilie Desgagné, Billie Gagné-LeBel, Anne-Marie Lobbe, Geneviève Morin

Designer graphique: Yan Lanouette

Photo couverture: BonClub

Publicité: Emilie LeBeau - publicite@grenier.qc.ca

Tic, tac, tic, tac...



La prévente pour notre
conférence sur
l'intelligence artificielle
termine bientôt

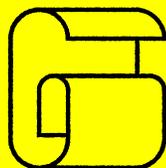
RÉSERVEZ MAINTENANT!

Grenier aux talents

BonClub: faire le bon travail, avec le bon monde, pour les bonnes raisons

4

Au fil des années, plusieurs ont pensé qu'un gars derrière l'agence **Carl Social Club** devait forcément s'appeler Carl. Des client-es, des fournisseur-euses, des partenaires, même des collaborateur-rices proches se sont parfois laissé prendre au jeu. Il faut dire que le nom prêtait à confusion, car derrière lui ne se cachait pourtant aucun « Carl », mais bien un collectif créatif qui, depuis 2014, se donnait pour mission d'aider les marques à mieux briller. Aujourd'hui pour préciser l'identité de l'agence de création et refléter son expertise en médias sociaux, contenu d'engagement et marketing d'influence, c'est une nouvelle page qui s'ouvre et elle porte un nom à leur image : **BonClub**.



PAR GENEVIÈVE MORIN

BonClub
BonClub
BonClub
BonClub
BonClub
BonClub
BonClub
BonClub
BonClub



Votre
marque
mérite
sa place

Un nom simple, rassembleur, qui dit tout. Car derrière cette nouvelle appellation se trouve une vision claire : faire les bonnes choses, avec les bonnes personnes, pour les bonnes raisons. Le tout, en équipe. « On voulait une identité qui nous ressemble, mais surtout qui rassemble. **BonClub** évoque notre manière de faire, notre culture, notre essence. C'est devenu naturel de l'adopter », explique **Johann Smith**, président-fondateur de l'agence. Loin d'un simple rebranding cosmétique, **BonClub** marque un retour à l'essentiel : une équipe agile, certifiée **B Corp**, guidée par la collaboration, l'intégrité et la pertinence. Un vrai club, au sens le plus humain du terme, porté par une mission claire qui est d'aider chaque marque à trouver

sa place en tissant des liens sincères avec sa communauté et surtout, en la plaçant au cœur des bonnes conversations.

L'ÉVIDENCE DU BONCLUB

Changer de nom, c'est loin d'être banal pour une agence. Dans le cas de **BonClub**, ce n'est ni un coup de marketing ni une lubie créative. C'est une évidence. Une conclusion naturelle à un processus collectif de redéfinition, amorcé dès les premières réflexions de son nouveau site web et de son positionnement. « L'idée du changement a commencé à germer lorsqu'on a entrepris un chantier complet sur notre marque, raconte **Johann Smith**. On essayait de donner du sens à "Carl", mais plus on avançait, plus on réalisait que ce nom ne portait plus ce qu'on était devenus et où on s'en allait. »

Le mot « club », pour nous, c'est vraiment le reflet de notre manière de fonctionner, et c'est là que la magie opère, quand on avance vraiment en équipe.

— **Johann Smith**

**Pour poursuivre
votre lecture,
suffit de s'abonner !**

Je m'abonne

Grenier

Votre outil de travail depuis 1992