

Événement « AdClub OOH Day 2024 » : bravo aux gagnants!

Toronto, le 13 novembre 2024 – La journée de l’affichage (OOH Day) 2024, organisée par l’Advertising Club of Toronto (AdClub), a rassemblé membres des industries de la planification, du marketing et des médias pour souligner l’excellence créative et l’innovation stratégique en affichage publicitaire. L’événement a mis de l’avant des campagnes exceptionnelles qui ont marié à merveille l’innovation conceptuelle et le placement stratégique, témoignant ainsi du talent et de la vision qui font progresser le domaine de l’affichage. En plus de récompenser les meilleures campagnes, le comité organisateur a tenu à rendre hommage aux individus qui ont transformé l’industrie à leur façon au cours de leur carrière.

À titre de commanditaire de l’événement, COMMB était fier de présenter conjointement le prix Méritas (Merit Award) à Michele Erskine, PDG d’Astral/OUTEDGE, qui a grandement influencé l’industrie de l’affichage depuis ses débuts dans le monde des médias en 1987.

« Cette année, l’événement AdClub OOH Day a fait rayonner la crème des campagnes d’affichage. Il s’agissait du plus grand rassemblement du genre dans l’histoire de notre club, qui date de plus de 50 ans. Ce sommet historique signifie que chaque commanditaire et chaque invité a contribué une somme record au BEC, au profit de notre programme de bourses d’étude. Quel succès! », a déclaré Amanda Newell, présidente de l’AdClub.

Gagnants de 2024

- **Grand prix 2024**

ÉRABLE DU CANADA – L’érable, c’est passe-partout (Rodeo FX, Espace M, Branded Cities)
Planification : Vickie Dugas, Danny Gauthier, Ahmed Megdiche, Karima Trad

- **Panneau numérique grand format (autre que 3D)**

1^{er} prix : ÉRABLE DU CANADA – L’érable, c’est passe-partout (Rodeo FX, Espace M, Branded Cities)

Planification : Vickie Dugas, Danny Gauthier, Ahmed Megdiche, Karima Trad

2^e : HEINZ – Deadpool et Wolverine, ketchup et moutarde (Carat, Billups, Branded Cities)

3^e : AUDIBLE – campagne de marque (Wavemaker, Branded Cities)

4^e : OREO BY MLSE (Society, Branded Cities)

5^e : Molson Coors – dominance cannette gonflable Vizzy (Wavemaker, Branded Cities)

- **Panneau numérique grand format (3D, anamorphique, perspective forcée)**

1^{er} prix : lancement Sony PlayStation Spider-Man 2 (EssenceMediacom, Group M OOH, Branded Cities)

Planification : Marisol Pulido, Wesley Grier, Vinesh Beharry, Mayank Sethi

- 2^e : NINJA – Frost Vault (Horizon Media, Pattison Outdoor)
- 3^e : Benefit Mascara (Benefit Cosmetics, Branded Cities)
- 4^e : PRADA – parfum Paradoxe Virtual Flower (Wavemaker, Group M OOH, Branded Cities)
- 5^e : AMAZON PRIME VIDEO – « Rings of Power », saison 2 (Initiative, Branded Cities)

- **Panneau statique**

1^{er} **prix** : Alberta Teachers' Association – chaises suspendues (Tag Advertising, Astral-Outedge)
Planification : Todd Sloane

- 2^e : Boston Pizza – « Loaded to the Edge » (UM, Pattison)
- 3^e : NorthStar Bets – soccer vs football (Starcom, Pattison)
- 4^e : TD – « Accessibility Adapter » (Starcom, Eat-It-Up Media)
- 5^e : CIFQ – Du bois, c'est plus que du bois (Cossette, Billups, Pattison, Astral, Publicité Sauvage)

- **Affichage intérieur**

1^{er} **prix** : CHEWY pour CHEWY.CA (Quan Media Group, Branded Cities)
Planification : Ashley Moll

- 2^e : PARAMOUNT PLUS – « Paw Patrol: Pups, Planes & Pupmobiles » (Wavemaker, GroupM OOH, Travel Path Media)
- 3^e : NETFLIX – « Bridgerton » saison 3 (Media Experts, Branded Cities)
- 4^e : Air Transat – destinations (Air Transat, Branded Cities)
- 5^e : Sony – PS5 MLB (Essence MediaCom, Group M OOH, UB Media)

- **Transit/Transport**

1^{er} **prix** : Warner Brothers – tramway Beetlejuice Beetlejuice (OMD, Pattison)
Planification : Alicia Mavreas, Meghna Dhall

- 2^e : BOTA BOTA – Ancrage en perspective (Agence DADA, CÔTÉ MÉDIA, Wrapped Media)
- 3^e : OLG – loto poker (Essence MediaCom, Group M OOH, Statements Media)
- 4^e : ATB au Stampede de Calgary (Media Experts, Wrapped Media)
- 5^e : Wendy's Cinnabon (Initiative, Wrapped Media)

- **Mobilier urbain/abribus**

1^{er} **prix** : Trojan – vibreur « DUET 2 IN 1 » (Wavemaker, GROUP M OOH, Astral-Outedge)
Planification : Tushita Jain, Kelly Wong

- 2^e : PLQ – FILTRÉ PAR LE LAIT (TOUCHÉ, QUÉBECOR AFFICHAGE)
- 3^e : CRÈME FOUETTÉE GAYLEA (TRUE MEDIA, BRANDED CITIES)
- 4^e : AMAZON PRIME – « Fallout » (We Are Very Polite, Pattison)
- 5^e : LA PARISIENNE – LAVO (Jungle Media, Billups, Québecor, Cogeco)

- **Exécutions/Activations de stations**

1^{er} prix : Netflix – « Bridgerton » saison 3 (Media Experts, Branded Cities)

Planification : Maria Gomez Silva, Farial Nazim, Jillian Clarke

2^e : Chewy (Quan Media Group, Branded Cities)

3^e : Audible – campagne de marque (Wavemaker, Group M OOH, Pattison)

4^e : Paramount+ – « Halo » saison 2 (Wavemaker, Pattison)

5^e : Molson – habillage de passerelle (Wavemaker, GroupM OOH, Lamar)

- **Client direct**

1^{er} prix : Pitch « The Forum » (The Forum, Church & State, Pattison)

Planification : Anne McLean

2^e : Benefit Mascara (Benefit Cosmetics, Branded Cities)

3^e : Bible YouVersion – application (YouVersion, Pattison)

4^e : Shoppers Drug Mart – événement beauté (Shoppers Drug Mart, Branded Cities)

5^e : Air Transat – destinations (Air Transat, Branded Cities)

À propos de COMMB

Toujours au service de l'industrie de l'affichage, COMMB est un organisme sans but lucratif dont les membres sont des annonceurs, des agences, des entreprises en technologie programmatique et des entreprises d'affichage de toutes tailles. COMMB est responsable des efforts collectifs de marketing et d'évaluation dans l'industrie de l'affichage. L'organisme met au point des méthodes exclusives d'évaluation d'audiences pour une vaste gamme de formats d'affichage, en plus d'être le porte-voix de l'industrie dans le cadre de ses initiatives de communications marketing.

Renseignements :

Jennifer Copeland

Directrice, Communications de marque

jcopeland@commb.ca