



ALPINE

PRODUCTIONS



En partenariat avec

BUNKER 14

QUI SOMMES-NOUS ?

Une maison de production de contenu multi-disciplinaire

« Comédiens, mannequins, réalisateurs, photographes....
Qu'ils œuvrent devant ou derrière la caméra, je veux mettre en
lumière les premières nations et leurs talents. »

Julien Roy Awashish
Productions Premières Nations

L'équipe



**Julien Roy
Awashish**
Producteur exécutif



Alain Cloutier
Directeur général



**Jean-Philippe
Brisson**
Producteur



Charles Gagnon
Directeur de création

Pré-production

Accompagnement
Stratégie
Conceptualisation
Rédaction
Storyboards
Casting
Recherche de lieux
Horaire et logistique
Gestion budgétaire

Production

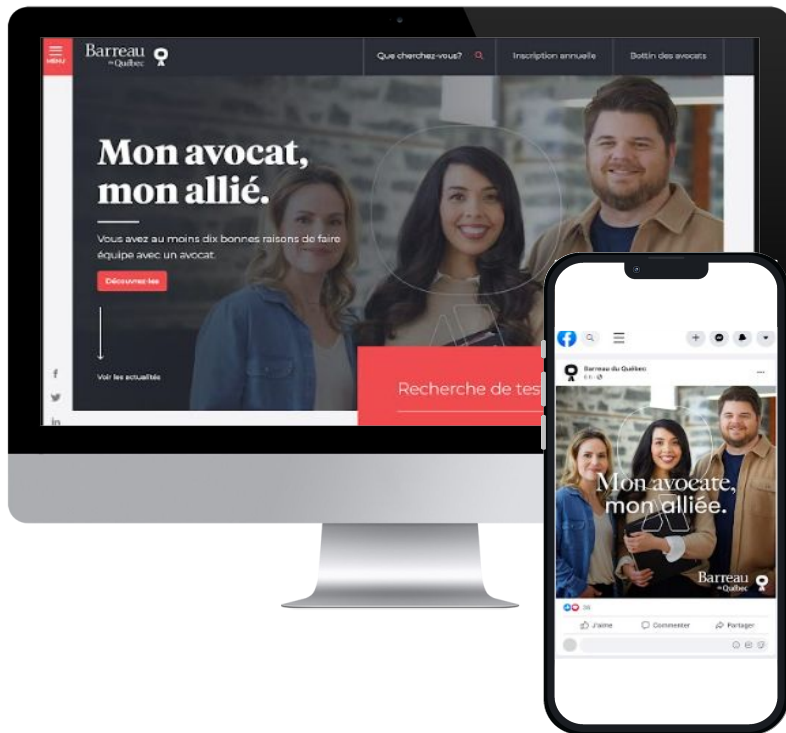
Réalisation
Direction photo
Direction artistique
Captation par drone
Illustration
Photographie

Post-production

Montage
Colorisation
Enregistrement sonore
Motion design
Animation 2d & 3d
Sous-titrage
Formats adaptés

Offrir des services de classe mondiale, dans une structure où chaque dollar investi par nos clients contribue à la création de valeur et à l'atteinte de leurs objectifs.

CAS PERTINENTS



Barreau du Québec

Mon avocat, mon allié

Le Barreau du Québec souhaite déployer une campagne de valorisation de la profession d'avocat et déconstruire les préjugés que les Québécois.e.s ont envers la profession. Un des objectifs premiers est d'amener la cible, les adultes de 25 à 54 ans à prendre contact avec un.e avocat.e lorsque nécessaire.

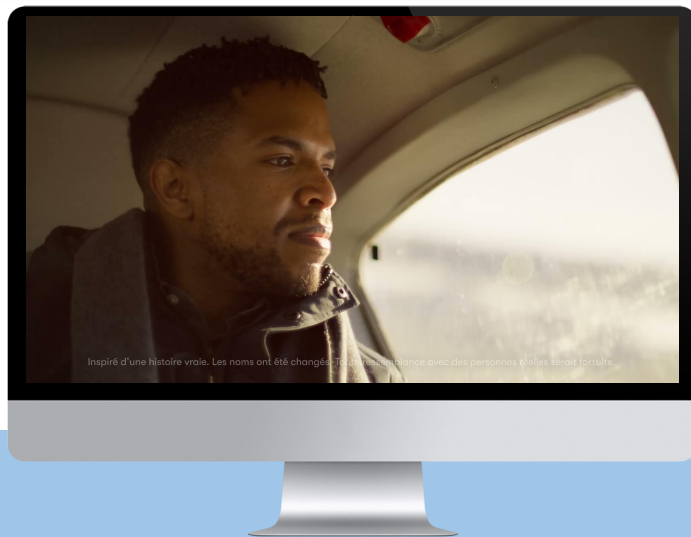
Résultats

La campagne « Mon avocat, mon allié » est en cours de diffusion à la télévision et sur le Web; une évaluation post-campagne sera réalisée en novembre prochain. Jusqu'à présent, la campagne a généré 6 195 654 impressions, 46 052 clics ainsi que 1 428 372 visionnements et, surtout, elle a reçu un accueil des plus favorables de la part des 29 000 membres du Barreau du Québec.

Mon avocat, mon allié.

En savoir plus

Barreau
du Québec



Inspiré d'une histoire vraie. Les noms ont été changés. Tous les conseils avec des personnes telles vous le souhaitez.

« La médiation
ne sauve pas
les couples.
Elle sauve
les familles. »

M^{re} Claire Sanchez
Avocate

Potvin, Sanchez
& Scott

Guy-Philippe
Maurin
M^{re} Claire Sanchez
Avocate
Jeff Scott
Père

Mon avocate,
mon allié.

En savoir plus

Barreau
du Québec

* Inspiré d'une histoire vraie. Les noms ont été changés.
Tous les conseils avec des personnes telles vous le souhaitez.

Conseil de l'Industrie Forestière du Québec

Les 10 bonnes raisons de choisir la forêt

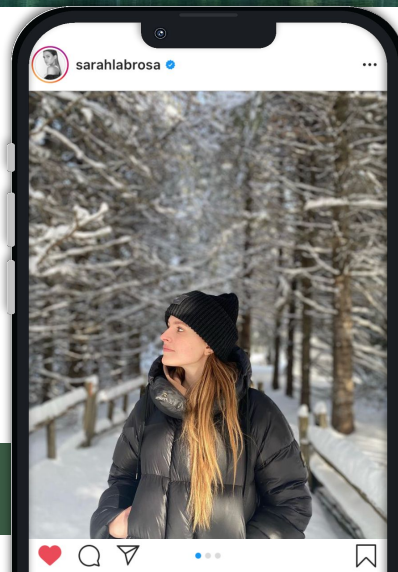


Le secteur forestier n'échappe pas à l'important besoin de relève; 25 % de sa main-d'œuvre atteindront l'âge de la retraite d'ici 5 ans. Ce dernier souhaite donc intéresser les jeunes (14-24 ans) à son domaine, le positionner comme étant innovant et faire connaître les nombreux métiers d'avenir disponibles.

Pour assurer une grande réceptivité du message par la cible, l'agence propose Sarah-Jeanne Labrosse comme ambassadrice de la relève du secteur forestier; cette dernière est toute désignée pour communiquer de façon crédible à la cible les 10 très bonnes raisons de choisir la forêt. La campagne est constituée d'une série de vidéos mettant en vedette l'ambassadrice communiquant les 10 raisons de choisir la forêt, le tout supporté par une campagne numérique et une forte présence sur les réseaux sociaux.

L'agence propose la création d'une destination Web autonome optimisant la recherche d'informations sur les métiers de la forêt comme un outil fiable pour les jeunes et les influenceurs.

La campagne à générer 24,8 M impressions, 1,4 M visionnements et 43K de visites sur le site Web.



Nous avons développé une destination Web dynamique et divertissante spécifique pour la cible des jeunes et à l'aide d'une campagne 100% numérique et de la porte-parole Sarah-Jeanne Labrosse, l'avons amenée à considérer les possibilités de carrières qu'offre le secteur forestier.

[Voir la publicité "relève".](#)

[Voir le site web "relève".](#)



Commission de la Construction du Québec

La Relève

La CCQ mandate l'agence afin de valoriser les métiers et les carrières en construction. La campagne vise les futurs travailleurs âgés de 15 à 30 ans, tout en mettant l'accent sur les 18 à 24 ans, ainsi que les influenceurs (ex. : conseillers pédagogiques, parents, centres d'emploi, etc.).

Une campagne centrée sur les aspirations et les attentes de la cible, pour le secteur d'activité visé, doit donner accès à un sentiment de réussite. La cible est fière et ressent le besoin de montrer aux autres qu'elle a du succès. Il est essentiel de comprendre le parcours décisionnel d'un jeune pour son choix de carrière.

- Développer une bonne compréhension des clientèles et adopter une approche centrée sur le client.
- Comprendre le processus complet de prise de décision vers les métiers de la construction.
- Analyser les outils existants et choisir les outils de communication appropriés.

Résultats

La campagne a généré plus de 70 000 visites sur le site Web, le téléchargement de 42 000 fiches de métiers, 631 000 visionnements vidéo, avec un CPV à 0,02 \$ sur Youtube, ainsi que 8 480 000 impressions.

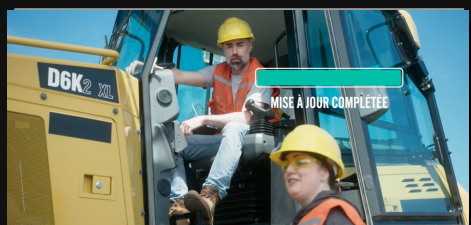
FIERS
ET COMPÉTENTS .COM

PORTMEUBLES
DANS L'INDUSTRIE
DE LA CONSTRUCTION

MISE À JOUR EN COURS



COMMISSION
DE LA CONSTRUCTION
DU QUÉBEC



Nous avons centré nos efforts sur les aspirations et les attentes de la cible en élaborant une stratégie d'influence (parents et travailleurs) et en déployant un éventail de tactiques et moyens particulièrement efficaces auprès des 18-24 ans, dont des placements et contenus engageants sur les médias sociaux, ainsi que dans des environnements tels que les jeux vidéo et les services de musique en diffusion continue.

[Voir le site web "relève"](#)