

GRENIER AUX NOUVELLES

Le bulletin-fax des professionnels en communication et en marketing du Québec

1495, rue Barré, Saint-Laurent (QC) H4L 4M5
www.grenier.qc.ca Tél.: 514-747-3455 Tc: 514-747-3394

Le 7 septembre 2009

Volume 17 numéro 41 Page 1 / 3



DEUX NOUVELLES CHRONIQUES DANS LE GRENIER :

À compter de cette semaine, grâce à la collaboration de plusieurs grands réseaux de télévision, dont **Astral Media Mix**, **Radio-Canada** et **TVA**, nous vous offrirons une nouvelle chronique qui mettra de l'avant **LA CONVERGENCE et LA CRÉATIVITÉ MÉDIA** dont font preuve les annonceurs grâce à la collaboration de leurs partenaires pour diffuser leurs messages sur une ou plusieurs plateformes médiatiques. Un texte fourni par le réseau mettra brièvement la campagne en contexte et les messages seront présentés sous diverses formes (télé, imprimé, affichage, radio ou Internet) dans nos pages Web où ils seront archivés.

Un autre ajout, une chronique sur l'**INTERACTION** via les nouvelles technologies sera présentée par une spécialiste en contenu numérique, **Aurélie Ponton** de **mikimya.com**.

DERNIÈRE HEURE

À L'AFFICHE CETTE SEMAINE À WWW.GRENIER.QC.CA:

- Les images de 10 campagnes publicitaires.
- Le c.a. de l'ARRQ rend hommage à **Claude Robinson**.
- La nouvelle programmation 2009-2010 de **TVA**.

Soirée-Théâtre Janine-Sutto, février 2010. Voir À COMMANDITER, p. 2.

Manon Béland succède à **Jean Mongeau** à **Télé-Québec**.

Bruno Lemieux et **Nassim Assadi** chez **CARTIER**.

Au **Journal de Québec**, **Éric Cliche** nommé dir. de l'info. **Donald Charrette**, qui occupait ce poste, devient directeur du bureau politique de **Sun Media**.

Voir NOMINATIONS page 2.

LES CHRONIQUES DE L'INTER@CTION

Par **Aurélie Ponton**, prés. **Mikimya**, 514-845-9191

La bonne stratégie Web?

En tant que spécialiste, mais surtout passionnée du Web, je me tiens à l'affût des différents types de services ou possibilités disponibles sur le marché. Référencement dans les moteurs de recherche, publicité en ligne, médias sociaux, *ecommerce*, etc. Pour une personne désireuse d'investir sur Internet, il faut savoir qu'un budget peut être bien vite épuisé!

Toutefois, comment savoir, avant de se lancer dans l'aventure, si la stratégie Web sélectionnée est la bonne pour votre projet?

Lire l'article complet à www.grenier.qc.ca.

GAINS

À compter de janvier prochain, l'agence **Vizeum** sera responsable de la planification et des achats télévision, radio et imprimés pour **Cascades Groupe Tissu** (agence sortante: **Challenge**). Cliente: **Danielle Lamarre**. Info: **Marc Hamelin**, directeur général Vizeum, 514-270-1010 poste 103.

Fenêtres Magistral, l'un des plus importants fabricants de portes et fenêtres en PVC au Québec, a choisi **Tapage Communication** pour l'élaboration de sa campagne publicitaire 2009-2010, la production de l'ensemble des outils de communication et le placement média. Conseillère en communication: **Nataly Messarra**, coordonnatrice: **Joanie Faucher**, création: **Christine Émond**.

Pour une deuxième année, **Événement'ciel** sera le chef d'orchestre du **Salon des carrières et professions en santé et services sociaux de la Mauricie et du Centre-du-Québec 2009**. Cette initiative communicationnelle, sous le thème «Une carrière en santé? Fais-le pour ton monde!» sera présentée en deux salons distincts afin de montrer à un plus grand nombre de jeunes les différents métiers de la santé et des services sociaux. Ces salons auront lieu à Victoriaville les 28 et 29 octobre et à Trois-Rivières du 11 au 13 novembre.

Sopexa Canada, agence conseil spécialisée dans le marketing et la communication des produits agroalimentaires, a récemment remporté des appels d'offres pour la promotion de différentes appellations ou régions viticoles françaises. Ainsi, le **Conseil interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA)**, le **Conseil interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP)**, le **Conseil interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac (CIVRB)**, le **Conseil interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB)**, le **Comité interprofessionnel des Vins du Sud-Ouest (AIVSO)** et **Inter Rhône** (vins de la Vallée du Rhône) ont confié à l'agence, pour les trois prochaines années, l'ensemble de leurs communications (promotion, événementiel, relations publiques, médias et/ou relations de presse) au Canada. Comme partenaire pour les campagnes médias (création et placement médias), **Sopexa Canada** a choisi l'agence **Zoum Armada**.



Une association de
150 JOURNAUX HEBDOMADAIRES

MÉDIAS

Besthealthmag.ca est devenue, le 1^{er} septembre, la section «Health and Fitness» du portail anglophone de **Sympatico.ca**. **Besthealthmag.ca** est le volet Web du magazine **Best Health**, publié par les **Périodiques Reader's Digest Canada**. Par ailleurs, malgré le contexte économique difficile des derniers mois, **Reader's Digest Canada** a annoncé la semaine dernière, par voie de communiqué, avoir augmenté de 1% ses revenus publicitaires pour l'année financière 2009.

CONVERGENCE ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

Par **Marie-Pier Mailhot**, **Astral Media Mix**, 514-925-7748

La synergie est de plus en plus utilisée afin de mener plus loin une campagne commerciale ou promotionnelle. Nous le constatons dans l'industrie par la demande sans cesse croissante observée ces dernières années. Innover devient donc un grand défi afin de se démarquer constamment!

Dans le cadre du lancement de la **KIA Soul 2010**, **Astral Media Mix**, en collaboration avec **Zenith Optimedia**, a opté pour un débordement des plateformes médias traditionnelles, et ce, en surfant sur la vague créée par la tenue d'un événement majeur à Montréal au cours de la même période. S'adressant à la même cible que celle de cette nouvelle voiture, soit une clientèle jeune, urbaine et active, le spectacle **Circus de Britney Spears** au Centre Bell était le complément tout désigné pour mettre la nouvelle voiture sous les projecteurs.

Le lancement a été souligné par un concours avec le thème «Le cirque Kia Soul» décliné à la télévision, à la radio et en affichage ciblé dans le quadrilatère du Centre Bell. Un même reporter sur nos médias a réalisé des intégrations programmes et activités sur le terrain afin de faire vivre la promotion tout en présentant la voiture dans des environnements où se trouvait la cible. La finale du concours a eu lieu à la gare Windsor une heure avant le spectacle. Les 50 finalistes ont eu une soirée spectaculaire où un grand gagnant a été dévoilé en direct sur les ondes de radio **énergie** et en simultanément à **MusiquePlus**, une première. La voiture a donc bénéficié d'un engouement très marqué dès son lancement. Risqué? Oui, car nous n'avons aucun contrôle sur le spectacle de la chanteuse mais les résultats démontrent bien l'efficacité de cette synergie.

→ Voyez les divers messages mentionnés à www.grenier.qc.ca.



La référence en marketing interactif et publicité en ligne
Médias Web - Listes de courriels - Technologie
Info: **John Sclapari**, 514-848-0247, poste 222

INNOVATIONS (suite en page 3)

→ Ce symbole indique un complément visuel présenté à www.grenier.qc.ca

→ **Microsoft Canada** a procédé, le 1^{er} septembre, au lancement de son nouveau portail **MSN.ca**. Ce lancement, qui comprend des communications numériques, ainsi que de la publicité télévisée et extérieure, est le résultat d'une nouvelle relation entre **TAXI** et la division Consommateurs et Services en ligne de **Microsoft Canada**. En effet, après un processus d'appel d'offres, **Microsoft** a choisi de s'adjoindre les services de **TAXI** pour le point de vue stratégique unique et la création qu'offre l'agence. Le mandat en cours comprend la planification stratégique ainsi que l'élaboration et l'exécution de création utilisant diverses plateformes, tant numériques que traditionnelles. La campagne nationale de lancement de **MSN.ca** a été gérée par le bureau de **TAXI** à Montréal. L'agence de référence média de **Microsoft**, **M2 Universal**, s'occupe de la portion média. V.-p. directeur création: **Stéphane Charrier**, directeur création Web: **Jason McCann**, c.-r. campagne offline: **Andrea Usher-Jones**, **Maxime Patenaude**, d.a. campagne offline: **Jean-Luc Dion**, **Patrick Chaubet**, c.-r. campagne Web: **Martin Charron**, **Andrew Lord**,

d.a. campagne Web: **Nicolas Thiboutot**, designer: **Vill Mak**, prod agence - télé: **Josée Fréchette**, prod. agence - imprimé: **Jacques Latreille**, **Sophie Carrières**, prod. agence - interactif: **Andrea Schumeth**, v.-p. planif. stratégique: **Anne-Marie Leclair**, planif. stratégique Web: **Valéry Loranger**, **Julie Lemonde**, directrice-conseil: **Julie Simon**, conseillère: **Marie-France Dionne**, média: **M2 Universal**, infographie: **Laurent Trudel**, réal.: **Ash Bolland**, maison de production: **Umeric**, producteur: **Von Dekker**, son/musique: **Sonart**, **Apollo**, photographe: **Normand Robert**, retoucheur: **Paul Boisvert**, production Web: **TAXI**, **Enfant Terrible**, **Digital Influence**.

OFFRES D'EMPLOI (postes ouverts aux hommes et aux femmes)

Voir offres exclusives à www.grenier.qc.ca/emplois

III **Amazone**: *Coordonnateur de projet Web* avec aptitudes techniques en production. Expérience en agence. C.v.: rh@amazone-communications.com

III **Association québécoise des retraité(e)s des secteurs public et parapublic (AQRP)**: *Secrétaire aux communications*. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Bombardier Produits Récréatifs Inc.** (Valcourt, Québec): *Conseiller(ère) principal(e), Communications de l'entreprise*. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **CBC/Radio-Canada**, secteur de la *Planification stratégique et Recherche: Chef, Recherche Marketing*. Vous contribuerez directement à la maximisation de la croissance des revenus publicitaires. A cette fin, vous mesurerez la performance des produits offerts dans le marché publicitaire canadien par le service commercial. Dirigerez des projets de recherche et superviserez l'utilisation d'analyses comparatives de la performance actuelle et potentielle de Radio-Canada afin de répondre adéquatement aux besoins des clients. Visitez le <http://www.cbc.radio-canada.ca/emplois> Réf. MON01769

III **Centre de Pédiatrie Sociale Centre-Sud**: *Directeur(trice) général(e)*. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Cogeco Câble Inc.**: *Conseiller(ère) principal(e), Communications internes*. Voir les détails à www.grenier.qc.ca/emplois.

III **CPS DIGITAL**: *Vendeur interne* pour l'impression numérique grand format. Région de Montréal. Bilingue. Salaire de base + commission. Avantages sociaux. C.v.: nathalie.chabot@cps-digital.com.

III **CPS SÉRIGRAPHIE**: *Contremaître finition emballage* pour l'usine de sérigraphie (région de Québec). Salaire compétitif. C.v.: ressources.humaines@cpsserigraphie.com.

III **CPS SÉRIGRAPHIE**: *Directeur de production* pour l'usine de sérigraphie (région de Québec). Exp. de l'imprimerie obligatoire et gestion de personnel. Salaire compétitif et avantages sociaux. C.v.: ressources.humaines@cpsserigraphie.com.

III **CPS SÉRIGRAPHIE**: *Superviseur du département d'infographie et pré-press*. Expérience obligatoire et gestion de personnel. Salaire compétitif et avantages sociaux. C.v.: ressources.humaines@cpsserigraphie.com.

III **Hue web studio**: *Représentant(e) des ventes* qui aura la responsabilité de développer le portfolio de clients utilisateurs. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **La Société de recherche sur le cancer (la SRC)**: *Conseiller(ère), communications et marketing*. Voir les détails à www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Le Devoir**: *Directeur(trice) des ventes publicitaires*. Plus de 15 années d'expérience dans la vente. Voir les détails à www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Les Publications Charron & Cie inc.**: *Adjoint(e) à la recherche et à la photothèque*. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Média Estratègia**, agence boutique spécialisée en placement média à Laval, recherche: *Assistant(e) média junior* (coordination, achat média). Bilingue, autonome, honnête, organisée, rigoureuse et ponctuelle. Expérience requise. Connaissance Microsoft Excel, Word et Power Point. Expédier votre c.v. par tc au 450-625-0487 ou par courriel à linda.simard@mediaestrategia.com

III **Médias Transcontinental**: *Représentant aux ventes - Les Éditions Ma Maison*. De 3 à 5 ans d'expérience en vente publicitaire, maîtrise du français parlé/écrit, bonne connaissance de l'anglais, déplacements requis. Excellentes habiletés de communication, versatilité, enthousiasme et esprit d'équipe. C.v.: www.transcontinentalmedia.com, Section Carrières, «Possibilités d'emploi».

III **Métromédia Plus**: *Coordonnateur(trice) aux ventes*. Min. 3 ans d'exp. dans le domaine. Parfaitement bilingue. Excellente connaissance de la suite Office pour Windows. Souci du détail; esprit d'équipe; poste permanent. Le(la) coordonnateur(trice) aux ventes devra travailler avec les directeurs des ventes pour assurer le bon déroulement des campagnes d'affichage, faisant le lien entre les agences/clients, la production et l'installation dans les divers marchés du Canada. C.v.: jsdesjardins@metromediaplus.com.

III **Promoflex International inc.**: *Service à la clientèle / support aux ventes*. Bilinguisme essentiel. Voir détails www.grenier.qc.ca/emplois.

III **Publicité Sauvage**: *Vendeur externe*. Prospection de nouveaux clients et développement de marchés. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **RHR Expert Recherche de cadres**: *Adjointe au recrutement*. Poste permanent 2 à 5 jours par semaine. Voir www.grenier.qc.ca/emplois.

III **SITQ**: *Conseiller(ère) principal, Communications, affaires publiques et Marketing*. Voir les détails à www.grenier.qc.ca/emplois.

III **TVA Publications**: *Concepteur(trice) graphique*, magazines hebdomadaires, pour remplacement lors de différents congés. Voir www.grenier.qc.ca/emplois

III **TVA Publications**: *Directeur(trice) de comptes Édition sur mesure*. Voir les détails à www.grenier.qc.ca/emplois.

OFFRES D'EMPLOI (suite)

III **Vision Globale**, la plus importante entreprise québécoise de services créatifs et techniques dans le domaine du cinéma et de la télévision, est à la recherche d'un **Motion Designer**. Maîtrise des logiciels After Effects, Photoshop, Illustrator. **Connaissance du Cinéma 4D un atout**. Minimum 3 ans d'expérience. Poste permanent, temps plein + avantages sociaux. Venez vous joindre à une équipe dynamique de créatifs ! Merci d'envoyer vos démos à e-ressourcehumaines@visionglobale.com. Seuls les candidats retenus seront contactés.

III **Windsor - Salles de bal**: *Adjointe administrative, marketing et service aux locataires*. Bilingue, autonome, initiative et travail d'équipe. Expérience de trois (3) à cinq (5) ans. C.v.: nngwan@lewindsor.com.

NOMINATIONS

→ **Manon Béland** (ex-Le Devoir, -Groupe TVA, -Banque Nationale) a été nommée directrice générale des ventes, du financement et du marketing de **Télé-Québec**. Elle succède à **Jean Mongeau**. Elle entrera en fonction le 1^{er} octobre. 514-521-2424.

→ **CARTIER** bonifie l'expertise de son équipe de direction en accueillant **Bruno Lemieux** (ex-directeur de groupe convergent chez Cossette) à titre de vice-président service-conseil. De plus, l'agence reçoit **Nassim Assadi** (ex-Taxi) comme chargée de projet au service-conseil. 514-270-6061.

III Au **Journal de Québec**, **Éric Cliche**, qui occupait jusqu'à tout récemment le poste de chef des nouvelles, a été promu directeur de l'information. Par ailleurs, l'ancien directeur de l'information, **Donald Charette**, accède quant à lui à la direction du bureau politique de **Sun Media** sur la colline parlementaire à Québec. Ce bureau nouvellement créé réunira l'ensemble des experts du **Journal de Québec** en la matière.

III **Précision Publicité** a nommé **Carrie Sanders** (ex-GA et associés) gestionnaire de relations publiques.

III **Tapage Communication** accueille **Sylvie Leblanc** (ex-Tam-Tam\TBWA, -Blitz) au poste de conseillère en communication.

III **Zone3** a nommé **Brigitte Lemonde** vice-présidente au développement. Elle conservera également son titre de vice-présidente disques et spectacles. De plus, l'entreprise accueille **Dominique Chaloult** pour réaliser des mandats ponctuels au poste de consultante en production et développement.

À COMMANDITER

III Commanditaires recherchés pour la 29^e édition de la **Soirée-Théâtre Janine Sutto** qui aura lieu le 1^{er} février 2010 au Théâtre Jean-Duceppe. Une soirée en 3 actes avec plus de 700 invités! Info: 514-381-2300, poste 34 ou sophie.barrette@amdinfo.com.

ALLÉLUIA

III Pour une troisième année consécutive, **CG3** a été le studio de graphisme canadien ayant remporté le plus de prix **Vision Awards**, un concours organisé par la **League of American Communications Professionals (LACP)** dans lequel ont été présentés plus de 3500 rapports annuels provenant de 22 pays. **CG3** et neuf de ses clients (**Caisse de dépôt et placement du Québec**, **Téléfilm Canada**, **Loto-Québec**, **BDC**, **SAQ**, **Gildan**, **Supremex**, **Commission canadienne du tourisme** et **Société du Père Noël**) ont cumulé un total de 19 prix, soit près du double de l'an dernier. Parmi ces prix se retrouvent trois **Top 100** (**Caisse de dépôt et placement du Québec**, 10^e, **Téléfilm Canada**, 31^e et **Loto-Québec**, 64^e), six prix **Platinum** (**Caisse de dépôt et placement du Québec**, **Téléfilm Canada** et **Loto-Québec**), trois prix **Gold** (**Gildan**, **BDC** et **Loto-Québec**), quatre prix **Silver** (**SAQ**, **Société du Père Noël**, **Fonds de revenu Supremex** et **Commission canadienne du tourisme**), et deux prix **Bronze** (**Téléfilm Canada** et **Commission canadienne du tourisme**). **CG3** a également été nommée l'une des sept agences du monde entier récompensées dans la catégorie *Agence de l'année*. 514-286-5600.

INNOVATIONS.NET

Le nouveau **COUP de POUCE**.com
Plus de 400 000 visiteurs
uniques par mois!

Visitez : le-compas.ca/coupdepouce

III Deux carrés de chocolat ont fait leur apparition sur le Web dans une animation afin d'encourager les citoyens à privilégier la certification équitable dans leurs achats de chocolat. Créée par l'agence interactive **Revolver 3**, cette animation fait partie de la nouvelle campagne de sensibilisation d'**Équiterre** sur le chocolat équitable, qui se déroulera principalement sur le Web au www.pareilpaspareil.com. La campagne «Pareil, pas pareil» dévoilera les véritables différences entre le chocolat conventionnel et équitable par la voie du Web. En plus d'une animation, dans laquelle les acteurs **Germain Houde** et **François Papineau** ont prêté leur voix, un site permettra aux citoyens de tester leurs connaissances sur le chocolat équitable.

Magazine

Infopresse Octobre:

Dossier: Relations publiques et Radio
Réservation: 7 sept. Matériel: 14 sept.
Publicité: 514-842-5873, poste 2225INFOPRESSE^{IP}

CRÉDITS

III **Wescan Optical**, en collaboration avec **Précision Publicité**, inaugurera cet automne **Evatik**, sa nouvelle marque de lunettes pour hommes. **Précision**, qui a notamment participé au lancement des campagnes de **Fysh UK** et de **Kliik denmark**, deux autres gammes de produits de **Wescan**, contribuera aussi à la planification stratégique des relations publiques, à la création du site Web et à l'ensemble du matériel imprimé afin d'établir et de promouvoir la nouvelle collection. Info: **Carrie Sanders**, 514-343-4949, poste 121.

INNOVATIONS (suite ci-contre)

→ Le centre commercial **Laurier** a lancé le volet automnal de sa plateforme publicitaire réalisée par **Ig2boutique**. Toujours sous la signature «Là où les tendances se dessinent», la nouvelle campagne sera déclinée en message télé, journal, *retail design*, magazine et affichage dans le centre. Clients: **Pierre Léveillé** et **Hélène Lemieux**. Agence: **Ig2boutique**, directeur de création: **Claude Auchu**, conception et direction artistique: **Julie Bisson**, paroles: **Sophie Bordes**, service-conseil: **Alexandra Laverdière** et **Sandie Lafleur**, planification stratégique: **Pénélope Fournier**, maison de production: **Cinélande**, réalisateur: **Guillaume de Fontenay**, producteur: **Frédéric Desproges**, musique: **Studio Apollo**, illustrateur: **Collagène - Mydeadpony**, postproduction: **Fly studio**, studio de son: **Boogie**.

→ **Publicis Montréal**, sous la direction de création de **Nicolas Massey**, a signé une campagne imprimée pour son client **Duro Vitres d'Autos**. L'offensive a pour but de sensibiliser les femmes à l'importance de la réparation du pare-brise. Client: **DURO Vitres d'Autos**. Agence: **Publicis Montréal**.

→ **Réservoir** signe une nouvelle campagne d'affichage pour la **Cidrerie Michel Jodoin**. L'exécution superpanneau souligne la grande qualité du cidre rosé mousseux. Des exécutions tactiques sont affichées autour du siège social de la **SAQ**. Clients: **Francine Déry**, **Michel Jodoin**. Création et rédaction: **Marie-Ève Daviau**, **Yves Perreault**, service-conseil: **Simon Boulanger**, d.a.: **Marie-Ève Daviau**, photo: **Harold Fortin**, retouches: **Éloi Champagne**, média: **Réservoir**.

→ L'agence **TAXI Montréal** et la maison de production **The Garden** ont conçu un message publicitaire cinéma et télévision pour l'organisme **Marche Action Sida**. Cette initiative vise à faire prendre conscience aux Canadiens de la progression du virus du sida, aider les personnes atteintes et inviter les gens à participer à la marche annuelle de septembre. Ce message d'intérêt public sera diffusé à la télévision, sur le circuit fermé des succursales de la **Banque Scotia**, sur le panneau d'affichage électronique de **Dundas Square** à Toronto, avant les films dans les cinémas **Cineplex Odeon** (plus de 80 000 fois partout au Canada) et dans les réseaux publicitaires de plusieurs régions. Dir. création: **Patrick Chaubet**, c.-r.: **Andrew Lord**, d.a.: **Daniel Jacob**, planif. stratégique: **Anne-Marie Leclair**, dir.-conseil: **Lucy Goode**, maison de prod.: **The Garden**, prod. exécutif: **Bruce Dawson**, dir. création: **Stefan Morel**, réal.: **Christian Langlois**, **Gianni Converso**, **Jason Lapeyre**, D.O.P.: **Michael Wees**, **John Lindsay**, photographes: **Zuzana Hudackova**, **Ric Frazier**, **Jean-François Bérubé**, **Keri Knapp**, motion design et textures: **Hopr NYC**, montage: **Rooster**, Toronto, son/musique: **Siblings (Mario Grigorov)**.

→ L'agence **Les Évadés** a conçu une campagne Web pour son client **Proprio Direct**. Une campagne radio ainsi que différents outils de communication (marketing direct) ont également été produits afin de faire la promotion du site www.propiodirect.com. Client: **Robert Petit**. Agence: **Les Évadés**, création: **Charles Gagnon**, **Benoît Lach**, **Vincent Lafortune**, **Sébastien Roy**, service clientèle: **Marie-Pierre Goyer**, infographie: **Jin Chen**, web designer: **H2H interactif**, son: **Sonart (Vincent Dufour)**.

→ Le 21 septembre, douze finissants en Formation supérieure en cuisine de l'ITHQ concocteront des plats «coup de cœur» pour une brochette d'invités triés sur le volet. Les plats sont au menu des grandes maisons gourmandes de France qui ont accueilli les jeunes finissants en stage pendant trois mois. La **Fondation de l'institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (FITHQ)**, organisatrice de cet événement, a confié à **Rinaldi** la responsabilité de la communication: carton d'invitation, carte-réponse, menu, papeterie, etc. Les bénéfices de la soirée serviront à la création d'un Fonds de soutien en entrepreneurship dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. Serv.-conseil: **Michel Deninno**, dir. création: **Suzie Simard**, d.a.: **Emmanuel Campeau**, rédaction: **Gilles Royal**.

→ **attitude marketing** a développé, pour les **Producteurs laitiers du Canada**, la campagne nationale de la crème glacée. La campagne imprimée vantait pour la première fois les mérites et avantages de la véritable crème glacée, toutes marques confondues, et mettait les consommateurs en garde contre les desserts déguisés en crème glacée. La campagne «Crème glacée - Crime glacé» / «Nice Cream - Ice Crime» a été conçue dans les deux langues et a été diffusée dans près de 40 des plus grands quotidiens du pays. Cliente: **Claire Payette**. Création: **Marc-André Cright**, **Dan Nielsen**, **Bob Préfontaine**, service-conseil: **Nadia Bossé**. Info: **Patrick Boulanger**, **Dan Nielsen**, 514-878-8113.

III Le **Groupe Duval** et son agence **Imagine, entrepôt d'idées** ont choisi la station **NRJ Montréal 94.3** pour diffuser la promotion «Toune de char», qui se déroulera jusqu'au 28 septembre. Cette promotion permettra à un auditeur chanceux de gagner une location d'automobile d'une durée de deux ans et de changer de voiture tous les 6 mois. Il aura ainsi la chance de conduire jusqu'à 4 véhicules vendus par le **Groupe Duval** qui compte six bannières: **Mercedes-Benz**, **Toyota**, **Mazda**, **Volvo**, **Smart** et **Volkswagen**. Agence: **Imagine, entrepôt d'idées**, chargé de compte: **Claude Fortin**, créativité média: **Marianne Clavet**.

APCM - NOUVELLES

Le prochain 5 à 8

Nos 5 à 8 reprennent dès le 24 septembre! L'**APCM** est la référence incontournable de notre profession et regroupe plus de 70% des décideurs des métiers de la communication et du marketing. Dans le cadre de nos fameux 5 à 8, l'**APCM** a décidé, pour l'année 2009-2010, de vous offrir un cocktail de saveurs professionnelles de haut niveau qui vous permettront de vous enrichir, de rencontrer des leaders, d'écouter des histoires à succès, de découvrir de nouveaux concepts, de nouvelles technologies et de nourrir votre créativité et votre passion. Inscrivez la date à votre agenda dès maintenant. Les détails suivront sous peu au www.apcm.biz.

INNOVATIONS (suite)

→ Mandatée par l'équipe du **Commensal**, **Minimal Médias** a créé un nouveau concept de crèmerie. Avec l'objectif de développer une chaîne de crèmeries ciblant les milieux urbains et familiaux, l'agence a donné naissance au **dr. fröst**, un personnage excentrique, mi-cuisinier, mi-savant fou. Situé sur Saint-Denis, en plein cœur du quartier latin, le premier espace **dr. fröst** a été entièrement conceptualisé par **Minimal Médias**, incluant l'ensemble des éléments visuels tels que logo, signature graphique, site Web (www.drfröst.ca), menus, etc. Clients: **Yves Labrecque** (chef de marque) et **Simon Duchêne** (gestion de projet). Directeur création: **Pierre-Emmanuel Messier**, concepteur-rédacteur: **Nicolas Ritoux**, architecte: **Carolyne Fontaine**, service-conseil: **Simon Gervais**.

→ Pour souligner son 20^e anniversaire, le magazine **Elle Québec** s'associe à **Chanel**, **Alliance Vivafilm** et **Atout France** pour la première du film **Coco avant Chanel** à l'occasion de laquelle une soirée «tapis rouge» aura lieu le 13 septembre. L'actrice **Audrey Tautou** et la réalisatrice **Anne Fontaine**, ainsi que plusieurs personnalités québécoises seront présentes à cet événement. Une promotion exclusive offrira à 100 lectrices la chance d'assister à cette première médiatique. Un concours additionnel permettra à une grande gagnante de remporter un voyage de luxe à Paris, en partenariat avec **Air France** et l'hôtel **Fouquet's Barrière Champs-Élysées**, et de visiter l'appartement de mademoiselle **Chanel**. Le film sera en salle le 25 septembre.

III L'**Association des illustrateurs et illustratrices du Québec (AIQ)** a procédé à la sortie officielle de l'**Agenda 2010 des illustrateurs du Québec**, créé en collaboration avec la maison d'édition **Hurtubise**. Composé de plus de 50 illustrations différentes, cet outil allie les fonctionnalités d'un agenda aux oeuvres d'illustrateurs québécois. Cette agenda 16 mois est disponible dans toutes les librairies ainsi qu'auprès de l'**AIQ**. 514-522-2040.

ÉVÉNEMENTS (voir aussi www.grenier.qc.ca/evénements)

■ **9 sept.** - Le formateur en développement des affaires publicitaires **Michel Huet** (www.michelhuet.com) lance une nouvelle formation à l'intention des agences de communication: «Comment développer de nouveaux clients VII». L'événement d'une journée aura lieu le 9 septembre au loft de pigeefolio.com. Info - inscription: info@michelhuet.com ou 514-862-5964.

■ **16 sept.** (8h30) - **RDV Média**, l'événement annuel des médias, au Centre Mont-Royal. Info - réserv.: 514-842-5873 et www.infopresse.com/conference.

INFOPRESSE[®]

■ **23 sept.** (8h30) - **Journée Infopresse** portant sur les communications événementielles, au Centre Mont-Royal. Info - réserv.: 514-842-5873 et www.infopresse.com/conference.

■ **17 et 18 sept.** - Séminaire et atelier sur le marketing de la cause donnés par **Richard Leclerc (Publici-Terre)** avec des invités dont **Gilles DuSablon** (Sam Communication, ex-v.-p. création de Marketel). À partir de 195\$ par personne. Au Domaine Tomali-Maniatyn, 377, rue Maple, Sutton. Info et programme complet à marketingdelacause.blogspot.com.

■ **22 sept.** - Atelier de formation de l'**ACA** spécialement conçu pour les annonceurs: «Comment obtenir des campagnes créatives pertinentes et percutantes». Info - insc.: www.ACAweb.ca (section «Perfectionnement professionnel»).

■ **23 sept.** - Premier symposium organisé par le **Centre d'études AAPQ-Infopresse sur les communications marketing** de la Chaire en relations publiques et communication marketing sur le thème «Le nouveau visage de l'industrie publicitaire - Internationalisation, médias et métiers». Lors de cette journée, de grands noms des agences de publicité aborderont différentes thématiques: l'internationalisation de l'industrie publicitaire (stratégies, approches), le rôle des différents médias dans la transformation de l'industrie publicitaire et la relève en parlant de différents métiers présents en agences de publicité. À l'UQAM, Cœur des Sciences, salle Polyvalente (200, rue Sherbrooke Ouest). Info - inscription: www.crp.uqam.ca/Pages/symposium_avenir.aspx.

■ **23 sept.** - Sixième édition du **Forum Tremblant** portant sur les questions et les tendances en matière de capital humain et la responsabilité sociale. Des dirigeants d'entreprises internationales, des universitaires et des gens d'affaires fortement impliqués dans la communauté discuteront du rôle que jouent les employés et les partenaires engagés dans le développement d'une entreprise et d'une société durable. L'événement sera, pour la première fois cette année, l'hôte des **Prix québécois de l'entreprise citoyenne Kom/Ferry - L'Actualité - NATIONAL**. Pour plus d'information: www.forumtremblant.org.

■ **24 sept.** - Atelier de formation de l'**ACA** spécialement conçu pour les annonceurs: «Être client et contribuer au succès de son site Web». Info - insc.: www.ACAweb.ca (section «Perfectionnement professionnel»).