

PLEINS FEUX SUR REEZOMInfo: Jean-François Esposito, 514 516-5732, www.reezom.net**Reezom** produit des images sonores et visuelles, ainsi que des promos, des publicités sonores et visuelles pour la radio, la télévision et les entreprises.**Reezom** offre les solutions créatives les plus efficaces pour percer et s'imposer sur le marché.

Nous sommes un studio spécialisé dans la création d'image de marque auprès des radios et télévisions et nous mettons notre expérience de producteurs au service des entreprises leur assurant ainsi cohérence et pertinence entre le fond et la forme dans leurs outils de communication. Si notre implantation à Montréal nous permet une acuité toute particulière aux nouvelles tendances internationales, nos tarifs restent ceux d'une entreprise de proximité.

Grâce à nos expertises internationales en communication radio/TV, nous sommes aussi le seul studio de création à proposer la production à l'interne d'une communication globale vidéo et image sonore tant pour les radios/TV que pour les entreprises.

Ainsi, nos clients peuvent s'offrir une communication homogène et cohérente tant sur ses événements que sur son identité, car la musique, le logo sonore et la signature chantée sont aussi adaptés à sa communication vidéo et graphique.

«Travailler pour accroître la notoriété et l'impact du client dans son marché est notre objectif. On ne livre pas juste un bon produit musical ou visuel, on livre une arme marketing efficace», mentionne **Jean-Sébastien Esposito**, directeur chez **Reezom**.**Reezom** a acquis une solide réputation pour sa créativité et sa fiabilité en livrant des habillages visuels pour **MFM TV**, **MSS TEAM**, **OxygeneTV**, **France4** et **RougeTV**, sans oublier ses publicités radio et TV pour **Yop**, **Yoplait** et **Mondial Parebrise**.**Reezom** est un studio de création offrant une approche globale du branding via la vidéo, le design sonore et le graphisme et fait déjà entendre ses créations en Europe, en Afrique, dans les Caraïbes et bien sûr, au Québec et au Canada.Le site web reezom.net est aussi l'une des multiples manières d'apprécier la fine «touch» de toute l'équipe chez **Reezom**. *When Brand Matters...**Vous désirez faire parler de vous et ainsi profiter d'une belle visibilité et ce, gratuitement? Faites comme **Reezom** et envoyez-nous un texte d'environ 700 mots à l'adresse nouvelles@grenier.qc.ca faisant état des récentes réalisations dont vous êtes le plus fier!***SUR LE WEB****III** Le site web du **Grand Prix du Canada** (circuitgillesvilleneuve.ca) a eu droit à une refonte signée **HPJ**. Il s'agit de la deuxième refonte du site pilotée par l'agence montréalaise. En plus d'avoir repensé les fonctionnalités du site, **HPJ** en a modernisé le design afin d'offrir une expérience optimale aux utilisateurs. Le site a également été pensé pour permettre une mise à jour simplifiée par les promoteurs. Le site adaptatif permet aux amateurs du **Grand Prix** de se procurer des billets ou de réserver une loge plus facilement. Le classement des pilotes pourra aussi être consulté sur le site tout au long de la saison. Enfin, les amateurs pourront partager leurs expériences sur les réseaux sociaux.**III** **Tink**, en collaboration avec **Cossette**, a lancé une page web unique (viarail.ca/fr/qui-est-partant) dans le cadre de la campagne *Qui est partant?* de **VIA Rail** où sont rassemblés les témoignages vidéos de réels amoureux du train. **Tink** a assuré la conception, l'intégration et le développement de la page et a travaillé en collaboration avec **Cossette** sur l'arrimage numérique de la campagne. La page est adaptative et évolutive. Des améliorations numériques, dont l'ajout d'une nouvelle section interactive où des offres personnalisées pourront être offertes, sont ainsi prévues au cours des prochains mois. Rappelons que la campagne *Qui est partant?* s'inscrit dans une perspective de révision d'orientation stratégique de **VIA Rail** et met en vedette des voyageurs et leur relation avec le transporteur. Client: **Via Rail**. Agence numérique: **Tink**, agence: **Cossette**, agence média: **Touché!**, son vidéo: **Studios Apollo**.**III** **Coutu communication** a conceptualisé, conçu et intégré le nouveau site web du **Centre Épic** (www.centreepic.org) de l'**Institut de cardiologie de Montréal**. **Coutu** a aussi revu la stratégie de communication, l'optimisation SEO ainsi que l'architecture du site. Ce dernier, qui a été construit avec la nouvelle interface de **Coutu communication**, comprend plus de 100 pages de contenu, deux blogues et des nouvelles. Il inclut aussi un constructeur de pages intégré qui propose une interface *Drag & Drop* claire, intuitive et rapide.**III** **Lichen** a imaginé et lancé la nouvelle plateforme d'achat de livres neufs en ligne **Robert veut lire** (www.robertveutlire.com). **Robert veut lire** est un service de lecture, par abonnement, soutenu par de la haute technologie (statistiques avancées et intelligence artificielle) et affiné par des libraires expérimentés. La plateforme permet en outre de créer un ou plusieurs profils littéraires, de choisir une fréquence et un budget pour recevoir des livres choisis personnellement par des libraires. Avec ce nouveau service, **Lichen** veut permettre aux lecteurs de payer moins pour leurs livres (économies d'environ 15% sur le prix des livres neufs) et d'obtenir des conseils de libraires, comme si vous étiez à la librairie, sans toutefois avoir à se déplacer.**SAMSAO**

Par Vincent Legault

Astuces pour une intégration publicitaire sur mobile réussieDepuis le déclenchement de la révolution mobile marquée par l'arrivée du iPhone, nous assistons à une migration numérique caractérisée par le départ des internautes et une arrivée massive de mobinautes. En 2014, un Américain passait en moyenne 171 minutes par jour sur son petit écran contre 132 sur son ordinateur personnel. Bien que les utilisateurs passent maintenant plus de temps sur leurs appareils mobiles, les sommes investies par les entreprises en publicité en ligne restent plus élevées sur le web conventionnel. Cela dit, cette époque sera bientôt révolue. En mars dernier, le groupe **eMarketer** a publié un rapport qui prévoit ce renversement de situation en début d'année 2016. Les revenus publicitaires sur plateformes mobiles aux États-Unis passeront à 41G \$US en 2016 (66G \$US en 2019), laissant loin derrière le web conventionnel où aucune croissance n'est prévue pour cette même période.Lire l'article complet à www.grenier.qc.ca.**ACTIVITÉS****III 9 juin** - Midi-conférence de l'**Association des MBA du Québec**. Thème: L'innovation, une question de culture. Information et inscription: bit.ly/1cWJueN**III 9 juin** - Formation de **Michel Huet**. Thème: Comment développer de nouveaux clients? Rapidement! Info et inscription: www.michelhuet.com**III 10 et 11 juin** - **effects MTL 15**, conférence d'affaires internationale pour l'industrie des effets visuels (VFX) & de l'animation. Info: effectsmtl.com**III 10 et 11 juin** - Boot Camp - **Événements Les Affaires**. Thème: Stratégies de formation. À l'hôtel Hyatt Regency de Montréal. Rabais de 15% offert aux abonnés du **Grenier aux nouvelles**. Information et inscription: bit.ly/1J42aWn**III 11 juin** - **Rendez-vous CMO**. Thème: Le marketing de contenu au cœur de votre stratégie de croissance. Au Palais des Congrès. Rabais de 15% offert aux abonnés du **Grenier aux nouvelles**. Info et inscription: <http://bit.ly/1Ou59qo>**III 15 juin** - La **Classique estivale APCM 2015**. Au Club de golf Hillsdale à Mirabel. Information et inscription: bit.ly/1cWKY8K**III 17 juin** - Date limite d'inscription au concours **Prix Femmes d'affaires du Québec**. Information et inscription: prix.rfaq.com**III 7 au 16 juillet**. Camp d'été marketing et communications organisé par **Événements Les Affaires**. Rabais de 15% offert aux abonnés du **Grenier aux nouvelles**. À Montréal (lieu à déterminer). Info et inscription: bit.ly/1cWL4gw