

Communiqué de presse

Sous **EMBARGO** jusqu'au mercredi 21 octobre à **19 h 00**

L'AAPQ élit un nouveau conseil d'administration sous le signe de l'agence du futur

R/GA de New York donne une première conférence en sol canadien lors de l'AGA de l'AAPQ

Montréal, le mercredi 21 octobre 2009 – Un nouveau conseil d'administration 2009-2010 pilotera, en collaboration avec l'équipe de la permanence, les projets grandissants de l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ). En outre, question de donner le ton à cette prochaine année qui s'annonce remplie au chapitre des accomplissements, l'AAPQ a offert à ses agences membres, en première canadienne et en exclusivité, une conférence de Barry Wacksman, vice-président exécutif et chef de la croissance de l'agence new-yorkaise R/GA. Après le *Festival international de la publicité* à Cannes et le *Ad Week* de New York, M. Wacksman a partagé avec les membres de l'AAPQ sa vision de l'agence de publicité du futur, lors de l'Assemblée générale annuelle (AGA) des membres.

« Le thème de cette conférence n'aurait pas pu être mieux choisi. Notre Association joue et peut jouer un rôle grandissant dans cet univers qui offre de plus en plus de possibilités aux agences comme aux annonceurs », de dire Sébastien Fauré, président de *bleublancrouge*. « J'ai profondément confiance en la capacité de notre regroupement, c'est pourquoi j'y ai consacré avec enthousiasme temps et énergie au cours des deux dernières années. Je cède cette année ma place à un autre président, tout en demeurant sur le conseil de manière très active, entre autres pour les projets *montréal.ad* et le laboratoire *YUL-LAB*. Dominique Lebel qui me succédera, Yanik Deschênes à la direction générale de même que l'équipe en place possèdent la vision, la capacité et les outils pour poursuivre le rayonnement amorcé de notre produit, nos talents et notre réputation », termine Sébastien Fauré, président sortant du conseil d'administration.

« L'AAPQ a démontré beaucoup de dynamisme et de vision ces dernières années et c'est une excellente chose pour notre industrie. J'ai hâte de me mettre à la tâche avec le nouveau conseil d'administration et son PDG afin de nous attaquer aux défis qui nous attendent. Je tiens par ailleurs à remercier Sébastien Fauré pour l'ampleur de son travail durant les dernières années », souligne Dominique Lebel, nouveau président du conseil d'administration de l'AAPQ et vice-président exécutif, Québec et Montréal chez Cossette. « Le fait d'accueillir trois nouveaux visages au conseil d'administration, dont deux possédant une expertise davantage numérique, montre à quel point notre association est le reflet de la mouvance de notre industrie publicitaire, évolution à laquelle l'association compte bien participer activement », de dire Dominique Lebel.

Le conseil d'administration de l'AAPQ salue l'arrivée de messieurs Philippe Le Roux (président, *Phéromone*), Denis Roy (président, *Egzakt*) et Alain Tadros (président, *Harry & Co*).

Le nouveau Conseil d'administration 2009-2010

Voici donc les dix membres composant le nouveau conseil d'administration 2009-2010 de l'AAPQ : **Dominique Lebel** (*Cossette*) président, **Sébastien Fauré** (*bleublancrouge*) président sortant, **Ann Bouthillier** (*PALM + HAVAS*) vice-présidente titulaire, **Raymonde Lavoie** (*DesArts Communication*) vice-présidente, **Benoit Cartier** (*Cartier Communication Marketing*) secrétaire-trésorier, **Yves Blain** (*Taxi Montréal*), **Marc Lacroix** (*LXB Communication Marketing*), **Philippe Le Roux** (*Phéromone*), **Denis Roy** (*Egzakt*) et **Alain Tadros** (*Harry & Co*). Les agences membres de l'AAPQ ont également profité de la tenue de l'Assemblée générale pour remercier chaleureusement les administrateurs sortants. L'AAPQ tient à les remercier pour leur grand dévouement et leur engagement envers l'Association et l'industrie. Merci à **Daniel Demers** (*Ogilvy Montréal*), **André Beauchesne** (*TANK*) et **Nicolas Cazalais** (*Kolegram*).

Au sujet de l'Association des agences de publicité du Québec

Fondée en 1988, l'AAPQ regroupe 63 agences membres, lesquelles génèrent actuellement plus de 80 % du chiffre d'affaires de la publicité réalisée par les agences au Québec. L'objectif de l'AAPQ est de représenter l'industrie de la publicité au Québec, qui génère des retombées annuelles directes de 5,2 milliards de dollars et emploie plus de 60 000 personnes. La mission de l'AAPQ est d'améliorer la qualité de la publicité et de sensibiliser le public en général à l'importance du rôle des agences de communication marketing. L'Association investit également dans la formation de la relève pour accroître le savoir et les compétences spécialisées des professionnels du milieu qui leur permettront de développer un produit toujours plus créatif et stratégique afin de demeurer concurrentiels sur la scène internationale.

Pour plus d'information : www.aapq.ca

Au sujet de Montréal.ad

Première vitrine internationale du produit publicitaire québécois, *montréal.ad* est d'abord un portail de la créativité rassemblant les réalisations et les innovations des agences de publicité d'ici. En août dernier, *montréal.ad* a donné le coup d'envoi au YUL-LAB, offre commerciale destinée aux annonceurs mondiaux.

Pour plus d'information : www.montreal.ad

-30-

Pour information : Marie-Luce Ouellet
Directrice des communications
Association des agences de publicité du Québec
Tél. : (514) 848-1732 poste 201
Télec. : (514) 848-1950
ml.ouellet@aapq.ca
www.aapq.ca