

LES GRANDS PRIX DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE 2025

Toronto, le 20 mai 2025 – – Le 3e gala annuel des Grands Prix de l’affichage publicitaire a eu lieu le 15 mai devant de nombreux afficheurs, clients, représentants d’agences, entreprises technologiques et autres en vue de rendre hommage aux campagnes exceptionnelles au sein de l’industrie.

Une fois de plus, le gala s’est déroulé au magnifique Arcadian Court, une salle du centre-ville de Toronto reconnue pour son élégance et sa splendeur. Avec des touches d’éclairage et de décor qui accentuaient l’ambiance, l’événement s’est avéré un somptueux hommage à l’excellence créative.

Les festivités ont débuté avec un mot de bienvenue de l’animatrice Lara Menzies, directrice, Marketing et partenariat, au COMMB. Ensuite, la coanimatrice Mary Ventresca, vice-présidente, Communications marketing de PATTISON Outdoor, a présenté les membres de l’industrie choisis pour décerner les prix. Tout au long de la soirée, les campagnes gagnantes, les anecdotes partagées et l’énergie dans la salle reflétaient l’appréciation de la créativité dans l’industrie canadienne de l’affichage.

Lara Menzies a partagé ces commentaires : « L’énergie dans la salle lors des Grands Prix de L’Affichage Publicitaire 2025 témoignait de notre engagement commun à faire progresser l’industrie de l’affichage publicitaire (OOH). Le travail que nous avons célébré reflète non seulement la créativité et la collaboration des différentes équipes, mais aussi l’élan collectif d’une industrie qui repousse les limites — ici au Canada comme partout dans le monde. Bien que notre focus immédiat est sur le marché canadien, nous faisons partie d’une communauté beaucoup plus vaste, et c’est en reconnaissant les contributions de chacun que nous avançons tous ensemble. Félicitations encore une fois aux équipes créatives, aux stratégies médias et à tous les clients / marques — ce gala était l’occasion de souligner des campagnes OOH exceptionnelles. »

Les lauréats et lauréates se sont démarqués aux chapitres de l’originalité, de l’exécution stratégique et de créativité audacieuse, reflétant ainsi l’impact et la souplesse de l’affichage et des personnes talentueuses derrière les campagnes.

Voici donc le palmarès des Grands Prix de l’affichage publicitaire de 2025 :

Meilleur concept

Gagnant: M&Ms– M&Ms #ForAllFunKind (Operator: Branded Cities / Rogers Sports & Media | Agency: EssenceMediacom / Mars)

Finaliste: Audible– Audible WinDOOH: There’s More To Imagine When You Listen (Operator: Branded Cities | Agency: DOOH.com / Wavemaker / Fold 7 / GroupM OOH / Audible)

Le reste du Top 5:

- **Heinz– Deadpool vs Wolverine - Heinz Ketchup & Mustard** (Operator: Branded Cities | Agency: Rethink Agency / Dentsu / billups / Heinz)
- **Liberation75– Young again never again** (Operator: PATTISON Outdoor / Astral | Agency: TBWA\Canada)
- **Netflix– Jake Paul vs Mike Tyson Live** (Operator: Branded Cities | Agency: Media Experts / Netflix)

Prix multimédia

Gagnant: Nutella– Love Your Country 2024 (Operator: Astral | Agency: Nutella / Publicis / MindShare / Golin)

Finaliste: Sephora– Give Something Beautiful (Operator: Branded Cities | Agency: Zenith / Sephora)

Le reste du Top 5:

- **Heinz– Ketchup and Mustard** (Operator: billups | Agency: billups, Kraft Heinz, Carat, Rethink)
- **Skip The Dishes– Skip To The Good Part** (Operator: Branded Cities | Agency: UM Canada / Skip The Dishes)
- **Tiffany & Co. – Yorkdale Digital & Static - Q4 2024** (Operator: Cineplex Media | Agency: GroupM OOH/ Tiffany & Co.)

Prix d’affichage traditionnel

Gagnant: Sapporo 2024– ‘The Katana’ (Operator: billups | Agency: billups/ Sleeman Breweries/ Jungle Media/ one23west/ Astral/ Bell Media/ Ace Burton)

Finaliste: PepsiCo– SVNS Hard 7-up (Operator: PATTISON Outdoor | Agency: Starcom)

Le reste du Top 5:

- **Conseil de l’industrie forestière du Québec– Du bois, c’est plus que du bois** (Operator: PATTISON Outdoor | Agency: Conseil de l’industrie forestière du Québec)

- **Landshark– LandShark Was Here** (Operator: Québecor Affichage | Agency: billups, dentsuX, The Garden)
- **Green Innovation: ÉTS, Québecor Affichage, and Toits Vertige are greening Montreal’s transit shelters** (Operator: Québecor Affichage | Agency: ÉTS)

Prix numérique

Gagnant: Greenfield Natural Meat Co– **Bacon is Rain** (Operator: Branded Cities | Agency: No Fixed Address / Greenfield Bacon)

Finaliste: Audible WinDOOH: **There’s More To Imagine When You Listen** (Operator: Branded Cities | Agency: DOOH.com / Wavemaker / Fold 7 / GroupM OOH / Audible)

Le reste du Top 5:

- **Les Producteurs de lait du Québec – Filtré par le lait** (Operator: Québecor Affichage | Agency: Touché!, LG2)
- **Liberation75– Young Again Never Again** (Operator: PATTISON Outdoor / Astral | Agency: TBWA\Canada)
- **Netflix– Jake Paul vs Mike Tyson Live** (Operator: Branded Cities | Agency: Media Experts / Netflix)

Meilleur achat direct

Gagnant: Team Canada– **Sponsored By You** (Operator: Branded Cities | Agency: TBWA\Canada)

Finaliste: Jackpot City Casino– **Free Taxi Jackpot** (Operator: Statements Media | Agency: Jackpot City Casino)

Le reste du Top 5:

- **Clarins– Clarins Double Serum** (Operator: Branded Cities | Agency: Clarins)
- **La Cité Collège– Plus Qu’un Collège** (Operator: Branded Cities | Agency: La Cité Collège)
- **Silk & Snow– Elevate Your Everyday** (Operator: PATTISON Outdoor | Agency: Silk & Snow)

Meilleure campagne mondiale

Gagnant: Paramount Pictures , LEGO® Group / TK Maxx team / Samsung / Trainline– **Gladiator II turns Piccadilly Lights to stone** (Operator: Ocean Outdoor | Agency: DOOH.com / Wavemaker / GroupM OOH / Mindshare / Starcom / Cheil / LEGO® Group / TK Maxx team / Samsung / Trainline)

Finaliste: Audible WinDOOH: **There’s More To Imagine When You Listen** (Operator: Branded Cities | Agency: DOOH.com / Wavemaker / Fold 7 / GroupM OOH / Audible)

Le reste du Top 5:

- **Tom Ford– Tom Ford Winter 2024 Collection** (Operator: Branded Cities | Agency: Tom Ford)
- **Orchestre Symphonique de Montréal (OSM)– Symphonie en mouvement : une expérience d'autopartage multisensorielle** (Operator: Wrapped Media | Agency: Media Secours (Orchestre symphonique de Montréal - OSM))
- **Cupra– Cupra Launch** (Operator: adtrackmedia | Agency: GroupM Netherlands)

Meilleure campagne axée données

Gagnant: **Clarins– Clarins Double Serum** (Operator: Branded Cities | Agency: Clarins)

Finaliste: **Gravol– Gravol Canadianisms** (Operator: PATTISON Outdoor | Agency: GroupM OOH)

Le reste du Top 5:

- **Lindt– Lindor Festive** (Operator: Branded Cities | Agency: Starcom / Lindt)
- **Loblaw– OOH delivers a slice of success for frozen pizzas** (Operator: Loblaw Advance | Agency: Loblaw Advance)
- **BCLC Casinos FY25** (Operator: BCLC Casinos | Agency: Cossette Media, Pound&Grain, PATTISON Outdoor, Perion/Hivestack, billups)

Prix grand impact

Gagnant: **M&Ms– M&Ms #ForAllFunKind** (Operator: Branded Cities / Rogers Sports & Media | Agency: EssenceMediacom / Mars)

Finaliste: **Beetlejuice– Beetlejuice, Beetlejuice** (Operator: PATTISON Outdoor | Agency: OMD)

Le reste du Top 5:

- **Sephora– Give Something Beautiful** (Operator: Branded Cities | Agency: Zenith / Sephora)
- **Heinz– Ketchup and Mustard** (Operator: billups | Agency: billups, Kraft Heinz, Carat, Rethink)
- **Grand Prix du Canada– Extension 3D Astral : une innovation en grande première au Grand Prix du Canada** (Operator: Astral - Bell Média | Agency: F1)

Meilleure campagne communautaire

Gagnant: **Liberation75– Young Again Never Again** (Operator: PATTISON Outdoor / Astral | Agency: TBWA\Canada)

Finaliste: **Canadian Blood Services– #450Challenge** (Operator: Branded Cities | Agency: GroupM OOH / Canadian Blood Services)

Le reste du Top 5:

- **Équipe Canada– Olympiques et paralympiques** (Operator: Astral - Bell Média | Agency: Bell Média)

- **Tentree– Following Wildfire** (Operator: billups | Tentree, Dentsu Creative, iProspect, billups, Astral, Lamar, Cineplex, Branded Cities)
- **Subway– Never Miss Lunch** (Operator: Subway | Agency: billups, Carat, Subway, Astral, VENDO, RSM, PATTISON Outdoor, Branded Cities)