

Communiqué de presse

Pour diffusion immédiate

Le Québec décroche le « Mailing de l'année » de France

L'AMR et l'AAPQ félicitent les deux agences récipiendaires de six « Cubes »

Montréal, le 14 octobre 2009 – Grâce aux agences *Blitz-Cossette* et *DraftFCB*, le Québec a fait excellente figure lors de la 12^{ième} édition des Cubes, concours européen récompensant les meilleures campagnes de marketing direct, de commerce électronique et de vente au détail. En effet, les deux agences rapportent de Lille, en France, 6 prix « Cubes » dont un très convoité, le « Grand Cube Mailing de l'année ». Ce concours, mis sur pied en 1997, se base sur la stratégie, la créativité, l'innovation et l'efficacité pour récompenser les lauréats.

L'Association du marketing relationnel du Québec (AMRQ) et l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ) jouent un rôle de facilitateur depuis deux ans, afin d'inciter les agences d'ici à participer à différents concours internationaux. « Nous sommes heureux que le petit coup de pouce offert conjointement par l'AMR et l'AAPQ donne des résultats si impressionnants! Assurément, cette importante reconnaissance démontre le talent et le potentiel des créateurs d'ici, mais surtout, la volonté des agences de se faire voir ailleurs », de dire Yanik Deschênes, président-directeur de l'Association des agences de publicité du Québec.

« Les agences de marketing relationnel du Québec sont réputées très créatives et stratégiques. Elles bénéficient également de l'ouverture d'annonceurs audacieux et des innovations de fournisseurs de technologie de calibre. Nous sommes heureux de constater que cette synergie nous offre de plus en plus de visibilité internationale », mentionne Mathieu Péloquin, co-président de l'AMR et vice-président marketing de *Readers Digest Canada*.

Voici la liste des prix Cubes remportés par les méritants québécois:

Blitz - Cossette

- **CATÉGORIE – Mailing de l'année**
GRAND PRIX pour la campagne « Aidez-nous à sortir du noir » de la Fondation de l'Institut Nazareth et Louis Braille
- **CATÉGORIE - Prestige et Innovation - Cubes spéciaux**
CUBE D'ARGENT pour la campagne « Aidez-nous à sortir du noir » de Fondation de l'Institut Nazareth et Louis Braille
- **CATÉGORIE - ONG et Grandes Causes**
CUBE d'OR pour la campagne « Aidez-nous à sortir du noir » de la Fondation de l'Institut Nazareth et Louis Braille
- **CATÉGORIE - Culture, Loisirs, Voyage**
CUBE d'OR pour la campagne « À hurler de plaisir ! » de La Ronde

- **CATÉGORIE - Grande Consommation alimentaire et non-alimentaire**
CUBE d'OR pour la campagne « Anti Glisse » de la Société Canadienne des Postes

DraftFCB

- **CATEGORIE - Grande Consommation alimentaire et non-alimentaire**
Le CUBE d'OR pour la campagne « Kraft » pour Kraft Canada

Les Cubes

Initié par le Groupe La Poste, le prix *Les Cubes* fut créé il y a 12 ans et s'appelait à l'origine "Les Trophées de la VAD". Ce prix a été mis au point pour mettre en valeur le savoir-faire et la créativité de la communication dans trois spécialités : le marketing direct, le e-commerce et à la vente à distance. C'est tout naturellement qu'il a trouvé sa place à Lille en France, berceau de la vente à distance et carrefour de l'Europe. En 2006, les organisateurs ont souhaité marquer la mutation sans précédent des métiers de la communication provoquée par l'essor d'Internet avec un prix plus moderne et plus ambitieux : Les Cubes. Pour plus d'information : www.lescubes.com

L'Association du marketing relationnel du Québec (AMR)

Touchant un bassin de plus de 1 500 professionnels de toutes les facettes du marketing relationnel, l'AMR est la plaque tournante en matière d'intégration des médias au Québec. Affiliée à l'Association canadienne du marketing (ACM), elle constitue un carrefour d'échanges dynamiques entre utilisateurs, créateurs, gestionnaires et fournisseurs. Pour plus d'information : www.amrq.com

L'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ)

Fondée en 1988, l'AAPQ regroupe plus de 60 agences membres, lesquelles génèrent actuellement plus de 80% du chiffre d'affaires de la publicité réalisée par les agences au Québec. La mission de l'AAPQ est de défendre les intérêts de ses membres, améliorer la qualité de la publicité et sensibiliser le public en général à l'importance du rôle des agences de communication marketing. Pour plus d'information : www.aapq.ca

-30-

Information :

Andrea Dorfmann
Responsable de la gestion d'affaires
Association du marketing relationnel du Québec
(450) 472-6000
membership@amrq.com
www.amrq.com

Marie-Luce Ouellet
Directrice des communications
Association des agences de publicité du Québec
(514) 848-1732 poste 201
ml.ouellet@aapq.ca
www.aapq.ca