

Lynda Brault

1824, rue Dufresne
Montréal (Québec) Canada
H2K 3K3

(514) 804-6633
lyndabrault@yahoo.fr

lyndabrault.com

Français (langue maternelle)
Anglais (excellente maîtrise)

Spécialiste en gestion, communication, relations publiques et rédaction

Profil de carrière

| | |
|------------------------------------|--|
| CASACOM | Directrice – Communication marketing |
| Lynda Brault Communications | Gestion de projets Relations publiques |
| Nouveau Parti démocratique | Directrice des communications francophones |
| C-Chip Technologies | Vice-présidente - Communication et Marketing |
| Liaison Mode Montréal | Directrice générale |
| Logiciel 3RN | Vice-présidente - Marketing |
| PNMD/Publitel | Chargée de projets |
| Sprint Canada | Directrice des communications |
| Sherson Marketing | Directrice - Vente et commercialisation, Est du Canada |

Expérience professionnelle

CASACOM – Maison de relations publiques

Depuis février 2010

Directrice – Communication marketing

Gestion et coordination des comptes-clients (corporatifs et produits de consommation) et de leurs projets. Élaboration et réalisation de plans de communication, de devis, de stratégies et gestion des équipes assignées.

Suivi des livrables et des budgets.

Lynda Brault Communications (travailleur autonome)

Depuis 2004

Gestion de projets | Stratégies et Relations publiques

Gestion et coordination de projets variés. Élaboration et réalisation de plans de communication et de stratégies, d'outils promotionnels et organisation d'événements dans différents secteurs :

- :: Élaborer des stratégies de communications (clinique médicale, agent et projet immobilier, restaurant, manufacturiers et importateurs - mode...);
- :: Rédiger de textes promotionnels et production d'outils promotionnels (bulletins et communiqués, guide de tourisme, OutGames, OSBL, etc.);
- :: Coordonner des projets et lancements (immobilier, théâtre, télé, mode, etc.);
- :: Rédiger des documents variés : communiqués, manuels d'instruction, stratégies... pour des projets ponctuels.

Contractuelle pour certaines entreprises pour des mandats de plusieurs mois : restructuration, mise en place de stratégies, positionnement et messaging.

Nouveau Parti démocratique (NPD)

Depuis 2005

Directrice contractuelle - Communications francophones (Ottawa et Montréal)

Élaboration du message et de la stratégie entourant les communications pour les marchés francophones (principalement pour le Québec) avant et pendant les élections. Direction et gestion des communications avec les médias, le chef, les candidats et les supporters.

- :: Concevoir et définir le message du parti en fonction de la réalité québécoise;
- :: Développer des stratégies de relations publiques et communications, coordonner leur mise en application;

- :: Effectuer des recherches, des études et des veilles stratégiques sur divers sujets et thèmes d'intérêt;
- :: Coordonner et encadrer le chef lors des débats;
- :: Coordonner les présences médiatiques des candidats;
- :: Rédiger différents documents de référence et les communiqués de presse;
- :: Apporter un soutien aux candidats et aux associations locales dans leurs activités de communication interne ou externe.

C-Chip Technologies

2003 – 2004

Vice-présidente, Communication et Marketing

Développement stratégique et promotion de produits de télémétrie/ télédétection. Supervision des employés de la Direction Communication et Marketing.

- :: Analyser les marchés intérieur et international et en tirer des prévisions;
- :: Préparer le budget de la Direction et en assurer la gestion; (expositions, publications, relations médias, etc.);
- :: Superviser et gérer l'introduction de nouveaux produits;
- :: Assurer le transfert de l'information entre les directions des ventes, du personnel
- :: Mettre en place un programme de marketing et de développement de marchés;
- :: Élaborer de plans individualisés de promotion et de positionnement de produits de vente et du service technique;
- :: Élaborer des outils de promotion pour les équipes de vente;
- :: Élaborer le matériel d'appoint pour les directions de l'entreprise (relations avec les médias, instructions d'installation, listes de prix, etc.).

Liaison Mode Montréal (Semaine de Mode de Montréal)

1998 – 2002

Directrice générale

Organisme sans but lucratif ayant pour mission la promotion de l'industrie et le positionnement de Montréal à titre de capitale canadienne de la mode.

- :: Élaborer et réaliser un plan d'action stratégique en fonction des besoins de l'industrie et des principales associations sectorielles;
- :: Assurer la gestion courante et l'administration de l'organisme;
- :: Gérer le budget public et développer des modes de financement alternatifs (auto-financement);
- :: Assurer la liaison et des relations étroites avec les associations et leurs

membres, les instances gouvernementales et les subventionneurs.

Répondant directement à un conseil d'administration composé des représentants des associations sectorielles de l'industrie du vêtement, mes fonctions étaient regroupées en cinq grandes missions :

Rayonnement de l'industrie

Développer et implanter une stratégie de positionnement afin d'augmenter la visibilité et la notoriété des stylistes et manufacturiers de mode féminine, masculine, enfantine ainsi que des manufacturiers de fourrure.

Relations publiques et médiatiques

- :: Compiler des statistiques sur l'industrie et en assurer la diffusion;
- :: Gérer la liaison entre les professionnels (acheteurs, agents manufacturiers, médias, etc.) et les membres locaux de l'industrie;
- :: Rédiger des communiqués de presse et coordonner des visites d'entreprises pour les médias.

Liaison entre les intervenants et le gouvernement

- :: Assurer le transfert de l'information et la concertation entre les intervenants : stylistes, manufacturiers, associations et gouvernements;
- :: Assurer une représentation juste et équitable des intérêts divergents de l'industrie et agir à titre d'interlocuteur privilégié auprès du gouvernement (dépôts de mémoires).

Outils de promotion

- :: Développer et produire des outils de promotion spécialisés (brochures, CD-Rom pour le compte du Consulat général du Canada à New York, etc.);
- :: Développement et mise à jour d'un site web.

La Semaine de Mode de Montréal

- :: Création de la Semaine de Mode à Montréal (événement bi-annuel) réunissant des stylistes et médias canadiens et internationaux;
- :: Concerner les efforts des délégations québécoises et étrangères afin d'assurer la promotion et la visibilité de l'événement;
- :: Assurer la logistique : coordination des défilés, relations publiques et médiatiques, supervision de l'image et des outils promotionnels de l'événement.

Logiciel 3RN

1997 – 1998

Vice-présidente, Marketing puis directrice générale

Chargée de la Direction marketing et de la commercialisation des logiciels et services de l'entreprise incluant l'élaboration de l'image de marque et de la

stratégie de mise en marché.

Mes fonctions se sont rapidement élargies à celle de directrice générale, comprenant la gestion du personnel, la création d'un plan d'affaires et les négociations avec les investisseurs.

PNMD/Publitel

1994 - 1995

Chargée de projets

Mettre en place la division promotion, de concert avec le directeur général.

- :: Développer et exécuter des plans stratégiques et des promotions pour des clients majeurs tels que Labatt, Petro Canada, Christian Dior, Banque Laurentienne, Pharmaprix, etc.;
- :: Négocier des ententes avec des partenaires;
- :: Structurer la logistique des concours et promotions;
- :: Superviser les conceptions graphiques et diriger les productions radio et télé.

Sprint Canada

1992 - 1993

Directrice des communications (Toronto)

Diriger et développer les communications internes et externes de l'entreprise.

- :: Superviser les événements spéciaux et conférences de presse (nouvelles alliances, réunions des actionnaires, etc.);
- :: Gestion de la production des rapports trimestriels et du bulletin d'information mensuel.

Sherson Marketing

1986 - 1991

Directrice, Vente et Commercialisation, Est du Canada

Directrice, pour le Québec et l'est du Canada, de collections de chaussures de haute gamme (Anne Klein, Yves Saint-Laurent, Prevata, etc.).

- :: Développer les stratégies et les axes de mise en marché des collections;
- :: Initier et gérer des campagnes de visibilité avec les principaux clients, développer les relations publiques magazines, télé, etc.;
- :: Gestion du stand lors d'expositions et salons;
- :: Production de brochures et catalogues.

Formation académique

Université du Québec à Montréal

1989 à 1992 Étudiante libre en littérature française

Collège Ahuntsic de Montréal

1981 à 1986 DEC en graphisme / communication

Cours complémentaires en criminologie

Épanouissement personnel

- Membre du comité de direction du NPD Section Québec (2005-2008), conseillère aux communications auprès de l'exécutif national et co-présidente du comité de planification électorale depuis 2009;
- Candidate aux élections municipales de novembre 2005 dans l'arrondissement Ville-Marie
- Première vice-présidente et membre de l'exécutif de la Chambre de commerce gaie du Québec (2001-2005);
- Personne ressource pour divers intervenants dans les milieux de la mode et de la culture, au Canada et à l'étranger (Maroc, Belgique, Allemagne);
- Récipiendaire du Prix Phénicia du bénévolat 2004;
- Formation de 12 ans en ballet classique et en danse moderne;
- Voyageuse insatiable;
- Maman du magnifique Zak Alexandre depuis le 21 avril 2008.