

MARS 2021
V.10 - N.5

EN COLLABORATION AVEC
COURRIER
Propriété par 2M.MÉDIA LAVAL.com

PROFONDÉMENT
LAVALLOIS

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LAVAL



Ré-Activer Laval

SPÉCIAL RELANCE

L'HEURE DE LA
RECONSTRUCTION

ELLES GÈRENT
DANS LA TEMPÊTE

SALON
DE L'EMPLOI 2021

A Laval et la Rive-Nord, en commercial c'est nous!

IMMODEV
AGENCE IMMOBILIÈRE
Commercial - Industriel

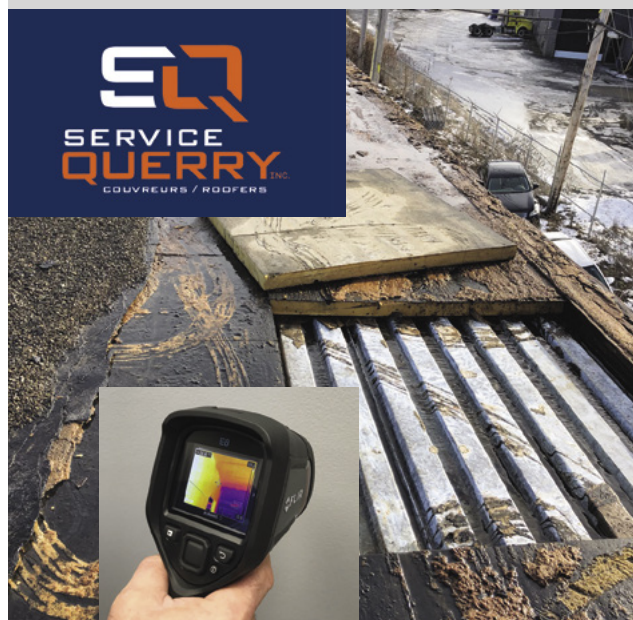
Marc Vadeboncoeur | Courtier immobilier agréé, D.A.

450 975.2112 | IMMODEV.CA

Pour un toit à la hauteur de vos besoins depuis plus de 40 ans!

Les Couvreur S. Query se démarquent par leurs professionnalismes et par leurs compétences. Couvreur depuis son très jeune âge, M. Steve Query, propriétaire de l'entreprise, a su se distinguer par la qualité de ses toitures. Soucieux du travail bien fait, il est présent sur tous ses chantiers.

- Toit plat résidentiel, commercial, industriel et institutionnel
- Réfection de toiture
- Membrane Élastomère
- Réfection de toiture
- Ferblanterie complète
- Puits de lumière
- Toiture neuve



Opter pour la tranquillité d'esprit avec **Les Services Query**, spécialistes en toiture et disponibles pour toute urgence, 24 heures par jour et 7 jours par semaine. M. Patrick Turcotte, directeur du département du service est doté d'une expertise hors du commun. Les problèmes de toiture n'ont pas de secret pour celui qui a œuvré comme enseignant aux futurs couvreurs à l'école Le Chantier durant plusieurs années.

- Réparation de tous genres de toiture
- Entretien préventif
- Inspection visuelle complète
- Inspection avec rapport écrit et photos
- Recherche d'infiltration par thermographie
- Déneigement et déglacement de toitures
- Plan d'entretien disponible aux grandes entreprises

Choisir **Les Bardeaux Query** = Choisir des Experts en toiture en pente. M. Éric Villeneuve et M. Steve Query passionnés d'offrir aux clients du travail de qualité impeccable, sont reconnus auprès d'innombrables clients satisfaits.

- Toiture résidentielle
- Toiture commerciale, industrielle, institutionnelle
- Urgence 24 h / 7 jours
- Déneigement, déglçage, installation de fils chauffants



RBQ 5595-3319-01

Nos conseillers techniques possèdent tous de nombreuses années d'expérience et sont attentifs et disponibles pour répondre à vos questions.

Profitez de la promotion exclusive aux membres de la Chambre de Commerce de Laval et obtenez GRATUITEMENT votre inspection visuelle de votre toiture.

www.couvreursquery.com • Tél : (450) 628-5256 • Courriel : couvreurs@couvreursquery.com

- 4 CULTURE**
Le sport s'invite au Musée!
- 5 CHRONIQUE**
Pauvreté et inégalité:
La fiscalité joue son rôle
- 6 DOSSIER RELANCE**
La relance vue par
Mélanie Joly
- 8 DOSSIER RELANCE**
L'heure de la
reconstruction
- 12 CHRONIQUE**
Achat local - À la recherche
de la bonne recette
- 14 DOSSIER RELANCE**
L'ABC du commerce
en ligne
- 17 INTERCONNEXION
LAVAL**
Faire face à la rareté de
main-d'œuvre qualifiée
- 18 PORTRAITS**
Elles gèrent
dans la tempête
- 22 VILLE DE LAVAL**
Un coup de main aux
entreprises lavalloises
- 24 CCILAVAL**
2021: un Salon de l'emploi
qui fait une grande place
aux femmes
- 26 ECOLEADER**
« Adopter une stratégie en
développement durable
va s'avérer être une
décision très rentable »
- 27 CONTENU
PARTENAIRE**
La nouvelle ère
des événements Web

ÉDITORIAL

Apprendre d'une année yo-yo

Je me souviens de mars 2020. Après avoir observé les effets catastrophiques de la COVID-19 en Chine, puis en Italie, on sentait bien que nous ne pourrions pas y échapper. Et pourtant, on continuait de rêver. Dix ans plus tôt, le virus H1N1 avait mené à une vaccination massive partout à travers le Québec et les dégâts avaient été limités. Pourquoi ça ne serait pas la même chose cette fois encore?

L'OMS (Organisation mondiale de la santé), le Canada pas plus que le Québec n'étaient prêts à faire face à la crise. Au Québec, sous les gouvernements de Jean Charest et de Philippe Couillard, on avait coupé dans la santé publique, délaissé les secteurs manufacturier et pharmaceutique stratégiques. Loin d'être autosuffisant, nous dépendions principalement de la Chine pour l'approvisionnement dans des secteurs essentiels.

Des entreprises d'ici se sont mobilisées, ont fait preuve d'agilité pour combler le manque de prévoyance.

Leçon numéro 1 – Nul n'est à l'abri et c'est pendant que les choses vont bien qu'il faut préparer la crise.

Leçon numéro 2 – Il faut se méfier de la dépendance à un seul grand joueur qui ne joue pas avec les mêmes règles que nous.

Puis on s'est dit que ça passerait rapidement avec un confinement strict. Et l'hécatombe dans les CHSLD a frappé. Voyant les efforts incommensurables du personnel médical mais aussi l'importance de garder le moral, les arcs-en-ciel se sont mis à pousser dans toutes les fenêtres ici et de par le monde. On avait besoin de se dire que tout allait bien aller.

Leçon numéro 3 – Les crises sont des révélateurs de nos forces, mais aussi de nos failles. Si la solidarité ne résout pas les problèmes, elle aide à tenir le coup.

Aujourd'hui, on voit la lumière au bout du tunnel. En mobilisant des chercheurs de partout dans le monde, nous avons maintenant à notre disposition non pas un mais plusieurs vaccins. Les réjouissances ont tout de même laissé place à un certain protectionnisme, la distribution s'améliore. Mais tout n'est pas gagné. La pire erreur que nous pourrions faire serait de baisser la garde car les variants se propagent rapidement et pourraient contrecarrer le retour à une certaine normalité.

Leçon numéro 4 – La collaboration est une source puissante de création. La mise en commun permet à l'ingéniosité et au savoir humain de se décupler. Mais une fois le but atteint, il se peut qu'un certain repli sur soi s'opère.

Bien loin d'être exhaustive, cette courte liste ne présente que quelques leçons apprises durant cette dernière année. Quelle leçon avez-vous retenue? On pourrait parler d'inégalité, d'utilisation des ressources, de capacité d'adaptation, de fossé technologique, de santé mentale. Tellement d'apprentissages pourront être tirés de cette crise.

Plusieurs rêvent de voir changer le monde drastiquement une fois ce cauchemar derrière nous. Mes attentes sont ailleurs. Comme je l'ai souvent dit, je ne vois pas de révolution à l'horizon. Le comportement humain ne changera probablement pas radicalement. Mais une évolution est possible. À partir de leçons que nous aurons tirées individuellement et collectivement. À nous d'écrire la suite.



Marie Grégoire

Chroniqueuse et membre des EX à RDI

Marie Grégoire

« Les crises sont des révélateurs de nos forces, mais aussi de nos failles. »

Le magazine MAG est publié
cinq (5) fois par année.

CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LAVAL

1455, rue Michelin
Laval (Québec) H7L 4S2
Tél.: 450 682-5255 | Téléc.: 450 682-5735
info@ccilaval.qc.ca | ccilaval.qc.ca



14 000 copies | DÉPÔT LÉGAL
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN 1927-7458

Éditeur:
Rédactrice en chef:
Journalistes:

Jean-Claude Surprenant
Marie Grégoire
Annie Bourque, Martin Bouchard, Florence Dujoux,
Martine Letarte, Denise Proulx, Kathy Noël, Emmanuel Rioux
Luc Godbout, Stéphanie Robillard-Sarganis et Jean-Guy Côté
Jean-Claude Surprenant, CCILaval
Mélodie Houde, CCILaval
Transmag TC • média
Stéphane Houle
Âtma Communication

Chroniqueurs:
Coordination:
Infographie:
Impression:
Ventes/Publicités:
Correction:

PARTENAIRES DE LA CHAMBRE



PLATINE



OR



BRONZE



MÉDIA





LE SPORT S'INVITE AU MUSÉE!



Par
Martin Bouchard
Journaliste

Pour s'assurer de bien documenter l'exposition *Bouger!*, le Musée Armand-Frappier, centre d'interprétation des biosciences, a fait appel à Gravi-T, expert du domaine de l'activité physique. L'exposition, qui devait débiter en septembre dernier, a finalement ouvert ses portes en février 2021, suivant les directives de la santé publique.

Conçue par le Musée, cette exposition renseigne les visiteurs sur le fonctionnement du corps lorsqu'il est en mouvement et sur les effets de l'activité physique sur la santé. « Nous voulions que notre contenu soit véridique et pertinent. Nous avons donc travaillé avec des scientifiques », commence Martine Isabelle, directrice de l'éducation au Musée. Elle ajoute que l'exposition traite de concepts généraux de santé et qu'il fallait vulgariser adéquatement l'information.

Avec son équipe, c'est Maryse Allard, kinésiologue en chef chez Gravi-T, qui a validé les informations. « Nous avons notamment créé des stations interactives pour des activités extérieures à faire en famille », partage-t-elle. Selon ses dires, cette collaboration avec le Musée allait de soi. « La promotion de l'activité physique fait partie intégrante de notre mission. Notre participation à ce projet s'inscrit donc dans nos valeurs et nous donne une belle visibilité. » Des capsules vidéo ont aussi été tournées chez Gravi-T, ce qui permet de mettre en valeur leurs installations.

DES MURS EN ARTS

Par
Martin Bouchard
Journaliste

Désirant faire obstacle à la grisaille habituelle ornant les murs des locaux corporatifs, l'Imprimerie l'Empreinte a choisi d'habiller les siens d'œuvres colorées du peintre Arcade Latour.

Le mariage avec cet artiste, qui peint avec de l'encre d'imprimerie, semble tout à fait naturel. « Nous l'avons encouragé en achetant plusieurs de ses œuvres, qui se retrouvent également dans notre calendrier 2019 », explique Jean-Pierre Rose, président-directeur général de l'entreprise.

Selon lui, les 65 000 pieds carrés de l'entreprise sont le canevas idéal pour exposer des œuvres d'art. « L'environnement de travail nous tient à cœur. L'art embellit nos espaces en plus de donner une belle vitrine à cet artiste talentueux. »



Les toiles exposées sur les murs de l'Imprimerie L'Empreinte sont des œuvres de l'artiste peintre Arcade Latour



Pour visualiser certaines des œuvres :
www.empreinte.ca/visite-virtuelle/

PAUVRETÉ ET INÉGALITÉ : LA FISCALITÉ JOUE SON RÔLE



Par
Luc Godbout
Journaliste

La pauvreté et les inégalités apparaissent aujourd'hui comme un important enjeu de notre époque. La pandémie n'a fait qu'amplifier l'importance qu'on devra lui accorder lors de la reprise.

En effet, le bilan 2020 des emplois au Québec montre que ce sont les travailleurs plus faiblement salariés chez lesquels se concentrent les pertes d'emploi. Pour les travailleurs gagnant moins de 20 \$ de l'heure, ce sont 20 % des emplois à temps plein qui ont disparu en 2020. Le marché de l'emploi 2021 reste encore rempli d'incertitude, mais il faudra suivre l'évolution des chômeurs pandémiques.

Or, même avant la COVID, on entendait souvent dire que la pauvreté et les inégalités augmentaient sans cesse. Si c'est manifestement le cas aux États-Unis, est-ce qu'un constat similaire vaut également au Québec ?

Nos gouvernements interviennent de diverses façons pour atténuer les inégalités, notamment par la fiscalité. L'imposition progressive des revenus, ainsi que diverses dispositions fiscales qui s'ajoutent à d'autres mesures de soutien du revenu ciblant davantage les moins nantis, permettent à l'État d'intervenir en ce sens.

Plusieurs indicateurs servent à mesurer les inégalités de revenu. L'un d'entre eux est le coefficient de Gini – sans rentrer dans les détails du calcul, disons simplement qu'il mesure la distribution des revenus des Québécois. Or, en comparant les résultats les plus récents à ceux du début du millénaire, on n'observe aucune dégradation des inégalités de revenu après impôts et transferts au Québec. Pendant ce temps, sur la même base, les inégalités progressaient chez nos voisins américains.

Qui plus est, toujours sur les inégalités de revenu, il est possible de comparer les inégalités avant et après l'intervention gouvernementale. D'abord, les inégalités de revenu sur la base des revenus de marché (avant impôts) sont relativement similaires au Québec et au Canada. Par contre, sur la base des revenus après impôts et transferts, les inégalités sont plus faibles au Québec qu'au Canada. La comparaison révèle donc une meilleure performance de l'intervention gouvernementale au Québec pour atténuer les inégalités.

Du côté de la pauvreté, rappelons qu'au début des années 2000, le Québec s'est doté d'une loi l'obligeant à lutter contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Depuis sa mise en place, comment a évolué la pauvreté au Québec ? Basé sur la mesure officielle de pauvreté utilisée au Canada – que le Québec reconnaît également comme mesure pour la couverture des besoins de base au Québec, soit la mesure du panier de



consommation –, les données indiquent que 13 personnes sur 100 n'arrivaient pas à couvrir leurs besoins de base en 2006 tandis que ce chiffre serait passé à 8 personnes sur 100 en 2018. Ce n'est évidemment pas encore une élimination de la pauvreté, mais la situation s'est néanmoins nettement améliorée.

Sous l'angle de l'aide sociale, l'amélioration est également manifeste. Depuis la fin des années 1990, le taux d'assistance sociale des personnes âgées de 0 à 64 ans est passé de près de 13 % en 1996 à environ 10 % en 2000, et à moins de 5 %, malgré la pandémie, à la fin de l'année 2020.

Bien sûr, il ne faut pas pavoiser et rester vigilant en suivant de près les effets de la pandémie sur les indicateurs d'inégalité et de pauvreté. Or, jusqu'à maintenant, si le Québec est confronté aux mêmes courants mondiaux, il serait faux de croire que l'État a abdiqué son rôle. Au contraire, on peut y voir tout l'impact qu'ont nos politiques publiques.

Luc Godbout est titulaire de la Chaire en fiscalité et en finances publiques de l'Université de Sherbrooke.

luc.godbout@usherbrooke.ca

Analyser

Accompagner

RÉ-Activer

Réactiver
Laval

Propulsé par la CCILaval

Canada

Analyser
Accompagner
RÉ-Activer

reactiverlaval.com

Entrevue avec la ministre du Développement économique et des Langues officielles. LA RELANCE VUE PAR MÉLANIE JOLY

Entrevue réalisée par

Marie Grégoire

Chroniqueuse et membre des EX à RDI

Rappelons qu'en septembre dernier la CCILaval se voyait accorder par l'entremise du Fonds d'aide et de relance régionale (FARR) une contribution de 544 660 \$ afin de mettre en branle un service d'aide technique aux entreprises lavalloises touchées par les impacts économiques de la COVID-19. Grâce à ce soutien financier, la CCILaval a lancé RÉ-activer Laval.

Voici l'entrevue en version questions-réponses. Elle aussi disponible sur le Web à l'adresse suivante : <https://youtu.be/AFyyqTlzgpc>.

Marie Grégoire (MG) : Au début de la pandémie, vous avez dit qu'il était important pour votre gouvernement de ne laisser personne derrière. Rétrospectivement, considérez-vous en avoir trop fait ?

Mélanie Joly (MJ) : Non. Si on se compare aux autres pays du G7, le Canada a été en mesure d'offrir un filet social de sécurité, autant aux gens qu'aux entreprises. Cela nous aidera pour la suite des choses. Si on regarde les chiffres de participation à l'emploi de la population active, on a une plus grande reprise de l'emploi qu'aux États-Unis. Cela démontre que l'on est capable, par des politiques publiques progressistes, de pouvoir tirer notre épingle du jeu. La Banque mondiale et les grandes institutions internationales sont aussi en faveur d'une intervention importante de l'État

pour diminuer les impacts à long terme de la crise économique.

MG : Il commence à poindre quelque chose avec l'arrivée des vaccins. Comment voyez-vous l'avenir ? Plus vert, plus inclusif, plus égalitaire ?

MJ : Tous ces termes s'appliquent, mais il y a aussi des leçons à tirer de la crise. Premièrement, le gouvernement fédéral doit être présent dans la vie des gens, et aussi pour aider nos PME, habituellement plus proches des paliers de gouvernements provinciaux et municipaux. Ce sont elles, les PME, qui sont le plus affectées, notamment par des problèmes de liquidités déjà présents.

MG : On voit qu'il y a des opportunités pour des entreprises lavalloises de contribuer à la production de vaccins ou de tests. Est-ce que soutenir davantage cette filière fait partie des objectifs de relance du gouvernement fédéral ?

MJ : Oui. On doit pouvoir financer ces entreprises-là et les aider à prendre des risques et à obtenir des contrats, de même que les entreprises des secteurs touristique, culturel et aérospatial.

Nous voulons aussi investir dans les énergies propres et les technologies vertes car, comme les États-Unis, le Canada souhaite arriver à la carboneutralité d'ici 2050.

MG : Comment les différents paliers de gouvernement s'organisent pour optimiser les outils de relance, comme RÉ-activer Laval ?

MJ : La plus grande mesure mise de l'avant à travers le pays demeure la subvention salariale, qui a vraiment aidé les entrepreneurs à maintenir

leurs employés en poste. On a aussi certainement aidé avec les loyers, en plus d'investir 9 millions de dollars à Laval, ce qui a permis de créer 500 emplois, même dans un contexte de pandémie. Notre objectif comme gouvernement, c'est de recréer un million d'emplois en plus d'améliorer les conditions de travail de certaines communautés.

MG : Quelles initiatives économiques vous inspirent en tant que ministre du Développement économique ?

MJ : À Trois-Rivières, ils sont très organisés, et leur plan de relance est basé sur leurs forces. Mon objectif, c'est d'être capable de valoriser encore plus le travail de Développement économique Canada (DEC) au Québec en offrant plus de ressources.

Mon objectif, c'est de pouvoir recommencer à travailler avec nos entrepreneurs, qu'on ait plus de pertinence pour qu'ils aient le réflexe de nous appeler. D'avoir un allié au fédéral qui peut nous aider à naviguer, avec des prêts sans intérêts... On est d'ailleurs très patient dans le remboursement de ces prêts, et cela peut faire toute la différence.

MG : Dans un an, qu'est-ce que vous voulez avoir accompli, au-delà des millions d'emplois ?

MJ : Dans un an, les gens sont vaccinés et il y a un retour à la normale. Or, les gens ne sont pas vaccinés partout à travers le monde. Certains secteurs seront encore affectés.

Je m'attends à ce que les Québécois aient pu visiter un peu plus leur pays. Je suis également ministre du Tourisme et ce secteur a tellement été



Mélanie Joly,
Ministre du Développement économique
et des Langues officielles
Crédit photo : courtoisie

affecté, avec une baisse de 35 %. C'est la pire période depuis la Seconde Guerre mondiale, et ce, après une année record en 2019.

SALON DE L'EMPLOI 2021
PROPULSÉ PAR LA CCILAVAIL

Je choisis Laval pour l'accessibilité des emplois

30 ET 31 MARS 2021
10H À 17H

Avec la participation financière de :

Partenaires de diffusion

Pour vous inscrire ou réserver un kiosque
ccilaval.qc.ca/salon-emploi-2021



CLARIFIER
SIMPLIFIER
PROSPÉRER

sfl.ca

Partenaire de Desjardins

**Montez
au 710**

**ENTREPRENEURS
DE LAVAL**

**Rencontrez l'équipe
SFL Gestion de patrimoine**

**2540, Daniel Johnson
Bureau 710**

450 686-8880 poste 4010

SFL Gestion de patrimoine, partenaire de Desjardins désigne Desjardins Sécurité financière, compagnie d'assurance vie. La marque Desjardins est une marque de commerce propriété de la Fédération des caisses Desjardins du Québec utilisée sous licence.

L'HEURE DE LA RECONSTRUCTION

Par
Kathy Noël
Journaliste

Il y a un peu plus d'un an que débutait la pandémie de COVID-19. Après avoir encaissé le choc des premiers mois, les entrepreneurs lavallois peuvent maintenant regarder vers l'avant, espérer des jours meilleurs et commencer à bâtir pour l'avenir.

« Au début, le plus difficile était de gérer la partie financière, raconte Stéphanie Girard-Beaudry, directrice générale du Cosmodôme. Nous n'avions pas de perspective et nous allions chercher toutes les subventions qu'on pouvait! Aujourd'hui, je suis plus optimiste. »

Plusieurs se reconnaîtront en elle. Et ils ont raison d'être optimistes. L'économie de Laval a été la moins touchée de toutes les régions du Québec depuis le début de cette crise. Selon une étude de Desjardins, la création d'emploi y a été la plus robuste (+6,6%) entre février et septembre 2020 et les mises en chantier n'ont pas montré d'essoufflement, en augmentant de 68%. Les économistes de Desjardins prévoient une croissance de 7,3% à Laval en 2021 comparativement à 6,3% pour l'ensemble du Québec.

Le secret de Laval? Une économie diversifiée et axée sur les services. Voilà qui a permis à plusieurs des 11500 entreprises sur le territoire de rebondir et de s'adapter rapidement à la nouvelle réalité, notamment grâce au télétravail. Le secteur tertiaire à Laval comptait pour près de 84% des emplois en 2019.

« Laval est en bonne position pour la reprise et c'est la région qui devrait repartir le plus rapidement, même s'il ne faut rien tenir pour acquis », souligne le maire suppléant, Stéphane Boyer, conseiller municipal de Duvernay-Pont-Viau.



Ce dernier a entrepris cet hiver une vaste consultation de 100 jours auprès d'autant d'organismes régionaux et locaux pour réfléchir à l'après-COVID et s'enquérir des priorités. Le premier thème qui sera abordé est l'économie. L'initiative s'ajoute au plan de relance économique lancé par la Ville de Laval en juillet 2020. « Le but à ce moment-là était de répondre aux urgences à court terme, dit Stéphane Boyer. Maintenant, on regarde plus large pour voir les leçons à tirer et cibler les actions à prendre. »

Au menu : virage numérique, innovation, achat local et développement durable. Plusieurs détaillants lavallois ont vite réalisé qu'ils n'étaient pas assez présents en ligne. « Certains avaient déjà fait le virage et en ont récolté les fruits. Pour d'autres, la crise a été un wake-up call », constate le maire suppléant.

François Bilodeau, directeur général de Laval

Innov, un organisme qui offre des services de soutien à l'innovation, observe le même phénomène. Tous n'ont pas atteint le même niveau de maturité technologique. Et à l'heure où l'on doit « se réinventer », il peut être difficile de savoir par où commencer. « Il y a un vent d'optimisme, mais les gens sont essouffés. C'est pour cela que l'on travaille à abaisser le plus possible les barrières à l'innovation », dit-il.

Pour leur donner une bouffée d'air frais, Laval Innov met à la disposition des entreprises l'outil Planbox, une plateforme de gestion de l'innovation qui permet de regrouper diverses communautés dans des ateliers d'idéation et de collaboration. « On dit souvent que ça prend 500 idées pour trouver une innovation. Nous voulons aider les entrepreneurs à briser l'isolement en créant des maillages », dit François Bilodeau. La plateforme, conçue elle-même par une entreprise lavalloise, a été reconnue par la firme de recherche Forrester comme l'une des meilleures au monde en 2020.

Bien sûr, il reste des défis à relever. Les secteurs culturel, touristique, de la restauration et du commerce de détail prendront plus de temps à se relever complètement, comme c'est le cas dans la plupart des régions urbaines au Québec. En 2020, les touristes québécois ont préféré fuir les villes pour s'évader en nature, vers la Gaspésie ou la Côte-Nord. Toutefois, la campagne de vaccination en marche laisse entrevoir des jours meilleurs et d'ici là, Stéphane Boyer voit une belle occasion de redoubler d'ardeur pour encourager le tourisme régional à Laval.

SALON DE L'EMPLOI 2021
PROPULSÉ PAR LA CCILAVAIL

Je choisis Laval pour sa diversité professionnelle et culturelle

30 ET 31 MARS 2021
10H À 17H

Avec la participation financière de :

Partenaires de diffusion

Pour vous inscrire ou réserver un kiosque
ccilaval.qc.ca/salon-emploi-2021

LA PERSÉVÉRANCE DU COSMÔDOME

Par
Kathy Noël
Journaliste

Le nom de la dernière mission de la NASA sur Mars, Perseverance, s'applique bien au Cosmodôme de Laval. Depuis un an, son équipage n'a jamais baissé les bras devant les défis posés par la pandémie. Mais le coup a été dur. L'arrêt soudain de toutes les activités, en mars 2020, a été vécu comme un véritable atterrissage forcé.

Bon an mal an, le Cosmodôme reçoit 1500 visiteurs par jour pendant la semaine de relâche. Quand l'interdiction de tout rassemblement de plus de 250 personnes est tombée quelques jours plus tard, ce fut comme passer de 100 à 0 km/h en quelques secondes...sans parachute de freinage!

En poste depuis 10 ans, la directrice générale, Stéphanie Girard-Beaudry, a immédiatement réuni son équipe. «On s'est fait le point d'ordre de ne pas ralentir la cadence, alors on a remis le pied sur le gaz!», raconte-t-elle. D'abord, il fallait maintenir les acquis des dernières années. Pas question de renoncer au renouvellement de la célèbre navette spatiale – qui n'a pas été remise au goût du jour

depuis 25 ans - ni de priver les enfants de l'accès à la science.

«On revenait toujours à l'essence de notre mission. Notre vrai moteur, c'est de voir les enfants arriver avec leur costume de cosmonaute pour vivre une expérience trippante», illustre la dynamique directrice.

L'équipe du Cosmodôme a travaillé fort pour sortir le musée du musée en concevant des ateliers virtuels et des boîtes d'activités pour les écoles, avec tout le nécessaire pour expérimenter

la nourriture de l'espace ou comprendre le système solaire. «Il fallait trouver une approche qui n'était plus seulement axée sur le présentiel et penser à ceux qui n'ont pas accès à la technologie.»

Bien que les visites soient maintenant permises au Cosmodôme, la limite de 150 personnes et l'interdiction de tenir des camps spatiaux avec nuitée ne permettent pas d'atteindre les pics d'achalandage observés habituellement lors des congés scolaires. Mais Stéphanie Girard-Beaudry croit qu'un retour à la normale est pour bientôt. «J'ai bon espoir qu'avec les vaccins et toutes les mesures mises en place par le secteur touristique, ce sera sécuritaire et garant d'une bonne reprise.»

Certaines normes vont demeurer, dit-elle, dans un souci accru de protéger la clientèle. «On ne va pas baisser la garde, mais je vous dirais que toute la créativité que cette crise-là nous a permis de développer autour de l'offre va rester aussi.»



Adobe Stock

DES CAPITAUX
QUI TRAVAILLENT
POUR VOUS



Nous sommes engagés à soutenir nos gens, nos communautés et les entreprises de chez nous.

La Banque Scotia met à votre disposition une équipe de banquiers offrant des produits et services qui appuient votre vision avec les connaissances et les ressources nécessaires, ainsi que des conseils proactifs et des solutions personnalisées.

François Gingras

Directeur Général Services aux Entreprises
Région de Laval & Rive Nord
514.823.4931
francois.gingras@scotiabank.com

banquescotia.com/servicesauxentreprises

™ Marque déposée de La Banque de Nouvelle-Écosse.

Banque Scotia

COVID ET ADÈLE FONT BON MÉNAGE

Par
Kathy Noël
Journaliste

Pour plusieurs, cette année de pandémie aura été l'occasion de faire le grand ménage, au figuré comme au sens propre. Le Groupe Adèle, qui offre des services d'entretien ménager au Québec, en Ontario et en France, n'aura jamais autant dépensé en lingettes désinfectantes, mais aura aussi eu l'occasion de faire le plein de nouveaux franchisés.

Les pertes d'emploi dans certains secteurs lui ont profité. « Pour nous, c'est le pactole. Bon an mal an, nous recevons de 40 à 60 demandes d'information par mois de gens intéressés à devenir franchisés. Cette année, nous avons en reçu jusqu'à 120 », précise son président et fondateur, Gaétan Migneault.

Un peu plus d'une centaine de franchises du Groupe Adèle sont en activités au Québec actuellement, en incluant celles qui sont en implantation et qui démarreront sous peu. À ce nombre s'ajouteront une quinzaine de nouvelles franchises au cours des prochains mois.

Gaétan Migneault et Julie Bergevin sont conscients d'avoir été choyés en tant qu'entrepreneurs, malgré la crise. « En toute honnêteté, je n'ai jamais autant travaillé », confie celui qui compte derrière lui plusieurs décennies d'expérience en tant que dirigeant et entrepreneur.

À Laval, les services aux ménages sont un secteur important. Ils représentent 30 % de l'emploi, selon Statistique Canada. Aussi, au printemps de 2020, quand le gouvernement annonce qu'il « met le Québec sur pause », tous ces travailleurs, dont les franchisés d'Adèle, cessent d'un coup de frotter des planchers, le temps de laisser retomber la poussière et voir plus clair. « On ne savait pas si c'était autorisé ou non et cela a pris un certain temps avant d'être considéré comme un service essentiel », raconte Julie Bergevin, vice-présidente et cofondatrice.

Après avoir appris à la vitesse grand V comment utiliser Zoom, Teams et autres plateformes pour communiquer à distance avec ses franchisés, Gaétan Migneault a dû leur expliquer qu'il fallait revoir entièrement les protocoles de travail. Dorénavant, chaque équipement devrait être nettoyé et désinfecté entre chaque ménage. L'entreprise a pu profiter toutefois du fait qu'elle travaille depuis des années à « professionnaliser » les services d'entretien ménager. « Nous avons développé une véritable science du ménage et ça nous a servi parce que du jour au lendemain, le travail au noir est devenu hautement radioactif dans ce domaine », dit Gaétan Migneault.

Ces nouvelles habitudes vont rester, croit Julie Bergevin. « On ne peut pas remettre le dentifrice dans le tube », dit-elle. L'entreprise a d'ailleurs remanié sa signature. « La propreté signée Adèle » est devenue « La propreté, c'est la santé ». Selon ses dirigeants, il n'y aura pas d'après COVID, mais plutôt un depuis COVID.



Credit: adeleplus.com

« Nous ne verrons plus l'hygiène et la propreté de la même façon », disent-ils.

La crise a aussi amené des occasions d'affaires, comme la relance d'une idée qui mijotait déjà depuis 2016 : le service Adèle Express (anciennement Adèle sur demande), un modèle qui fonctionnera selon le même principe que la plateforme de taxi Uber et qui est exclusif aux centres-villes. Grâce à une application web, la clientèle pourra bénéficier d'un service de ménage rapide fourni par des travailleurs autonomes qui se déplaceront à vélo ou en métro, munis d'un équipement conçu pour tenir sur l'épaule. « Nous comptons pouvoir rouvrir la plateforme à la fin mars d'abord à Montréal et ensuite à Toronto quelques mois plus tard », souligne Gaétan Migneault, qui dit vouloir aussi l'implanter dans d'autres villes, dont New York, selon les conditions d'évolution de la pandémie et du marché

Adèle courtisée

Après près de 30 ans à la barre de l'entreprise, les dirigeants du Groupe Adèle songent maintenant à vendre. Trois groupes canadien, français et américain sont se montrés intéressés à acquérir l'entreprise. Bien que ce n'était pas dans les plans à court terme, Gaétan Migneault et Julie Bergevin ne cachent pas qu'ils tendent l'oreille. « L'occasion se présente et si l'offre respecte nos valeurs, on va y penser sérieusement », dit l'homme de 63 ans. L'entreprise est devenue une cible intéressante notamment grâce à la plateforme Adèle Express et son modèle unique de franchises dans le domaine de l'entretien ménager.

Propulsé par la CCILaval

Canada

Analyser

Accompagner

RÉ-Activer

reactiverlaval.com

Analyser

Accompagner

RÉ-Activer

LE TEMPS D'AGIR

Prox-Commerce entre en phase de lancement, et invite les commerces de détail des secteurs ciblés à se joindre au projet.

Par
Florence Dujoux
Journaliste

«**P**rox-Commerce est en pré-démarrage», annonce Me Patrick-Claude Caron, président du comité Prox-Commerce et membre du conseil d'administration de la CCILaval. La prise de contact avec les commerces de proximité des trois nouveaux secteurs ciblés, Sainte-Rose, Sainte-Dorothée et Saint-Vincent-de-Paul, va débuter en mars. Dès la fin du mois, des groupes de discussion virtuels seront organisés pour connecter les membres entre eux et identifier leurs priorités. «On veut être à leur écoute et leur offrir un accompagnement terrain», affirme Caroline De Guire, la présidente-directrice générale de la CCILaval.

Créer une communauté de proximité

Une des difficultés en temps de pandémie, c'est que tout le monde est centré sur ses propres problèmes, remarque Me Patrick-Claude Caron. «La CCIL veut structurer un groupe de commerçants pour leur donner une tribune et mettre en œuvre le changement», partage-t-il. Tous les commerces de proximité des secteurs ciblés sont conviés à se joindre à Prox-Commerce. «Les restaurants, qui sont particulièrement touchés par la pandémie, et qui jouent un rôle d'attraction naturel dans un quartier, sont bien entendu invités à participer au projet», indique Me Caron. Caroline De Guire souligne que Prox-Commerce s'attachera à travailler en complémentarité avec les autres initiatives locales, comme les regroupements de commerçants ou les associations sectorielles.

Développer les synergies entre voisins

Prox-Commerce a pour premier objectif d'aider ses membres à mieux se connaître. L'idée est de développer l'entraide, grâce à leurs expériences et leurs réseaux respectifs, mais aussi de leur permettre de faire des affaires les uns avec les autres. Selon Me Patrick-Claude Caron, «les commerces de proximité ont des besoins complémentaires, et il existe un premier marché entre eux». Le démarchage de fournisseurs de proximité constitue un exemple inspirant de ces nouvelles collaborations entre commerçants. Lors de son ouverture, prévue sur le boulevard de la Concorde au printemps, la première épicerie en vrac de Laval, Alterrenative, proposera plusieurs produits locaux, comme les kombuchas de Kombuchísima, ainsi que le tofu et le lait de soya de Soya Distinction. Dans le futur, pourquoi ne pas imaginer un plan d'intéressement offrant des rabais aux commerçants du secteur ou l'élaboration commune d'une structure virtuelle de commerce en ligne?

Accompagner la transformation profonde du commerce de détail

Les commerçants de proximité vont être invités à s'exprimer, dans les prochaines semaines, sur les enjeux liés à la pandémie, les obstacles à la relance et leurs besoins de formation. Frédéric Bourdon, copropriétaire de Colobar, s'est beaucoup impliqué dans le comité Prox-Commerce du boulevard des Laurentides, qui a joué le rôle de projet pilote. Il est convaincu que la revitalisation d'un quartier passe

par l'analyse de sa réalité commerciale actuelle et l'identification de son potentiel. «Pour développer des quartiers bien articulés, on a besoin d'avoir une étude précise, propre à chaque secteur commercial, pour comprendre qui on est, d'où on vient, et où on veut aller», affirme-t-il. Il se félicite que la CCILaval accompagne la revitalisation de chaque secteur en récoltant des métriques démographiques, géographiques et économiques. «Une fois les résultats obtenus et la pandémie derrière nous, on pourra relever les commerçants, et animer, faire vivre notre communauté», souhaite Frédéric Bourdon.



Fondateurs épicerie Alternative
Crédit photo : courtoisie

PRENEZ PART AU MOUVEMENT

#PROFONDÉMENT HUMAIN



M. André Simard,
patient et donateur

DONNEZ

FondationCitedelaSante.com 450 975-5347

PARCE QUE NOUS SOMMES TOUS
CONCERNÉS PAR LA SANTÉ.

À la fois une puissante force et une grande responsabilité partagée, elle est essentielle à l'épanouissement de chacun d'entre nous.

Cette publicité est une gracieuseté de
GIMMELIN Inc. / Développement Industriel

ACHAT LOCAL

À la recherche de la bonne recette



Par

Jean-Guy Côté

Directeur associé, IDQ (Institut du Québec)

Nous sommes nombreux à souhaiter une escapade sur une rue commerçante achalandée pour se procurer un bien auprès d'un détaillant qui nous connaît par notre prénom. À la place, j'observe la valse des camions de livraison dans mon quartier qui déposent aux portes des dizaines de boîtes de carton chaque semaine. Les géants du commerce en ligne sont maintenant incontournables. La pandémie a simplement accéléré leur importance. Le lien que certains consommateurs ont avec leurs détaillants locaux s'en trouvera malheureusement altéré.

L'achat local est pourtant au cœur d'une stratégie économique cohérente de développement : réduction des importations, stimulation de la production, création d'emplois, revenus fiscaux qui en découlent, etc. En 2015, l'IDQ estimait à 6,6 milliards de dollars les achats en ligne des Québécois. Récupérer seulement 2 milliards de ceux-ci aurait augmenté le produit intérieur brut (PIB) de la province d'un demi-milliard. Le chiffre de 2020 est de loin plus élevé.

Les échanges commerciaux internationaux ne sont pas nécessairement une mauvaise chose, ils permettent une distribution efficace de la production, chacun se spécialisant dans ce en quoi il est le meilleur. Cette spécialisation permet de réduire les coûts de production et les prix. Par exemple,

le prix de base de produits comme les vêtements n'a pas augmenté au même rythme de l'inflation depuis les années 1980. De plus, les industries intégrées dans plusieurs chaînes de valeur internationales sont généralement plus productives.

Néanmoins, le Québec, dont l'économie est dépendante des exportations et des importations, n'est pas à l'abri de la fermeture de frontières. Le Buy American Act du Président Biden met à risque les fournisseurs d'ici, certains obstacles peuvent être invoqués dans des ententes de libre-échange parce que les produits ne pourraient pas rencontrer les standards imposés. D'où le développement d'un « réflexe d'achat local », ce qui permettrait d'assurer une base de consommateurs fidèles aux entreprises québécoises. Imaginons que ce réflexe se répande un peu plus chez les consommateurs québécois.

L'an dernier, nous avons exporté pour près de 86 milliards de dollars de produits, 7 milliards de moins qu'en 2019. Parallèlement, nous avons importé pour 89 milliards de dollars de produits, un déficit commercial de 3 milliards de dollars. L'impact de l'achat local pourrait réduire ce déficit et avoir un impact positif sur le PIB. Mais la question demeure : comment ?

Comment la relation entre le détaillant local et son consommateur peut être recrée et maintenue ? Les détaillants québécois sont plus habiles sur le Web qu'auparavant, les succès sont nombreux. Mais il reste que, pour une bonne partie



Adobe Stock



Adobe Stock

d'entre eux, la concurrence avec la capacité de livraison d'un Amazon demeure une marche très élevée à escalader. Il s'agit de faire les choses différemment. Une rue commerçante locale avec des détaillants qui répondent à d'autres types de besoins est peut-être l'avenir de l'achat local québécois. Des détaillants qui connaissent nos prénoms.

**CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LAVAL**

**JOIGNEZ UNE
COMMUNAUTÉ
DYNAMIQUE**

Devenez membre

ccilaval.qc.ca

DES LIENS À REBÂTIR



Par
Emmanuel Rioux

Aux quatre coins du Québec, le mois de février a rimé avec assouplissement des mesures sanitaires. Une directive reste toutefois bien claire : le télétravail doit continuer. Malgré tout, de nombreuses personnes réfléchissent au retour au bureau, et plus particulièrement aux réseaux qui seront à rebâtir.

Intégrer une nouvelle équipe constitue un défi. Imaginez quand la rencontre avec les nouveaux collègues se fait derrière un écran. C'est la situation que Charles Michaud a vécue à ses débuts à la Société de transport de Laval (STL), cet hiver.

Bien que le technicien à la planification et au développement ait été extrêmement satisfait de l'intégration dans son équipe, il a hâte d'expérimenter la vie de bureau. Parmi les raisons qu'il évoque se trouvent la vie sociale et le développement de son réseau.

« J'ai hâte de dîner en équipe pour échanger de tout et de rien avec mes collègues », dit Charles. Il ajoute que les discussions de couloir peuvent être légères, mais également formatrices puisqu'un collègue peut répondre à une question sans qu'on ait à planifier un appel comme c'est le cas présentement.

L'employé de la STL ajoute qu'un des effets pervers du télétravail provient du fait que les employés bâtissent des liens avec leurs collègues directs, mais pas avec les membres des autres subdivisions. Son réseau s'agrandira quand il pourra intégrer le bureau puisqu'il côtoiera un plus grand bassin de personnes, pense-t-il.

Le rôle patronal

« La dernière année a été remplie de défis pour les patrons. Le prochain sera le retour sur les lieux de travail », dit Jessie Fortin, présidente de Défis RH, une entreprise offrant une expertise en gestion des ressources humaines basée à Laval.

À ses yeux, les patrons auront un rôle primordial à jouer pour que le retour au bureau se fasse sans heurts. Les employés devront être rencontrés par leurs supérieurs et ceux-ci devront faire preuve d'empathie et d'ouverture puisqu'il serait naïf de croire que tous les employés seront à l'aise de réintégrer la vie de bureau.

« Certains seront craintifs du virus, alors que d'autres préféreront continuer de travailler en pantoufles de leur salon! », lance Jessie Fortin. Il faudra donc plancher sur des solutions hybrides qui mettront chaque employé à l'aise. Il en va de la cohésion d'équipe.

En plus des rencontres avec chaque employé,

les patrons devront souligner les victoires d'équipe. Cela permettra de souder les employés et de renforcer le sentiment d'appartenance envers l'organisation.

Le réseautage

Si grandir professionnellement passe par des interactions avec son patron et ses collègues, cela se fait également à travers le partage de connaissances avec d'autres professionnels.

« Pendant trop longtemps, on a associé réseautage à poignées de main et cartes d'affaires », dit Jessie Fortin.

COVID-19 oblige, de nouvelles formules ont été créées ces derniers mois : formations, conférences et rencontres avec d'autres professionnels ont muté vers le Web.

La présidente de Défis RH espère que ces façons de faire vont perdurer. « On peut assister à un événement sans perdre du temps en déplacement. En plus, on n'est plus obligé de chercher un stationnement au centre-ville de Montréal! », ajoute-t-elle en riant.

Le message de Jessie Fortin est clair : profitons de l'ère post-pandémie pour conjuguer les avantages du présentiel aux formules à distance les plus innovantes.



Une famille à l'écoute de vos besoins

TESTS SANGUINS
HOLTER URINES
ECG MAPA & PLUS

Rendez-vous rapides et résultats rapides

Un service de qualité, rapide et personnalisé
que nous offrons aussi à domicile

Frais remboursés par les assurances
collectives et privés

Un simple coup de Fil...

450-622-4556

514-370-8556

www.jmadiagnostics.com

info@jmadiagnostics.com

 **JMA**
Diagnostics.

L'ABC DU COMMERCE EN LIGNE



Par
Martin Bouchard
Journaliste

Reactiver
Laval
Propulsé par la CCILaval
reactiverlaval.com Canada

Les exigences sanitaires découlant de la pandémie ont forcé beaucoup d'entreprises à faire le grand saut vers le commerce en ligne. Le 19 février se tenait une session de Ré-activer Laval sur ce thème d'actualité criant. En plus d'obtenir des réponses à leurs préoccupations, les participants ont pu se faire une tête sur leurs projets spécifiques grâce à l'expérience de conférenciers chevronnés.

« Il y a une croissance accrue de l'achat en ligne et il y a beaucoup de concurrents. C'est pour cette raison qu'avant de faire le saut, il faut bien réfléchir et explorer toutes les options pour que l'expérience client soit positive », commence Alexandre Jalbert, expert du commerce en ligne. Selon lui, il faut prendre le temps de définir son modèle d'affaires et d'y inclure le commerce en ligne. « Il faudra bien développer son projet Web. Qui est cette clientèle? Comment je lui parle? Qu'est-ce que je lui offre? », demande-t-il.

Parmi les questions des participants, certaines concernent les marketplaces, c'est-à-dire les regroupements d'entreprises qui offrent des produits en ligne. « Il y a Le Panier Bleu, qui est québécois, et qui agissait un peu comme un répertoire. Or, la tendance est de plus en plus vers le local et le transactionnel, car la demande est là! », assure Alexandre Jalbert.

À une question d'une participante évoluant dans le secteur de l'imprimerie, l'expert a suggéré de proposer à ses clients de petits forfaits vendus sur le Web, populaires et abordables. « Il est important de commencer simplement. »

Comment se démarquer?

Pour se démarquer en ligne, où la compétition est féroce, il importe de présenter un contenu de qualité. « Utilisez de belles photos, trouvez des éléments qui collent à votre image, cela reflétera votre professionnalisme. Expliquez aussi les avantages à faire affaire avec vous, décrivez ce que vous faites le mieux et trouvez des mots pour votre référencement Web », énumère Alexandre Jalbert. Selon lui, le design d'un site a un impact sur le respect qu'on accorde à une compagnie. « Si on utilise des modèles faits d'avance, on en voit rapidement les limites. »

Pour fidéliser sa clientèle, les techniques ne manquent pas, que ce soit en lui partageant du contenu exclusif, des guides, etc. « Ce sont des stratégies qui attirent l'attention et qui fonctionnent, pour autant que ce soit de qualité et adapté aux plateformes mobiles. » Alexandre Jalbert ajoute qu'une entreprise peut aussi mettre de l'avant la fidélisation par référence, ou encore en distribuant des codes de réduction pour créer des ambassadeurs de la marque.

Dans un autre ordre d'idées, l'invité de l'initiative Ré-activer Laval affirme que le virage numérique d'une



entreprise peut contribuer à l'augmentation de sa productivité. « Le fait de pouvoir réserver en ligne ou de prendre un rendez-vous électroniquement est beaucoup plus simple que de devoir appeler, annuler, reporter, etc. »

Finalement, à ceux et celles qui hésitent à franchir le pas « numérique », l'expert répond qu'il existe plusieurs programmes de financement auprès d'institutions financières ou des subventions gouvernementales. « Mais l'investissement doit être réfléchi et répondre à vos besoins. »

SALON DE L'EMPLOI
2021
PROPULSÉ PAR LA
CCILAVAL

**Je choisis Laval pour
la proximité des services**

30 ET 31 MARS 2021
10H À 17H

Avec la participation financière de :

Partenaires de diffusion

Pour vous inscrire ou réserver un kiosque
ccilaval.qc.ca/salon-emploi-2021

REPENSER LE MODÈLE D'AFFAIRES

Par
Martin Bouchard
Journaliste



L'importance de créer un modèle d'affaires efficace prend encore plus de sens en temps de crise. L'expert Luc Dupont a permis aux participants d'un webinaire tenu le 12 février dernier, dans le cadre de RÉ-activer Laval, de bien saisir les tenants et aboutissants d'une démarche qui peut faire toute la différence dans la rentabilité de l'entreprise.

Repenser son modèle d'affaires demande des efforts, mais il faut surtout garder en tête les retombées pour son entreprise. « Si nous sommes tous pris sur l'eau, dans une tempête, on doit pouvoir évaluer le bateau sur lequel on navigue, faire des changements au besoin, et ce, pour s'assurer de ne pas couler », a imaginé la présidente-directrice générale de la CCILaval, Caroline De Guire, pour bien faire comprendre l'importance du modèle d'affaires.

Cela dit, pour Luc Dupont, le modèle d'affaires repose essentiellement sur la façon dont l'entreprise engrange de l'argent. « Plus le modèle d'affaires est créatif, plus les récompenses sont grandes », commence-t-il. Pour lui, il faut surtout pouvoir s'assurer de revenus durables, en adaptant son modèle d'affaires aux changements, au risque de disparaître.

Selon ses dires, une fois que les segments de marché, la proposition de valeurs, les canaux de communication et le type de relation client voulu sont identifiés, il importe de se mettre dans les souliers de nos clients pour s'assurer de la validité de notre offre.

Pour les restaurateurs, qui ont tous goûté à la sauce COVID-19, le fait de revoir le modèle d'affaires est capital. « Les restaurants ont fermé. Or, certains ont commercialisé des produits en épicerie pour amener leurs biens aux consommateurs. D'autres ont investi beaucoup dans la publicité pour les services de livraison », donne Luc Dupont en guise d'exemple pour répondre à une question d'un participant. Il ajoute du même souffle, qu'en temps de crise, la situation peut être plus complexe qu'elle n'y paraît, « même s'il y



a des opportunités grâce aux assouplissements des conditions et des règles pour aider à redémarrer une entreprise ».

L'innovation au cœur du modèle d'affaires

En répondant aux questions des participants, Luc Dupont a encore une fois mis l'accent sur l'innovation. « Cela fait partie de la réflexion de l'entreprise que de miser sur l'innovation pour fidéliser sa clientèle. Même dans les marchés de produits traditionnels, il y a place à l'innovation pour faire mieux et augmenter notre valeur aux yeux des clients », rappelle-t-il.

L'expert invite également les entrepreneurs à aller voir ce qui se fait dans les autres industries.

« On peut aller chercher des idées et s'inspirer d'autres secteurs que le nôtre. Il faut être créatifs et chercher de nouvelles façons de faire. »

Pour Caroline De Guire, il s'agit d'ailleurs d'un frein que de ne pas vouloir sortir de sa zone de confort. « Si, par exemple, nous devons effectuer le virage numérique, mais qu'il s'agit d'une faiblesse pour l'entreprise, peut-être est-ce temps de se trouver un partenaire d'affaires afin de diversifier les sources de revenus et les compétences ? », demande-t-elle.

En terminant, Luc Dupont a assuré à un participant qu'il est possible de compter plusieurs modèles d'affaires au sein d'une même entreprise, pourvu qu'il existe des éléments partagés et une synergie entre eux.

QUESTIONS DE FINANCEMENT

Par
Martin Bouchard
Journaliste

Le financement est au cœur de la réussite d'un projet d'affaires. Afin de s'y retrouver, RÉ-activer Laval a présenté un webinaire avec Luc Dupont, président de Dupont International et Damien Cloutier, expert en financement d'entreprises, afin de cerner les enjeux en période de pandémie qui sont récapitulés ici sous forme de questions et réponses.

Pourquoi doit-on faire un budget de caisse de 12 mois ? Quand devrions-nous prévoir une réouverture et à quel pourcentage de notre capacité ?

Les programmes de financement sont comme un prêt à la banque. Il faut faire un budget et prévoir les déboursés et les encaissements mensuellement.

Les questions de date de réouverture et de pourcentage de capacité sont difficiles à prévoir, mais on doit estimer le montant du revenu et quand est-ce qu'il arrivera. Si les dates de réouverture changent encore, on doit contacter le prêteur et il devrait prolonger la période.

Depuis janvier, toutes les entreprises qui ont été fermées peuvent obtenir un deuxième prêt avec le volet RM.

Pourquoi demande-t-on des enquêtes de crédit et des cautions personnelles lorsqu'on parle de programme provincial ?

L'enquête de crédit sert à savoir si l'entreprise est en difficulté et si le projet présenté à une durée de vie, et, surtout, à s'assurer que l'entreprise n'est pas trop vulnérable.

Un fournisseur dans le domaine de l'alimentation a eu un ralentissement de ses ventes. A-t-il droit au volet RM ?

Pour la période d'octobre à décembre, non, car ce programme s'adressait seulement aux restaurateurs qui étaient fermés. Mais depuis le 1er janvier, c'est une zone grise, puisque plein d'autres entreprises sont admissibles, comme les commerces de vêtements. Ça reste à valider avec le ministère.

Un dernier conseil ?

Cherchez de l'aide financière tant que c'est possible, car on ne sait pas quand la pandémie se terminera. Investissez sur l'attraction de clientèle par le biais du Web. Les entreprises locales doivent rivaliser avec les gros joueurs.

Réactiver
Laval
Propulsé par la CCILaval
reactiverlaval.com
Canada



TRANSFORMATION NUMÉRIQUE : LA NÉCESSITÉ EST LA MÈRE DE L'INVENTION.

Avec la pandémie, la transformation numérique, qui s'effectuait jusqu'alors à un rythme lent, est devenue une priorité pour les entreprises.

Par
Florence Dujoux
Journaliste

Tout le monde parle de transformation numérique, mais que signifie-t-elle exactement? «Elle consiste à intégrer les technologies dans les différents processus d'une entreprise, pour améliorer le rendement, les ventes, le rapprochement avec les clients et réduire les coûts de production», indique Lidia Divry, directrice du Service du développement économique de la Ville de Laval.

Des changements accélérés

Un an après le début de la crise, nous sommes de plus en plus connectés. Le développement du commerce en ligne s'appuie sur les sites transactionnels et les technologies de paiement à distance, tandis que la généralisation du télétravail repose sur l'usage de plateformes de visioconférences efficaces, souligne Laurent Simon, professeur au Département d'entrepreneuriat et innovation et codirecteur de Mosaic, Pôle créativité

et innovation, à HEC Montréal. Prendre le virage numérique est donc devenu une priorité pour les entreprises. D'après une enquête sur les PME et l'innovation en temps de pandémie, publiée par QuébecInno en novembre 2020, 63% des PME lavalloises ont accéléré leurs projets de numérisation en raison de la crise. C'est le cas de l'entreprise horticole Pépinière Locas, qui, dès mars 2020, a transformé son catalogue de produits en ligne en site marchand. Bilan, un an plus tard : sa courbe de saisonnalité s'est aplatie, et son chiffre d'affaires a significativement augmenté.

Des répercussions sur les modèles d'affaires

«La transformation numérique n'est pas seulement un outil, elle est intégrée à une démarche stratégique et liée à un questionnement sur le modèle d'affaires», affirme Laurent Simon. Les entreprises ciblant les consommateurs n'ont pas d'autre choix que de prendre le virage numérique pour améliorer l'expérience client, en la personnalisant. Pour les entreprises manufacturières,

la transformation numérique permet notamment de diminuer les coûts de production, en hausse avec la pandémie. Ces changements ne sont pas exempts de défis. Chez Pépinière Locas, la vente en ligne a entraîné plusieurs enjeux logistiques, liés au temps de préparation des commandes, à la gestion des inventaires en ligne et à l'hivernage des colis. De façon transversale, le plus gros défi est lié aux équipes. «C'est beau de parler de transformation numérique, mais il faut aussi prévoir l'humain derrière et le mettre à niveau», pointe Lidia Divry.

Des solutions adaptées à la maturité numérique

Les experts s'accordent à dire que la transformation numérique est un processus continu. Différents programmes sont nécessaires pour accompagner les entreprises, selon leur maturité numérique et leur secteur d'activité. Le Centre québécois d'innovation en commerce (CQIC) a développé un coffre à outils, le cercle API, pour soutenir les commerçants locaux dans leur trans-

«C'est beau de parler de transformation numérique, mais il faut aussi prévoir l'humain derrière et le mettre à niveau.»

– Lidia Divry, Directrice de Développement économique, Ville de Laval

formation numérique. Il met en avant des solutions innovantes, comme la technique du «live shopping», qui fait la démonstration de ce qu'on vend en ligne. Chose certaine, la transformation numérique se planifie. «L'idée est de procéder par étape : commencer par analyser ses besoins et son modèle d'affaires, puis examiner l'offre d'accompagnement», conseille Laurent Simon. «Il faut y aller à son rythme!»

Prox-Industriel

S'ENTRAIDER DANS LE DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Un an après le début de la crise, les industriels ont besoin de renouer avec le développement des affaires.

Mais, alors que les restrictions sanitaires perdurent, comment s'adresser à sa clientèle potentielle? Et où trouver de nouveaux fournisseurs?

Par
Florence Dujoux
Journaliste

Depuis le début de la pandémie, Prox-Industriel cherche à répondre au quotidien aux besoins de la communauté manufacturière lavalloise. Pas moins de 100 groupes d'entraide ont été mis en place pour soutenir les opérations de ses membres. L'un d'entre eux est dédié au développement des affaires : conçu comme une plateforme d'échange et de collaboration, il permet aux membres de partager entre eux les bonnes (et les moins bonnes!) pratiques.

Trouver de nouveaux clients et fournisseurs figure parmi les principales préoccupations des industriels. «Le développement à froid est extrêmement difficile, c'est vraiment un développement du référencement qui fonctionne en ce moment», affirme Véronique Comeau, directrice du développement des affaires de Prox-Industriel. C'est pourquoi plusieurs outils innovants ont été mis en place pour aider les 105 membres à tirer parti de la force de leur communauté.

Trouver de nouveaux clients

Dès l'été dernier, Prox-Industriel s'est attelé au besoin de visibilité de ses membres, confrontés aux difficultés de la représentation en temps de pandémie. Initiée en août, «la présentation d'un membre» a pour but de faire connaître les entreprises de la communauté. Ce groupe hebdomadaire, qui réunit 25 participants en moyenne, facilite les maillages entre industriels. Par exemple, le fabricant de films de polyéthylène PolyExpert explore des solutions d'embouteillage alternatives pour le vignoble lavallois Château Taillefer Lafon.

Les rencontres donnent également lieu à du codéveloppement entre les industriels dont les offres sont complémentaires. C'est le cas de deux manufacturiers locaux de luminaires haut de gamme, Led Innovation Design, reconnu pour ses imposantes réalisations techniques pour les centres sportifs, et Éclairage



Totec, spécialisé dans les éclairages miniatures pour les commerces de proximité. Collaborer va leur permettre de fournir des solutions clés en main pour des projets hôteliers, depuis les éclairages discrets dans les chambres aux luminaires de grande hauteur dans les zones communes.

Identifier des fournisseurs locaux

«L'attrait de l'approvisionnement de proximité s'est renforcé avec la pandémie, à cause des nombreux bris que les industriels ont rencontré dans la chaîne d'approvisionnement», souligne Stéphane Tanguay, directeur des relations-clients et du développement des partenariats de Prox-Industriel. Passer par des fournisseurs locaux, est-ce forcément plus cher? «Si on ne considère que le prix, on va choisir de s'approvisionner à l'international, mais si on calcule le coût global, incluant la qualité, le transport, les retours, les douanes, les garanties, ce n'est bien souvent pas plus cher de faire affaire avec des gens d'ici», croit-il.

Grimard, un manufacturier d'appareillage électrique effectuant l'implantation de projets d'électricité d'envergure, souhaite trouver de nouveaux fournisseurs pour travailler sur ses chantiers de la région métropolitaine, en accord avec sa démarche développement durable. Joint par vidéoconférence, Jacques Côté, vice-président, ventes et croissance stratégique de Grimard, était à la veille d'inaugurer «la présentation des besoins en approvisionnement», une initiative de Prox-Industriel visant à favoriser la recherche de fournisseurs dans la communauté manufacturière lavalloise. Gageons que ce nouvel outil ne manquera pas de faire des petits!

INTERCONNEXION LAVAL, FAIRE FACE À LA RARETÉ DE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE

La crise creuse le déséquilibre entre l'offre et la demande de main-d'œuvre qualifiée, mettant les entreprises sous tension et nécessitant des politiques de recrutement volontaristes.

Par
Florence Dujoux
Journaliste



Le besoin de main-d'œuvre pour les emplois qualifiés reste soutenu dans les secteurs d'activité en croissance, comme les technologies de l'information et l'ingénierie, rapporte Martine Lafrance, directrice d'Interconnexion Laval. Selon les prévisions, malgré plusieurs fermetures, les inscriptions d'entreprises au programme lavallois devraient rester presque stables entre 2019-2020 et 2020-2021. En revanche, sur la même période, le nombre de candidats a chuté de pas moins de 56%. Cette situation est liée principalement à la baisse drastique de l'immigration. À noter aussi que la part des candidats référés à Interconnexion Laval par les organismes d'employabilité a diminué de 80% en un an.

Des entreprises sous pression

L'épuisement guette les salariés d'Andelyne Constant, gestionnaire de résidences à Laval. Faute de parvenir à recruter des préposés pour personnes à besoins spéciaux, l'entreprise doit fonctionner avec la moitié de ses effectifs. Résultat ? Plutôt que de s'occuper de la gestion, Mme Constant se consacre aux clients.

Du côté de Compresseurs ADEC, experts en air comprimé, on cherche à combler les postes de techniciens avec des personnes qualifiées, auxquelles une formation complémentaire est offerte. « Interconnexion Laval m'a envoyé un CV, mais la personne était surqualifiée. Je ne peux pas me permettre d'investir dans quelqu'un qui ne va pas rester », dit Sébastien Chartrand, le directeur général. Pour continuer à assurer un service à la clientèle de qualité, c'est le directeur des opérations lui-même qui se déplace en cas de panne, hypothéquant les développements futurs de l'entreprise.

Des politiques de recrutement tous azimuts

« Nous sommes en gestion de croissance », affirme Laura Muesser, gestionnaire ressources humaines de C3F Telecom, qui agit dans la niche de l'ingénierie et du déploiement de réseaux. Certains emplois, comme la fusion de fibres optiques, nécessitent des compétences spécialisées. « Nous avons embauché 51 personnes en 2020. Nous devons continuer à mettre notre énergie dans le recrutement », indique Laura Muesser. Travaillant avec Interconnexion Laval et les organismes d'employabilité, elle participe aux salons de l'emploi virtuels, utilise les réseaux sociaux et s'appuie sur un système de référencement interne incitatif. Mais certaines entreprises n'ont pas d'autre choix que de recruter à l'international. C'est le cas de GA International, leader mondial en fabrication d'étiquettes cryogéniques, qui a régulièrement besoin d'opérateurs de presse flexographique. « C'est très difficile de recruter dans ce domaine au Québec », partage Vanessa Lamothe, spécialiste des ressources humaines. « On a été chercher plusieurs personnes en France, et on essaie d'en faire venir une autre présentement, mais cela prend du temps. »

Des bassins de candidats à mieux cibler

« Avant la pandémie, il y avait déjà une rareté de main-d'œuvre spécialisée, qui s'est accentuée, faute de nouveaux arrivants et de recrutement à l'international », conclut Martine Lafrance. Pour se faire davantage connaître auprès des chercheurs d'emploi arrivés au Canada depuis moins de cinq ans, Interconnexion Laval communique auprès des communautés culturelles, par exemple à travers le journal Hispanophone, tout en développant des partenariats avec les acteurs économiques locaux, comme les Caisses Desjardins de Laval.



Eccentrix est la référence en formation au Québec et en Ontario pour les cours Microsoft, EC-Council, CompTIA, en cybersécurité, CertNexus, Citrix, VMware, AXELOS... et plus!

Pourquoi choisir Eccentrix?

- i) Expertise des formateurs sur les récentes technologies
- ii) Agilité dans l'accompagnement du plan de formation des talents TI
- iii) Un répertoire comptant plus de 500 formations disponibles
- iv) Plus de 7500 participants formés
- v) Offres privilèges clients
- vi) Prix très compétitifs
- vii) Nombreuses références de clients très satisfaits

OFFRE SPÉCIALE -20%

sur toutes nos formations pour les membres de la CCIL

*** Formation exclusive ***

Licensed Penetration Tester (LPT) Master Bootcamp

Certified Network
Defender (CNDv2)
14 DÉCEMBRE 2020

Certified Ethical
Hacker (CEHv11)
11 JANVIER 2021

Certified Security
Analyst (ECSAv10)
8 FÉVRIER 2021



ECCENTRIX

www.eccentrix.ca

ELLES GÈRENT DANS LA TEMPÊTE

Portraits de trois Lavalloises déterminées

Le MAG trace le portrait de trois femmes inspirantes dont leur entreprise est située à Laval. Elles ont un point en commun : leur détermination à gravir les marches du succès. Pandémie ou non.



Par
Annie Bourque
Journaliste

LA BONNE ÉTOILE D'AMINA GERBA

Elle est née dans un village typique d'Afrique. Sans eau potable ni électricité. Son histoire est digne d'un scénario de Netflix. Sa cousine, mariée à un fonctionnaire, l'adoptera à l'âge de 6 ans.

Grâce à ce couple, elle devient la seule fille de sa famille de 19 enfants à poursuivre des études au lycée français situé à Yaoundé, la capitale du Cameroun.

« J'ai eu la chance d'aller à l'école et, par la suite, d'arriver au Canada avec mon mari, Malam Gerba, un journaliste qui venait d'obtenir une bourse d'études pour entreprendre un doctorat en communications au Québec », raconte-t-elle, en souriant.

Jeune maman de trois enfants, elle étudie alors à l'UQAM et obtient en 1992 un baccalauréat en administration des affaires, spécialisation en gestion et intervention touristique (option marketing) et un an plus tard, une maîtrise en administration des affaires (MBA).

Trait d'union entre le Québec et l'Afrique

Engagée au sein d'une compagnie montréalaise, elle conseille des dirigeants d'affaires québécois qui souhaitent percer le marché africain. « En 1995, j'ai décidé de lancer ma propre entreprise, Afrique Expansion, dans le but de faire découvrir ce continent qui représente 54 pays, dont une grande majorité sont francophones. Cela représente des opportunités énormes pour les entreprises d'ici », précise-t-elle avec enthousiasme.

Un chemin pas nécessairement facile. Sa détermination l'honore. Trois ans plus tard, en 1998, elle invite son pays d'origine, le Cameroun, à tenir une première mission économique au Canada. Déçue par le manque de couverture médiatique de l'événement, Amina Gerba décide de publier, avec la collaboration de son fidèle époux, un bulletin d'informations qui deviendra plus tard un magazine d'envergure.

Aujourd'hui, la publication Afrique Expansion Magazine, tirée à 20 000 exemplaires, compte un potentiel de 100 000 lecteurs. Ses articles d'actualité et d'analyse sont prisés par les investisseurs du monde.

« Depuis 25 ans, ma mission, c'est de relier les entreprises entre elles. Notre plateforme d'affaires

a été à l'origine de 10 forums réunissant 500 participants en moyenne. On a permis la signature de millions de dollars en contrats et d'ententes bilatérales entre l'Afrique et le Canada », énumère-t-elle.

Compagnies de cosmétiques

Lors d'une mission commerciale au Burkina Faso en 1996, Amina Gerba découvre le beurre de karité qu'on appelle « l'or vert des femmes » et qui est utilisé comme base pour des produits hydratants et capillaires en France.

Immédiatement, elle y voit un potentiel pour les fabricants de produits cosmétiques au Canada. Tous déclinent son offre. Un à un. Même l'Agence canadienne de développement internationale (ACDI) refuse de s'associer à son projet.

« Je me suis butée à beaucoup d'échecs », confie-t-elle. Elle cite alors l'ancien président de l'Afrique du Sud, Nelson Mandela, qui a déjà dit : « Ne me jugez pas par mes succès, jugez-moi par combien de fois je suis tombé et je me suis relevé. »

Son entêtement et sa foi dans les vertus du beurre de karité biologique l'incitent à créer, à Laval, sa propre gamme de produits cosmétiques sous le nom de Kariderm. Ses produits sont vendus en ligne, mais aussi dans 400 points de vente au Canada, aux États-Unis et en Afrique.

Parallèlement, elle fonde en sol lavallois Les Laboratoires Kariliss, une compagnie qui développe des produits de soins capillaires professionnels en incorporant des ingrédients issus du continent africain, dont le beurre de karité bio, mais aussi l'huile d'argan, de baobab et de nigelle.

Impact de la pandémie

En septembre 2020, le Forum Afrique Expansion devait se tenir au Palais des congrès de Montréal. « On attendait un record de participants et on s'est résigné à présenter l'événement de manière virtuelle », explique-t-elle.

Son entreprise a été obligée de mettre à pied 80 % de son personnel qui travaillait à l'organisation de l'événement. Heureusement, ses deux entreprises de soins capillaires et cosmétiques ont continué à bien fonctionner. « La pandémie m'a ramenée à l'essentiel : il ne faut jamais mettre ses œufs dans le même panier et j'ai compris qu'il faut rapidement se réinventer. »

Amina Gerba voit aussi le bon côté des choses.



« La pandémie m'a ramenée à l'essentiel : il ne faut jamais mettre ses œufs dans le même panier et j'ai compris qu'il faut rapidement se réinventer. »

— Amina Gerba, fondatrice d'Afrique Expansion et des Laboratoires Kariliss, et cofondatrice de Flash Beauté/Kariderm

Entretemps, la publication de la capsule du Forum a rassemblé plus de 750 personnes, en provenance de partout à travers le monde.

En terminant l'entrevue, la jeune grand-maman de 3 petits enfants maintenant s'étonne de l'admiration qu'elle suscite. « Je n'ai jamais pensé à inspirer les gens », confie-t-elle. « Je voulais simplement accomplir ma mission : faire connaître le potentiel de l'Afrique. J'essaie simplement et humblement de prêcher par l'exemple et de laisser ma signature, ma trace. »

Ses quatre enfants ont aujourd'hui 40, 33, 30 et 27 ans. Trois d'entre eux sont entrepreneurs. La politique l'intéresse-t-elle ? « Je reçois de nombreuses offres, mais je suis trop utile là où je suis », conclut-elle.



Amina Gerba a reçu de nombreuses distinctions, dont le titre de Chevalière de l'Ordre national du Québec en 2014.
Crédit : Courtoisie

Potentiel africain

En 2010, la population africaine atteignait le milliard de personnes, dont 355 millions appartenant à la classe moyenne. En 2060, la population aura plus que doublé et 1,1 milliard de personnes devrait faire partie de la classe moyenne.

Source : Deloitte.com

Surmonter les barrières du racisme systémique

En 2018, Amina Gerba a été nommée présidente du conseil d'administration d'Entreprendre ici, un organisme créé pour aider les entrepreneurs issus de la diversité ethnoculturelle à surmonter les barrières.

« Le gouvernement de Philippe Couillard a reconnu qu'il existait des barrières systémiques qui empêchaient les entrepreneurs comme moi d'avancer et de faire partie du Québec inc. », dit-elle.

En arrivant au Québec, elle-même a eu du mal à trouver un logement. « Je téléphonais pour savoir si tel appartement était disponible », relate-t-elle. « En nous présentant pour le visiter, on nous répondait à notre arrivée : « désolé, on vient de signer le bail ». »

Amina Gerba comprend les propriétaires qui sont libres de leurs gestes et décisions. Toutefois, la situation devient intenable lorsque le système encourage le racisme.

Le pire, c'est lorsque ses garçons utilisent sa voiture. « Ils se font arrêter plusieurs fois par semaine. Comme s'ils n'avaient pas le droit de se promener dans un véhicule de luxe. On les soupçonne d'être dans la drogue, d'être recherchés... », énumère-t-elle sans terminer sa phrase.

Heureusement, les choses commencent à évoluer. Lentement, mais sûrement. En trois ans, son organisme a sensibilisé près de 4 000 entrepreneurs à la diversité. « Cela leur a permis de comprendre le système et de surmonter les barrières », conclut-elle.

Sa cause : L'accès à l'école pour les enfants

Depuis 2010, Amina Gerba et ses deux filles ont mis sur pied la Fondation Gerba qui facilite l'accès à l'école aux enfants provenant d'un milieu défavorisé. Grâce à la générosité des donateurs, plus de 300 enfants ont été aidés par l'organisme et des milliers de fournitures scolaires leur ont été acheminées.

www.fondationgerba.org

LYNDA BOUVIER, LA « MISS POSITIVE » DE PARTY EXPERT

Par
Annie Bourque
Journaliste

On la surnomme la « Miss Positive » du monde des affaires lavallois. En pleine pandémie, Lynda Bouvier lorgne un terrain pour construire le siège social et le centre de distribution de son entreprise Party Expert, spécialisée dans la vente d'accessoires de fêtes et de costumes.

Implantée depuis 26 ans à Laval, l'entreprise est prête à y investir 8 M\$. « On cherche un emplacement aux abords de l'autoroute avec un arrêt d'autobus et on regarde différents endroits, à Mascouche et à Terrebonne aussi », raconte-t-elle.

Comment oser investir en pleine pandémie alors qu'une majorité de Québécois n'ont même pas encore le droit de se réunir ?

Lynda Bouvier observe que les gens ont innové dans leur façon de célébrer un anniversaire, un shower de bébé, une graduation et qu'ils ont été nombreux, depuis un an, à commander en ligne des articles de fête.

« On se doit de se réinventer car la fête est toujours là », dit-elle d'un ton enjoué.

Service essentiel

Party Expert compte 10 magasins au Québec. L'ouverture de deux autres établissements est repoussée à 2022. La pandémie a fait réfléchir la jeune quinquagénaire qui a observé l'achalandage des pharmacies et des épiceries, considérées comme des services essentiels, et donc demeurées ouvertes en temps de pandémie.

« C'est pourquoi, nous avons décidé de fabriquer ici-même nos produits de fête en français avec notre marque privée et nous travaillons sur un programme que nous prévoyons vendre aux supermarchés et pharmacies », indique-t-elle, enthousiaste.

Au lieu de 10 points de vente au Québec, on en comptera bientôt 6 000 ! « La pandémie m'a appris une chose : le commerce de détail ne sera plus jamais le même. Il faut s'adapter, c'est notre responsabilité comme entrepreneur », assure-t-elle.

Entretemps, la crise sanitaire a eu impact sur la division location de sa compagnie qui organisait des événements dans des entreprises comme Bombardier et Bell Helicopter. Le chiffre d'affaires mensuel a chuté drastiquement.

Fabrication de masques

Depuis 12 ans, Lynda Bouvier transige avec l'empire du Milieu. En mars 2020, en pleine pénurie de masques, elle est parvenue à importer de la Chine 5 millions de masques certifiés, ainsi que des machines UV servant à la désinfection. « Cela n'a rien à voir avec le party », confie-t-elle, « mais on a comblé les besoins. »

Alors que le Québec est sur pause au printemps 2020, la présidente de Party Expert se met en mode approvisionnement. « Cela m'a allumé une cloche, et on s'est mis à acheter des marchandises en Chine. »

La livraison tarde encore puisque certains conteneurs sont bloqués dans des ports en Asie.

Son prochain défi ? L'embauche de gens passionnés qui ont envie de s'accomplir et de participer au succès de l'entreprise de 170 employés, dont le chiffre d'affaires atteint près de 10 M\$. ■



«N'aie pas peur, vas-y, saisis l'opportunité.»

— Lynda Bouvier, présidente de Party Expert



Lynda Bouvier, présidente de Party Expert, une entreprise en pleine ascension qui vise une expansion sur le territoire lavallois
Crédit photo : courtoisie

L'importance de croire en soi

« Ma mère avait une confiance absolue en moi. Même si j'avais une idée farfelue ou je doutais de moi, elle me disait : "Je suis persuadée que tu vas réussir" », raconte Lynda Bouvier, présidente de Party Expert.

Son ascension dans le monde des affaires remonte à sa jeunesse. À 12 ans, Lynda Bouvier vend des fleurs sur la rue Saint-Denis pour se faire de l'argent de poche. Attirée par l'immobilier, elle est devenue à 22 ans la meilleure vendeuse chez Century. Une école difficile. « Je téléphonais à 200 personnes pour obtenir deux rendez-vous. Après 20 appels, combien de gens auraient abandonné ? Moi, j'étais persévérante et je croyais en moi », affirme-t-elle.

Alors que le taux immobilier atteint des sommets inégalés, elle rencontre son futur mari Georges Rahmé en 1992 et se lance en affaires avec lui.

« Cela a pris 4 ans avant qu'on se verse un vrai salaire. Il faut être courageux, audacieux et ne jamais lâcher », ajoute-t-elle.

Et un quart de siècle plus tard, leurs deux grands enfants, Youssef, 27 ans, et Stéphanie, 26 ans, ont commencé à prendre la relève. À son tour, Lynda Bouvier dit à chacun : « N'aie pas peur, vas-y, saisis l'opportunité »

L'endroit pour vendre ou acheter une entreprise.

sunbeltlaval.com



manufacturier • transport • site web • distribution • construction • services professionnels



SUNBELT

NATHALIE D'Aoust: CHAMPIONNE DU RÉSEAUTAGE ET DU SERVICE AUX CLIENTS

Par
Annie Bourque
Journaliste

En rivalisant d'ingéniosité et de créativité pour se réinventer en période de COVID-19, les dirigeants d'entreprise et de fondations de bienfaisance ont contribué au succès des services de messagerie comme V Courier qui a augmenté son chiffre d'affaires en pleine pandémie.

Depuis le printemps 2020, bon nombre d'employeurs, soucieux de briser l'isolement et de fidéliser leurs troupes, pensent à leur faire parvenir des cadeaux chez eux.

« Les gens disent tout le temps : il faut faire les affaires autrement. Plusieurs patrons ont trouvé toutes sortes d'idées pour rassembler leur personnel », raconte Nathalie D'Aoust, lauréate du Prix Femmes d'affaires du Québec en 2017, dans la catégorie entreprise à propriété féminine certifiée.

En fait, le télétravail jumelé à la multiplication de lancements et d'événements virtuels ont tenu en haleine les répartiteurs de V Courier qui travaillent tous de la maison.

Lavalloise de cœur

Née à Montréal, Nathalie D'Aoust raconte une anecdote de son enfance. Membre des aventuriers de Baden-Powell, elle se distingue dans la vente de chocolats, de calendriers et de fleurs de mai. « J'ai toujours été une vendeuse dans ma vie », confie-t-elle en souriant.

Plus tard, grâce au soutien du Service d'aide aux jeunes entrepreneurs, elle lance en 1995 sa première compagnie, Impact Courier, dont le siège social et l'entrepôt sont situés à Laval. « J'aime la vie économique ici et le dynamisme de nos entreprises qui sont pétillantes. »

En 2017, lasse de faire la navette entre Morin-Heights et son bureau, la femme d'affaires fait l'acquisition d'un condo à Laval, situé à proximité d'une station de métro.

Viser haut et loin

Dès ses débuts et encore aujourd'hui, la motivation de Nathalie D'Aoust est d'offrir un service personnalisé à ses clients qui lui restent fidèles. Ambitieuse et déterminée, elle a osé étendre son réseautage jusqu'aux États-Unis.

Grâce au Réseau des femmes d'affaires du Québec (RFAQ) et à sa présidente Ruth Vachon, elle est partie en mission commerciale à Las Vegas, en



«...il faut faire les affaires autrement.»

– Nathalie D'Aoust, présidente de V Courier

Floride et au Texas.

Son entregent et son sens de l'humour lui permettent de tisser rapidement des liens avec les entreprises américaines qui lui confient leurs livraisons en sol canadien.

« Nathalie est ce modèle de femme d'affaires qui comprend qu'une entreprise se bâtit plus rapidement avec un réseau de soutien très fort. Elle sait très bien comment développer son réseau et l'utiliser au bon moment afin de mieux faire évoluer son entreprise », confie Ruth Vachon qui l'a côtoyée à plusieurs reprises.

Multigénérationnelle

Humble, Nathalie D'Aoust croit que sa réussite repose sur la fiabilité de son équipe qui partage sa passion pour le service à la clientèle. La cinquantaine de collaborateurs est formée d'un mélange de jeunes et de plus vieux. Certains transmettent leur expérience et d'autres leur fougue.

En un quart de siècle, Nathalie D'Aoust a osé



Nathalie D'Aoust, présidente de V Courier, une entreprise qui a augmenté son chiffre d'affaires en pleine pandémie. Crédit photo : courtoisie

prendre le tournant technologique de l'intelligence artificielle. « Au début, on faisait la répartition sur de gros tableaux en bois avec les numéros des livreurs et leur trajet inscrit sur un carton », se remémore-t-elle.

D'ici les prochains mois, elle vise l'acquisition de compagnies susceptibles de s'intégrer à son modèle d'affaires tout en gardant un précieux équilibre. « J'ai retenu une chose de la pandémie : prendre soin de moi et de ma santé », conclut Nathalie D'Aoust qui pratique la méditation et la marche pour mieux surmonter le stress et garder la forme mentale et physique.



En quête du parfait gestionnaire?

Trouvez à coup sûr en faisant appel à notre expertise en recrutement d'exécutif et en tests psychométriques.



Passez au niveau supérieur, contactez-nous :

Stéphane Pépin | Directeur stratégies RH et services-conseils
spepin@bedardressources.com | 514 235-3484



bedardressources.com

ET SI LAVAL ÉTAIT UNE VILLE RÉSILIENTE ?

Par
Annie Bourque
Journaliste

Le Pôle régional d'économie sociale de Laval a présenté le 17 février dernier une intéressante rencontre animée par l'animatrice et la rédactrice en chef du MAG, Marie Grégoire, sous le thème « Et si Laval était une ville résiliente ? ».

Présent à l'événement virtuel, le maire suppléant et vice-président du comité exécutif de Laval, Stéphane Boyer, a indiqué que sa municipalité aspire à une décentralisation de ses décisions. La création, en décembre dernier, d'un bureau de la résilience doté d'un budget de 4 M\$ va dans ce sens. Le nouvel organisme contribuera à l'élaboration d'une vision afin de mieux gérer les risques liés aux pandémies ainsi qu'aux aléas climatiques.

Le politicien a évoqué l'idée de faire les choses autrement en collaborant davantage avec les citoyens. « Laval fait des pas », dit-il. « Dans mon quartier, les citoyens qui se sont opposés au projet immobilier Comodore sont devenus des acteurs de changement positif. »

« Y a-t-il un rôle pour les groupes de citoyens qui s'opposent et comment peut-on permettre l'expérimentation alors que le citoyen veut des résultats ? », a demandé l'animatrice Marie Grégoire.

« L'opposition est absolument importante parce que l'indignation est une force de développement majeur », a répondu Alexandre Warnet, instigateur et co-porte-parole de Laval en transition, un mouvement citoyen qui vise à enraciner la transition socioéconomique et à renforcer la résilience de la communauté lavalloise.

« À Laval », explique-t-il, « c'est un gros défi de passer d'une culture citoyenne passive à celle d'une culture citoyenne participative. Il faut donner la place aux citoyens. C'est pourquoi on se donne comme mandat de développer les connaissances et compétences des citoyens afin qu'ils se sentent aptes à participer, car souvent ils ne se sentent pas assez confiants. »

Phénomène mondial

Présente à cette rencontre, la fondatrice du Chantier de l'économie sociale, Nancy Neamtan, est d'avis que la résilience n'est pas une fin en soi, mais un processus continu.

« Il n'y a pas de recette magique pour devenir une ville résiliente. C'est important d'entendre les différentes voix provenant des entreprises, de la société civile, des groupes communautaires et des différentes communautés dont les groupes marginalisés », indique-t-elle.

Figure de proue internationale en économie sociale, Nancy Neamtan affirme que le mouvement de villes résilientes touche des centaines de municipalités autant en Europe qu'ici en Amérique du Nord. « De plus en plus les villes encouragent les citoyens à être partie prenante de la gestion des cités. En Bologne, en Italie, les gens présentent des idées sur comment aménager telle forêt ou telle rue. Deux semaines plus tard, la Ville collabore aux projets. »

Pouvoir citoyen

De son côté, Alexandre Warnet a mentionné que la société vit actuellement une crise complexe aux niveaux sanitaire et climatique. « Comme citoyen, on sent qu'on n'a aucun pouvoir et on se sent désemparé », déplore-t-il.

Toutefois, en s'impliquant comme citoyen dans différentes démarches, celui-ci regagne du pouvoir, « et l'espoir dans la capacité de changer et d'agir efficacement et d'avoir un impact réel dans la communauté ».

De son côté, Nancy Neamtan ajoute que, le véritable enjeu, ce sont les racines en économie sociale. « Les entreprises résilientes sont nées des besoins et aspirations des gens et appartiennent à la collectivité. »



« La résilience, c'est la capacité de pouvoir résister à des chocs, à des stress de l'extérieur et de retrouver son état de fonctionnement normal. »

– Héléne Madénian, étudiante au doctorat en études urbaines à l'INRS

« Comment peut-on s'assurer que l'économie sociale prenne racine dans la ville de Laval qui est aussi un territoire, une MRC ? », a alors demandé Marie Grégoire.

Le porte-parole du comité Laval en transition, Alexandre Warnet, observe que les gens ont envie de s'engager dans les quartiers et d'y développer, par exemple, une entreprise de proximité. « On s'en va vers une Politique régionale de développement social (PRDS). Un quartier à échelle humaine. On retourne à un esprit de village. »

Il cite également les initiatives provenant des citoyens de Chomedey qui ont créé un quartier nourricier ou la démarche de mobilisation des citoyens du quartier Saint-François.

De son côté, Nancy Neamtan a conclu en disant que l'important c'est la multiplication de telles initiatives et de partager une vision commune. Le mot de la fin revient à Alexandre Warnet : « Le changement de culture de la participation citoyenne doit aller de l'avant. On n'a pas besoin d'attendre après les institutions. Les citoyens ont le pouvoir d'agir. »

Pour en savoir plus

Du 8 au 29 mars, les citoyens sont invités à déposer leur projet pour faire de Laval une ville résiliente.

www.economiesocialelaval.com/laval-ville-resiliente

VOUS CHERCHEZ
DE LA
MAIN-D'OEUVRE
QUALIFIÉE ?



**INTER-
CONNEXION
LAVAL**
PROPULSÉ PAR LA CCILAVAL



VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

Communiquez avec nous au 450 682-5255, poste 261

INTERCONNEXIONLAVAL.COM

Avec la participation financière de :

Québec

En collaboration avec :

PERSPECTIVE CARRIÈRE
SERVICES GÉNÉRAUX EN TRANSITION CARRIÈRE ET RECHERCHE D'EMPLOI

UN COUP DE MAIN AUX ENTREPRISES LAVALLOISES

La Ville double l'aide financière aux entreprises d'économie sociale

Démarrer une entreprise ou réaliser des projets porteurs représente un défi de taille pour les entrepreneurs. Afin de donner un coup de main aux entrepreneurs et aux entreprises, le Service du développement économique de la Ville de Laval offre de nombreux services et programmes. Voici d'ailleurs un aperçu de deux programmes d'aide financière qui vise à stimuler l'entrepreneuriat jeunesse et l'économie sociale.

Fonds d'Économie Sociale (FES)

Le FES soutient la création d'entreprises à but non lucratives (OBNL ou coopératives) ou de projets d'économie sociale innovants et structurants

qui améliorent la qualité de vie et le bien-être des personnes tout en répondant à des besoins ou grands enjeux régionaux. Ce fonds a pour but de contribuer au développement de l'offre ainsi qu'au rayonnement de l'économie sociale par la création et le maintien d'emplois et de richesse à Laval.

Dans le cadre du FES, une entreprise d'économie sociale peut obtenir une contribution financière non remboursable et un accompagnement personnalisé pour :

- évaluer un projet d'économie sociale
- démarrer une entreprise ou une coopérative d'économie sociale
- accompagner la direction ou le conseil d'administration
- mettre en œuvre un nouveau projet d'économie sociale.



Adobe Stock

Le montant maximum de cette contribution financière est de 100 000 \$.

Fonds Jeunes Promoteurs (FJP)

Le FJP a pour but de soutenir les aspirations entrepreneuriales de jeunes âgés de 18 à 35 ans qui souhaitent créer, acquérir ou prendre la relève d'une entreprise dans un secteur économique porteur sur le territoire de Laval.

La contribution financière accordée à chaque entrepreneur et chaque projet est établie selon le secteur d'activités. Cette contribution non remboursable peut atteindre 25 000 \$ par entreprise dans le cadre de ce fonds.

Le soutien financier est offert en deux étapes

Étape 1 – Création, acquisition ou rachat de l'entreprise;

Étape 2 – Formation de gestion ou technique. L'entrepreneur qui a obtenu une contribution du FJP dispose d'un budget de formation de 1500 \$ maximum.

Pour en savoir plus sur ces programmes d'aide ou obtenir toute autre information, veuillez communiquer avec l'équipe du Service du développement économique, au 450 978-5959, écrire à lavaleconomique@laval.ca ou visiter le lavaleconomique.com.

Entrevue avec Josée Dufour, présidente du Groupe Axiomatech

AXIOMATECH À LA CONQUÊTE DE NOUVEAUX MARCHÉS

Gâce à un prêt accordé par la Ville de Laval, l'entreprise a pu respirer en temps de pandémie et fournir à ses clients une solution pour contrôler la qualité de l'air de leurs bâtiments.

Les nouvelles règles sanitaires mises en place en raison de la COVID-19 ont créé un enjeu pour plusieurs entreprises : la nécessité de se doter rapidement de systèmes de surveillance de la qualité de l'air. Le Groupe Axiomatech, spécialisé en ingénierie du bâtiment, avait la solution.

« Aujourd'hui, la plupart des installations commerciales et industrielles ont des yeux et des oreilles... Pensons aux caméras et aux systèmes d'intercom, par exemple. Mais il leur manquait un nez, en quelque sorte. C'est ce que nous sommes allés chercher », explique Josée Dufour, présidente du Groupe Axiomatech. Ce nez est en fait un capteur électronique de la taille d'un modem, qui permet d'enregistrer en continu des données atmosphériques diverses, telles que la quantité de poussières ou de contaminants, le taux de CO2 ou différentes molécules selon le paramétrage de l'appareil.

Un prêt d'urgence qui arrive à point

« Si nous avions la solution, il fallait cependant trouver les moyens pour la déployer, confie Mme Dufour. Or, vu les incertitudes provoquées par la pandémie et le caractère cyclique de notre secteur d'activités, les banques se montraient frileuses. Par chance, comme je travaille depuis des années avec l'équipe du Service du développement économique de la Ville de Laval, j'ai su qu'il y avait du financement d'urgence disponible pour aider les PME à poursuivre leurs activités. »

C'est ainsi que le Groupe Axiomatech a obtenu un prêt de 50 000 \$ dans le cadre du Programme aide d'urgence aux petites et moyennes entreprises (PAUPME), mis en place par le gouvernement du Québec et administré par les municipalités. « Grâce à ce prêt, j'ai pu embaucher un ingénieur, qui se consacre presque à temps plein à développer le marché des capteurs, un débouché important pour nous. »

Une équipe proactive à Laval

Femme d'affaires d'expérience, Mme Dufour estime que le soutien de la Ville de Laval pour les

entrepreneurs est exceptionnel : « J'ai rencontré Laurence Bain Chaumillon en 2007, quand j'ai lancé mon entreprise. Elle a été ma porte d'entrée et m'a mise en contact avec toutes les ressources dont j'avais besoin. Depuis, j'ai eu un appui personnalisé et proactif des membres de l'équipe responsable du développement économique. »

« Ils nous facilitent vraiment la tâche, font des suivis et offrent un soutien financier et humain. Ils connaissent tous les programmes et sont ouverts aux propositions. De plus, ils ont lancé une foule d'initiatives pour aider non seulement les entreprises, mais aussi les travailleurs. Je pense que beaucoup d'entrepreneurs partagent mon opinion », souligne-t-elle.

À la rescousse du patrimoine historique

Depuis le début de 2020, le Groupe Axiomatech a aussi percé un créneau inattendu : la maintenance de bâtiments patrimoniaux. « Nous sommes en train de développer toute une expertise en restauration et en préservation de bâtiments dont certaines sections ont plus de 200 à 300 ans. », se réjouit Mme Dufour.

Ces projets correspondent exactement au type de défis complexes et techniques que recherche la PME lavalloise. « Ce n'était pas un domaine auquel j'avais songé, mais il y a énormément de travail à faire et peu de compétiteurs. Nous avons donc décidé de nous lancer et d'investir. C'est un véritable retour aux sources de la construction pour moi. Et c'est palpitant ! » Que demander mieux pour une passionnée d'histoire comme Josée Dufour ?

Pour obtenir une aide financière dans le cadre du PAUPME, veuillez communiquer avec le Service du développement économique de la Ville de Laval, au 450 978-5959 ou écrire à lavaleconomique@laval.ca.

Fondé en 2007 par Josée Dufour et Dany Ducasse, le Groupe Axiomatech se spécialise dans l'ingénierie de bâtiments industriels institutionnels et commerciaux. Ses services comprennent la gestion de projets d'aménagement, de réhabilitation et de construction ainsi que la maintenance d'installations complexes.

Présidente des Elles de la construction, Josée Dufour est également membre de la Table d'action en entrepreneuriat de Laval, du Réseau des Femmes d'affaires du Québec, membre du conseil d'administration de CREW M – Membership et mentorat, de Prox-Industriel et de la Chambre de commerce de Laval.



Josée Dufour

Présidente du Groupe Axiomatech
514 686-2424
ou josee.dufour@axiomatech.com
axiomatech.com



SE TOURNER VERS LE NUAGE POUR OPTIMISER SA PRODUCTIVITÉ

C'est une évidence pour bien des experts : l'infonuagique est la voie à suivre pour les entreprises manufacturières qui voudront tirer leur épingle du jeu lors de la reprise post-pandémie.

L'économie mondiale a été bouleversée par la COVID-19. Les nouvelles mesures sanitaires, l'interruption des activités non essentielles et l'incertitude d'une reprise économique ont provoqué des changements considérables, voire structurels pour plusieurs entreprises.

Les vagues de confinement mondiales ont notamment eu des répercussions sur la chaîne de valeur. Il suffit de suivre l'explosion du commerce en ligne dans différents pays pour constater que le mode d'achat des consommateurs s'est transformé, modifiant du même coup le fonctionnement des entreprises, leurs modes de distribution et leur chaîne d'approvisionnement.

Cette transformation affecte les entreprises manufacturières de différentes façons. Certaines se sont adaptées pour produire des composants en plastique qui serviront à la fabrication de masques, de visières ou de respirateurs. D'autres revoient leur modèle d'affaires et leur chaîne d'approvisionnement pour être plus productives.

Malgré l'incertitude de la reprise mondiale, plusieurs chefs d'entreprise ont repensé leurs stratégies d'affaires afin de saisir les occasions générées par ces bouleversements. Leur capacité de répondre aux nouveaux besoins de leurs clients sera déterminante.

Le virage numérique s'accélère

Une grande tendance se dessine : les entreprises accélèrent leur virage numérique ou l'automatisation de leurs installations pour accroître leur compétitivité et diminuer les risques liés au contexte pandémique. Au Québec et ailleurs dans le monde, ce changement s'opère à un rythme différent, selon la maturité numérique des entreprises.

La pandémie a mis en lumière la nécessité des transformations technologiques. Selon les experts, dans une économie post-pandémie, les gagnants seront ceux qui utiliseront l'infonuagique et qui feront preuve de résilience et d'agilité.

Il existe une myriade de solutions numériques pour les entreprises qui désirent prendre le virage technologique afin d'améliorer leurs performances opérationnelles. Laquelle choisir et comment planifier cette transformation ? C'est un défi de taille pour tout chef d'entreprise.

L'internet des objets : la solution de l'avenir

Dans le secteur manufacturier, l'une des technologies privilégiées pour améliorer la productivité est l'internet des objets (IdO). Selon René Breyel, président du conseil de la grappe industrielle AIoT Canada, il est maintenant possible de créer des usines intelligentes grâce aux nombreuses avancées dans le domaine de l'infonuagique, des télécommunications, des capteurs sans fils et de la robotique. En regroupant ces technologies, une entreprise peut optimiser sa production, offrir des produits plus personnalisés, accroître son efficacité opérationnelle et, au final, améliorer la satisfaction de ses clients.

Aujourd'hui, l'internet des objets constitue un nouveau levier pour augmenter la productivité industrielle en multipliant les sources de données liées au fonctionnement des systèmes et en appliquant la puissance de l'intelligence opérationnelle offerte par l'infonuagique et l'intelligence artificielle.

Précurseur de cette révolution industrielle, l'Allemagne a inventé le terme industrie 4.0, soit l'intégration de la numérisation massive des procédés industriels en usine et des nouvelles capacités d'analyse et d'optimisation dans le nuage. Combiné à d'autres technologies de rupture comme l'intelligence artificielle, la réalité augmentée ou les jumeaux numériques, l'internet des objets trouve toute sa force dans ces environnements où les machines sont reines, permettant aux entreprises de générer de nouveaux revenus et de profiter de nouveaux modèles d'affaires.

Plusieurs études de cas font état des bénéfices de l'internet des objets dans la modernisation de bout en bout de la chaîne de valeur des entreprises. Selon le Forum économique mondial, depuis la pandémie,

les entreprises ressentent davantage l'urgence d'adopter le virage numérique et technologique pour transformer leur organisation, stimuler leur croissance et saisir les nouvelles occasions.

Cette transformation comporte toutefois son lot de défis, selon la maturité numérique ou technologique de l'entreprise. On ne s'y aventure pas sans planification. Pour réussir, les entreprises doivent partager cette vision du changement et, surtout, en planifier les jalons ainsi que l'investissement nécessaire.

UN NOUVEAU PROGRAMME DE FINANCEMENT POUR APPUYER LA TRANSFORMATION TECHNOLOGIQUE DE VOTRE ENTREPRISE.

La Ville de Laval vient de mettre sur pied un tout nouveau programme afin de soutenir les entreprises lavalloises dans leur transformation technologique : le Programme d'accélérateur d'opportunités – productivité.

À compter d'avril 2021, les entreprises pourront demander une aide financière non remboursable pouvant atteindre 25 % du coût d'acquisition d'équipements destinés à la transformation technologique, jusqu'à concurrence de 100 000 \$ par entreprise.

Ce plafond passe à 125 000 \$ par entreprise dans le cas des projets comprenant un volet important visant à tirer pleinement profit de l'internet des objets (IdO).

Grâce à ce programme, la Ville de Laval souhaite stimuler l'investissement des entreprises lavalloises et la relance économique de la région en soutenant la productivité. Cette initiative, lancée en concertation avec des partenaires privés et les gouvernements, est complémentaire aux programmes d'Investissement Québec et de Développement économique Canada.

Cette aide financière vous intéresse ?

Communiquez avec le Service du développement économique de la Ville de Laval, au 450 978-5959 ou écrivez à lavaleconomique@laval.ca et planifiez dès aujourd'hui votre virage technologique.



Lidia Divry

Directrice du Service du Développement économique
Ville de Laval
lavaleconomique@laval.ca
lavaleconomique.com



Développement économique

2021 : UN SALON DE L'EMPLOI QUI FAIT UNE GRANDE PLACE AUX FEMMES

Par
Denise Proulx
Journaliste

Si on a pu observer une résilience hors du commun du marché de l'emploi, tous ne sont pas égaux devant la crise. Tel un choc sismique, la pandémie a fait bouger les plaques tectoniques du marché du travail. Si des secteurs sont en pénurie et offrent des opportunités, d'autres sont en pleine crise et recommandent aux travailleurs de se réorienter. Le Salon de l'emploi de Laval est l'occasion pour chacun de s'ouvrir à de nouvelles opportunités.

Ce rendez-vous annuel organisé par la CCILaval, Services Québec Laval et Prox-Industriel prend un visage numérique cette année, mais il n'en regroupera pas moins d'employeurs et d'organisations prêts à donner le coup de pouce qui manque pour entrer sur le marché du travail.

En fait, ce sont tous les chercheurs et chercheuses d'emploi qui sont conviés à cette rencontre où il sera possible de découvrir les entreprises de Laval à la recherche de main-d'œuvre. C'est une occasion de s'informer des différentes opportunités de carrière et des perspectives d'avenir dans la région, pour mieux s'y ancrer. Ce Salon de l'emploi virtuel est conçu pour favoriser les échanges en direct avec les employeurs par le clavardage ou encore en format vidéo et/ou audio.

Une nouveauté : le Pavillon Femmes

Cette année, Services Québec consacre beaucoup d'efforts pour préparer des capsules qui inciteront les femmes à diversifier leur choix de carrière. Les métiers dans des secteurs en forte demande et la place des femmes dans des métiers à prédominance masculine seront mis à valeur dans ce Pavillon Femmes.

On sait qu'avec la COVID-19, ces dernières ont été particulièrement touchées.

Plusieurs femmes, actives dans les secteurs de l'hébergement, de la restauration et dans les services de soins personnels ont perdu leur emploi avec la fermeture imposée par les périodes de confinement. De plus, certaines ont dû quitter volontairement leur travail en raison d'obligations familiales, faute de soutien pour remplacer les garderies et les écoles fermées.

Par ailleurs, la présence des femmes se retrouve souvent concentrée à un petit nombre de professions et métiers et elles sont peu nombreuses à exercer des emplois qui sont à prédominance masculine.

Il faut aussi mentionner que plusieurs secteurs d'activité et professions, comme les technologies de l'information et la construction, sont toujours en recherche de main-d'œuvre. Ces emplois d'avenir, bien rémunérés, sont une excellente occasion pour les femmes de développer leurs compétences et d'améliorer leur situation sur le marché du travail.

Les nouveaux diplômés

D'ici quelques semaines, bien des étudiants et étudiantes seront diplômés. Ils rêvent de l'emploi idéal : des collègues accueillants, plein de défis, la confiance du patron et un bon salaire. Le 5^e Salon de l'emploi, qui se tiendra les 30 et 31 mars prochain, peut devenir la porte d'entrée vers ce milieu de travail convoité.

Comme par les années passées, les chercheurs et chercheuses d'emploi pourront bénéficier de l'aide des intervenants et des services des organismes en employabilité regroupés dans un pavillon virtuel. Au préalable, si désiré, ils et elles pourront se préparer adéquatement à l'utilisation de la plateforme et mettre à jour leur curriculum vitae.

Simulation de la plateforme d'accueil Easy Virtual Fair



NORDIA OFFRE 150 NOUVEAUX EMPLOIS



À l'occasion de sa deuxième participation au Salon de l'emploi, Nordia offre 150 postes à combler uniquement sur le territoire de Laval.

« C'est l'occasion de nous faire connaître et de créer de nouveaux liens », précise Marie-Ève Généreux, porte-parole de Nordia.

L'entreprise lavalloise, qui se spécialise dans le service à la clientèle, gère des services d'appel implantés dans 12 régions au Canada. Récipiendaire du prix Dunamis 2020, décerné pour la qualité de ses ressources humaines, l'entreprise de télécommunications recrute principalement des personnes qui se sentent aptes à faire de la vente et du service à la clientèle.

À la suite d'une offre de service, Nordia fait un suivi rapide des échanges établis. En général, cette personne est prise en charge dans un délai de 24 à 48 heures, en utilisant les technologies numériques de communication.

Nordia valorise une approche très empathique pour recruter son personnel. Elle offre des conditions de travail remarquables pour son secteur, tant au niveau de la rémunération, des avantages sociaux que de la conciliation travail-famille, en proposant le télé-travail. « Les gens adorent », constate Marie-Ève Généreux.

Divers programmes de récompense et des concours sont également offerts aux employés, tout comme un accommodement à leur diversité culturelle et conditions physiques, comme l'installation de salles de prière et de douches pour les personnes handicapées. Considérée comme une entreprise essentielle en cette période de pandémie, elle garantit une stabilité d'emploi et de revenus. Se considérant comme une grande famille, Nordia accueille des travailleurs originaires de 50 pays. Nordia compte d'ailleurs du personnel qui est en poste depuis 20 ans, car ses employés ont pu profiter d'un cheminement de carrière intéressant.

« Ce qui nous distingue, c'est le contact humain. C'est important pour nous d'aller à la rencontre des gens », conclut Marie-Ève Généreux.



LE RENDEZ-VOUS DE L'EMPLOI À LAVAL



**30
ET
31** **VIRTUEL**
MARS
2021
10H À 17H

Pour vous inscrire ou réserver un kiosque
ccilaval.qc.ca/salon-emploi-2021

Avec la participation financière de :

Québec

CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LAVAL

Partenaires de diffusion

SERVICES
EMPLOI
LAVAL

PROX
INDUSTRIEL

« ADOPTER UNE STRATÉGIE EN DÉVELOPPEMENT DURABLE VA S'AVÉRER ÊTRE UNE DÉCISION TRÈS RENTABLE »

Andréanne Gilardeau, directrice des ressources humaines à la CETAM, constate l'importance des valeurs dans le choix d'un employeur pour la nouvelle génération de travailleurs.



Par
Jean-Sébastien Trudel
Agent du Fonds Écoleader - Laval
CCILaval

La Coopérative des techniciens ambulanciers de la Montérégie (CETAM) a choisi de lancer une démarche stratégique en développement durable au printemps dernier afin de mieux répondre aux préoccupations environnementales de ses employés, surtout les plus jeunes. Près d'un an plus tard, les membres de la direction sont surpris de constater le niveau d'adhésion à la démarche, mais également l'ampleur des économies réalisées.

« Quand on a pris la décision de se lancer dans une démarche stratégique écoresponsable, je me sentais perdue », admet Andréanne Gilardeau, directrice des ressources humaines à la CETAM et responsable de la coordination du projet. « Je voulais éviter de nous limiter à une série d'actions disparates plus ou moins pertinentes. Mais, honnêtement, je ne savais pas par où commencer ni comment y arriver. »

En s'informant auprès de son agent écoleader régional, elle a découvert qu'elle pouvait être accompagnée par des experts qui se spécialisent dans la réflexion stratégique en développement durable. Non seulement son agent lui a fourni une liste de consultants reconnus, mais elle a appris qu'elle pouvait profiter d'une subvention allant jusqu'à 30 000 \$ grâce au Fonds Écoleader.

« Au départ, notre objectif était d'améliorer nos pratiques environnementales parce que les attentes de nos membres évoluent. Ça tombait sous le sens. En tant que coopérative, c'est dans nos valeurs. Par contre, jamais je n'avais anticipé que nous serions en mesure de réaliser autant d'économies », se félicite Andréanne Gilardeau.

Elle confie que les économies les plus significatives viennent d'initiatives intangibles. Elle cite en exemple la plus grande facilité de recruter dans un contexte de rareté de main-d'œuvre et le niveau d'engagement plus élevé des employés.

LES VISIONNAIRES PROPULSÉ PAR LA CCILAVL

La CETAM a choisi Maillon Vert, une firme d'experts-conseils qui a accompagné des centaines de petites et moyennes organisations dans l'adoption de pratiques plus durables et plus rentables.

Son président, Marc-André Mailhot, fondateur de Maillon Vert, explique : « J'ai remarqué avec les années que les entreprises qui tirent les plus grands bénéfices d'une démarche stratégique en développement durable sont celles qui, comme la CETAM, impliquent l'ensemble des gens qui gravitent autour de l'organisme, qu'il s'agisse des employés, de la direction, des clients mais aussi des partenaires, des fournisseurs, voire de leurs sous-traitants. »

Il soutient que ce travail à 360 degrés permet de transformer certaines relations qui sont principalement commerciales en des relations de co-construction. Par exemple, en parlant avec un constructeur qui se spécialise dans la conversion des ambulances, le responsable du développement a été surpris de se faire demander pourquoi il n'y avait pas de compartiments prévus pour le recyclage dans leurs véhicules.

« On est en 2021, c'est incroyable ! », s'est désolée Andréanne Gilardeau. « Maintenant que nous en avons fait la demande, les prochains véhicules vont intégrer l'ajout de compartiments de recyclage à leur design. »

Maillon Vert a procédé à des entrevues auprès de plus de 140 parties prenantes de son client. Cet exercice a permis à la coopérative de mieux comprendre ce qu'elle faisait de bien, mais également ce qu'elle devait améliorer. Ainsi, la priorité en 2021 sera de participer au programme de reconnaissance ICI on recycle +, offert par RECYC-QUÉBEC.

Au final, la démarche aura permis à la CETAM d'être mieux encadrée, d'avoir des objectifs quantifiables, d'identifier des actions pertinentes, de réaliser des économies, de mobiliser ses partenaires et d'améliorer sa marque employeur, sans oublier tous les gains environnementaux. « Avoir su tous les avantages que cela allait nous procurer, nous aurions commencé plus tôt », confie la directrice des ressources humaines.



Andréanne Gilardeau, directrice des ressources humaines à la CETAM
Crédit photo : courtoisie

Ce texte est un résumé d'une entrevue réalisée dans le cadre du balado **LES VISIONNAIRES**, une initiative de la CCILaval en partenariat avec la Banque de développement du Canada et le Fonds Écoleader. Découvrez toutes nos entrevues au www.lesvisionnaires.ca.



Propulsé par la CCILaval

Canada

Analyser

Accompagner

RÉ-Activer

reactiverlaval.com

Analyser

Accompagner

RÉ-Activer

LA NOUVELLE ÈRE DES ÉVÉNEMENTS WEB

Laval en
Famille
MAGAZINE

Par

Casey Appa

Entrevue avec Archie Cifelli, fondateur de Lumière Son Multi-média (LSM)



Alors que le monde est toujours aux prises avec la pandémie de la COVID-19, Laval en Famille Magazine a discuté avec Archie Cifelli, fondateur de Lumière Son Multi-média (LSM), pour discuter de l'impact de l'année écoulée sur l'industrie des événements spéciaux.

Q : Après presque un an de COVID-19, quel est l'impact sur l'industrie des événements spéciaux ?

R : Lorsque le confinement a été annoncé, les clients et l'industrie ont été pris au dépourvu. La plupart des clients ont décidé de reporter leurs plans de communication et de marketing, tandis que les rares qui voulaient aller de l'avant naviguaient en terrain inconnu. Évidemment, certains fournisseurs proposaient déjà des événements sur le Web, mais le plus souvent, ces services ne correspondaient pas aux besoins ou aux attentes des clients. De plus, plusieurs clients et fournisseurs essayaient de recréer un événement « normal » en ligne, mais ce n'était généralement pas un succès.

Cependant, à l'automne, les équipes de marketing avaient une compréhension beaucoup plus claire de ce qu'il fallait faire pour transmettre leur message en ligne. Les fournisseurs les mieux placés pour y répondre étaient ceux qui avaient une certaine expérience de la webdiffusion et une compréhension approfondie des services Web.

À l'heure actuelle, et dans un avenir rapproché, toute entreprise souhaitant toucher et communiquer avec son personnel doit le faire via des plateformes Web; c'est la nouvelle réalité.

Q : Quels sont les éléments les plus importants à prendre en compte pour produire un événement virtuel ?

R : Évidemment, cela varie d'un client et d'un événement à l'autre, mais il y a quelques règles générales à suivre.

- Ne faites pas de votre événement une réunion Zoom.
- N'essayez pas de faire de votre événement un événement « sur scène ».
- N'oubliez pas que les gens perdent tout intérêt après plus de 60 minutes, alors soyez bref et précis.
- Rendez-le visuellement intéressant et dynamique.
- N'oubliez pas qu'Internet n'est pas en direct. Renseignez-vous sur le terme « latence » et sur l'interaction entre le « public » et les « présentateurs ».

Ce sont des points de départ techniques que je soulève toujours avec les clients lorsque nous nous asseyons et discutons de la meilleure façon de transmettre leur message. Je suis fortement contre l'organisation d'une grande réunion de type Zoom, autant que pour l'approche d'un événement sans public, communément appelée hybride.

Q : Que signifie un événement hybride et quels problèmes pose-t-il ?

R : Un événement hybride est un mélange de « public » et de « numérique » et pose plusieurs défis qui impactent évidemment les budgets de production et les spécifications techniques. Pour commencer, avoir un public nécessite plus de mise en scène, plus d'audio, un éclairage différent. Cela limite également la disposition des équipements de production. Quiconque a assisté à la production d'une émission télévisée sait que ce qui n'est pas vu à l'écran peut être un véritable chaos! Je crois fermement à l'approche « émission de télévision », sans public en direct. C'est beaucoup plus rentable pour le client et beaucoup plus facile à mettre en place. Évidemment, il y a des cas où la présence d'un public est nécessaire... demandez à n'importe quel humoriste qui a essayé de faire un spectacle virtuel.

Q : Alors, quelles sont les exigences techniques pour organiser un événement commercial virtuel ?

R : Eh bien, je pense que la considération numéro un doit toujours être de suivre les protocoles de

sécurité. Bien que cela puisse sembler acquis, imaginez un client souhaitant faire un plan de 10 personnes... cela signifierait donc qu'elles soient placées dans un espace de 15 mètres afin de suivre les consignes sanitaires actuelles. Non seulement cela nécessite un espace énorme, mais cela aurait l'air horrible à l'écran. Il est donc important que tout client souhaitant organiser un événement virtuel soit ouvert au changement et prêt à mettre ses expériences passées de côté.

Donc, pour répondre à votre question, un bon événement est court, animé par des personnes engageantes, dynamiques et naturelles, sans un scénario trop élaboré pour éviter qu'elles paraissent rigides à l'écran. Elles doivent être supportées par de jolis éléments graphiques et/ou des vidéos préenregistrées. Personnellement, j'adore les présentations de style débat télévisé, où un modérateur s'assoit et interroge ses invités qui discutent de sujets prédéterminés, tandis qu'une autre personne transmet les questions posées par le public par l'entremise d'une plateforme de discussion. C'est simple, très rentable et un excellent moyen d'éliminer les questions et commentaires superflus.

Q : Que requiert ce type d'événement d'un point de vue technique ?

R : C'est une excellente question. Un service Internet stable et unique est un élément essentiel d'un événement Web. C'est probablement la raison numéro 1 de l'échec de plusieurs événements : le manque de compréhension du fournisseur sur l'utilisation de la bande passante. Une fois le service Internet installé, il faut évidemment une plateforme sécurisée et efficace pour la tenue de l'événement. Il s'agit du site Web où les gens se rendent afin d'y assister. Cet élément est aussi souvent négligé par les fournisseurs moins expérimentés.

Ensuite, nous nous concentrons sur le studio : niveaux de bruit, lumière ambiante, décors et tous les éléments techniques qui permettent la production d'un grand événement. Je ne fais jamais d'événement Web avec moins de quatre caméras et des lumières de scène classiques. En fin de compte, nous faisons une émission de télévision. C'est ainsi que je le présente.

Q : Avez-vous une recommandation pour quiconque souhaite organiser un événement Web ?

R : Ma première recommandation est de vous assurer que votre fournisseur est à la hauteur du défi. À l'heure actuelle, de nombreuses entreprises audiovisuelles se lancent dans le domaine des événements Web et cela encombre le marché. Beaucoup d'entre eux tentent de réutiliser leurs équipements de scène pour les événements Web. Cela peut sembler une bonne idée, mais c'est rarement le cas.

Un client doit interroger son fournisseur potentiel sur son portfolio d'événements Web et sa plateforme de service, puis juger si celui-ci peut répondre à ses besoins. Alors, et alors seulement, il devrait s'engager dans un partenariat. Les communications ne sont pas à prendre à la légère.

Q : Qu'est-ce qui distingue LSM des autres ?

R : LSM était déjà dans le domaine des diffusions Web avant même l'arrivée de la COVID-19. Ainsi, bien que les besoins des clients aient radicalement changé, le côté technique et logistique fait partie de leur expertise. C'est particulièrement vrai avec les studios LSM DIGITAL (Montréal, Saint-Hyacinthe, Québec), des espaces de production complets et à la fine pointe de la technologie, prêts pour des événements de webdiffusion. LSM possède également un inventaire de production entièrement mobile, pour les clients qui préfèrent produire à partir de leur propre installation ou d'un lieu spécifique, qui est géré par des personnes faisant partie des plus expérimentées et des plus ingénieuses de l'industrie... la recette du succès!

Le mot des présidents

PARLER DE L'ÉCONOMIE VERTE CONCRÈTEMENT



Michel Rousseau

Président du conseil d'administration de la CCIL
Associé principal architecte paysagiste
Rousseau Lefebvre

Raccourcir la chaîne d'approvisionnement, éliminer les intermédiaires, introduire des pratiques écoresponsables : les entreprises doivent comprendre que l'économie verte est une recette payante. Le président de la CCILaval, Michel Rousseau, entend en faire une démonstration concrète pour ré-activer une plus grande adhésion envers ce changement... essentiel.

« Acheter local, c'est un geste facile pour les citoyens. Ça devrait être la même chose pour les entreprises. Encourager un autre entrepreneur de Laval, c'est faire parler de soi dans la communauté et il y a plus de chance que ce dernier redonne la pareille que si vous achetez vos fournitures en Chine », explique le président. « Pour ré-activer l'emploi à Laval, pourquoi une entreprise ne se donnerait-elle pas une marque employeur ? Le monde change et les employés sont plus sensibles aux valeurs environnementales et au maraudage. Si une entreprise s'associe à l'écoresponsabilité, cela peut fidéliser ses travailleurs qui ont des valeurs fortes. C'est bon pour l'image de l'entreprise et pour son marketing. »

Faut-il plus de campagnes d'information ?

« Assurément, ça nous prend de bons exemples d'entreprises écoresponsables qui affichent leur engagement envers une économie verte », affirme Michel Rousseau. « À la CCILaval, nous avons produit des capsules Web qui démontrent les avantages du développement durable, mais ce rayonnement n'est pas suffisamment massif. Ça prendrait des fonds fédéraux et provinciaux pour que des Chambres de commerce comme la nôtre puissent créer des campagnes chocs et bousculer les entreprises et les consommateurs, selon la réalité de chacun des secteurs. »

Et il ajoute : « Je pense qu'à court terme, c'est dans l'industrie des services que les gains en faveur de l'écoresponsabilité peuvent être les plus probants. Cette industrie tertiaire est dominante au Québec et il reste beaucoup de travail à faire pour qu'elle se sente concernée. En général, les petites entreprises de service sont plus agiles pour réagir. Je crois que Prox-Services leur sera d'un grand apport pour en démontrer les avantages. D'abord, elles doivent faire un bilan environnemental de leur modèle de production. Ça permet d'étudier ce qui peut être transformé rapidement et aisément. Ensuite, elles peuvent se donner le

temps d'y réfléchir et de choisir des options. Puis, elles pourront s'afficher comme tel. Les employés aiment être associés à des gestes bons pour la planète. »

« Peu importe la manière de passer à une économie verte, c'est une manière très efficace de ré-activer l'économie chez nous. Le virage vert peut être une option pour plusieurs entreprises. On en parle beaucoup partout, même la Chine s'y met.

Il faut en saisir l'opportunité d'affaires. D'autant plus que nous avons tous les outils pour faire ce virage ici même à Laval », conclut le président de la CCILaval.

Entrevue réalisée par
Denise Proulx

PROX-SERVICES UN NOUVEL OUTIL POUR RÉ-ACTIVER LAVAL



Caroline DeGuire

Présidente-directrice générale de la CCIL

Avec Prox-Services, la CCILaval vient compléter la boîte à outils déjà offerte pour canaliser les rencontres entre les entreprises lavalloises. La présidente-directrice générale Caroline De Guire nous décrit ses avantages.

« Prox-Services est un programme terrain pour accompagner les entreprises qui, malgré toute l'aide provinciale, fédérale et municipale peinent encore à s'en sortir, (...) à joindre les deux bouts, à revoir leur modèle d'affaires ou à se repositionner avec un nouveau modèle numérique. Bref, c'est pour celles qui en arrachent. Nous, on est là pour les aider. »

Pour s'en prévaloir, les entreprises n'ont qu'à contacter la CCILaval (reactiverlaval.ca). C'est un programme sans frais, développé grâce à une entente de partenariat financier avec Développement économique Canada (DEC).

La CCILaval fait toutes les démarches avec chacune d'entre elles, jusqu'à la fin du processus qui se déroule en trois étapes. En premier lieu, un diagnostic est établi avec un professionnel de la CCILaval. Cette évaluation est ensuite remise à un analyste spécialisé qui travaillera avec l'en-

trepreneur à comprendre finement la « douleur » actuelle de l'entreprise et l'aidera à trouver la solution. Finalement, ce spécialiste suggérera un jumelage avec un expert accompagnateur externe qui conseillera l'entrepreneur pour la suite des choses.

« La Chambre (...) a fait appel à l'ensemble des intervenants de Laval. Ces partenaires nous ont confié leur clientèle en difficulté pour qu'on en prenne soin », explique Caroline De Guire.

« On sait que trois communautés d'intérêt indépendantes cohabitent à la CCILaval : les industriels réunis autour de Prox-Industriel, les commerces regroupés avec Prox-Commerce, et les services qui représentent 70 % des entreprises existantes de la ville. Prox-Services est créé pour faire rayonner ces entreprises de service. Grâce à Prox-Services, on vient finalement boucler la boucle locale d'entraide. On vient créer une force économique circulaire. (...) Elles font partie de la solution. »

Un répertoire

La présidente-directrice générale travaille avec son équipe à la création d'un répertoire unique, « vivant », de mise en valeur des expertises en pro-

venance des entreprises de service, lequel les aidera à trouver leur clientèle et à se faire connaître. Elles pourront y qualifier leurs forces afin de susciter un rapprochement entre les membres. L'objectif est de fournir une collaboration gagnant-gagnant.

Par cette initiative qui inventorie la richesse des savoir-faire lavallois, la CCILaval vise à devenir un lieu commun d'échanges, un point de ralliement au cœur de la relance.

« Rayonner et référer seront des éléments pour ré-activer. Nous voulons jouer un rôle de catalyseur des programmes existants pour favoriser des innovations et convaincre les entreprises d'oser collaborer entre elles », conclut Caroline De Guire.

Entrevue réalisée par
Denise Proulx



Analyser
Accompagner
RÉ-Activer

reactiverlaval.com

RÉ-Activer Laval est un programme d'accompagnement pour les entreprises lavalloises touchées par les impacts de la COVID-19.

Ce programme propose aux entreprises et organisations l'expertise et l'accompagnement de ressources spécialisées afin de les aider à résoudre des enjeux internes causés par la crise actuelle.



Analyser



Accompagner



RÉ-Activer

Le mot des présidents - suite

L'UNION FAIT LA FORCE!



Cindy Gabriel

Présidente du comité Relève d'affaires de la CCIL
Fondatrice et notaire
Notaire Gabriel

La pandémie a éveillé bien des idées créatives chez les jeunes entrepreneurs. Ils ont vite compris que l'achat local et de proximité, ainsi que les technologies numériques, leur assureront de ré-activer leur modèle d'affaires. La présidente du comité Relève d'affaires de la CCILaval, Me Cindy Gabriel, nous partage ses réflexions pour appuyer l'économie lavalloise.

« Nous devons parler des avantages qui découlent d'encourager l'achat local et de proximité. Le slogan de Laval est « Laval une île, une ville », à cela j'aimerais ajouter : « une Chambre, une relance ! ». Il s'agit de renforcer la solidarité des jeunes et des Lavallois les uns envers les autres. Je suis convaincue qu'ensemble, on va réussir à ré-activer l'économie [de tous les secteurs] à Laval. C'est un travail de groupe, l'action de toute la communauté et non seulement d'un individu. Si on agit individuellement, on risque de mourir, mais si on travaille ensemble, on va s'en sortir. »

Et elle ajoute : « Je suis également tombée sur un texte de 2015 qui utilisait un autre slogan pour stimuler l'économie à Laval, « y'a plein d'affaires à faire ! ». Oui, il y a des affaires à faire à Laval ! Notre ville qui couvre l'île Jésus est bien plus qu'une banlieue de Montréal. Les jeunes entrepreneurs de Laval comprennent que nous avons notre propre identité. C'est l'union et la complicité envers nos entreprises locales lavalloises qui feront la force de notre ville. »

Quelles solutions avancerait-elle ? « [L'une d'elles], c'est qu'il faut favoriser la technologie numérique, comme la plateforme CRM, facile à installer. Nous n'avons plus vraiment le choix, en ce temps de pandémie, d'adopter des outils technologiques performants qui facilitent le commerce en ligne et qui viennent pallier les mesures sanitaires, la distanciation sociale, le confinement et le couvre-feu qui chamboulent les habitudes de se rencontrer et de consommer. »

Me Cindy Gabriel complète pour terminer : « Je pense que les réseaux sociaux devraient

également être davantage intégrés. À mon humble avis, des nouvelles courtes et percutantes (des posts) parviendraient plus efficacement aux membres et pourraient atteindre un grand nombre de personnes, en peu de temps. »

Entrevue réalisée par
Denise Proulx

INSPIRER LA NOUVELLE GÉNÉRATION

#inspiration
#Représentation
#Connexion

RELÈVE D'AFFAIRES CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LAVAL

Deviens membre de la chambre de commerce et d'industrie de Laval et rejoins la Relève.
Un moyen efficace pour te connecter à la communauté d'affaires.

ccilaval.qc.ca



Services aux entreprises

Préparer une relève qualifiée et performante

Formations sur mesure pour votre entreprise

- Découvrir Microsoft Teams et Zoom
- Stratégie pour implanter ou améliorer le télétravail
- Choix et gestion des plateformes transactionnelles
- Outils de gestion de relation clients
- Optimiser le référencement de votre site afin de propulser vos ventes
- Les meilleures pratiques en marketing numérique

450 975-6222



**COLLÈGE
MONTMORENCY**

Direction de la formation continue
et des services aux entreprises

formationentreprise@cmontmorency.qc.ca

www.fcontinue.qc.ca

**À VOTRE SERVICE
DEPUIS PLUS DE 40 ANS!**

IMMEUBLES
MICHAEL WHITE inc.
MWR.ca AGENCE IMMOBILIÈRE

514 941-1012



PIERRE LEFEBVRE
PRÉSIDENT DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
PIERRE LEFEBVRE COURTIER IMMOBILIER INC.
COURTIER IMMOBILIER
514 941-1012



STEVEN WHITE, S.I.O.R.
VICE-PRÉSIDENT
DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
COURTIER IMMOBILIER
514 249-5723



ROBERT RIVARD
DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
ROBERT RIVARD COURTIER IMMOBILIER INC.
COURTIER IMMOBILIER
514 910-9494



SYLVAIN FRETTE, B.Sc.G.
DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
COURTIER IMMOBILIER COMMERCIAL
514 999-3642

**LES SPÉCIALISTES DANS LE MARCHÉ INDUSTRIEL
DE LAVAL ET DE LA RIVE-NORD!**

LOCATION ET VENTE DE BÂTIMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX