

SOM MAIRE

06 EDITO

État de la situation

10 MARIE-ANNICK BOISVERT : UNE ENTREPRENEURE QUI S'ACTUALISE

13 NOUVEAUX MANDATS

- Écorce (Igloofest, Piknic Électronik, Jobs.ca)
- DentsuBos (Kamik)
- Cineplex (Hill+Knowlton Stratégies)
- Urban Barn (CASACOM)
- Orangetango (Rachel Julien et
Boulangerie St-Méthode)

16 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- Ig2 (Loto-Québec)
 - Saint-Jacques Vallées Y&R
(Refuge des jeunes)
 - Cossette (Monnaie Royale canadienne)
 - Cossette (gouvernement du Québec)
 - Tank (Valda)
 - Zoom Marketing Actif (réseau fitness)
 - Structube
 - Garantie construction résidentielle
 - Tuxedo (Aubainerie)
-

24 PORTRAIT DE SERGE POINTET, PRÉSIDENT DE LAPROD

28 L'ART DE DONNER (ET DE RECEVOIR EN RETOUR)

31 CHRONIQUES

- SQRP (L'oeil du rédacteur)
- Groupe HRM (La marque employeur)
- Le Concierge Marketing (jeu-questionnaire)

35 RÉINVENTER L'ÉVÉNEMENTIEL AVEC JOANNIE BERGERON

40 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- A2C (Étude économique)
- SOCOM (Faire valoir les professionnels du Québec)
- M&H (nouveau siège social à Toronto)
- Collégial international Sainte-Anne (programme)
- Planète+ (RIDM)
- Prix Jules-Fournier et Prix Raymond-Charette

46 MOMENT FACTORY : « ON FAIT ÇA EN PUBLIC »

49 CONVERGENCES ET CRÉATIVITÉ MÉDIA

- V (Une journée qui a du chien)

51 NOMINATIONS

- Publicis (Duncan Bruce)
- GroupM (Fauve Doucet)
- Cavalerie (Charles-Olivier Michaud)
- La Presse (Mélanie Thivierge)
- Cohn & Wolfe (Raphaël Melançon)
- CGCOM (Philippe De l'Étoile)

55 L'ART DU PITCH EN ÉVÉNEMENTIEL : L'EXPÉRIENCE CRÉE L'ÉVÈNEMENT

58 UNE TÊTE D'AVANCE

- Amine Kamal
- Élodie Labrecque
- Émilie Charron

60 ASSOCIATIONS

- APCM : Carole Morin
- SQPRP : Catherine Moreau
- SQRP : Josée Boudreau

61 ACTIVITÉS

- Adobe (Creative Jam)
- #PRmixer (5 ans)
- Sommet Marketing B2B
- IBC/Montréal (Les tendances économiques qui influencent la manière dont nous communiquons)
- SQRP (Stratégies et outils pour augmenter votre visibilité numérique)
- Le Concierge Marketing (Formation intensive sur la commandite)

66 EMPLOIS

- 59 nouvelles annonces

69 DANS LE PROCHAIN NUMÉRO

- SHED et l'art de créer l'impossible
- Portrait de Sylvie Gagné, assistante-réalisatrice en direct
- 1One : concevoir et capter une expérience

A close-up portrait of Marie-Annick Boisvert, a woman with voluminous, curly brown hair, smiling warmly. She is wearing a light pink sleeveless top and a necklace. The background is a soft, out-of-focus light color. A dark purple diagonal shape overlaps the bottom-left corner of the image, containing the text.

MARIE-ANNICK BOISVERT : UNE ENTREPRENEURE QUI S'ACTUALISE

Ce n'est rien de moins que le passage à l'an 2000 qui a lancé la carrière d'entrepreneure de Marie-Annick Boisvert.

Écrit par Sara Larin



« **P**our l'occasion, un groupe d'amis m'a demandé d'organiser un immense party au **Studio Mel's**, près d'Habitat 67. J'avais déjà eu l'occasion d'organiser des événements, dont 3 événements en 3 mois pour le **Cirque du Soleil**. Cela dit, pour la première fois, j'allais m'occuper de tout : de A à Z. L'événement fut féérique, on m'en parle encore d'ailleurs. C'est à ce moment-là que je me suis sentie assez confiante pour lancer mon entreprise. »

La touche Marianik

Marie-Annick a choisi un domaine qui n'en était qu'à ses balbutiements. « Il y avait tout juste une ou deux boîtes spécialisées en événementiel. Alors que les événements tournaient autour de *cocktails* et de soirées vins et fromages, j'ai décidé de faire preuve d'originalité. J'estime qu'un événement réussi transporte les invités dans un univers. S'il y a un thème, il doit y avoir un thème partout, même aux toilettes. Je ne veux pas que les gens décrochent de la soirée. Les clients venaient me voir, car ils savaient que mon offre serait différente et qu'elle sortirait de l'ordinaire. J'ai toujours été à l'avant-garde. Je suis l'une des premières à avoir organisé un photomaton et à avoir uniformisé l'affichage des stations de nourriture dans le cadre d'événements », souligne-t-elle.

Changement de cap

Après 10 ans en événementiel, avec la montée technologique et l'avènement des réseaux sociaux, **Marie-Annick** a saisi une

nouvelle opportunité d'affaires. « Avant, on invitait 500 personnes publiquement actives à un événement pour faire du bruit. Maintenant, nous pouvons avoir seulement 25 personnes influentes sur les médias sociaux et avoir la même visibilité. Au lieu de faire un événement, il est également possible de faire un stunt filmé qui sera propagé via les réseaux sociaux, voire même sur les médias traditionnels, s'il est efficace. J'en ai conclu que l'événementiel se devait maintenant d'être au centre d'une stratégie de communications. Rapidement, j'ai remarqué que les entreprises comprenaient mal les médias sociaux. Ils les voyaient comme une baguette magique qui allait doubler leur chiffre de ventes ou leur notoriété. Pour bien gérer les médias sociaux et créer des interactions, il faut créer du contenu. Et pour créer du contenu, il faut avoir un budget. Malheureusement, nombreux étaient ceux qui n'arrivaient pas à le comprendre ».

Retour aux sources

Avant d'être à son compte, **Marie-Annick** a travaillé plusieurs années en relations publiques. Après 3 ans en tant que stratège en médias sociaux, elle décide de revenir à ses premières amours. « Me spécialiser en relations publiques était un choix naturel, car le domaine combine, entre autres, l'événementiel et les médias sociaux. Avec mon expérience et mon parcours, j'ai une longueur d'avance sur les relationnistes en général, car je pense à des éléments plus *marketing*, auxquels les autres ne pensent pas nécessairement », explique **Marie-Annick**.