

VOL. 11

N° 27

04.05.2026

Grenier

Comment l'IA redéfinit la performance marketing

Faire du vrai, faire du bien :
la leçon du Juste Sac

Étoile montante :
Ornan Manguele (Novatize)

Sommaire



04

Comment l'IA redéfinit
la performance marketing



22

Faire du vrai, faire du bien:
la leçon du Juste Sac

21

Top 10 des campagnes du mois d'avril

42

CHRONIQUE

Gains de réputation du mois d'avril



48

CONTENU PARTENAIRE

Une approche A/B accélérée
grâce aux personas
synthétiques

08 Nouveaux mandats

12 Campagnes et créativité

28 Affaires de l'industrie

38 Prix et distinctions

44 Créations

52 Nominations

54 Campagnes internationales



26

ÉTOILE MONTANTE

Ornan Manguelle

Novatize



50

FEMME INSPIRANTE

Geneviève Dussault

Tam-Tam\TBWA

Éditeur: Éric Chandonnet

Directrice de contenu: Lea D. Nguyen

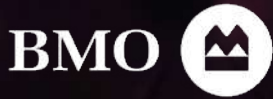
Journaliste-pupitreuse: Geneviève Marceau

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

Designer graphique: Yan Lanouette

Photo couverture: Donald Robitaille • Animation : Moov AI

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



4^e ÉDITION
PRINTEMPS 2026

À GUICHET FERMÉ,
MERCI !



LE COCKTAIL DES PRÉSIDENTES ET DES FEMMES LEADERS

Soirée de réseautage VIP pour promouvoir et célébrer l'importance du rôle grandissant des femmes d'affaires au Québec, et pour soutenir une bonne cause en second lieu : le Y des femmes de Montréal (YWCA Montréal).



**KARINE
EID**

Présidente d'honneur
Chef, Services bancaires aux
entreprises, Est du Canada,
BMO Groupe financier



**MONIQUE
JÉRÔME-FORGET**

Invitée d'honneur
Ancienne Ministre des Finances
et Présidente du Conseil du
Trésor du Québec et membre
de conseils d'administration



**L'HON. DANIELÈ
HENKEL**

Invitée d'honneur
Sénatrice (QC)
et Fondatrice, Groupe
Danièle Henkel



**MITSOU
GÉLINA**

Invitée d'honneur
Artiste, Éditrice/Fondatrice
de MitsouMagazine.com et
Entrepreneure



**GENEVIÈVE
VIGNEAULT**

Vice-présidente
d'honneur
Associée et Vice-présidente
du Conseil d'administration,
BCF Avocats d'affaires



**NATHALIE
DIONNE**

Vice-présidente
d'honneur
Vice-Présidente régionale
Marketing, TELUS Québec



**ISABELLE
HÉROUX**

Ambassadrice d'honneur
Vice-présidente -
Location,
Groupe Petra



**VÉRONIQUE
BERGEVIN**

Ambassadrice d'honneur
Directrice finance et
risque commercial,
Construction PCL



**GENEVIÈVE
BORNE**

Ambassadrice
d'honneur et maître de
cérémonie
Animatrice de radio et
télévision



**KARINE
JONCAS**

Ambassadrice
d'honneur
Fondatrice et Présidente,
Karine Joncas Cosmétiques



**NADINE
GELLY**

Ambassadrice
d'honneur
Présidente du conseil
d'administration,
Y des femmes de Montréal



**DANIELLE
CLOUTIER**

Ambassadrice d'honneur
et animatrice de la pré-
réception top-VIP
Présidente, Danielle Cloutier
Coachings exécutifs



**KAT
CORIC**

Ambassadrice d'honneur
Présidente, Art & Idées et Vice-
présidente exécutive,
Partenariats, Gestion Villes
du Futur



**CARMELA
MARTINEZ**

Grande Amie
de la soirée
Présidente-directrice
générale, MP Repro



**RUTH
VACHON**

Amie de la soirée
Présidente-directrice
générale, Réseaux des Femmes
d'affaires du Québec



**CATHERINE
BOIVIN**

Amie de la soirée
Associée, Services-
conseils en Risque,
Performance et
Technologie, Richter



**CAROLINE
CASABON**

Amie de la soirée
Directrice Générale,
Chambre de commerce et
d'industrie de Saint-Laurent |
Mont-Royal



**MANON
GOUDREAU**

Amie de la soirée
Rédactrice en chef invitée -
Magazine Premières en affaires
Associée, Cheffe de la
direction, Stratégie clients et
rayonnement - BCF avocats

(Liste complète des membres du comité, en date du 29 avril, disponible sur CPFLMONTREAL.COM)

Partenaires en date du 29 avril 2026

PARTENAIRE HÔTE ET
PRÉSENTATEUR PRINCIPAL



PARTENAIRES CUIVRE



FIRME FONDATRICE ET
ORGANISATRICE



PARTENAIRES PLATINE



AVEC UNE CONTRIBUTION
DISCRÉTIONNAIRE NOTABLE DE RJV
COMMUNICATIONS AU

PARTENAIRES OR



KARINE JONCAS



GESTION
Villes du Futur



PARTENAIRES ARGENT



PARTENAIRES BRONZE



Premières
en affaires



3 FEMMES ET 1 COUSSIN
art de la table

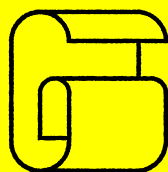


TABLES COCKTAIL CORPORATIVES À DATE :
BDO CANADA, BGIS, LES ESSENTIELLES DE CGI, ÉNERGIR,
LA COMPAGNIE D'ASSURANCE TITRES CHICAGO, TORYS AVOCATS.

INFOS : RJV@RJVCOM.COM | (514) 816-3720

Comment l'IA redéfinit la performance marketing

Et si l'IA permettait enfin d'exploiter plus pertinemment les données marketing en les transformant en des leviers de performance, de la segmentation à l'optimisation média ? Un changement qui ne laisse pas les équipes marketing indifférentes, selon Moov AI.





Olivier Blais, Stéphanie Luna et Chloé Thomas | Photo : Donald Robitaille

L'adoption de l'IA fait son chemin auprès des entreprises canadiennes. En 2025, 88 % d'entre elles disaient utiliser régulièrement cet outil dans au moins une fonction de la compagnie, bien que la majorité soit en phase expérimentale, d'après le sondage « The state of AI in 2025 : Agents, innovation, and transformation » de la firme-conseil **McKinsey**. Et le secteur du marketing et des ventes comptait parmi ceux où une hausse des revenus était observée.

Acquise par le **Groupe Publicis** il y a un an, **Moov AI**, entreprise de consultation en IA basée à Montréal, l'a elle-même constaté avec l'un de ses clients, une importante compagnie aérienne, qui souhaitait augmenter le nombre de passagers sur ses vols. « La personnalisation à grande échelle, c'est là que l'impact de l'IA est le plus mesurable aujourd'hui dans le marketing »,

souligne **Chloé Thomas**, stratège en IA senior chez **Moov AI**, qui a été créée il y a huit ans pour accélérer l'adoption de l'IA en entreprise.

BOOSTER LES BÉNÉFICES

L'entreprise aérienne comptait une base de données exploitable de près de trois millions de voyageurs. S'adresser à autant de personnes était particulièrement complexe, surtout avec une activation « encore trop générique », raconte Chloé. « Cette compagnie aérienne avait un challenge typique des grandes bases clients : beaucoup de données, en plus d'avoir des clients avec des comportements de voyage radicalement différents. Traiter tout ça avec cinq ou six segments construits à la main, c'est laisser beaucoup de pertinence sur la table », explique-t-elle.

L'entreprise en IA met alors sur pied un moteur en deux volets.

Le premier est une segmentation dynamique comportementale en dix profils, basée sur une vingtaine de variables, comme les préférences de destination et l'âge du voyageur. « Ensuite, un moteur de recommandations produit pour chaque client un classement des destinations les plus pertinentes par saison. Le moteur est consommé directement par les équipes CRM dans leur outil d'activation », poursuit la spécialiste en IA.

Cette capacité à mieux exploiter les données ne se limite pas à la personnalisation. « Un autre bon exemple en marketing est l'optimisation d'investissement média basée sur les rapports de performance des campagnes publicitaires comme Google Ads », illustre **Olivier Blais**, cofondateur de **Moov AI** et VP en IA.

Puisque ces campagnes publicitaires génèrent un volume important de données, telles que les impressions, les clics et les



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

Je m'abonne

Grenier

Votre outil de travail depuis 1992