

cyberpresse.ca

LA PRESSE

ASSOCIATION
MARKETING
DE MONTRÉAL

PCM

TAPIS ROUGE

GALA AMM-PCM 2007
1^{ÈRE} ÉDITION

MOT DES COPRÉSIDENTS DE L'AMM-PCM

CES FORCES QUI NOUS DISTINGUENT

MOT DE LA PRÉSIDENTE
DU GALATAPIS
ROUGE!

JOHANNE AUGER

*Présidente du gala
Associée, agent de marques
de commerce
BCF*

Il se déroule ce soir, tant pour notre nouvelle association que pour le nouveau Concours Stratégies, mais aussi pour nos finalistes, tous plus méritants les uns que les autres, et, bien évidemment, pour nos lauréats que nous célébrons en grande pompe!

Cette première édition tant attendue du Gala de l'AMM-PCM se veut une occasion unique de nous rassembler et festoyer, de réitérer notre appartenance à cette industrie en constante évolution qui continue de susciter nos passions, de relever le défi de ne faire qu'un et ainsi concrétiser l'union de nos forces. Ce tapis rouge, il est pour nous. Occupons-le. Défilons-y ensemble avec fierté.

Tapis rouge également pour nos fidèles membres et bénévoles – dont ceux du Comité Gala que je remercie chaleureusement pour tous leurs efforts et leur indéfectible appui – car cette soirée se veut la vôtre! Appropriiez-vous-la, laissez-vous porter par l'esprit de la fête, le glamour et la fantaisie car, après tout, ce soir nous sommes tous un peu star! Place à la fête!



RICHARD PORTELANCE

*Coprésident de l'AMM-PCM
Directeur général
Vente et marketing
Radio-Canada*

À l'heure où de nombreuses entreprises sont touchées par la mondialisation et la centralisation de leurs activités, l'industrie du marketing et des communications se doit de réfléchir à son avenir pour s'adapter à une nouvelle réalité. Le rapport du CICQ indique que la très grande majorité des budgets publicitaires nationaux des grandes entreprises canadiennes et internationales est maintenant contrôlée par les bureaux de Toronto.

En ces temps de changements et de réorganisation dans tous les milieux, il nous faut repenser les choses si l'on veut que tous les talents dans toutes les professions du marketing soient développés et reconnus au sein des organisations du Québec et à l'extérieur.

Il nous faut surtout tabler sur les forces qui nous permettent de nous

distinguer. Ainsi, si l'industrie de l'énergie est au cœur de l'association marketing de Houston, on peut affirmer que l'industrie de la communication publicitaire, avec sa langue et sa culture uniques, est au cœur du marketing à Montréal. En fait, chacun des 78 chapitres de l'American Marketing Association possède un caractère spécifique et Montréal n'y échappe pas.

C'est en étant créatif dans toutes les professions liées à notre industrie et en mettant de l'avant nos talents, nos forces et notre unicité que nous parviendrons à nous différencier, à nous démarquer et à transformer cette menace potentielle en opportunité. Il y a indéniablement beaucoup de talents au Québec. Il faut faire en sorte que nous ayons une structure, un lieu de rendez-vous qui servira de plateforme

pour encadrer et magnifier ces talents.

Il n'est pas facile de mettre en commun deux grandes entités qui avaient chacune une personnalité forte. Il y a beaucoup d'obstacles qui viennent parfois du cœur, parfois de la raison, tandis que les façons d'y parvenir sont nombreuses. Mais l'important, c'est de s'impliquer, car chaque talent compte... votre talent compte.

Par votre seule présence ici ce soir, vous démontrez votre implication.

Merci



DANIEL RICHARD

*Coprésident de l'AMM-PCM
Directeur général
Quebecor Vente Medias*

MOT DU PRÉSIDENT DU CONCOURS STRATÉGIES

STRATÉGIE, RÉALISATIONS, RÉSULTATS :
PRIX STRATÉGIE!

FRANÇOIS LA ROCHE

*président du Concours
Stratégies
Premier associé
Groupe-conseil Vectis*

talent des décideurs et des créateurs du milieu du marketing et des communications au Québec.

Notre but est d'honorer notamment l'intelligence et le talent du décideur, mais aussi des professionnels et des créateurs qui l'entourent et l'appuient pour atteindre des résultats exceptionnels. Le concours vise ainsi à placer « l'équipe » au centre de la scène. Quand le travail est celui d'une équipe, la victoire l'est aussi! Tout le monde y gagne.

Décideurs en entreprise (grande ou petite), organismes sans but lucratif, agences, média, artisans, chercheurs et scientifiques du domaine; tous seront désormais invités à soumettre leur travail au jugement de leurs pairs. Grâce au Concours Stratégie, ils auront l'occasion, année après année, de faire reconnaître leur talent et leur

génie dans l'une des cinq catégories qui qualifiera le mieux leurs actions : créativité, innovation, audace, impact et efficacité.

FAIRE LES CHOSES
AUTREMENT

Le Concours Stratégies n'est pas le concours Personnalité Marketing, qui a connu quinze merveilleuses années d'existence et de succès. Il est différent aussi de celui des Coqs, que nous attendions impatiemment à chaque année depuis si longtemps.

Ainsi, le Concours Stratégies marque une nouvelle ère. Il offre à ses participants et à l'industrie une plateforme idéale pour démontrer ce qu'un travail d'équipe inventif, créatif, efficace et intelligent permet d'accomplir.

Et plus il y aura de participants, plus la compétition sera forte et plus les prix remportés vaudront leur pesant d'or.

UN PREMIER
SUCCÈS

J'ose croire que cette première édition sera reconnue comme un véritable succès et j'en serai très fier. J'en profite d'ailleurs pour remercier les bénévoles de l'Association qui se sont démenés pour créer ce nouvel outil de promotion du talent québécois dans le domaine du marketing et des communications.

Belle et longue vie au Concours Stratégies! Et félicitations à tous les participants, finalistes et lauréats de cette première édition.

COMITÉ ORGANISATEUR GALA

Johanne Auger
BCF**Claire Belliveau**
CGI**Élaine Boily**
Réseau Canoë, Quebecor Media**Carolina Bravo**
AskMen.com**Marie-Ève Côté-Pallascio**
LXB Communication Marketing**Robert Duhamel**
Cyberpresse.ca, Mon toit.ca et Mon volant.ca**Anne-Marie Foisy**
Le Saint-Sulpice Hôtel Montréal**Caroline Gagnon**
TVA Publications**Isabelle Galarneau**
Fleurs et gourmandises**Stéphane Gauvin**
Impact Média**Valérie Hasik**
VSM**François La Roche**
Groupe-conseil Vectis**Louise Laroche**
Radio-Canada**Nathalie Lesage**
Harissa**Geneviève Lussier**
Harissa**Sylvie Paquette**
Groupe de sociétés Westcliff**Geneviève Trotter**
Banque Nationale**Frédéric Turgeon**
NewAd

RADIO-CANADA

RADIO | TÉLÉVISION | INTERNET

VOTRE SERVICE PUBLIC

PRÉSENTE

LA 1^{ÈRE} ÉDITION DU
GALA AMM-PCM

EN COLLABORATION AVEC



De partout... jusqu'à vous

LA PRESSE

AVEC LA PARTICIPATION DE

Canoë

Ministère du Développement économique,
de l'Innovation et de l'Exportation

Sympatico/MSN

The Gazette

ET

Aeroplan
Agnus Dei
Fake Studio
Infopresse
Le Grenier
aux nouvelles
Le Soleil
Les Ateliers
Numériques

Les Évadés

Mandarine 24
NewAd
Onyris
Pecunia
Productions Harissa
Viviane Roy
communications
Zoom Média

Près de 15 millions de paires d'yeux pourraient voir votre message.



Votre message pourrait être vu par près de 60 % des internautes canadiens. Le Réseau Olive Canada vous offre le moyen le plus simple et efficace d'acheter des impressions publicitaires ciblées. Voyez notre vaste sélection de sites canadiens sur reseauolivecanada.com (514) 285-6997



réseauolivecanada

LE CONCOURS STRATÉGIES

Le concours Stratégies innove en présentant des catégories qui sortent des lieux communs. Nous tenons à souligner la qualité et la nature du travail d'individus, d'équipes et d'entreprises qui se démarquent par leurs décisions et leurs réalisations, en équipe et avec une approche unique, remarquable.

Plutôt que de proposer les catégories usuelles basées sur le livrable ou sur la forme (un type de campagne, une publicité, un site web), nous misons sur la manière et le caractère de la stratégie mise de l'avant.

CATÉGORIES :
IMPACT,
EFFICIENCE,
INNOVATION,
CRÉATIVITÉ ET
AUDACE

MOT DU PRÉSIDENT DU JURY

FAIRE SA MARQUE PARMI LES MEILLEURS !



PIERRE L'HEUREUX
Président jury
Directeur national commercial
Radio-Canada

Puisque le concours Stratégies AMM-PCM en est à sa première édition, il va sans dire que nous avons dû consacrer une bonne dose d'énergie, de temps et d'idées à jeter les bases de cet événement qui vise à mettre en valeur les talents de notre industrie. Mais quel plaisir nous avons eu à le

faire! Et ce soir, nous célébrons des professionnels du marketing et des communications qui ont su se démarquer par leurs réalisations exceptionnelles et leur travail d'équipe hors pair.

Pour la première année de son existence, le concours Stratégies a été privilégié par la grande qualité des dossiers de candidatures reçus. Innovation, créativité, audace, impact et efficacité sont décidément au rendez-vous et nous avons été grandement impressionnés par la passion qui anime nos finalistes. En cette soirée de Gala, vous verrez défiler ceux qui ont su s'illustrer parmi les meilleurs.

Ce ne fut pas une mince tâche pour les membres du jury que de choisir parmi autant de candidatures de

grande qualité, mais nous nous en réjouissons car cela démontre le haut calibre déjà atteint par le Concours. Ainsi, je profite de l'occasion pour remercier les membres du jury de présélection et ceux du jury pour leur excellent travail, leur rigueur ainsi que leur incommensurable générosité.

Au nom de tous les membres de l'AMM-PCM, je tiens à féliciter les gagnants et les finalistes pour leur contribution au rayonnement du marketing et des communications dans l'ensemble du monde des affaires.

Félicitations à tous !

CONCOURS STRATÉGIES

MEMBRES DU JURY



PIERRE L'HEUREUX
Directeur national commercial
Radio-Canada



SYLVIE BOURGET
Directrice générale
Partenariats de voyage
Aéroplan



NICOLE DELORME
Directrice générale
Associée et vice-présidente principale
Cabinet de relations publiques
NATIONAL



NICOLE DUBÉ
Directrice du marketing-Québec
Fédération des producteurs de lait
du Québec



RENÉ BOUSQUET
Associé
Trio Capital



LOUIS GAGNON
Vice-président marketing
Monster



FRANÇOIS FORGET
Vice-président et directeur-général
Cossette Communication-marketing



JEAN-JACQUES STRÉLISKI
Vice-président et directeur de la
planification stratégique et créative
Publicis



LOUIS-ÉRIC VALLÉE
Président et chef de la direction
Saint-Jacques Vallée Young
& Rubicam

MEMBRES DU PRÉ-JURY

SONYA BACON
Directrice
Service-conseil
TAXI Canada

LAURA GUTIERREZ
Gestionnaire Développement
des affaires
Alimentation Couche-Tard

FRANÇOIS LA ROCHE
Premier associé
Groupe-conseil Vectis

PIERRE L'HEUREUX
Directeur national
commercial
Radio-Canada

HUBERT SACY
Associé principal
Bleublancrouge



COMITÉ ORGANISATEUR DU CONCOURS

Thomas Berber
Jonathan Brown
HEC

Vincent Champagne
Radio-Canada
Bruno Desjardins
Radio-Canada

Caroline Gagnon
TVA Publications
Laura Gutierrez
Alimentation Couche-Tard

Fabio Interdonato
Alfa Multimedia
Daniela Kozubska
ADM-Lysac

François La Roche
Groupe-conseil Vectis
Pierre L'Heureux
Radio-Canada

Caroline Verret
Novipro

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'AMM-PCM 2006-2007

COPRÉSIDENTS

Richard Portelance
Directeur général, Vente et marketing
Radio-Canada

Daniel Richard
Directeur général
Quebecor Vente Medias

PRÉSIDENTS SORTANTS

Louis Delage
Chef de service, communication numérique
Loto-Québec

Daniel Tardif
Président
I.Q. 7/24

SECRÉTAIRE-TRÉSORIER

Geneviève Trottier
Directrice Marketing événementiel et sociétal
Banque Nationale

ADMINISTRATEURS

Johanne Auger
Associée / Agent de marques de commerce
BCF

Sonya Bacon
Directeur service-conseil
TAXI Canada

Louis Beauchamp
Directeur de formation et conseiller principal
Le Cabinet de relations publiques NATIONAL

Martin Beaulieu
Président
Virage 2.0

Guillaume Brunet
Conseiller principal en marketing – médias
numériques
Médias Continental

Luc Cormier
Vice-président exécutif
Média Experts

Isabelle Dessureault
Directrice générale
Affaires corporatives
Vidéotron

Louis J. Duhamel
Associé
Secor-Taktik

Robert Duhamel
Directeur général
Cyberpresse.ca, Mon toit.ca et Mon volant.ca

Stéphane Gauvin
Président
Impact Média

René Gendreau
Professeur
HEC Montréal

Mélanie Girard
Directrice de création, Associée
Amalgame, créativité stratégique

Manon Goudreault
Directrice Communications
Saputo

Luc Granger
Directeur marketing et recherche
TVA

Patrick Lauzon
Vice-président exécutif
Canoe.ca – Quebecor Media

Sébastien Leblanc
Président
Virus Marketing

Gabriel-Thomas Leclerc
Chirurgien de l'image
ADICC Imagination Stratégique

Roger Plourde
Président
NetMarketingSolution.com

François Sauvé
Président, directeur de la création
RED l'agence

Guy Terroux
Vice-président marketing
Sobeys Québec

Rainer Wellige
Directeur principal, développement des affaires
CESART

DÉFI MARKETING

TD MELOCHE MONNEX 2007

LA CAUSE DES JEUNES EN DIFFICULTÉ INSPIRE L'ÉLITE DE LA RELÈVE EN MARKETING



RENÉ GENDREAU

*Responsable du concours
Défi Marketing
TD Meloche Monnex
Professeur
HEC Montréal*

Comme à chaque année depuis huit ans, le Défi marketing a permis aux meilleurs finissants en marketing de cinq universités québécoises de mettre leurs connaissances, leur créativité et

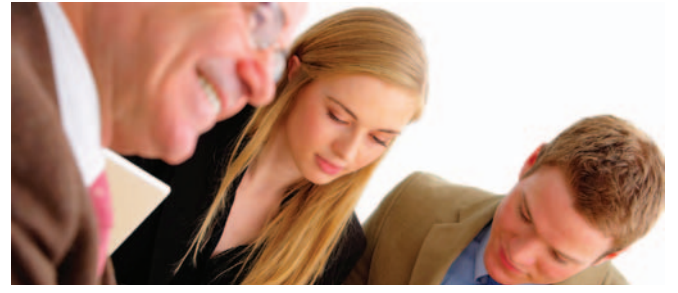
leurs talents de stratèges au profit d'une bonne cause, soit celle des Auberges du cœur, organisme sans but lucratif qui vient en aide aux jeunes en difficulté et sans abri.

Le 5 mai dernier, cinq équipes provenant de l'Université Laval, HEC Montréal, l'Université de Sherbrooke, l'École de gestion John-Molson (université Concordia) et l'École des sciences de la gestion (UQAM) ont présenté le fruit de leur réflexion visant à établir un plan marketing qui contribuerait à mettre cet enjeu sociétal de l'avant dans le paysage médiatique, mais surtout d'aplanir les préjugés envers ces jeunes en vue de changer les comportements philanthropiques à leur égard. Les présentations ont ensuite été

évaluées par un jury composé de professionnels du marketing soit : Pierre Audette, directeur général, Fondation des Auberges du Cœur, Sylvie Bédard, co-présidente SeeKlone, Rémi Fraser, directeur du regroupement des Auberges du Cœur, Caroline LeBlanc, directrice de comptes, Trampoline marketing, Robin Monnière, directeur marketing direct, TD Meloche Monnex.

Merci à tous les étudiants et étudiantes qui ont manifestement pris cette cause à cœur puisqu'ils ont tous livré des projets d'une qualité exceptionnelle.

Merci également aux professeurs qui ont non seulement fait don de leur temps, mais qui se sont engagés personnellement en partageant leurs connais-



sances et en guidant judicieusement ces futurs spécialistes du marketing.

Merci aux membres du jury qui ont dû passer de nombreuses heures à écouter, évaluer et analyser tous ces projets afin de choisir celui qu'ils jugeaient être le plus apte à permettre à la Fondation des Auberges du cœur d'atteindre ses objectifs.

En dernier lieu, un merci des plus sincères à TD Meloche Monnex pour son soutien financier qui a permis à l'élite universitaire en marketing de se dépasser pour une cause qui vise à assurer un avenir prometteur à tous les jeunes.



QUAND LOTO-QUÉBEC MISE SUR LE TALENT DE LA RELÈVE, TOUT LE MONDE EST GAGNANT !



SONYA BACON

*Responsable de la 16^e édition
du Concours de la Relève
Publicitaire de l'AMM-PCM
Directrice service-conseil
TAXI Canada Inc.*

Passion, dévouement, énergie et inspiration : ce pourrait être la recette d'un nouveau cocktail ultra branché, mais il s'agit en fait des ingrédients qui composent l'essence même du Concours de la relève publicitaire de l'AMM-PCM qui en était à sa 16^e édition cette année; un concours où les bâtisseurs de demain unissent leurs forces, se dépensent sans compter et mettent leurs émotions à contribution afin de donner naissance à un concept qui sera peut-être pour eux un tremplin vers la réalisation de leurs rêves.

Bien sûr, il y a eu des moments de découragement, des remises en question, des frustrations et des incertitudes. Mais il y a eu aussi des crises de fous rires, de merveilleux échanges entre complices et une solidarité qui est devenue, au fil de cette expérience unique, le ciment de chacune des équipes en lice. Une fois oubliée la peur de tomber dans les clichés et les idées convenues, ce sont l'audace et l'innovation qui ont pris le dessus pour donner aux participants l'élan nécessaire pour se faire remarquer et se tailler une place parmi les grands de l'univers publicitaire.

Cette année, ce sont huit équipes composées de 48 étudiants provenant de sept universités québécoises (HEC, UQAM, université Concordia, université McGill, Université de Sherbrooke, Université de Montréal et deux facultés de l'université Laval) qui se sont investies dans la conception et le développement d'une « vraie de vraie » campagne publicitaire pour Loto Québec et la deuxième édition de la loterie 10,000 \$ à l'heure.

Pour chacune des équipes, cela a nécessité un investissement absolu. D'innombrables briefings ont succédé aux multiples rencontres et les étapes de réflexion et d'analyse se sont bousculées tandis que le sablier, imperturbable, égrenait inexorablement le temps à l'approche de la date fatidique de présentation.

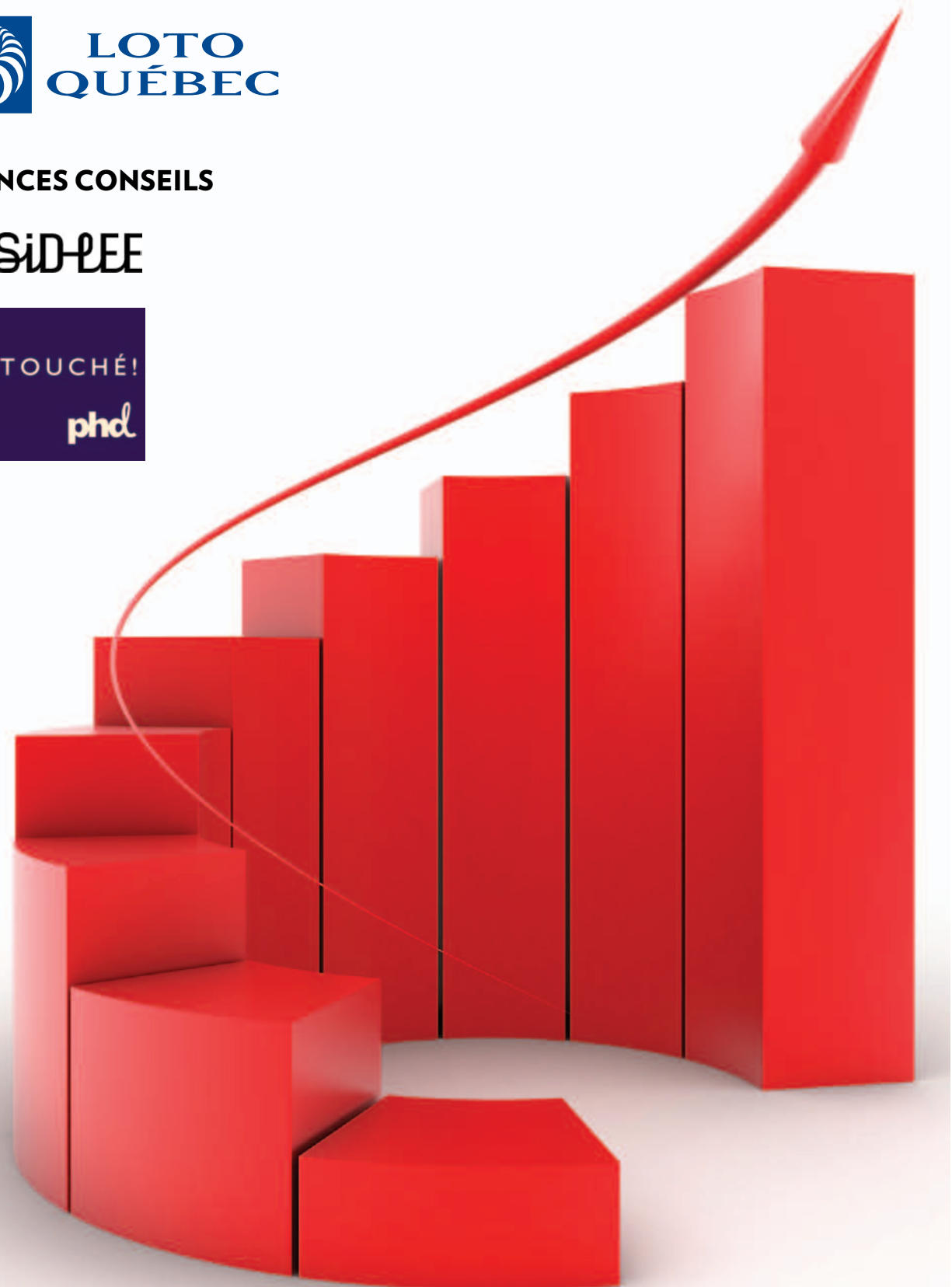
Et qui dit investissement dit forcément chiffres : treize semaines, 91 jours, 2184 heures... mais aussi UN résultat et de vrais gagnants. Les membres du jury n'ont pas ménagé leurs efforts. Lynda Zuliani, Clément Aubin – de Loto-Québec –, Jean-François Fortin, Louis-Thomas Pelletier – de SidLee –, Maxime Corriveau – de Touché!phd – et Sonya Bacon, responsable du concours, ont tous puisé dans leur réserve de temps et d'énergie pour soutenir dans leur cheminement ces futurs bâtisseurs qui ont prouvé qu'ils avaient l'étoffe pour remporter les grands concours professionnels de demain.

16^e ÉDITION
CLIENT PARTENAIRE



AGENCES CONSEILS

SidLEE



FINALISTES

CATÉGORIE IMPACT

PRÉSENTÉE PAR **The Gazette****FAIT DE FAÇON MARQUANTE, VU DE FAÇON FRAPPANTE.**

Avoir mis en place des stratégies et des plans d'action qui se démarquent par leur impact dans le marché. Le rayonnement de l'action sera ressenti à grande échelle.

BOMBARDIER:
CAMPAGNE D'IMAGE PUBLIQUE
AGENCES PARTENAIRES:
TAXI CANADA ET MEDIA EXPERTS

**MME ISABELLE RONDEAU**

Directrice des communications
Bombardier Inc.

ONF:
CAMPAGNE DE PROMOTION DE CANDIDATURE
AUX OSCARS 2006
AGENCES PARTENAIRES:
TELUS COMMUNICATIOS ET JOURNAL MÉTRO

**MME NATHALIE COURVILLE**

Directrice-générale
Marketing et communications
ONF

**FÉDÉRATION DES CAISSES DESJARDINS
DU QUÉBEC:**
CAMPAGNE DE PUBLICITÉ « LES NOMS »
AGENCES PARTENAIRES:
LG2 ET CARAT

**M. PIERRE MORAN**

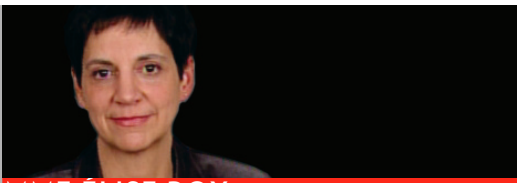
Premier vice-président
Marché des particuliers
Fédération des Caisses Desjardins
du Québec

CATÉGORIE EFFICIENCE

PRÉSENTÉE PAR **Développement économique, Innovation et Exportation Québec****FAIRE PLUS AVEC MOINS, VOIR LA DIFFÉRENCE.**

Avoir mis en place des stratégies et des plans d'action qui se démarquent par leur grand impact généré à moindre coût.

**DIRECTION DE SANTÉ PUBLIQUE
DE MONTRÉAL:**
CAMPAGNE DE PRÉVENTION DU PASSAGE À
L'INJECTION CHEZ LES JEUNES DE LA RUE
AGENCE PARTENAIRE:
LXB COMMUNICATION MARKETING

**MME ÉLISE ROY**

Médecin-conseil
Direction de santé publique
de Montréal

LAVO:
LANCÉMENT DES NOUVEAUX DÉTERSIFS BIO SOUS
LA MARQUE LA PARISIENNE
AGENCE PARTENAIRE:
ALLARD JOHNSON COMMUNICATIONS

**M. RICHARD ARSENAULT**

Vice-président
Ventes et marketing
Lavo

ATTRACTION:
INTRODUCTION D'UNE LIGNE DE VÊTEMENTS
HAUT DE CORPS IDENTIFIÉS DU NOM D'XPLORE
CANADA
AGENCE PARTENAIRE:
COM2MEDIA DESIGN ET TECHNOLOGIES

**M. JACQUES PHILIE**

Directeur-général
Ventes et marketing
Attraction

SKIBROMONT.COM:
CAMPAGNES INTÉGRÉES DE DÉVELOPPEMENT
DES AFFAIRES
PARTENAIRE:
ROGER TREMBLAY

**MME ELAINE PLAMONDON**

Directrice du service marketing
SkiBromont.com

CATÉGORIE AUDACE

PRÉSENTÉE PAR **canoe.ca****FAIT DE FAÇON RISQUÉE, VU COMME UNE ÉVOLUTION/RÉVOLUTION.**

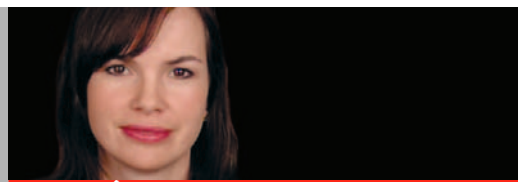
La portée globale de l'action repose sur la façon audacieuse de sa mise en place. Le risque calculé fait partie intégrante de la stratégie, et l'action repose sur la capacité à défier les paradigmes existants. Les résultats entraînent une évolution de l'entreprise ou de l'industrie.

CHAMBRE DES NOTAIRES DU QUÉBEC:
REPOSITIONNEMENT AUDACIEUX DE L'OFFRE ET
DE L'IMAGE
PARTENAIRES:
AGENCES BLEUBLANCROUGE, CARAT ET PIERRE LÉGARÉ

**M. ANTONIN FORTIN**

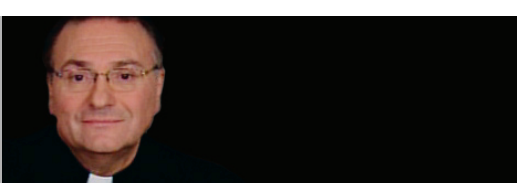
Directeur des communications
CDNQ

GRUPE PROXIM:
LANCÉMENT DE LA MARQUE PROXIM
PARTENAIRES:
BLEUBLANCROUGE, NATIONAL ET BÉLANGER BRANDING

**MME VÉRONIQUE LETTRE**

Directrice Marketing
Groupe Proxim

ÉGLISE CATHOLIQUE DE MONTRÉAL:
CAMPAGNE « SACRES » DE LA COLLECTE
ANNUELLE 2006
AGENCE PARTENAIRE: BOS

**MGR ANTHONY MANCINI**

Évêque auxiliaire et vicaire général
Église catholique de Montréal

REVERSA:
RELANCE DE LA MARQUE
AGENCE PARTENAIRE:
TAXI CANADA

**M. ROBERT LAVOIE**

Président
Dermtek Pharmaceutique

CATÉGORIE INNOVATION

JAMAIS FAIT, JAMAIS VU.

Avoir élaboré une stratégie innovatrice, développé de nouvelles approches ou fait avancer le domaine du marketing et des communications par des idées, des actions, des activités innovantes, totalement nouvelles.

ELODA:
DÉPLOIEMENT DU SERVICE ELODA PROTOCOLE,
LE SERVICE DE VÉRIFICATION
ET DE SUIVI EN TEMPS RÉEL DE LA DIFFUSION
D'ACHATS PUBLICITAIRES

**M. JEAN-FRANÇOIS POULIOT**

Président

HUE AGENCE MÉDIA:
LANCÉMENT D'UN NOUVEAU SERVICE DE VIGIE DE
MARQUE EN LIGNE

**M. ANDREA DOYON**

Président

SPORTDÉCISION:
LANCÉMENT DU PREMIER MÉDIA DÉDIÉ AU
MARKETING ET À LA COMMANDITE SPORTIVE AU
CANADA
AGENCE PARTENAIRE:
VIRAGE 2.0

**M. ALAIN HOTZAU**

Éditeur-fondateur

CATÉGORIE CRÉATIVITÉ

FAIT AUTREMENT, VU DIFFÉREMMENT.

Avoir développé une stratégie créative ou mis en place des actions sortant de l'ordinaire et des sentiers battus, et ce, à partir de composantes déjà existantes (versus l'innovation). La créativité mis en place amène des résultats hors de l'ordinaire.

BOISSON ÉNERGIE:
LANCÉMENT DE PRODUIT

PARTENAIRES:
DRAFT FCB, COTT BEVERAGES**MME CHANTALE SAJÓ**

Directrice Marketing
Alimentation Couche-Tard

**MME EVELYNNE OUELLET**

Directrice-générale
Communication-marketing produits
Astral Media Radio

LISE WATIER:
CAMPAGNE DE PLACEMENT DE PRODUIT
EN MAGAZINE

PARTENAIRES:
CARAT ET MAGAZINE CLIN D'ŒIL**MME MARIE-LISE ANDRADE**

Vice-présidente Création
publicité

REPRÉSENTÉE PAR:

**MME ODY GIROUX**

de Carat

THE GAZETTE:
CAMPAGNE « WORDS MATTER » POUR RAJEUNIR
L'IMAGE DU QUOTIDIEN

AGENCE PARTENAIRE:
BLEUBLANCROUGE**M. BERNARD ASSELIN**

Vice-président Marketing et ventes
Services aux lecteurs

REPRÉSENTÉE PAR:

**M. FRANCIS ARMSTRONG**

de Bleublancrouge