



Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

LES PRIX CASSIES RÉCOMPENSENT SIX CAMPAGNES QUÉBÉCOISES POUR LEURS RÉSULTATS D'AFFAIRES EXCEPTIONNELS

Parmi le décompte les agences Cossette, Cundari, Ig2 et Saint-Jacques Vallée Y&R

Montréal, 19 février 2016 . Six campagnes de communication marketing provenant de quatre agences québécoises ont remporté un prix CASSIES, venant souligner leurs résultats d'affaires exceptionnels, lors de la cérémonie de remise de prix qui se déroulait hier à Toronto. Les prix CASSIES sont les seuls prix canadiens à récompenser l'efficacité des campagnes de communication marketing à partir de études de cas rigoureuses.

« Les CASSIES démontrent non seulement que la communication marketing est un investissement rentable pour les entreprises, mais également le rôle essentiel de la stratégie et de la créativité dans l'atteinte de leurs objectifs d'affaires », souligne Dominique Villeneuve, directrice générale de l'Association des agences de communication créative (A2C), qui est copropriétaire des CASSIES avec l'Institut des communications et de la publicité (ICA) et le Réseau APCM.

Voici le détail des prix remportés par des agences québécoises et leur client :

Prix Argent

Succès à long terme (résultats d'affaires sur au moins 36 mois consécutifs) :

- Ig2 et Bell Canada pour *Cause pour la cause*

Succès prolongé (résultats d'affaires sur 24 mois consécutifs) :

- Cossette et *La Presse+*

Prix Bronze

Succès prolongé (résultats d'affaires sur 24 mois consécutifs) :

- Saint-Jacques Vallée Y&R et Loto-Québec pour *Mise-O-Jeu*

C'est bien parti (résultats d'affaires entre 6 et 12 mois consécutifs):

- Cundari et Fix Auto pour la campagne *Premier mot*
- Ig2 et Arctic Gardens pour la campagne *Give Them Some Vegetables*
- Saint-Jacques Vallée Y&R et Danone pour *Oikos*

Meilleure idée (insight) (résultats d'affaires entre 6 et 12 mois consécutifs):

- Ig2 et Arctic Gardens pour la campagne *Give Them Some Vegetables*

Pour la première fois dans toute l'histoire du concours, le Grand Prix a été octroyé cette année à deux campagnes, soit à Grey Canada et *Moms Demand Action For Gun Sense in America* pour la campagne « Groceries Not Guns », ainsi qu'à Leo Burnett et Procter & Gamble pour la populaire campagne « #LikeAGirl ». Le jury, constitué de



professionnels de l'industrie de haut calibre, a attribué au total 47 prix CASSIES dont 8 Or, 16 Argent et 21 Bronze à travers 12 catégories.

Rappelons que le jury des CASSIES 2016 était coprésidé cette année par Jill Nykoliotion (**Juniper Park**) et Tony Matta (**Kraft Canada**) et composé de Rob Assimakopoulos (**CIBC**), Chris Breikss (**6S Marketing**), François Forget (**Sid Lee**), Lisa Kimmel (**Edelman Canada**), Ricardo Martin (**Unilever**), Sheri Metcalfe (**Jungle Media**), Gautam Nath, (**Balmoral Multicultural Marketing**), Brent Nelsen (**Leo Burnett Canada**), Stephanie Nerlich (**Grey Canada**), Alain Tadros (**Publicis Montréal**) et Pauline Varga (**Danone Canada**).

Tous les cas gagnants seront disponibles prochainement dans la « Bibliothèque de cas » des CASSIES disponible au www.cassies.ca, en plus de apparaître sur le site Web du WARC (World Advertising Research Centre - www.warc.com) qui regroupe différentes ressources, notamment en ce qui concerne l'efficacité des campagnes de communication marketing.

-30-

À propos des CASSIES

Les CASSIES, qui célèbrent cette année leur 23^e anniversaire, ont le mandat de démontrer par des critères mesurables que la publicité est un investissement sérieux et rentable, le tout documenté par de rigoureuses études de cas. Le concours CASSIES est présenté par l'Institut des communications et de la publicité (ICA), l'Association des agences de communication créative (A2C) et le Réseau APCM et produit par le magazine *Strategy*. Les partenaires de l'édition 2016 sont le *Globe and Mail*, *ThinkTV*, Black & ACTRA Toronto, Millward Brown, Poste Canada, DDB Public Relations ainsi que Sandbox Advertising. Depuis leur création en 1993, les CASSIES ont reconnu les réalisations d'affaires de plus de 500 campagnes d'entreprises et agences. Toutes les études de cas des campagnes gagnantes à travers les années sont disponibles dans la section *Bibliothèque des cas CASSIES* au www.cassies.ca ainsi que sur le site du WARC (*World Advertising Research Centre*) au www.warc.com.

À propos de l'A2C

L'A2C, auparavant nommée l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ), est la voix de près de 70 agences québécoises de toutes tailles, spécialités et configurations dédiées à la communication créative. Ses membres génèrent plus de 75 % du chiffre d'affaires de l'industrie au Québec et contribuent au succès des entreprises ici et ailleurs. Notre passion se exprime à travers différentes initiatives visant à guider ces entreprises qui font face à des enjeux économiques, technologiques et sociaux . et, au final, assurer la vitalité et l'excellence de toute une industrie. Pour plus d'information, visitez a2c.quebec

-30-

Renseignements :

Romy Belzile-Maguire

Conseillère, communication marketing

Association des agences de communication créative (A2C)

514-848-1732 poste 201 R.BMaguire@a2c.quebec