

LES GRANDS PRIX DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE **2024**



Le 2^e gala annuel des Grands Prix de l’affichage publicitaire souligne les grandes réussites de l’industrie : voici le palmarès

Toronto (Ontario), le 3 juin 2024 – Le 30 mai, que s’est déroulé le deuxième gala annuel des Grands Prix de l’affichage publicitaire afin de récompenser l’utilisation stratégique de ce média par les marques, les agences et les entreprises d’affichage. Dans une salle comble, la soirée a commencé avec le mot de bienvenue de Lara Menzies, directrice, Marketing et partenariats, chez COMMB, suivi d’une présentation de Michele Erskine, présidente du Conseil de COMMB et PDG d’OUTEDGE, et de Mary Ventresca, v.-p. Marketing et Développement des affaires de PATTISON Outdoor. Mesdames Erskine et Ventresca ont ensuite accueilli au podium chacun des présentateurs et présentatrices de prix.

Tapis rouge, projections numériques, expérience « son et lumière » thématique et colorée... tout y était pour créer une ambiance chic et raffinée, notamment grâce au savoir-faire de Derooted Immersive.

À la fin de la soirée, Lara Menzies a commenté : « Nous tenons à remercier notre commanditaire en titre UB Media, qui nous a accordé son appui indéfectible pour une deuxième année d’affilée. Un gros merci également à tous les autres partenaires qui nous ont aidés à assurer le succès de cette grande fête de l’industrie de l’affichage. Enfin, bravo à nos juges, qui ont travaillé très fort pour évaluer la vaste gamme de campagnes soumises au concours cette année. »

Chaque campagne récompensée est un exemple de créativité, d’innovation et d’ingéniosité en affichage, en plus de témoigner du travail exceptionnel des annonceurs. Mme Menzies ajoute : « Lorsque la créativité et la stratégie sont jumelées efficacement, l’impact est palpable et la puissance du média est indéniable. »

Palmarès des Grands Prix de l'affichage publicitaire 2024

Meilleur concept

| | | |
|------------------------------|----------------------|-------------------------------|
| IKEA | Déménagement | Carat / Québecor Affichage |
| Programme récompenses Scène+ | Pluie de récompenses | PHD / Québecor Affichage |

Prix multimédia

| | | |
|------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Paw Patrol | « Pups, Planes & Pupmobiles » | Paramount+ / Wavemaker / Kinetic / Travel Path Media/ Adapt |
| Nutella | Savourez la beauté du Canada | Publicis Montréal, Vistar/ Astral/ Pattison/ OUTEdge/ Vendo/ Directwest |

Prix d'affichage traditionnel

| | | |
|------------------------------------|-----------------|----------------------------------|
| The Strong National Museum of Play | s.o. | Partners and Napier / Billups |
| Cheetos (PepsiCo Canada) | « Sponsortips » | Pattison Outdoor |

Prix numérique

| | | |
|-------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Air Transat | Win Back Sunlight | Sid Lee/Pattison Outdoor |
| Pizza Pizza | Croûte farcie Pizza Pizza | Ad Track Media / Media Experts |

Meilleur achat direct

| | | |
|-------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Air Transat | « Win Back Sunlight » | Sid Lee / Pattison Outdoor |
| Sico Paint | Murale échantillon de couleurs | PHD Montréal / Publicité Sauvage |

Meilleure campagne mondiale

| | | |
|---------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Destination Toronto | « You Gotta See What We See » | Wavemaker / Scarlett Street / Bensimon Byrne / TikTok Canada / DIVE |
| Maybelline New York | « Extend Your Lash Reality » | Maybelline / DOOH.com |

Meilleure campagne axée données

| | | |
|-------------|--------------------------------|--------------------------|
| Tim Hortons | « Tim Hortons CaffinAITed » | Horizon/ Astral/Pattison |
|-------------|--------------------------------|--------------------------|

| | | |
|---------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------|
| Uber Eats | « Only On Uber Eats » | Talon OOH |
| Prix grand impact | | |
| PFK | Funérailles pour frites | Wavemaker/Kinetic/Statements Media / Courage / Narrative |
| Pet Valu | « Take Me Home Tonight » | True Media |
| Meilleure campagne communautaire (ex æquo) | | |
| Silk | Hôtel d'abeilles | Wavemaker / CARL Social Club / MINT / Pattison Outdoor |
| Aura Freedom | Fin au féminicide | UB Media |
| Swab the World | Swab the World – Patients | UB Media |

À propos des Prix canadiens de l'affichage

En partenariat avec BNN Bloomberg, le gala des Prix canadiens de l'affichage sera une célébration globale de l'industrie qui reconnaîtra les réalisations créatives, techniques et stratégiques des agences et des annonceurs pour leurs campagnes d'affichage. Or, les catégories gagnantes seront axées sur l'innovation, les données, l'utilisation de la technologie programmatique/numérique, le ciblage de l'audience, la planification à 360 et plus encore. Bref, elles seront présentées sur BNN Bloomberg, ce qui leur procurera une visibilité mondiale.

À propos de COMMB

COMMB est un organisme sans but lucratif au service de l'industrie canadienne de l'affichage. Nos membres comprennent 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 de mesure de l'industrie de l'affichage en développant des méthodes exclusives d'évaluation des audiences pour une vaste gamme de formats d'affichage tout en s'assurant que la voix de l'affichage est au premier plan des médias par le biais de grandes initiatives de marketing et de communication.

Renseignements :

Jennifer Copeland - directrice, Communications de marque
 COMMB
jcopeland@commb.ca

