

SOM MAIRE

05 DE JOSETTE À MYLÈNE ET ANNIE - 35 ANS DE RE- LATIONS PUBLIQUEMENT HUMAINES !

08 NOUVEAUX MANDATS

- Groupe Germain Hôtels (TUX)
- RPM (Kryzalid)
- Tac Tic Marketing (Nouveaux mandats)
- Digital Dimension (Zafari)

11 CAMPAGNE ET CRÉATIVITÉ

- McDonald's Canada (Cossette)
- Producteurs de lait du Québec (lg2)
- Les Marchés Tradition (Agence Archipel)
- Rouge FM (lg2)
- Institut linguistique (Prospek)
- Louis-José Houde (Eltoro)
- Unis TV
- La Coop fédérée (Match Vision)
- Vins Triani (sept24)
- Super C (Publicis)
- Cirque du Soleil
- IGA (Tact Intelligence-Conseil)

22 TOP 10 DES CAMPAGNES DU MOIS D'AOÛT

24 PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

- Didier Charette

25 CHRONIQUES

- L'œil du rédacteur : Le point avant ou après les guillemets ?
- Le travail créatif n'a plus de valeur

29 LES VIKINGS, JEDI ET UNICORNS D'ABSOLUNET

35 COPIER / COLLER ? AVEC JOE LA POMPE

36 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE

- Côté Média (Jean-François Côté)
- Young Glory
- Zetä Production
- Réputation & cie

38 CONVERGENCES ET CRÉATIVITÉ MÉDIAS

- Radio-Canada

40 PORTFOLIO DE LA RELÈVE

- Loïc Untereiner

42 LE GRAND CONTINENTAL : L'ART DE FAIRE LEVER FOULES ET FONDS

47 NOMINATIONS

- Reitmans Canada (Nicolas Gaudreau)
- NATIONAL (Martin Daraiche)
- Orkestra
- Rodeo FX (Erik Gagnon et-Marie-Josée Paradis)
- Agence FDM (Nominations)
- BangBang (Alexandra Whitter)

52 ACTIVITÉS

- Association Typographique internationale (UQAM)
- La reconnaissance est-elle une drogue ?
- 5@7 PR de la rentrée (AgendaPR)
- Fondation Jacques-Bouchard
- La commandite à l'ère du Web (Montréal)
- Conférence sur le marketing Web (Combustible)
- La recherche de commandite — Atelier intensif axé vers les résultats
- Commanditaire parfait, comment en devenir un — Formation intensive
- Sommet du marketing relationnel
- La commandite à l'ère du Web (Québec)

56 BRÈVES DE LA SEMAINE

DE JOSETTE À MYLÈNE ET ANNIE - 35 ANS DE RELATIONS PUBLIQUEMENT HUMAINES !

Il s'avère toujours délicat — voire risqué! — de parler publiquement de l'âge d'une femme. Mais qu'en est-il lorsqu'il s'agit de traiter du trente-cinquième d'une agence de RP fondée par une femme, puis reprise par deux autres femmes? C'est ce que l'on va découvrir, ici et maintenant.

Écrit par Normand Miron, miron & cles





Mylène Forget, LL. B.
Présidente,
Massy Forget Langlois

Mesdames, Massy Forget Langlois Relations publiques vient d'avoir 35 ans. Dans un secteur comme le vôtre, ce n'est pas rien. Félicitations !

Mylène : Merci Normand ! C'est effectivement rare. Surtout lorsqu'il s'agit d'une boîte fondée par une femme. Et reprise par sa propre fille, dix-neuf ans plus tard.

Car plusieurs l'ignorent, c'est ta maman, Josette Massy-Forget, qui a fondé la boîte. Elle venait de ce milieu ?

Mylène : Non. **Josette** avait une maîtrise en biologie lorsqu'elle a commencé à faire de la vulgarisation scientifique à CKAC aux côtés de **Suzanne Lévesque**. Progressivement, les gens ont commencé à lui donner des contrats de rédaction. Elle a éventuellement fondé son entreprise. À la maison, dans le bureau adjacent à ma chambre à coucher ! (RIRES)

Tu es donc tombée dans les relations publiques étant petite. C'était ton but ?

Mylène : **Josette** insistait pour que j'aille chercher ma propre expertise. J'ai donc fait mon Barreau, puis j'ai pratiqué pendant un moment. Par la suite, je suis devenue attachée de presse d'un ministre. En 1995, je suis reve-



Annie Langlois, Dt. P. ARP
Associée, vice-présidente principale,
Massy Forget Langlois

nue à l'agence pendant 3 ans. Puis j'ai fondé ma propre boîte de communication. Avant de retourner une dernière fois à l'agence, cette fois-ci comme actionnaire à 100 %.

Et tu en profites également pour donner naissance à deux belles petites filles. Mais en 2003, te voilà seule aux rênes. C'est à ce moment que tu es arrivée, Annie ?

Annie : Juste un peu plus tard. Un bac en nutrition et un certificat en relations publiques m'avaient permis de faire mes griffes chez les **Producteurs laitiers du Canada**, à l'**Ordre professionnel des diététistes du Québec** et chez **Métro**. Je suis arrivée chez **Massy Forget** en 2007. En 2012, je devenais la seconde associée.

Quel est ton rôle à l'agence ?

Annie : Je chapeaute les secteurs de la communication marketing et de la santé pendant que **Mylène** s'occupe du volet corporatif/affaires publiques. Je travaille avec la **Fédération des producteurs acéricoles du Québec**, les **Producteurs laitiers du Canada**, les **Producteurs de bleuets sauvages de l'Amérique du Nord**, les produits bio **PRANA**, le **Bureau canadien de l'arachide**, les jus **Lassonde**.