



## PORTFOLIO

## DESCRIPTION DE LA FIRME



C'est bien meilleur avec des complices! Et c'est clé-en-main!

Les Complices Communication s'est donné comme mission d'accompagner ses clients dans la création d'expériences de marque par la conception de produits de qualité supérieure.

Les Complices Communication, c'est l'association de gens qui ont ainsi uni leur passion pour les communications, leur créativité et leur maîtrise de la gestion de projets. Les Complices Communication, c'est surtout un modèle d'affaire qui crée un espace pour toutes les personnes passionnées qui excellent dans leur domaine respectif et qui croient en la puissance de la multidisciplinarité pour mener à bien les projets les plus ambitieux. Nous croyons que chaque projet est unique et qu'en communication comme en musique, on ne crée pas des symphonies avec un homme-orchestre. Les membres de l'équipe sont réunis en fonction des besoins de chaque projet et sont choisis sur la base de leur professionnalisme, de leurs réalisations antérieures prouvant leur capacité à générer des résultats d'affaire appréciables, de même qu'en considérant la qualité des équipements dont ils disposent et de l'avancement des technologies qu'ils utilisent.

Les Complices Communication crée une équipe originale pour chaque projet où tous – chargés de projet, sous-traitants, clients et collaborateurs – participent à l'idéation. La force de Les Complices Communication, c'est d'animer la synergie de créateurs, y incluse celle de son client.

# NOS RÉALISATIONS

## ● RÉALISATION DE LA CAMPAGNE PROMOTIONNELLE « DESTINATION RADISSON » (2014) HYDRO-QUÉBEC

Mise en œuvre du plan promotionnel touristique incluant : développement d'un concept et d'une signature marketing, réalisation d'un concours en ligne, création et mise en ligne de pages et de groupes Facebook, conception et mise en ligne de publications Facebook, conception et gestion des publicités imprimées, articles de blogue, coordination de chroniques touristiques à la radio, distribution d'encarts, site web [www.destinationradisson.com](http://www.destinationradisson.com), organisation et coordination d'une tournée de presse, marketing courriel massif aux voyageurs et groupes scolaires.



**CONCOURS**  
**VOYAGE POUR DEUX**  
**À LA BAIE-JAMES**  
**AU PAYS DES BÂTISSEURS D'EAU**



## ● PLAN DE PROMOTION TOURISTIQUE DES AMÉNAGEMENTS HYDROÉLECTRIQUES (2013) HYDRO-QUÉBEC

Rédaction d'un plan promotionnel pour les aménagements touristiques à Radisson incluant: éléments stratégiques, actions privilégiées (placement média, médias sociaux, relations médias, marketing direct, projets spéciaux), objectifs communicationnels et budget par action, échéancier et dates critiques.

## ● CAPSULES VIDÉO POUR LE WEB (EN COURS, DEPUIS 2012) HYDRO-QUÉBEC

Production de 20 capsules vidéo (sous-titrées français/anglais) sur les suivis environnementaux du projet Eastmain-1-A-Sarcelle-Rupert réalisés par Hydro-Québec avec ses consultants et les communautés cibles pour une diffusion sur [www.hydroquebec.com/hydroandfriends](http://www.hydroquebec.com/hydroandfriends). Conception, scénarisation, tournage (Baie-James), post-production, recherche et négociation des droits musicaux, gestion de l'archivage.

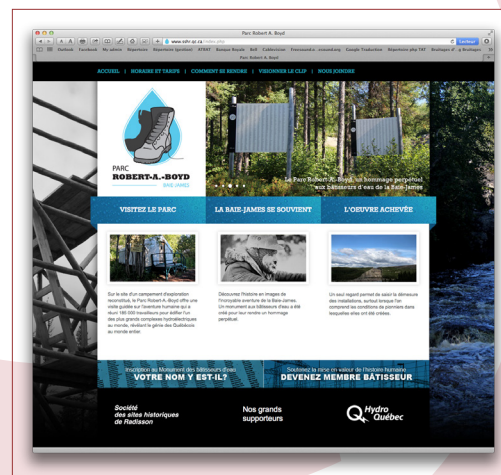
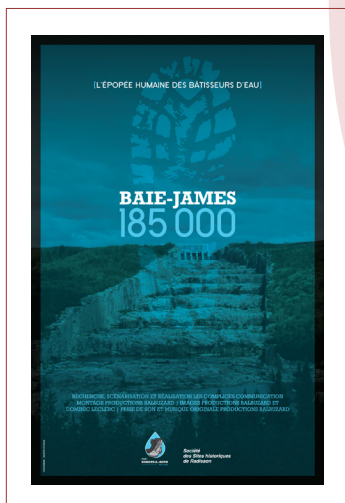
**AUDIO-CIRCUIT HISTORIQUE ET CULTUREL DE ROUYN-NORANDA –  
L'INDICE DU BONHEUR (2012-2013)  
SOCIÉTÉ D'HISTOIRE DE ROUYN-NORANDA**

Conception et réalisation de 51 capsules audio mises en ligne, site Internet [www.audiocircuitrn.com](http://www.audiocircuitrn.com) et gestion de l'hébergement, plan de communication et outils promotionnels (logo, clip vidéo, publicité radio, publicité journaux, carton promotionnel, affiche, lancement officiel, page Facebook).



**« BAIE-JAMES 185 000 » ET OUTILS PROMOTIONNELS (2011-2012)  
SOCIÉTÉ DES SITES HISTORIQUES DE RADISSON - PARC ROBERT-A. BOYD**

Conception et réalisation d'un documentaire de 40 minutes sur l'histoire du développement de la Baie-James phase 1 d'un point de vue humain. Développement des outils promotionnels pour le documentaire et pour le Parc Robert-A.-Boyd : affiche et pochette du film, clip vidéo promotionnel, site Internet [www.sshr.qc.ca](http://www.sshr.qc.ca), carton promotionnel, modernisation de l'image de marque du Parc.



## **IMAGE DE MARQUE ET CAMPAGNE DE RELATIONS PUBLIQUES (2013)** **48<sup>e</sup> NORD INTERNATIONAL**

Animer un processus conduisant 48<sup>e</sup> Nord à se définir une image de marque et à concevoir une stratégie de relations publiques.

## **CONSULTATION JEUNESSE 12-35 ANS (2013)** **FORUM JEUNESSE DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE**

Groupes focus dans les écoles du secondaire et portrait des 12-17 ans. Conception et promotion d'un sondage en ligne pour les 18-35 ans, développement et gestion d'une campagne publicitaire Facebook. Analyses et rapports.

## **TOURNÉE RÉGIONALE EN CONCILIATION FAMILLE-TRAVAIL-ÉTUDES (2012)** **CONFÉRENCE RÉGIONALE DES ÉLUS DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE**

L'organisation logistique, le développement des outils promotionnels web, la production d'un document résumé de l'étude, la promotion des événements et la réalisation de conférences à l'intention des employeurs de l'Abitibi-Témiscamingue.



## **BILAN DIALOGUE** **CONFÉRENCE RÉGIONALE DES ÉLUS DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE**

Réalisation d'une enquête auprès de 160 partenaires de la CREAT pour un positionnement stratégique de l'organisme en développement régional.

# L'ÉQUIPE DE RÉALISATION



## FRANCE LEMIRE

Tête heureuse et audacieuse, France fait rouler son hamster sans arrêt pour répondre à ses élans créatifs. Bilingue, passionnée de tourisme et de multimédia, elle collectionne les réalisations qui jumèlent ces deux univers. Chose étonnante pour certains, c'est au cours de la période la menant vers l'obtention de son diplôme universitaire en sciences comptables qu'elle a découvert son intérêt pour le développement conceptuel. À la fois passionnée de design et de stratégie, elle a mené à bien de nombreuses campagnes marketing et réalisé plusieurs produits touristiques. De la conception, à la réalisation graphique, en passant par la production, les projets qu'elle gère et qu'elle développe sont intégrés. Elle maîtrise bien la communication expérientielle. Elle s'intéresse de près au développement de projets, à l'évolution du marketing et des technologies de l'information.

### Quelques réalisations à titre de consultante autonome :

- Conception et développement du Répertoire de l'offre plein air autoguidée en Abitibi-Témiscamingue ([www.accespleinair.org](http://www.accespleinair.org))
- Direction du projet, graphiste et monteuse vidéo du Jeu interactif en ligne «L'aventure boréale, cuisinez comme Dame Nature» ([www.aventureboreale.com](http://www.aventureboreale.com)). Réalisation de la campagne, design graphique et programmation HTML des outils promotionnels.
- Conception de l'image de marque et réalisation de la campagne marketing intégrée de Tourisme Abitibi-Témiscamingue « L'Abitibi-Témiscamingue... à bras ouverts ! »
- Conception de l'image de marque, réalisation de 5 capsules télé et d'une campagne marketing intégrée sur la thématique de l'apport des immigrants en Abitibi-Témiscamingue « Venus d'ailleurs pour bâtir ici ! »
- Réalisation du «Guide pratique : Aventure et écotourisme» destiné aux agents de développement pour l'accompagnement des promoteurs en Abitibi-Témiscamingue et dans le Nord-du-Québec
- Développement et mise en marché de produits touristiques d'aventure en Abitibi-Témiscamingue et dans le Nord-du-Québec
- Conception et programmation des bases de gestion de données