

CASSIES

« Le Gros Bon Sens » élu la campagne publicitaire la plus efficace au Québec

Montréal, le 29 janvier 2010 – L'agence TAM-TAMTBWA et son client Nissan sortent grands gagnants québécois du concours canadien CASSIES, dont la remise de prix se déroulait hier soir à Toronto dans le cadre de la Semaine nationale de la publicité. Ils ramènent donc à la maison un CASSIES bronze dans la catégorie « Automobiles ». Se sont également démarqués dans cette catégorie *Subaru Forester* (DDB), *Vespa* (Dentsu) de même que *Subaru Impreza* (DDB).

Un cas primé au CASSIES doit démontrer d'impressionnants résultats d'affaires et prouver, de manière convaincante, que ceux-ci furent engendrés par des activités publicitaires. Dans le cas de Nissan, les chiffres parlent d'eux-mêmes. « Nissan a réalisé le plus gros pourcentage d'augmentation des ventes de son histoire en 2008, soit 23,4 %, ce qui représente une augmentation de sa part de marché de 19 %. Par cette croissance exceptionnelle, Nissan se hisse pour la première fois au 2^e rang de tous les manufacturiers de la province en regard des augmentations de parts de marché et nous en sommes très fiers », indique Martin Sansregret, président de TAM-TAMTBWA.

Le Grand Prix de la soirée fut accordé à *Sunchips Green* et son agence *Juniper Park* de Toronto.

Au sujet des CASSIES

Les CASSIES sont le seul organisme de remise de prix d'excellence dans le domaine de la publicité au Canada à reconnaître l'efficacité en affaires qui a fait ses preuves, et dont la méthodologie rigoureuse est appuyée par de publication de cas. Les Prix CASSIES sont hautement considérés par les annonceurs et les agences. Depuis leur formation en 1993, les CASSIES ont souligné les réalisations d'affaires de plus de 200 campagnes produites par les meilleurs annonceurs et les meilleures agences du Canada. Tous les cas gagnants peuvent être consultés dans la section bibliothèque du site Internet des CASSIES au www.cassies.ca.

Les CASSIES sont une **propriété conjointe** de l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ), l'Association des professionnels de la communication et du marketing (APCM), de et de l'Institut des communications et de la publicité (ICP).

À propos de la Semaine de la publicité

La deuxième édition de la Semaine de la publicité du Canada (www.semainedelapublicite.ca) aura lieu du 25 au 29 janvier 2010. Cette semaine a pour but de rendre hommage à la contribution sociale et économique de l'industrie de la publicité à la société canadienne, de créer une plateforme publique visant à mettre en valeur la créativité de l'industrie dans le domaine des communications d'entreprises, d'assurer et d'inspirer la relève au sein de cette industrie.

-30-

Pour renseignements :

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

Diane Ripeau
Association des professionnels de la communication et du marketing
(514) 842-5681, poste 225
diane.ripeau@apcm.biz