<b>RAPPORT ANNUEL 2016-2017</b>





### Table des matières

- 2 Mot du président du C.A.
- 3 Mot de la présidentedirectrice générale
- **4** Faits saillants de l'année
- 6 Association
- 8 Défense d'intérêts et représentation
- **16** Rayonnement et promotion
- 22 Outils et développement professionnel

# À propos

L'A2C est la voix unificatrice de près de 70 agences québécoises de toutes tailles, spécialités et configurations consacrées à la communication créative. Ses membres génèrent plus de 80 % du chiffre d'affaires de l'industrie au Québec et contribuent au succès des entreprises d'ici et d'ailleurs.

# Mission

Notre mission est d'assurer la vitalité et l'excellence de l'industrie de la communication au Québec et plus spécifiquement:

- Valoriser les services des agences d'ici consacrées à la communication créative et leur rôle incontournable dans la création de valeur en entreprise.
- Défendre leurs intérêts, proposer le cadre des relations d'affaires et les outils afin d'aider les agences à mieux répondre aux impératifs du marché et d'évoluer dans une relation client mutuellement profitable.
- Éclairer et mettre au diapason les décideurs de l'heure et la relève de demain; être la voix unificatrice d'une industrie plus pertinente que jamais.



# Mot du président du C.A.

Créativité et commerce sont des procédés inséparables et cette dynamique sera toujours en constante mutation. La santé de notre industrie dépend grandement de la compréhension de cette synergie et de ce qu'on met en place, collectivement et individuellement, afin d'en être un acteur fondamental.

Outre la créativité, l'aspect économique de notre métier n'aura jamais été un élément aussi capital. Central à notre capacité d'innover, de créer du contenu commercial pertinent et de la valeur.

- · Investir dans la démonstration quantitative de notre création de valeur avec le *Guide des indicateurs de performance*. Il y aura encore plus à faire, mais l'engagement des membres est essentiel.
- Permettre de propulser l'innovation et la propriété intellectuelle pour se singulariser par l'entremise de représentations gouvernementales pour les crédits d'impôt associés à la recherche et au développement afin de favoriser notre recrutement.
- Exercer une pression pour diminuer certains coûts accessoires liés aux présentations spéculatives par l'accompagnement des clients dans leur démarche de sélection d'agence.
- · Assurer notre compétitivité en production électronique vis-à-vis le reste du Canada en ce qui a trait à la négociation de l'entente collective avec l'UDA alors que l'ACTRA collabore activement à créer un environnement économique propice à la production publicitaire.
- Nous outiller afin de réduire certains frais d'exploitation alors que les besoins en ressources humaines et en formation sont

- grandissants avec des initiatives émergentes de type « back office » comme le soutien en ressources humaines.
- Offrir une visibilité à notre produit et notre talent à travers différentes initiatives, notamment les concours Strat et de la Relève qui ont été intégrés récemment.

Pour 2018, un changement important s'impose. Les enjeux de la créativité, du commerce et des médias en sont aussi de société. Ils font l'objet de débats publics et privés sans précédent. Autrefois au centre de ces discussions, notre industrie se doit d'y participer avec plus d'intensité.

Faire comprendre notre rôle, expliquer notre évolution et notre point de vue sur différentes questions pour, qu'en conclusion, nous puissions faire rayonner notre apport en tant qu'acteurs économiques, sociaux et culturels importants.

Pour ce faire, il faudra y investir temps et ressources pour ajouter à notre capacité actuelle, celle de produire des pièces de réflexion pour appuyer les initiatives de prise de parole.

J'en profite pour remercier sincèrement tous mes collègues du conseil d'administration, l'équipe de l'A2C et les nombreux membres de comités consultatifs qui ont rendu possibles les initiatives que nous avons déployées cette année.

Sachez que la porte est toujours ouverte pour nos membres, s'ils désirent contribuer personnellement aux comités ou suggérer des initiatives.

François Lacoursière

#### **Grands enjeux**

- · Valorisation du travail des agences
- · Meilleures pratiques pour la relation client-agence
- · Mesure de la performance des initiatives de communication



# Mot de la présidentedirectrice générale

Cette année encore, l'A2C a poursuivi sa mission de mettre en place des actions et projets qui génèrent un impact réel dans votre quotidien de dirigeants d'agence.

L'année a été marquée par de grands dossiers de défense d'intérêts et de représentation. D'une part, par nos démarches pour obtenir une équité envers les agences pour l'accessibilité du Crédit d'impôt pour le développement des affaires électroniques (CDAE). À cet effet, différentes rencontres avec le gouvernement ont été organisées pour révéler la situation inéquitable que plusieurs d'entre vous vivent. D'autre part, soulignons la négociation du renouvellement de l'entente collective TV/Radio avec l'Union des artistes (UDA) - une entente qui se doit d'évoluer pour mieux s'adapter au contexte dans leguel nous travaillons, mais aussi pour nous permettre d'être plus compétitifs face au reste du Canada qui bénéficie déjà d'une entente revue et corrigée.

Le projet du *Guide des indicateurs de performance* pour les initiatives de communication, réunissant les objectifs et indicateurs pertinents à considérer, a été finalisé cette année et vous sera présenté cet automne. Par ce projet, nous cherchions à fournir aux agences et à leurs clients une référence en la matière afin de pouvoir œuvrer sur des bases communes et ainsi contribuer à valoriser l'expertise des professionnels de l'industrie.

Du point de vue du développement professionnel, nous avons continué de bonifier et d'optimiser l'offre déjà disponible sur le marché. Tout d'abord avec la création de notre tout premier Sommet des dirigeants, Le brief un moment privilégié pour discuter avec vos pairs de vos enjeux communs. Également, en assurant l'orientation de deux programmes de formation importants pour notre industrie et venant répondre à des besoins tout à fait différents : d'un côté, avec l'enrichissement du programme du DESSCM à HEC Montréal et l'ajout de duos de professeurs issus de l'industrie et, de l'autre côté, avec la Factry, l'école des sciences de la créativité, qui a offert son tout premier cours à l'hiver dernier. Ceci corrobore d'ailleurs notre engagement d'investir dans nos talents afin de les outiller pour faire face aux enjeux modernes, mais aussi bâtir votre propre relève à la direction d'agence.

Merci à chacun d'entre vous qui, au cours de l'année, avez collaboré avec nous, partagé vos opinions et idées et, surtout, été si généreux de votre temps! C'est l'apport de chacun qui nous permet d'avancer.

#### **Dominique Villeneuve**

- · Accessibilité aux crédits d'impôt et subventions en numérique
- · Compétitivité de la production publicitaire au Québec
- · Attrait et rétention des talents

# FAITS SAILLANTS DE L'ANNÉE

**524** appels d'offres partagés

nouveaux membres

26
clients conseillés
sur leur processus
de sélection d'agence

interventions pour des appels d'offres non conformes

113

heures de médiation avec l'UDA

# 40 000 vues du Répertoire des agences au a2c.quebec

1er sommet des dirigeants, Le brief

> 500 étudiants aux Portes ouvertes en agence et 3 500 \$ remis en bourse

7 formations continues

+360 conseils d'interprétation des ententes collectives

#### Association

#### Conseil d'administration



François Lacoursière PRÉSIDENT Vice-président exécutif, associé principal Sid Lee



Jan-Nicolas Vanderveken VICE-PRÉSIDENT TITULAIRE Chef de la direction Havas Montréal



Benoit Cartier VICE-PRÉSIDENT Président CART1ER



Marc Lanouette SECRÉTAIRE-TRÉSORIER Président TANK Chef de la direction Grey Group Canada



Pierre Bernard ADMINISTRATEUR Associé, conseil et stratégie orangetango



Karine Courtemanche ADMINISTRATRICE Présidente Touché!



**Véronique Desrosiers** ADMINISTRATRICE Coprésidente Écorce



Louis Duchesne ADMINISTRATEUR Vice-président exécutif et directeur général Cossette au Québec



Jean-François Mallette ADMINISTRATEUR Vice-président exécutif Chef de la direction DDB Canada | Montréal



Mylène Savoie ADMINISTRATRICE Présidente McCann Montréal

### Équipe



**Dominique Villeneuve** Présidente-directrice générale



**Isabel Poirier,** LL.B., D.D.N. Conseillère, affaires corporatives (congé de maternité)



Romy Belzile-Maguire Conseillère, communication marketing



Mireille Forest Coordonnatrice, services aux membres



**Simon Lemieux** Adjoint à la coordination

# agences membres

&CO Collaborateurs Créatifs

32 MARS

Acolyte

Agence Rinaldi

Alfred

Altitude C

Amazone communications

**AOD Marketing** 

ARCHIPEL synergie créative

Bleublancrouge

Bob

Brad

Braque

Camden

Carat Montréal

CART1ER

Compagnie et cie\*

Cossette

CRI agence

Cundari

dada communications

DDB Canada

DentsuBos

Deux Huit Huit\*

Écorce

Espace M

FCB Montréal

Gendron Communication

H31

Havas Montréal

Jazz Marketing Communications

john st.

JWT Montréal

Kabane.

KBS

Lemieux Bédard

Les Dompteurs de souris

Les Évadés

lg2

Martel et compagnie

McCann Montréal

Media Experts

Médialliance

Minimal

MXO | agence totale

Nurun

Oasis Communication-Marketing

Ogilvy Montréal

orangetango

Pigeon\*

Publicis Montréal

Réservoir Publicité Conseil

Ressac

Rethink

sept24

Sid Lee

Substance stratégies numériques

Tam-Tam\TBWA

TANK

TAXI

Tequila communication et marketing

Touché!

TUX

Union

ZA communication d'influence

ZIPCOM

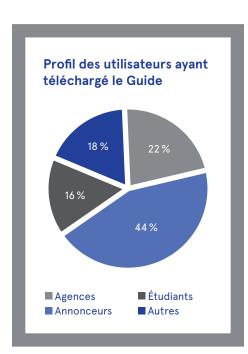
En date du 15 septembre 2017

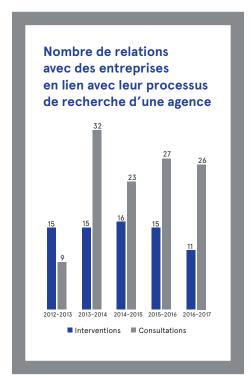
\* Nouveaux membres

# DÉFENSE D'INTÉRÊTS ET REPRÉSENTATION



- Encourager les meilleures pratiques d'affaires et une relation client-agence mutuellement bénéfique
- Positionner l'industrie comme partenaire d'affaires et faire connaître son évolution
- Assurer et favoriser la production publicitaire au Québec
- Être la voix des agences québécoises auprès de l'industrie, des gouvernements et des parties prenantes





# Processus de sélection d'une agence

L'A2C est la référence des entreprises à la recherche d'une agence au Québec. À travers ses actions, qui s'appuient sur les principes du *Guide de sélection d'une agence*, elle a pour objectif d'optimiser les processus tant pour les agences que les annonceurs, en éliminant notamment le travail spéculatif.

#### Consultations

L'A2C offre un service gratuit de consultation pour les entreprises à la recherche d'une agence, et les résultats de ces discussions ont un impact réel sur l'industrie. En effet, plusieurs entreprises ont fait part de leur satisfaction d'avoir consulté l'Association et ses outils pour les épauler dans ce processus.

#### Interventions

À la lecture des appels d'offres partagés dans la vigie quotidienne et à la demande d'agences membres, l'A2C intervient auprès d'entreprises ayant entamé un processus qui comprend des faiblesses : délais trop courts, travail spéculatif demandé, manque de précision, etc. La réponse est généralement positive et les gains sont bénéfiques pour les clients comme pour les agences.

Toutefois, lorsque les changements effectués sont jugés insuffisants et que l'appel d'offres demeure non conforme aux meilleures pratiques, les membres en sont avisés et ont la responsabilité de prendre la décision d'y participer ou non.

### Centre de services partagés du Québec (CSPQ)

L'A2C a déposé des recommandations au CSPQ pour ses appels d'offres en publicité (mandat de 500 000 \$ et moins et mandat de 500 000 \$ et plus) afin d'arriver à un processus simplifié respectant les impératifs du gouvernement et le travail des agences.

L'A2C a également fait une présentation auprès des 15 directeurs de communications du gouvernement du Québec, en collaboration avec le Secrétariat à la communication générale, afin de présenter l'industrie d'aujourd'hui et d'échanger sur les enjeux vécus avec les agences.





Nouvel outil en ligne au a2c.quebec

Relations gouvernementales

# Guide des indicateurs de performance

La visée derrière ce projet est de créer un outil de référence sur les indicateurs de performance destiné aux agences et à leurs clients, afin d'avoir un discours convergent et d'approfondir l'analyse des résultats d'affaires. Des experts issus d'agences membres ont été consultés au fil du processus de création, de même qu'un groupe de clients, afin de s'assurer de répondre aux besoins de l'industrie.

Cet outil disponible en ligne se penche donc sur les objectifs et indicateurs de performance les plus courants. Les membres auront un accès exclusif à une grille interactive rassemblant ces informations, de même qu'à un lexique et une section pour enregistrer leurs projets. La plateforme permet également de sensibiliser l'industrie sur le sujet, ainsi que d'obtenir un diagnostic des pratiques de performance par le biais d'un questionnaire. L'outil sera lancé officiellement à l'automne 2017.

#### Relations gouvernementales pour le secteur numérique

Les démarches pour améliorer l'accessibilité au crédit d'impôt pour le développement des affaires électroniques (CDAE) dans le domaine du numérique sont toujours en cours. Des rencontres ont eu lieu avec différents ministères et se poursuivent avec le ministère des Finances pour leur faire part de cette situation inéquitable ainsi que du potentiel de notre industrie pour propulser l'innovation et le commerce électronique au Québec. La firme KPMG a réalisé une analyse de l'impact possible des modifications demandées à la suite des réponses fournies par les agences membres sur la question.

Ministères rencontrés au provincial :

- Ministère de la Culture et des Communications (MCC)
- · Ministère de l'Économie, de la Science et de l'innovation (MESI)
- · Ministère des Finances

#### Mémoires

Trois mémoires ont été déposés cette année afin de présenter le rôle et les enjeux de notre industrie en lien avec différentes consultations publiques liées au numérique :

- · #verslenumérique ! de Patrimoine canadien
- · Développement de la Stratégie numérique du Québec du MESI
- · Renouvellement de la politique culturelle du Québec du MCC

# Ententes collectives avec l'UDA

L'Association des producteurs conjoints (APC), formée de l'A2C, l'Association canadienne des annonceurs (ACA) et l'Institut des communications et de la publicité (ICA), négocie les ententes collectives au nom de l'industrie, en plus d'offrir gratuitement des conseils d'interprétation aux producteurs affiliés à ses agences membres.

#### Mise en place de l'entente Internet et nouveaux médias

Une première année s'est écoulée depuis l'entrée en vigueur de la toute première entente pour la production d'annonces publicitaires sur Internet et les nouveaux médias (INM). Plusieurs formations destinées aux producteurs ont été offertes pour aider à l'interprétation de l'entente. De plus, l'APC a rencontré les associations représentant les maisons de production, agents

d'artistes et directeurs de casting pour discuter des problématiques de casting et rétablir certains faits sur les conditions prévues à l'entente INM.

#### Négociation de l'entente TV/Radio

Au cours de l'automne 2016, plusieurs rencontres de négociation se sont tenues entre l'APC et l'UDA. Malgré certaines avancées, des points majeurs faisaient toujours l'objet de divergences importantes d'opinion. Conséquemment, les parties ont entamé une procédure de médiation et les rencontres ont officiellement commencé en janvier 2017.

Après plus de six mois de médiation et une menace importante de moyens de pression de la part de l'UDA au printemps, les pourparlers ont finalement été rompus le 11 juillet 2017 pour reprendre en septembre 2017.

#### 31 août

Fin de l'entente TV/Radio (maintien des conditions jusqu'au renouvellement)

## Janvier à novembre

Rencontres de négociation avec l'UDA

#### 25 novembre

Décision d'aller en médiation

#### Janvier

Début des séances de médiation

#### Représentation de l'industrie sur des comités et conseils

- · Conseil d'administration et Comité des plaintes des Normes de la publicité
- Conseil d'administration de l'Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC)
- · Conseil d'administration de la Factry, l'école des sciences de la créativité
- · Conseil de programme du Certificat de publicité de l'Université de Montréal
- Mutuelle de formation du secteur de l'audiovisuel au Québec de l'INIS
- Comité consultatif canadien du Festival international de la créativité de Cannes (Cannes Lions)
- · Comité organisateur du RDV Marketing d'Infopresse

#### Mai et juin

Dépôt de différentes hypothèses de règlement par l'UDA et l'APC

#### 11 juillet

Rencontre de médiation, soldée par la suspension des négociations. L'APC a retiré ses offres et toutes les demandes sont de retour à la table

#### Septembre

Rencontre avec les comités et présidents en présence du médiateur

# RAYONNEMENT ET PROMOTION

- Promouvoir l'expertise des membres auprès des clients actuels et potentiels
- Assurer le leadership de l'Association au sein de l'industrie
- Attirer et retenir les talents en agence, en favorisant les échanges avec la relève

#### Site Web <u>a2c.quebec</u>

Le site Web de l'A2C a enregistré 50 317 sessions, soit une augmentation de 12 % par rapport à l'an dernier pour la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin.





Nouveau : un Accès membre est maintenant disponible, permettant aux agences d'avoir tous nos outils sous la main

#### Médias sociaux

in LinkedIn: 990 abonnés

Twitter: 2 330 abonnés

f Facebook:

· 5 507 abonnés

· 2 633 réactions, commentaires et partages

Vidéos: 8 126 vues sur Facebook et YouTube

#### **Relations publiques**

- · 25 communiqués de presse
- · Édito dans le Guide COM et le magazine des Créa
- · Entrevue dans le Grenier magazine

#### Reel de l'A2C

· Vidéo produite par l'équipe de 10ne pour présenter l'Association sur son site Web et lors de présentations.

#### Activités de représentation

- Discours au RDV Marketing et aux galas Boomerang et CRÉA
- Animation d'un panel lors de l'événement des Lions de Cannes à Montréal de Bell Média
- · Présence aux galas des concours Infopresse et CASSIES
- · Présence à South by Southwest Interactive



Couverture du *Grenier magazine* avec Dominique Villeneuve et François Lacoursière



Nouveau kiosque aux couleurs de l'A2C

#### **Publicité**

Un partenariat avec La Presse a permis à l'A2C de promouvoir l'industrie à deux reprises dans les pages de *La Presse+*.

Tout d'abord avec un jeu-questionnaire sur les campagnes québécoises gagnantes Or et Argent aux CASSIES. La publicité a généré plus de 3 500 redirections au a2c.quebec.

Puis, avec un album souvenir de Les grandes entrevues qui a été publié à la suite de l'événement et a généré plus de 119 400 interactions.

#### **Guide Com / Vitrine Infopresse**

L'A2C a négocié une nouvelle entente pour ses membres avec Infopresse afin de bonifier la valeur de l'offre publicitaire liée au Guide Com.
Elle s'est aussi assurée que ses membres bénéficieraient d'une visibilité avantageuse sur la nouvelle plateforme Vitrine Infopresse, qui rassemble les entreprises évoluant dans l'industrie de la communication au Québec. Plusieurs liens y ont été intégrés pour rediriger les clients vers l'A2C pour toute question sur la recherche d'agence.



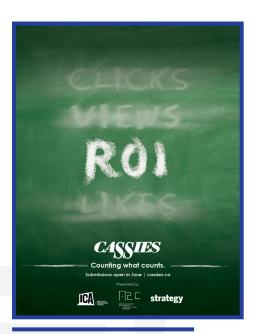
Publicité dans La Presse+ pour les CASSIES.



Publicité dans La Presse+ pour Les grandes entrevues.

#### **Concours CASSIES**

L'A2C est copropriétaire avec l'ICA des CASSIES, le concours canadien récompensant les campagnes ayant connu d'impressionnants résultats d'affaires, et s'assure chaque année de la participation d'un maximum d'agences québécoises. Elle s'implique notamment dans l'organisation du gala à Toronto et la promotion des gagnants du Québec.



Campagne de promotion pour l'édition 2018 du concours CASSIES

#### Temple de la renommée

Le Temple de la renommée de l'A2C souligne annuellement de grands visionnaires ayant, chacun à leur manière, contribué de façon exceptionnelle à l'excellence et à la vitalité de l'industrie de la communication élargie. L'annonce des lauréats 2017 s'est tenue lors du gala CRÉA, et plus de 7 200 personnes ont vu la vidéo sur les trois lauréats.

#### Les grandes entrevues

La carrière des lauréats a été célébrée à l'occasion d'un événement rassemblant à guichet fermé 150 professionnels de l'industrie. Un hommage spécial a été dédié à feu Normand Grenier, suivi d'entrevues avec les deux autres lauréats, Yves Gougoux et Pierre Delagrave, animées par la journaliste Esther Bégin.



Les lauréats 2017 : Yves Gougoux (Bâtisseur), Pierre Delagrave (Phare) et Lynn Grenier (fille de feu Normand Grenier, Allié)



Portes ouvertes en agence



Campagne de promotion de la plateforme Academos

# Centre d'archives publicitaires

Un projet est en développement avec l'équipe de Mile Inn et La Majeure pour créer une première plateforme électronique donnant accès à tous les messages publicitaires québécois. Ceci permettrait de conserver et de bonifier le travail déjà entamé par Pierre Savard, archiviste. Cette voûte électronique serait un véritable trésor national et donnerait accès à plus de 42 000 messages publicitaires.

#### Relève étudiante

#### Portes ouvertes en agence

Plus de 500 étudiants ont vécu une journée de familiarisation au sein de 36 de nos agences membres. Nouveauté cette année : les frais d'inscription nous ont permis de remettre six bourses totalisant 3 500 \$ à des étudiants participants.

#### **Show Off**

L'A2C a collaboré à cet événement organisé par KBS et le Grenier aux nouvelles. Inspiré du Portfolio night, l'objectif était de réunir la relève et les professionnels en création.

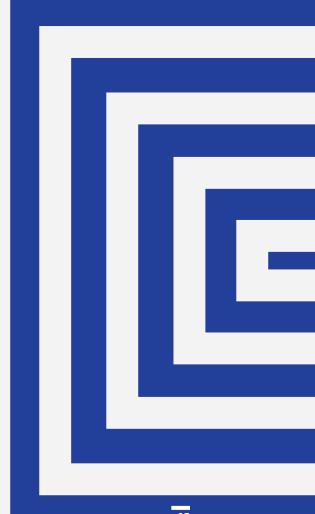
Cinquante-deux finissants et nouveaux diplômés en design graphique, littérature, publicité et autres domaines reliés aux communications créatives ont rencontré vingt directeurs de création issus en majorité d'agences membres.

#### **Academos**

Un partenariat a été conclu avec cette plateforme numérique de mentorat professionnel destinée aux jeunes de 14 à 30 ans. L'objectif est de permettre un maillage direct entre les professionnels de notre industrie et étudiants intéressés par une carrière en agence. L'A2C s'investit dans le recrutement de mentors, qui s'élève à 17 à ce jour.

# OUTILS ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Appuyer les dirigeants dans leurs enjeux d'affaires avec des outils pertinents
- Assurer une formation continue adéquate pour les professionnels en agence
- Maintenir une formation académique pertinente qui soit au diapason de l'industrie





Conférence Code Québec



Formation Finances en agence 2017

#### Intelligence d'affaires

- Collaboration à la refonte des sondages annuels conduits avec l'ICA sur le taux de roulement, les salaires et la rémunération des agences;
- · Cinq mémos informatifs liés aux pratiques d'affaires :
  - · Le Régime volontaire d'épargneretraite (RVER) bientôt obligatoire
  - · OQLF Affichage et réseaux sociaux
  - Phase 3 Loi canadienne antipourriel
  - Suspension Loi canadienne antipourriel
  - L'autorisation de contracter de l'AMF obligatoire pour les contrats publics de 1 M\$ et +
- Nouveau programme d'assurance de l'A2C (gestion de risques) en collaboration avec Marsh et Chubb;
- Programme d'assurance collective exclusif aux membres développé avec Lafond.

#### Le brief, le sommet des dirigeants

Le tout premier sommet des dirigeants de l'A2C a été un succès, réunissant pas moins de 100 personnes, dont 60 hauts dirigeants. Consacré aux enjeux des agences, l'événement a abordé quatre grandes thématiques soit la gestion des talents, les meilleures pratiques en gestion, la relation client-agence et le leadership.





Sommet des dirigeants, Le brief



faitesvotredesscm.com



Campagne de recrutement du DESSCM

#### Formation continue

Près de 385 personnes ont assisté aux sept formations exclusives aux membres, qui se veulent un complément à l'offre actuelle sur le marché:

- Introduction aux ententes collectives (TV/Radio et INM);
- · Innovez en RH grâce à une rémunération à la carte:
- · Finances en agence 2017;
- · Code Québec : Mieux vendre la différence québécoise;
- Session d'information et webinaires concernant les négociations avec l'UDA;
- · Sommet des dirigeants, Le brief;
- · Business Case Writing Skill.

### Factry, l'école des sciences de la créativité

La Factry répond à un besoin de formation de talents créatifs et stratégiques. Elle se distingue par son approche transdisciplinaire, sa méthode d'enseignement innovante et sa connexion avec différentes industries. L'A2C est l'un de ses partenaires fondateurs, l'appuie financièrement et siège à son conseil d'administration afin de s'assurer que l'école réponde aux besoins des agences.

Un premier cours sur le leadership créatif a été donné cette année (deux cohortes) et de nouveaux cours ont été annoncés pour l'automne 2017. Déjà plus de 27 professionnels, dont 18 membres, ont participé au premier cours. L'école a obtenu un financement public et prend place dans un local situé dans le quartier de l'innovation à Montréal, ce qui favorisera sa croissance.

#### D.E.S.S. en communication marketing et marque à HEC Montréal

L'A2C est à l'origine de la création de ce programme et l'appuie depuis ses débuts en 2000 aux niveaux financier et promotionnel.

Cette année, elle a participé à son enrichissement, en participant à des consultations impliquant d'anciens étudiants et professionnels de l'industrie. Les changements apportés au DESSCM ont pour but de maintenir la qualité de son apport à l'industrie, notamment sous l'angle de la stratégie de marque.

#### Remerciements

Mesures d'efficacité: Louis Duchesne (Cossette), Alexandre Duhaime (Espace M), Jan-Nicolas Vanderveken (Havas Montréal), Anne-Marie Castonguay (Sid Lee), François Lacoursière (Sid Lee), Jean-François Bourdeau (Touché!) et Ann Bouthillier.

Négociation des ententes collectives : Magali Loiselle (Sid Lee), Émilie Trudeau-Rabinowicz (TAXI) et Johanne Pelland.

Crédits d'impôt et subventions en numérique: Steve Trinque (MXO | agence totale), Steve Tremblay (Nurun) et Vincent Hamel (Sid Lee).

**Revenus:** Dany Renauld (Brad), Benoit Cartier (CART1ER), Louis Duchesne (Cossette) et Marc Lanouette (TANK).

Sommet des dirigeants : lanik Lajeunesse (Altitude C), Jean-François Mallette (DDB Canada), Jan-Nicolas Vanderveken (Havas Montréal) et Pierre Bernard (orangetango).

Femmes et diversité: Marie-Eve Boucher (ACCEO solutions), Caroline Barrette (ARCHIPEL synergie créative), Élaine Bissonnette (Bell Média), Marie-Nathalie Poirier et Matea Tomic (DDB Canada), Véronique Desrosiers (Écorce), Stéphanie Alghabra-Lebon (Havas Montréal et comité Jeunes leaders), Emily Feist (Jungle Média), Cloé Bérard (Keurig Canada), Stéphanie Lord (Quatre Zéro Un), Monique Brosseau (Reitmans), Annie Vincent (Tam-Tam\TBWA), Michèle Leduc (ZIPCOM) et Marie-France Cusson (productrice à la pige).

Jeunes leaders: Guillaume Dubois (10ne), Marie-Eve Gouin (ARCHIPEL synergie créative), Simon Turcotte Brunelle (Bob), Joëlle Bergeron Poudrier (Écorce), Stéphanie Alghabra-Lebon (Havas Montréal) et Sophie Labarre (Touché!)

#### Agences partenaires

Campagne de recrutement du DESSCM : DDB Canada

Guide des indicateurs de performance : U92 (développement) et Bleublancrouge (rédaction)

Infolettres: FCB Montréal (design et UX) et Minimal (programmation)

Rapport annuel: Camden

Sommet des dirigeants : Altitude C

# Maisons de production partenaires

Reel de l'association et Retour sur le Sommet des dirigeants : 10NE Vidéos hommages pour les lauréats du Temple de la renommée :

Mixage sonore et musique sur différents projets : BLVD

Les Enfants

Association des agences de communication créative	
2015, rue Peel, bureau 925, Montréal (Qc) H3A 1T8	
Tél : 514 848-1732 ou 1 877 878-1732 Téléc. : 514 848-1950	
info@a2c.quebec a2c.quebec	
	Design
	C. €MDEN