

Grenier

VOL. 11

N° 18

03.02.2026



One office, two languages: la signature d'Open

PURCOM : faire rayonner,
sans écraser

Personnalité de la semaine :
Olivier Thibault (Banque Nationale)

Sommaire



04

One office, two languages:
la signature d'Open



18

PURCOM: faire rayonner, sans écraser

36

CONTENU PARTENAIRE

Du réveil au coucher: le temps passé
sur les réseaux sociaux est en hausse

08 Nouveaux mandats

10 Campagnes et créativité

22 Initiatives numériques

24 Affaires de l'industrie

34 Prix et distinctions

38 Créations

42 Nominations

48 Campagnes internationales



16

PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

Olivier Thibault

Banque Nationale



32

ÉTOILE MONTANTE

Iris Aslanian

Carbonleo



40

FEMME INSPIRANTE

Fiona Razakandisa

Agence EvenemenCiel

Éditeur: Éric Chandonnet

Directrice de contenu: Lea D. Nguyen

Journaliste-pupitreuse: Geneviève Marceau

Journalistes: Laetitia Arnaud-Sicari, Justine Aubry, Emilie Desgagné, Billie Gagné-LeBel, Olivier Guindon-Tremblay, Anne-Marie Lobbe et Geneviève Morin

Designer graphique: Yan Lanouette

Photo couverture: Wilson Barry - RAINA+WILSON

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

CONFÉRENCE GRENIER

Médias, contenus et désinformation

Présentée par

TV5 unis

Un rendez-vous pour
comprendre, réfléchir, appliquer.

RÉSERVEZ VOTRE PLACE

1^{er} avril 2026

EN LIGNE 

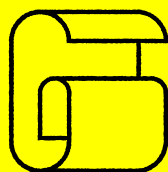
REDIFFUSION 30 JOURS



Grenier aux talents

One office, two languages: la signature d'Open

Il y a des agences qui naissent autour d'un *pitch*, d'un client fondateur ou d'un *business plan* rigoureux. Et puis il y a celles qui prennent forme autrement, dans les conversations de pauses-cigarettes, entre deux mandats et des envies de faire les choses différemment. C'est dans ce genre d'espace au départ un peu flou, mais très fertile, que l'agence créative torontoise **Open** a commencé à se dessiner dans la tête de **Martin Beauvais** et de **Christian Mathieu**.



PAR GENEVIÈVE MORIN



SMYTHE
L'agence au Royaume-Uni de la publicité mondiale.



SMYTHE
L'agence au Japon de la publicité mondiale.



Quinze ans plus tard, l'agence indépendante compte une douzaine d'employé·es, une constellation de collaborateur·trices et un portfolio impressionnant garni de client·es d'envergure nationale. Mais derrière cet anniversaire, il y a une idée simple qui guide encore les décisions du duo fondateur : rester ouvert. Aux idées, aux talents, aux marchés et aux façons de faire qui sortent des sentiers battus. Une philosophie qui en dit long sur la pertinence renouvelée d'Open et sur son positionnement unique dans l'industrie.

UNE AGENCE NÉE D'UNE IDÉE : L'OUVERTURE

Remontons un peu dans le temps, de 15 ans plus exactement. À l'époque, Martin Beauvais et Christian Mathieu travaillent tous les deux à l'agence créative Zig (maintenant devenue Crispin Porter Bogusky), à Toronto. Leurs bureaux étant

voisins, le directeur de création et le directeur général sortent souvent ensemble pour fumer et pour jaser sur les façons que les choses se font... et surtout de comment elles pourraient se faire autrement, s'ils dirigeaient leur propre agence. Quelque part dans cette période, les deux créatifs sentent qu'un nouveau chapitre se prépare, même s'il n'a pas de forme précise.

« On passait notre temps à jaser de philosophie : comment on voulait opérer avec nos employé·es, nos client·es et nos fournisseurs », se souvient Martin. Les conversations ne tournent pas seulement autour de la création ou des comptes, mais également autour d'une question plus fondamentale : quelle agence veulent-ils habiter au quotidien ?

Lorsque les deux quittent Zig à un intervalle décalé, ils gardent le contact l'un avec l'autre. C'est dans cette période de transition que leur future agence naît.

Souvent, il y a une agence anglaise d'un côté, une agence française de l'autre, puis une traduction entre les deux. Ça fait beaucoup de gens à coordonner pour une marque. Nous, on est une seule équipe qui comprend les deux marchés et qui travaille dans les deux langues.

— Martin Beauvais



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

Je m'abonne

Grenier

Votre outil de travail depuis 1992