

VOL. 11

N° 04

27.10.2025

Grenier



Dix ans pour Canidé, deux nouvelles associées et une vision forte pour la suite

Personnalité de la semaine :
Catherine St-Jean (Bob)

Étoile montante :
Sabrina BK (Signify)

Sommaire



04

Dix ans pour Canidé,
deux nouvelles associées
et une vision forte
pour la suite

40

CHRONIQUE

Chères Agences:
vos claims ne sont
plus compostables



08 Nouveaux mandats

12 Campagnes et créativité

38 Initiatives numériques

44 Affaires de l'industrie

54 Prix et distinctions

60 Créations

64 Nominations

70 Campagnes internationales



36

PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

Catherine St-Jean

Bob



52

ÉTOILE MONTANTE

Sabrina BK

Signify



58

FEMME INSPIRANTE

Juliette Philie

Rouge marketing

Éditeur: Éric Chandonnet

Coordonnatrice à l'édition/rédactrice: Lea D. Nguyen

Journalistes: Justine Aubry, Billie Gagné-LeBel, Olivier Guindon-Tremblay, Anne-Marie Lobbe, Geneviève Morin

Designer graphique: Yan Lanouette

Photo couverture: Donald Robitaille • Retouche: Marie-Claude Dequoy

Publicité: Emilie LeBeau - publicite@grenier.qc.ca

Filles de comm

Le podcast *Thara Communications*



Comment faire du marketing d'influence en toute légalité au Québec
avec Anne-Marie Dassylva et Adèle Pilote-Babin

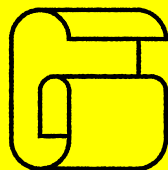


Écoutez l'épisode ici

[@fillesdecomm](https://www.instagram.com/fillesdecomm) [@tharacommunications](https://www.instagram.com/tharacommunications)

Dix ans pour Canidé, deux nouvelles associées et une vision forte pour la suite

Dix ans après sa création, Canidé ne se contente pas de souffler ses bougies : l'agence assume pleinement un modèle unique, porté par deux nouvelles associées qui croient profondément en la suite : intégrer la communication autour de la table, au service des enjeux d'affaires des organisations



PAR GENEVIÈVE MORIN

Dix ans, ce n'est pas qu'une chandelle de plus sur le gâteau. Pour Canidé, c'est un cap où se cristallise une façon différente d'être une agence de communication. L'entrée de **Josiane Marmet** et de **Laurence Delwaide** dans l'actionnariat aux côtés de **Rachel Desbiens-Després** s'inscrit d'ailleurs dans cette approche entrepreneuriale : ici, la gouvernance n'est pas dissociée du travail de terrain et les associées portent la vision tout en étant directement impliquées dans les mandats, ce qui aligne profondément intention, action et impact. Trois têtes, trois personnalités aux parcours complémentaires, une vision commune. Ensemble, elles incarnent le visage de Canidé et sa posture hybride, à l'intersection du cabinet-conseil, de la *start-up* agile et de l'agence créative. Ce qui en résulte n'est pas une addition de talents, mais un véritable effet multiplicateur au service d'organisations qui cherchent à résoudre des enjeux stratégiques, réputationnels et humains, désormais indissociables. Cette posture repose sur une cohérence rare entre ce qui est dit et ce qui est fait. Fondée sur les principes de la certification B Corp, semaine de quatre jours, choix de partenaires selon le fit de valeurs : chez Canidé, ce qui est promis aux clients est d'abord (et avant tout) appliqué à l'interne.

Et peut-être est-ce justement parce que cette cohérence se vit au quotidien qu'en soufflant ces dix bougies, on ne célèbre pas seulement un parcours, mais la fierté d'assumer pleinement une manière différente de faire de la

Depuis plus de 4 ans, Josiane et Laurence agissent “en associées” avec cœur, tête, action. Et le trio d'associées aux forces complémentaires s'est vite transformé en évidence à nos yeux.

— Rachel Desbiens-Després

communication, dans une industrie qui traverse une époque de grands bouleversements.

DIX ANS, TROIS VOIX ET UNE SEULE VISION

Il y a dix ans, Rachel Desbiens-Després ne lance pas Canidé pour « ouvrir une agence de plus ». Elle le fait par nécessité. Pour répondre à un besoin non comblé. Après avoir œuvré plusieurs années dans des structures reconnues, entourée de talents et de gros mandats, elle réalise que quelque chose ne résonne plus tout à fait avec sa manière d'envisager la communication : « Je me suis questionnée : quel est notre rôle véritable comme communicatrices ? Est-ce qu'on peut avoir de l'impact autrement ? »

Canidé est née de cette question en 2015. Peut-on faire de la communication créative et stratégique sans renoncer ni à l'impact, ni à la bienveillance ? Rachel en fait un principe fondateur : « On peut être profitable, mais responsable, en considérant la communication comme un levier de transformation, pas seulement comme un outil de rayonnement tactique. »

Et c'est précisément cette vision qui, quelques années plus tard, rend l'arrivée de Josiane Marmet et Laurence Delwaide non seulement logique, mais inévitable.

Rachel le dit elle-même : « Depuis plus de 4 ans, Josiane et Laurence agissent “en associées” avec cœur, tête, action. Et le trio d'associées aux forces complémentaires s'est vite transformé en évidence à nos yeux. »

Laurence, cheffe de la stratégie, avec sa façon de ramener les organisations à leur alignement stratégique, vient donc approfondir le socle posé à l'origine. Parallèlement, Josiane, cheffe des relations publiques, avec son instinct des dynamiques humaines et réputationnelles, incarne la dimension sensible, responsable et cohérente du rôle de communicatrice. Elles n'ont pas rejoint une simple structure, elles sont plutôt alignées à cette intention ; considérer les clients comme des partenaires de transformation pour les organisations de demain, et où la cohérence entre ce que l'on fait et ce que l'on incarne devient une ligne directrice.

UN MODÈLE VIVANT, PORTÉ À TROIS VOIX

Chez Canidé, on ne cherche pas à cadrer dans un modèle existant. Avec la gouvernance désormais portée à trois, l'agence a consolidé un espace de pratique singulier : un lieu où l'on ne livre pas des mandats, mais où l'on accompagne des organisations dans leurs trajectoires de trans-

**Pour poursuivre
votre lecture,
suffit de s'abonner !**

Je m'abonne

Grenier

Votre outil de travail depuis 1992