

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

COMMUNIQUÉ

L'Ordre des travailleurs sociaux et des thérapeutes conjugaux et familiaux du Québec choisit Défi!

À la suite d'un appel d'offres lancé en juillet dernier à l'attention des agences de publicité membres de l'AAPQ, l'Ordre des travailleurs sociaux et des thérapeutes conjugaux et familiaux du Québec a choisi Défi marketing pour la stratégie et la création de la campagne de sensibilisation de la Semaine des travailleuses sociales et des travailleurs sociaux du Québec. Cette campagne sera déployée en mars 2013 et visera à mieux faire connaître la nature de la profession de travailleur social tout en stimulant la relève à emprunter ce choix de carrière. On compte près de 10 000 travailleuses sociales et travailleurs sociaux à la grandeur du Québec.

« Le rôle du travailleur social est relativement méconnu du grand public et mérite d'être clarifié. Nous sommes enchantés à l'idée de pouvoir mettre notre créativité au profit d'une profession qui fonde sa pratique sur la défense des droits humains et la promotion des principes de justice sociale », souligne Mathieu Bédard, v.-p. création chez Défi marketing.

Défi marketing est établie dans le Vieux-Montréal depuis 1991. Elle compte parmi ses clients Intact Assurance, Mercedes-Benz Laval, l'Ordre des infirmières et infirmiers du Québec, Les Fonds Universitas, l'Ordre des pharmaciens du Québec, Confort Expert, le groupe Prével, Caffitaly Canada et Univesta Assurance. Elle offre une palette intégrée de solutions en marketing, en communication et en publicité et se spécialise notamment en gestion de la marque et en interactivité.

Source : Christiane Rioux, directrice de production
 514 288-3334, poste 23
 c.rioux@defi.com