



ON NE LE DIRA PAS TROIS FOIS : TOUT LE MONDE DEHORS !



HUENEYE : LE GARS DES CARTES ÉPATE !



CRÉATIVITÉ : 365 JOURS POUR COMBLER L'ÉCART

08 NOUVEAUX MANDATS

- BDO Canada LLP (iProspect)
- Marie Létourneau Communications
- LePoint.fr (Fuel Digital Media)
- GROUNDZ (BLVD)
- MBA Recherche (Amauta Marketing)
- Collectif Femmes 4.0 (BLVD Agence créative)

12 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Lait au chocolat (lg2)
- MFFP (Ogilvy)
- La Cordée (Réservoir)
- Carte blanche (JPR)
- CIQ (Camden)
- METRO (Gestev)
- FIQ (Upperkut)
- Dr Clown (Cossette)
- Copper Branch (Generation)
- Musées Montréal (orangetango)
- Ville Sainte-Thérèse (Voyou)
- Great Jamaican (Clark)
- Pub (Chaumont)
- FTA (Compagnie et cie)
- Yellow (Clark)
- CINI (Reezom)

27 TOP 10 DES CAMPAGNES DE MAI

28 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Foodlavie et Metro
- site (AVEQ)
- Outgo

34 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Pigeon
- 17 ans (Z Communications)
- Bourse Madeleine-Saint-Jacques

36 PERSONNALITÉS DE LA SEMAINE

- Alexandre Emond-Turcotte et Hugues Morin

38 ÉTUDES DE CAS

- Sid Lee / Maison Mère Baie-Saint-Paul

42 PRIX ET DISTINCTIONS

- Carte Blanche aux créatifs (Astral)
- Festival of global media (Touché!)
- C'est dans' Cannes (Bell Média)

47 NOMINATIONS

- Jean-Pierre Rose (Imprimerie L'Empreinte)
- Geneviève Cormier (Massy)
- TANK
- Erod
- Marie-Ève Kurth (Bell Média)
- Patricia Côté (Astral)
- Simon Picard (Tandem)
- Jean-Michel Nahas (Casacom)

52 ACTIVITÉS

54 CAMPAGNES INTERNATIONALES



ON NE LE DIRA PAS TROIS FOIS : TOUT LE MONDE DEHORS!

Depuis le 16 mai, la populaire terrasse **Aire Commune** a déposé ses pénates (et parasols) dans le Mile End pour une troisième édition. Reconnue pour ses espaces de formations et ses célébrations au coucher du soleil en milieu urbain, **Aire Commune** revisite la formule avec deux nouveaux espaces éphémères dans le Vieux-Port de Montréal — **Nouvelle Vague** — et au District Central — **Green haüs**. Brin de jasette avec **Philippe Pelletier**, cofondateur et directeur de la programmation et des relations publiques.

Écrit par Lea D. Nguyen

Popularité quand tu nous tiens

D'emblée, **Philippe Pelletier** mentionne que l'an dernier, **Aire Commune** a été victime de son succès. L'espace a accueilli pas moins de 85 000 personnes tout l'été durant dans le Mile-End. « On a eu un très bel été avec des retombées économiques intéressantes pour le quartier et avons travaillé avec plus de 75 partenaires. Cette année, ce sera la consolidation », précise-t-il. En effet, l'édition 2019 se voit grandement améliorée grâce à des installations bonifiées et un volet entrepreneurial étoffé. La mission, selon **M. Pelletier**, est de répondre aux enjeux du secteur et outiller les travailleurs locaux sans oublier de faire connaître l'espace au public afin que celui-ci se l'approprie.

Un projet si estimé et apprécié qu'il a fait des petits : **Nouvelle Vague**, située dans le Vieux-Port, qui ouvrira ses portes le 11 juin et **Green haüs**, qui célébrera son ouverture le 13 juin. Dès l'été 2018, c'était prévu pour **Ilôt 84**,



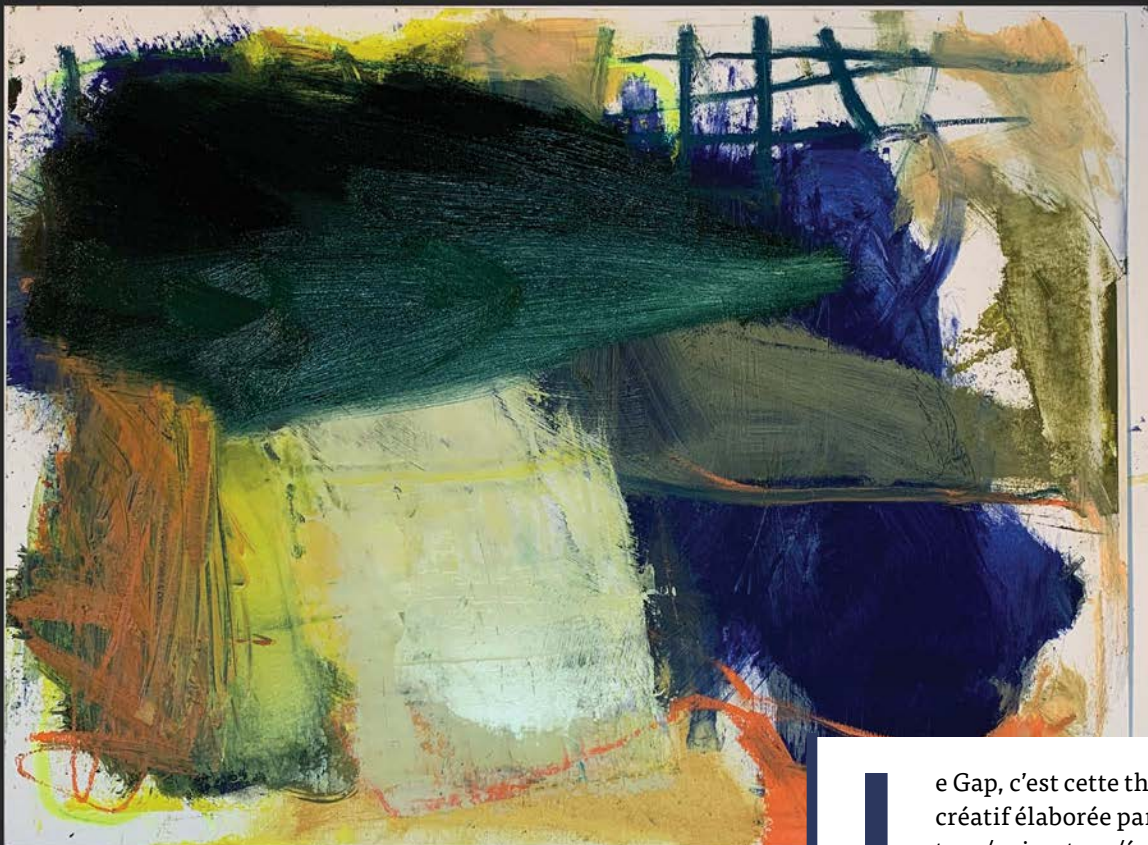
HUENEYE : LE GARS DES CARTES ÉPATE !

Lorsque **Michael Green** a commencé à imprimer des cartes d'affaires en sortant de l'école de graphisme en 2003, il ne se doutait pas qu'il allait connaître une ascension aussi fulgurante. En effet, l'entrepreneur de 36 ans, parti de rien, est aujourd'hui à la tête de hueneye.com, l'une des seules imprimeries spécialisées en produits en combo au Québec et en impression commerciale avec gestion en ligne. Histoire d'un succès épatant.

Écrit par Nancy Therrien

Quand on veut imprimer,
on peut

« Dès le début, mon équipe et moi avons noué de bonnes relations avec nos fournisseurs. Et, un jour, lorsque les imprimeurs ont réalisé que nos formulaires de presse exigeaient beaucoup de coupe et de finition, ils ont commencé à nous demander d'assurer nous-même ces étapes de la production. Donc, nous avons acheté notre premier couteau en 2006 et d'autres équipements de finition, tels que des plastifieuses et des plieuses », raconte **Michael**. C'est à l'occasion d'une réunion d'équipe annuelle en 2011 que la comptable a révélé que l'entreprise avait dépensé plus d'un million de dollars au premier jour chez l'un de ses fournisseurs et a ajouté en plaisantant « Tout ce que nous avons eu, c'est cette boîte de cho-



Jour 352 - Huile et oil sticks sur papier 18x24

CRÉATIVITÉ : 365 JOURS POUR COMBLER L'ÉCART

Pointe de conversation avec **Daniel Poirier**, directeur de création, directeur artistique et artiste-peintre autodidacte qui a tenté de combler son Gap en peignant une toile par jour pendant 365 jours.

Écrit par Normand Miron, miron & cies

Le Gap, c'est cette théorie du geste créatif élaborée par le producteur/animateur/écrivain/bédésiste **Ira Glass** voulant qu'il existe un écart entre notre idéal créatif et nos capacités actuelles. Vous trouverez une vidéo expliquant le principe [juste ici](#). Allez voir, c'est pas long. Je vous attends.

La prémisse est la suivante : dans les milieux créatifs, tout le monde a du goût. On sait tous distinguer une belle œuvre d'une autre qui l'est moins. Un bon concept d'un autre qui l'est moins. Mais lorsque l'on entame sa carrière et que l'on compare ce « beau » et ce « bon » à ce que l'on fait, il existe un écart.

On fait de son mieux, mais le résultat n'est pas à notre goût. De guerre lasse, certains finissent par abandonner. Alors que le fun commençait à peine.

Car la morale du Gap, c'est que cette douloureuse étape est normale ; donnez-vous une chance, vous commencez ! Pour créer des œuvres à la hauteur de votre goût, il n'y a pas de recette magique. Il suffit de travailler. Vous voulez être écrivain ? Écrivez. Tous les jours. Vous voulez être peintre ? Peignez. Tous les jours.