



## VERS L'INCONNU ET PLUS LOIN ENCORE!



## L'AUDACE QUI SOURIT (À BELLES DENTS)



## HOBBS MARKETING : L'EXPÉRIENCE COUPONS!

### 08 NOUVEAUX MANDATS

- Camden (nouveaux clients)
- AOD Marketing (Norden)
- Meaghan Benfeito et Woody Belfort (M.A L'Allier RP)

### 10 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ

- Rona (Sid Lee)
- Loto-Québec (Cossette)
- Lesters (lg2)
- IGA (Sid Lee)
- Reezom (CHGA)
- Sobeys (CRI agence)
- OnDeck Canada (Rethink)
- Metro (Publicis)
- Walmart (Cossette)
- Arrondissements de la Ville de Montréal
- L'Association des concessionnaires de Subaru du Québec (Rinaldi)
- Pepito Sangria Light (Occupation Double/la corp)
- Centura (Camden)

### 22 TOP 10 DES CAMPAGNES DU MOIS DE SEPTEMBRE

### 23 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Apple et L'Oréal
- RQD (Pixel Circus)
- Maison 1608 (Instynct Web)

### 28 ÉTUDES DE CAS

- dada communications / Groupe Robitaille

### 30 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- THE UNKNOWN (nouvelle agence)
- Francine Marcotte retraite (Cossette Média)
- SQPRP (PRP)
- Climat (lg2)
- La planète s'invite en agence (Publicis)
- Parkour 3 (spécialiste Pardot)
- CRIM (Ouranos)
- Média Experts (O3)
- Groupe Contex (Les Affaires, Contech, Avantages et Benefits Canada)
- DAC (Forrester)
- Summer Ball (Les Mauvais Garçons)
- Espace de bureau à louer (Amazone Communications)
- La Factory (Programme Pause)
- ACCRO 2019

### 44 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Julie Gélinas

### 45 CRÉATIONS

- Cantin (Les Mauvais Garçons)

### 46 NOMINATIONS

- Thomas Nelligan (TANK)
- MediaTonik
- lg2
- Reflector Entertainment

### 50 ACTIVITÉS

### 52 BRÈVES

**TO MAKE  
THE UNKNOWN  
WELL KNOWN**

**U +**



THE UNKNOWN



**VERS L'INCONNU  
ET PLUS LOIN  
ENCORE !**

Écrit par Normand Miron, miron & cies

# L'AUDACE QUI SOURIT (À BELLES DENTS)

Écrit par Raphaël Martin



Une agence média de St-Alphonse de Granby spécialisée en acquisition de clientèle auprès de cliniques dentaires rivalise d'audace en garantissant rendement et exclusivité à sa clientèle. Portrait de **Capitaine Média** (et discussion sur les bienfaits de la transparence) en compagnie de **Philippe Lusignan** et **Pierre-Luc Belval**.

---

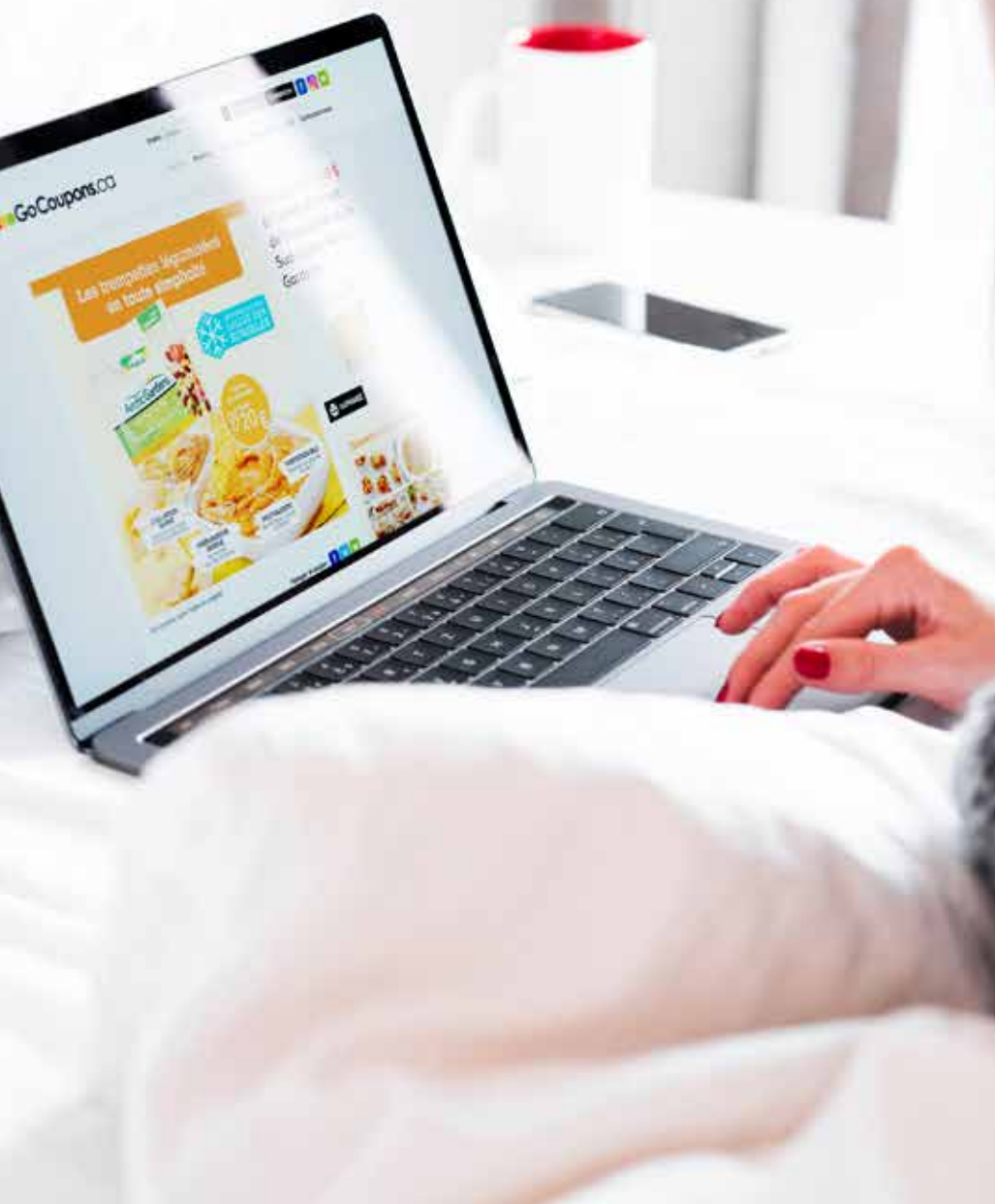
**L**es entrepreneurs, reconnus pour leur cran et leur sang-froid, regorgent de récits savoureux. **Pierre-Luc Belval**, l'un des deux jeunes hommes derrière la création de **Capitaine Média**, aura certainement de bonnes histoires à raconter à ses héritiers, lui dont le parcours entrepreneurial aura en quelque sorte débuté le 22 mars 2015... alors que sa participation à la populaire émission *La Voix* se terminait par une élimination. Une entrée en matière pour le moins intrigante dans le monde des affaires. « C'est drôle à dire, mais on ne peut tout simplement pas raconter la naissance de **Capitaine Média** sans parler du passage de **Pierre-Luc** à la télé, s'amuse **Philippe Lusignan**, l'autre cofondateur de l'entreprise. Lui et moi sommes amis depuis longtemps, des amis complémentaires si je puis dire. **Pierre-Luc** a toujours incarné le côté artistique de notre duo alors que moi j'assume les fonctions technologiques. C'est un détour du destin pour le moins inattendu qui nous aura amenés à nous faire la main en création de contenus, en gestion de communautés et en marketing...

---



# HOBBS MARKETING : L'EXPÉRIENCE COUPONS!

Écrit par Nancy Therrien



Pour **Denise Hobbs**, la reine des coupons, une offre d'économie doit être une expérience. À preuve, **HOBBS Marketing** offre sur sa plateforme [GoCoupons.ca](https://www.gocoupons.ca) des coupons qui sont plus que des coupons — ou plus que du bonbon ! D'ailleurs cette année, **HOBBS Marketing** célèbre ses 20 ans et [GoCoupons.ca](https://www.gocoupons.ca), ses 10 ans d'existence. Rencontre avec une femme d'affaires authentique qui a doublement raison de sortir flûtes et serpentins.

---

## Plus qu'un petit carré

« Ça me fâche quand on vend un produit sans le présenter », relate **Denise**. « Un coupon, c'est plus qu'un petit carré. Avec [GoCoupons.ca](https://www.gocoupons.ca), on crée un univers autour du produit en mettant en œuvre différentes tactiques pour maximiser l'impact auprès du consommateur et le retour sur investissement pour nos clients ». Les campagnes 360° développées par **Denise** et son équipe se déclinent en magasin (démonstrations, interCepts, coupons en tablettes, etc.), à la maison (publipostage, accroche-porte, etc.), sur le terrain (guérilla, événements, salons, etc...) et sur le web (application mobile, réseaux sociaux, site web). « J'ai fait mes recherches et en 1975, il y avait moins de 9 000 SKU en magasin contrai-