

GRENIER AUX AFFAIRES

III **Underground** n'est plus qu'un simple studio de création sonore, c'est maintenant une «usine à son». Telle est sa nouvelle signature visuelle. Celle-ci «rend hommage à la démarche créative de son équipe; des professionnels, des passionnés, mais aussi des patentoux dont le travail d'expérimentation sonore réussit sans cesse à épater», explique l'«usine». L'adoption de la nouvelle image coïncide avec la diversification de ses services, offrant maintenant du design sonore, de l'enregistrement de voix, de la création de musique et du mixage de messages publicitaires. **Underground** s'est dotée d'une mission, celle de magnifier tous les projets, en leur donnant du «sens, de la profondeur, du rythme, de la clarté et du oumpf».

PRIX ET DISTINCTIONS

III Le magazine montréalais **Nouveau Projet** a remporté le prix du magazine de l'année lors du plus récent gala des *Prix du magazine canadien*. C'est la première fois qu'un magazine francophone est nommé magazine de l'année. **Nouveau Projet** a aussi reçu une médaille d'or, une médaille d'argent et trois mentions honorables. Il s'agit de la meilleure récolte pour le magazine en trois ans d'existence.

III **L'Empreinte** a remis deux bourses de 1000\$ chacune pour récompenser deux lauréats lors de la cérémonie de remise des *Prix d'excellence en communications graphiques* du **Collège Ahuntsic**. Il s'agissait de la 28^e édition de cet événement annuel dont le but est de souligner le mérite des étudiants qui visent l'excellence dans la poursuite de leurs objectifs de formation professionnelle. Alors que certains organismes et entreprises de l'industrie des communications graphiques sont invités à décerner des bourses et des prix lors de l'événement, **L'Empreinte** a saisi l'occasion de souligner, elle aussi, l'excellence de deux étudiants méritants et ce, dans deux catégories distinctes. C'est **Luc Janson**, associé, vice-président Marketing, Développement des affaires à **L'Empreinte**, qui a eu le privilège de remettre les prix à **Éric Gibeau** et **Andrée-Anne Mercier**. **Éric Gibeau**, étudiant en technique de l'impression - 3^e année et également employé de **L'Empreinte** au département de finition, a été récompensé pour son leadership, son charisme, son enthousiasme, son goût de relever des défis et un niveau de motivation qui sont stimulants pour ses collègues de classe. Quant à **Andrée-Anne Mercier**, étudiante en gestion de projet en communication graphique - 3^e année également, le prix qui lui a été remis visait à souligner la qualité de son dossier scolaire.

III En plus d'avoir récemment remporté deux prix aux *Summit Awards* récemment, **Pixel & Cie** a mis maintenant la main sur deux *Hermes Creative Awards*. Ces prix visent à reconnaître l'excellence dans la créativité et le design. Quelque 30 pays y participent chaque année. Conjointement avec son client **Triade Marketing**, **Pixel & Cie** a gagné un prix *Hermes Platine* pour la refonte de l'ensemble des emballages de **Gibiers Canabec**. De plus, pour sa campagne promotionnelle *LA OÙ* pour le **Collège de Lévis**, l'agence a remporté un *Hermes Or*. Mentionnons au passage que **Pixel & Cie** avait remporté deux *Summit Awards* pour ces deux mêmes réalisations.

CAMPAGNES (suite ci-contre)

III Plusieurs activités entourant la tenue tenue du Grand Prix de Formule 1 du Canada ont ponctué l'agenda du bureau montréalais de l'agence **Union** et de son client **Infiniti** lors des dernières semaines. Pour **Infiniti**, c'était une occasion en or de mettre à profit son partenariat avec l'écurie **Infiniti Red Bull Racing**. Et pour l'occasion, **Infiniti** et son agence ont mis en scène le pilote professionnel **Daniel Ricciardo**. Dévoilée en grande première lors de la soirée *Infiniti Canada Ritz-Carlton* tenu le vendredi, une vidéo montrait le pilote qui se faisait passer pour un employé maladroit d'un concessionnaire **Infiniti** de Montréal, devant de vrais clients... jusqu'à ce qu'on révèle l'identité de cet «employé» avec qui ils auront la chance de faire un essai routier. La vidéo a été mise en ligne sur les canaux de la marque **Infiniti** après son dévoilement.

CAMPAGNES

III L'hôtel **Marriott** de l'aéroport de Montréal lance une campagne de communication originale sur le web autour du film interactif *Une journée idéale*. Le film promotionnel a été créé dans le but de promouvoir les services corporatifs de l'hôtel comme solutions efficaces et sans stress pour les voyageurs d'affaires. Cette campagne, conçue par la firme montréalaise **Gala Média**, est une première dans l'industrie hôtelière du Québec, car elle repose sur une technologie nouvelle qui permet à une vidéo de devenir une véritable application interactive. D'autres films similaires devraient suivre au cours des prochains mois mettant en valeur différentes situations vécues à l'hôtel **Marriott Terminal Aéroport de Montréal**. Le film fait l'objet d'une campagne active sur les réseaux sociaux et sur les écrans d'affichage interne de l'aéroport international Montréal-Trudeau depuis le 11 juin.

III Avec l'arrivée de la belle saison vient le nouveau *Menu Choix sensés* des **Rôtisseries St-Hubert** et le nouveau message télé en faisant la promotion. Le message, conçu par **DentsuBos**, s'inscrit dans la série *Personnalités* et met en vedette nul autre que le maire de Montréal, **Denis Coderre**. Clientes: **Lyne Chayer** et **Chantal Cossette**. Agence: **DentsuBos**, direction de création: **Hugo Léger** et **Roger Gariépy**, équipe de création: **Miriam Rondeau** et **Kristina Landry**, service à la clientèle: **Sylvie Marsan** et **Vanessa Gervais**, maison de prod.: **Soma**, réalisation: **Ricardo Trogi**, son: **Studio Lamajeure**, médias: **Lucie Gauvin** et **Pierre-Olivier Brault - Carat**.

III **Carl** présente des amoureux des sauces **Dagwoods**, qui font la renommée de la chaîne de restaurants, dans une nouvelle campagne. La plateforme publicitaire intitulée «Ose ta sauce» met en vedette la sauce Originale **Dagwoods**, ainsi que les deux nouvelles sauces **Wild** et **L'Épicée**. L'offensive compte cinq créatifs et vise à démonter la fascination des clients envers les sauces originales **Dagwoods**, air rêveur en prime. Agence et média: **Carl**, photographe: **David Curleigh**.

III La nouvelle campagne de **Fujitsu**, signée **Tank**, met en scène ces fameux «chialeux» qui se plaignent constamment de la chaleur. Cette campagne, destinée aux marchés du Québec et des Maritimes, fait la promotion de la thermopompe la plus performante et la plus silencieuse sur le marché. L'offensive se décline en radio, en imprimé et en web. Cliente: **Nathalie Lajoie - Le Groupe Master**. Agence: **TANK**, studio: **BLVD**, imprimé: **M&H**, programmeur: **Kffein**.

III L'agence **Brad** a réalisé un mandat d'image de marque pour le 10^e anniversaire d'**Ubisoft Québec**. L'entreprise s'est dotée d'un positionnement fort afin de rayonner tant à l'interne, auprès de ses 375 employés, qu'à l'externe, en plus d'une identité qui lui est propre. Avec la signature «Unis par le jeu», **Ubisoft Québec** rappelle «qu'il est un studio de jeux vidéo à taille humaine, où la proximité entre les employés est d'une importance capitale pour le succès de ses projets en développement». La nouvelle image de marque a été déclinée sous diverses formes: habillage d'événement, présentations, chandails, bières exclusives et coffrets commémoratifs, pavoiement interne, habillage des plateformes sociales, productions vidéo, etc. Clients: **Andrée Cossette**, **Jonathan Gendron** et **Nadia Boutin**. Agence: **Brad**, directeur de création: **Yvan Côté**, directeur de compte: **Charles Di Gaetano**, chargée de projet: **Laurence Roy**, graphisme: **Maxime Nadeau** et **Yvan Côté**, infographie: **Andréane Dallaire**.

ACTIVITÉS

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