

## L'industrie de la pub québécoise s'envole pour Chicago

Montréal, le mercredi 10 mars 2010 – Après une première mission commerciale en novembre dernier, l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ) a amorcé ce matin une mission-retour à Chicago, avec le départ d'une douzaine de membres de l'équipe provenant de neuf agences de publicité différentes.

En plus de l'AAPQ, la Délégation est composée de 11 représentants provenant d'agences de différentes tailles : *Beauchemin Communication Marketing* (Benoit Beauchemin), *Bleublancrouge* (Sébastien Fauré), *Cossette* (Louis Duchesne), *Egzakt* (Denis Roy), *Harry&Co* (Alain Tadros), *LXB Communication Marketing* (Marc Lacroix, Paul Bergeron et Patrick Michel), *PALM+HAVAS* (Pascal Chandonnet), *Taxi* (Yves Blain) et *Touché! phd* (Alain Desormiers).

« Ce deuxième séjour à Chicago est très riche en contenu. En plus d'assister au séminaire organisé par les 4A's ayant pour thème « Agency 2.5 : How Agencies Are Transforming for the Future », qui se tiendra au siège social mondial du groupe publicitaire *Leo Burnett*, les participants rencontreront le journaliste Jeremy Mullman d'Advertising Age dès leur arrivée en sol américain », mentionne Yanik Deschênes, président-directeur général de l'Association des agences de publicité du Québec. « En plus de quelques rencontres avec des annonceurs internationaux, nous tiendrons également un sommet de réflexion intime sur l'internationalisation de notre industrie, en plus d'assister à des rencontres avec la *Délégation du Québec* et avec le *Consulat général du Canada* à Chicago », poursuit Yanik Deschênes.

Un coquetel organisé ce jeudi soir permettra également de présenter plus en détails l'offre commerciale de montréal.ad, le YUL-LAB, devant invités et dignitaires de Chicago.

### montréal.ad et son YUL-LAB

Première vitrine internationale du produit publicitaire québécois, montréal.ad est avant tout 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, laboratoire d'expérimentation publicitaire visant à aider les annonceurs mondiaux à trouver de nouvelles combinaisons publicitaires, à moindres coûts, pouvant prédire le succès ou l'échec d'une offensive communicationnelle avant de l'exporter. Pour plus d'informations : [www.montreal.ad](http://www.montreal.ad).

-30-

### Pour renseignements

Marie-Luce Ouellet

*Directrice, Communications-marketing et rayonnement international*

Association des agences de publicité du Québec

Tél. : (514) 848-1732, poste 201 ▪ Téléc. : (514) 848-1950 ▪ Mobile. : (514) 586-2564

[ml.ouellet@aapq.ca](mailto:ml.ouellet@aapq.ca)

[www.aapq.ca](http://www.aapq.ca) ▪ [www.montreal.ad](http://www.montreal.ad)