

Seulement en agence
L'A2C LANCE UNE CAMPAGNE POUR SÉDUIRE LA RELÈVE

Montréal, 4 février 2022 — L'Association des agences de communication créative (A2C) donne aujourd'hui le coup d'envoi à la campagne « *Seulement en agence*, » qui vise à stimuler l'intérêt de la relève pour les multiples possibilités de carrière de l'industrie et, ultimement, y élargir le bassin de talents. Sa pièce maîtresse est une série de capsules vidéo présentant des histoires de professionnels aux expertises distinctes, qui sera dévoilée tout au long du mois de février sur la plateforme seulementenagence.com.

Résultant d'une réflexion importante sur le futur de l'industrie et ses enjeux de main-d'œuvre, cette campagne s'appuie sur les constats d'une étude de l'A2C conduite en 2021 auprès des dirigeants et employés de ses agences membres. Celle-ci mettait en lumière les éléments distinctifs et particulièrement stimulants d'une carrière dans l'industrie d'où la ligne de la campagne : « *Seulement en agence* ».

La 14^e édition de la journée *Portes ouvertes en agence* est le moment tout désigné pour lancer la campagne alors qu'aujourd'hui même, plus de 400 étudiants sont réunis dans une quarantaine d'agences pour en démystifier la réalité. L'univers ludique et coloré de la campagne se décline en un microsite, six capsules vidéo et des bannières Web dans de nombreux médias d'ici notamment. La campagne met en vedette, à l'aide d'illustrations de Vincent Hurtubise, des professionnels issus de diverses disciplines témoignant du caractère unique de leur quotidien dans l'industrie.

Visionnez les deux premières capsules [ici](#).

Attirer une diversité de talents vers l'industrie

« Cette campagne est une opportunité pour notre industrie d'aller à la rencontre de la relève pour lui faire découvrir l'éventail de métiers disponibles. Il y a une passion, un je-ne-sais-quoi de contagieux lorsque l'on est en contact avec les professionnels de la communication créative, et c'est ce que nous avons désiré mettre en lumière pour piquer la curiosité à explorer une carrière en agence. », souligne Dominique Villeneuve, présidente-directrice générale de l'A2C.

« Plus que jamais, il est important de mettre en branle des projets spécifiquement pour la relève dans notre industrie. Nous avons besoin de ces nouveaux esprits créatifs et stratégiques, de leurs points de vue divergents et uniques qui nous amèneront plus loin. Cette campagne est plus qu'une invitation à découvrir notre réalité, c'est une célébration du talent sous toutes ses formes. » déclare Louis Duchesne, président du conseil d'administration de l'A2C et président, Québec et Est canadien chez Cossette.

Ce n'est que le début pour la campagne « *Seulement en agence*. D'autres initiatives sont prévues dont des articles, des relations publiques, une campagne d'affichage, une participation à plusieurs événements étudiants et divers partenariats à des moments clés de l'année.

Une campagne promotionnelle pour et par la relève

C'est à l'agence Rethink qu'a été donné le mandat de concevoir la campagne de positionnement employeur de l'industrie. Ayant impliqué ses propres recrues dans l'élaboration des messages et de l'identité visuelle de la campagne, ceux-ci reflètent à la fois les réalités de l'industrie et la force créative de sa relève.

« Toutes les agences le vivent en ce moment : on assiste à une véritable crise des talents. Alors chez Rethink, on est vraiment heureux d'avoir pu travailler avec l'A2C pour attirer de nouveaux humains dans l'industrie. « Seulement en agence », c'est une ode à l'unicité de notre milieu. C'est une campagne de contenu dans laquelle de vrais professionnels de l'industrie racontent des histoires étonnantes qui n'auraient pas pu se produire ailleurs. Moi, après 18 ans en agence, je trouve encore ça vraiment l'fun et stimulant. Chaque jour m'apporte des surprises. C'est ça que je souhaitais que les étudiants retiennent de ces histoires : c'est une *job* où on ne s'ennuie jamais. », ajoute Geneviève Jannelle, directrice de création chez Rethink.

Pour maximiser l'impact de cette campagne, Espace M a bâti la stratégie média afin de la faire vivre non seulement sur les plateformes rejoignant le mieux la génération Z, mais également à travers les balises du *Mouvement média d'ici*; ce qu'elle a accompli avec brio.

Partenaires et collaborateurs de la campagne

L'A2C tient à souligner la contribution de ses partenaires et collaborateurs au positionnement employeur de l'industrie : Rethink, Espace M, bicom, Vincent Hurtubise, Sud°Ouest, Circonflex, Québecor Expertise Média et Bell Média. Un merci spécial à Acolyte pour la programmation de la plateforme Web.

À propos de l'A2C

L'A2C est la voix de plus de 80 agences québécoises de toutes tailles, spécialités et configurations dédiées 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. Notre mission s'exprime à travers différents services et initiatives visant à guider ces entreprises et, au final, assurer la vitalité et l'excellence de toute l'industrie. Pour plus d'information, visitez le a2c.quebec

– 30 –

Renseignements :

Amélie Chagnon-Fathé

Conseillère, communication marketing

Association des agences de communication créative (A2C)

514 575-9813 | a.chagnon-fathe@a2c.quebec