

SOMMAIRE



04

Humanisme,
excellence et impact :
20 ans de relations
publiques pour
CASACOM

18 Featured
Snippet 101

24 Code QR : le héros
du sans contact

33 Zú – Une startup qui
sert les startups

36 Refonte du compte Grenier :
Nouveautés, simplicité et autonomie

42 Qui aurez-vous la chance
de rencontrer à MTL connecte ?

06 NOUVEAUX
MANDATS

10 CAMPAGNES
ET CRÉATIVITÉ

20 INITIATIVES
NUMÉRIQUES

26 AFFAIRES DE
L'INDUSTRIE

28 CRÉATIONS

44 NOMINATIONS

48 CAMPAGNES
INTERNATIONALES

22
**PERSONNALITÉ
DE LA SEMAINE**

Florence Brouillard
(BROUILLARD)

34
DANS L'OEIL DE...

François Bernier (Horizon B2B)

38
ÉTUDES DE CAS

Kabane (Ubald)

ÉTOILE MONTANTE



NOUR DEROUICHE
(Cossette)

Éditeur : Éric Chandonnet

Coordonnatrices à l'édition/rédactrices :
Lea D. Nguyen, Emmie-Wesline Massier

Journalistes : Raphaël Martin, Geneviève Morin,
Jessica Poirier-Roy

Designer graphique : Yan Lanouette

Publicité : Élodie Pflumio - elodie@grenier.qc.ca

Couverture : Marie-Josée Gagnon et Jean-Michel Nahas

Photo : Donald Robitaille/OSA

Retouche : Marie-Claude Dequoy



Grenier aux nouvelles
est détenteur du



Humanisme, excellence et impact : 20 ans de relations publiques pour CASACOM

Par Geneviève Morin | Photo : Donald Robitaille

« Vous aider à réussir, voilà notre engagement », telle est la phrase qui arbore fièrement le site de la firme de consultation pancanadienne indépendante spécialisée en relations publiques et communication intégrée, **CASACOM**. Cette année, l'entreprise fondée par **Marie-Josée Gagnon** souffle sa 20^e bougie et réaffirme de ce fait toute l'importance de **CASACOM** dans l'industrie. Le Grenier s'est entretenu avec cette présidente fondatrice et le vice-président directeur et associé, **Jean-Michel Nahas**.

Marie-Josée, expliquez-nous comment on passe d'attachée de presse de Jacques Parizeau (1990 à 1996) à fondatrice d'une firme comme CASACOM.

Marie-Josée Gagnon : C'est une coïncidence assez étrange, car j'ai fondé officiellement CASACOM le 11 septembre 2001. Bien qu'on se rappelle tous ce jour assez sombre, il reste que pour l'entreprise, ça a marqué le début de toute l'aventure. Il faut dire que, pour moi, c'était justement un nouveau départ, puisque je terminais un congé de maternité en ayant complètement repensé mon choix de carrière. En effet, j'avais 11 années d'expérience dans le monde des communications. J'ai touché à tout ! (RIRES) Mais une chose revenait toujours en moi et c'était cette espèce d'appel entrepreneurial. 6 ans en politique, ça bouge assez vite, ça a certaine-

ment occupé mon temps et ma tête, mais les postes que j'ai occupés par la suite ont réellement confirmé ce que j'avais vraiment envie de faire : fonder mon entreprise.

Une firme de relations publiques, ce n'est pas très loin de ce que vous faisiez déjà. Pourquoi avoir créé CASACOM, alors qu'il existait d'autres agences sur le marché ?

Marie-Josée Gagnon : C'est vrai qu'il y avait plusieurs firmes, mais j'ai trouvé à l'époque, et c'est très personnel comme observation, qu'il y avait un certain manque d'humanisme dans les propositions et les offres d'emploi qu'on m'offrait. On me parlait rapidement d'argent et de rendement, sans toutefois m'attirer avec des défis concrets, des clients ou des projets d'envergure. Ça m'a sonné une cloche, car je me suis laissée tenter par l'idée qui ger-

mait en moi depuis longtemps déjà. J'ai voulu fonder une véritable maison — de là le nom de l'entreprise — qui avait pour but de regrouper des talents extraordinaires sous un même toit.

Justement, que signifie CASACOM pour vous ?

Marie-Josée Gagnon : CASACOM doit résonner avec « maison de communications ». Au départ, je rêvais que tous les services de relations publiques soient regroupés sous le même toit. Tous les efforts déployés ont fini par porter fruit, puisqu'aujourd'hui, nous avons réuni beaucoup d'expertises à l'interne et avons même notre propre studio.

Jean-Michel Nahas : L'idée de maison incarne vraiment la philosophie de CASACOM. Quand on pense à notre stratégie d'entreprise, on pense d'abord aux employés.es qui sont sous notre toit, ►►

FEATURED SNIPPET 101

Par Raphaël Martin

Depuis presque 10 ans, **Google** améliore l'efficacité de son moteur de recherche avec l'implantation des *featured snippet* : ces encadrés de haut de page qui répondent directement aux questions de l'utilisateur. Une pratique (ainsi qu'un terrain de jeu pour les farceurs) qui fait saliver les programmeurs SEO. Discussion sur le sujet en compagnie de **Benoit Domingue**.

Google, à quelle température le bœuf est-il médium saignant? **Google**, comment fait-on son propre désinfectant? Quels oiseaux aperçoit-on en Haute-Mauricie? À quand le prochain concert de **Céline** au Québec? Toutes des questions auxquelles le très sollicité moteur de recherches **Google** aura un jour répondu grâce au décryptage de mots-clés et autres questions formulées furtivement. Un moteur qui se développe et s'affine au gré de ses milliards de recherches quotidiennes; un moteur, même, qui, depuis quelques années, nous évite

désormais de fastidieuses recherches en affichant en haut de page des réponses déjà toutes formulées à nos questions les plus nichées. « Ce sont les désormais célèbres (et communément appelés) *featured snippet*, affirme d'entrée de jeu **Benoit Domingue**, président de **URSA marketing**. Ce sont, en d'autres mots, ces petits encadrés porteurs d'une information qui s'affichent au tout début de vos recherches sur **Google**. Et, en langage de SEO, ils représentent en quelque sorte le but ultime, voire le Saint Graal! de tout programmeur. »

Procédé démocratique

C'est-à-dire? « La raison sociale de tout *featured snippet* est de rendre l'expérience utilisateur plus efficace sur **Google**, poursuit **Benoit Domingue**. Ils sont d'abord plus accessibles et plus visibles que les liens de référencement organiques, car l'information qu'ils contiennent est jugée plus pertinente que l'ensemble des autres contenus sur le web. Ils augmentent donc de façon significative le trafic sur le site web dont ils portent le lien. Quand tu réussis à faire en sorte qu'une



CODE QR : LE HÉROS DU SANS CONTACT

Par Lea D. Nguyen

