

SOM MAIRE

05 EDITO

L'agenda-setting

07 LA TÊTE CHERCHEUSE: 18 ANS À JOUER LES DÉPIS- TEURS DE TALENTS

11 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- lg2 (Captodor)
- ZIP Communication (Boston Pizza)
- Nolin BBDO (La Crème)
- Brad (Épargne Placements Québec)
- Rinaldi (Ville de Drummondville)
- lg2 (Centraide)
- Publicis (Metro)
- TAM-TAM\TBWA (Quad Windsor)
- DDB (Groupe Investors)
- Cossette Vancouver (meobox)
- orangetango (Place Ste-Foy)
- CRI Agence (Desjardins)
- Ordre des dentistes du Québec

21 INITIATIVES NUMÉRIQUES

- Carat (CMZ)
- Les Évadés (Super Écran)
- Québecor (Goji)
- Turbulent (TFO) (Nouvelle plateforme)
- TP1 (NAYA)

25 ÉCORCE, L'AGENCE NON TRADITIONNELLE

29 CHRONIQUES

- Émilie Poirier
- Gilles Trudeau
- Mark Morin
- Stéphane Parent

35 MÉDIAS

- Dynamic Affichage
(Science de l'auditoire Dynamic)

36 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Marquis (partenariat avec SoBook)
- Québecor (Ententer de partenariat)
- Provigo (Canadiens de Montréal)
- TORQ (10 ans)

40 CRÉATIONS

- Bleublancrouge (Sico)
- Mathieu Bouillon (LIM)
- (Maxi et Les enfants de la télé)
- Hatem+D (Caisse Desjardins de Sainte-Foy)
- Ultramar et Mitsou (Fondation du cancer du sein)

44 CONVERGENCES ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- RDS (Hors-jeu sur la route)

46 NOMINATIONS

- Citoyen Optimum (Anik Trudel)
- Martin Poirier (Bell Média)
- Bell Média (Dany Meloul)
- Productions J (Anne Vivien)
- TVA (Trois nominations)
- Kaiser Lachance Communications
(Christine Tourigny)

50 DAVID, GOLIATH OU UN MODÈLE D'AGENCE REPENSÉ ?

53 UNE TÊTE D'AVANCE

- Jacinthe Beaucage
- Claudia Héroux
- Mathieu Abeille
- Catherine Roux

55 ASSOCIATIONS

- APCM : Pierre Parent
- SQPRP : Jordan Lebel
- SQRP : Christine Paré

56 ACTIVITÉS

- Entrevue avec Nicole Simard
- Formation - L'ABC de la gestion de projet
- Congrès 2015 des festivals, évènements et attractions touristiques

58 EMPLOIS

- 55 nouvelles annonces

61 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- Shed s'anime
- La commandite: les meilleures stratégies d'attraction et de rétention
- Normand Baillargeon: Pour une pensée critique de la communication médiatique

LA TÊTE CHERCHEUSE

LA TÊTE CHERCHEUSE : 18 ANS À JOUER LES DÉPISTEURS DE TALENTS

La trentaine peut entraîner, chez certaines personnes, un soudain désir de renouveau. Pour Louise Descarie, présidente et fondatrice du cabinet de chasseurs de têtes La Tête Chercheuse, la trentaine est venue confirmer un désir qui grandissait tranquillement depuis une demi-douzaine d'années, celui de posséder sa propre entreprise.

Écrit par Jennifer Guthrie

Communicatrice hors pair, **Louise Descarie** a d'abord songé à créer une agence de rencontres. N'étant pas convaincue de vouloir connaître une foule de détails personnels sur ses clients, elle s'est finalement tournée vers l'univers des chasseurs de têtes et a lancé, en 1997, **La Tête Chercheuse**. Près de deux décennies plus tard, **Louise Descarie** ne regrette pas son choix. Entretien.

Comment avez-vous développé votre goût pour l'entrepreneuriat ?

Louise Descarie : Alors que je faisais mon bac en psycho-sociologie de la communication, je travaillais, en parallèle, chez **Cossette**. À l'époque, **Cossette** était séparée en centres de profits, qui étaient en fait des entités distinctes. À ce moment, j'ai 24 ans, et des centres de profits, j'aime ça ! J'ai navigué dans cet univers pendant environ sept ans, et j'ai eu la chance, pendant ce temps, de créer des choses de A à Z. C'est à cette époque où je me suis dit que j'aimerais avoir une entreprise. Mais je n'avais aucune idée quoi. J'avais en tête une maison, peut-être une maison pour jeunes ou pour personnes âgées. Puis je me suis rendue compte que ce que j'aimais vraiment, c'était les gens. J'ai pensé à une agence de rencontres, mais je n'étais pas intéressée à avoir le feedback des rencontres que j'aurais organisées. J'ai alors eu l'idée de le faire professionnellement pour le monde des communications et du marketing, que j'aimais. J'ai décidé de partir un cabinet de chasseurs de têtes, même si

je n'avais jamais fait de recrutement. J'ai simplement décidé de le faire de façon à ce qu'au final, les employeurs et les chercheurs d'emplois soient traités comme j'aurais voulu être traitée à leur place.

À quoi ressemble le quotidien d'un chasseur de tête ?

L. D. : C'est très valorisant. Une amie avocate me faisait remarquer un jour que, si elle gagne une cause, son client se plaint de la facture qu'elle lui refile, et si elle perd une cause, son client se plaint d'avoir perdu. De mon côté, je suis valorisée autant du côté des clients que des candidats. C'est vraiment un plaisir de joindre des passions, de trouver le bon candidat pour le bon client.

La Tête Chercheuse se spécialise dans le recrutement en communications, marketing, vente, ressources humaines, création et numérique. Y a-t-il un de ces domaines qui est aujourd'hui plus en demande ?

L. D. : Tout ce qui est numérique est très fort. Tout ce qui pivote autour du numérique est en croissance. Aujourd'hui, on cherche des gens qui comprennent le numérique, la programmation, les ventes et le marketing.

Est-ce que l'avènement du numérique, l'arrivée de LinkedIn par exemple, a transformé le travail des chasseurs de têtes ?

L. D. : Ç'a changé notre travail, mais pas du tout au tout. Aujourd'hui, le client s'imaginer que c'est facile. Par exemple, un employeur