

MAG

JUIN 2020
VOLUME 9 | NUMÉRO 6

PROFONDÉMENT
LAVALLOIS

CAP SUR LA RELANCE DANS UN MONDE TRANSFORMÉ

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



COMME VOUS, L'ÉQUIPE DE LA CCIL DOIT S'ADAPTER À LA NOUVELLE RÉALITÉ.

RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT / REPRISE GRADUELLE DU COMMERCE DE DÉTAIL

EN COLLABORATION AVEC

COURRIER
LAVAL.com

IMMODEV
AGENCE IMMOBILIÈRE
Commercial - Industriel

Marc Vadeboncoeur
Courtier immobilier agréé commercial DA



Michel Boileau
Courtier immobilier agréé
LES SERVICES IMMOBILIERS MICHEL BOILEAU INC.

NOS FORCES RÉUNIES POUR LA RÉGION LAVAL **450 975.2112** WWW.IMMODEV.CA

Les prises de sang en temps de pandémie



Ce n'est pas un secret, le système de santé au Québec est actuellement surchargé. Ce qui rend l'accès au centre de prélèvement public plus difficile. Les délais pour obtenir un rendez-vous s'allongent et l'idée des salles d'attente peut rendre anxieux.

En optant pour le privé, cela permet de décharger le système public, tout en assurant un suivi rapide sur sa santé.

Chez JMA Diagnostics, nous offrons un service de prélèvement et d'analyses en laboratoire privé.

Les frais sont remboursés par la majorité des assurances collectives et privées.

De plus, il est aussi possible d'effectuer certains tests cardiaques, et ce, sans attente.

Pour réduire les risques et les inquiétudes liés à la COVID-19, nous avons mis en place des mesures préventives. Entre autres, le port du masque et la désinfection des mains obligatoires pour notre personnel infirmier et nos clients.

Depuis 1992, nous offrons le service à domicile sans frais supplémentaires.

Que ce soit pour vous, votre famille ou vos employés, nous serons heureux de vous simplifier la vie.



Un simple coup de fil...

450.622.4556 - 514.370.8556

Rendez-vous sur notre site web
www.JMADiagnostics.com



ÉDITORIAL

Se redéfinir, se réinventer

L'arrivée du printemps nous donne envie de mettre notre nez dehors, de jouer dans la terre, de prendre l'air. C'est un réflexe typique pour les Québécois et les Québécoises.

Ce moment arrive habituellement plus tôt, mais le printemps tardif a un peu retardé ce doux moment. Et c'est une bonne nouvelle car le printemps 2020 se conjugue avec le déconfinement gra-du-el.

Après de longues semaines à rester cloîtré chacun chez soi pour aplatir la courbe, voilà que nous avons le droit d'appriivoiser à nouveau la liberté. Mais pas n'importe comment. Il faut continuer de respecter les règles de distanciation sociale.

Je me dis en écrivant que ce n'est quand même pas rien le nombre incalculable de nouveaux mots de vocabulaire et de nouveaux comportements que nous avons dû intégrer en quelques semaines seulement.

Aujourd'hui, on se pointe le nez dehors avec un masque ou un couvre-visage possiblement confectionné par une entreprise qui fabriquait bien d'autres choses avant la pandémie. On fait la file à deux mètres de distance pour entrer dans un commerce. On travaille de la maison avec les enfants qui étudient tant bien que mal à distance.

Tous ceux et celles habituellement réfractaires au changement n'ont eu d'autre choix que de s'adapter. On a assisté à rien de moins qu'à de petites révolutions. Des procès à distance, de la télémedecine... On a implanté en quelques semaines des changements

que le Québec tente de faire depuis des décennies.

En deux mois de confinement, des secteurs d'activités économiques se sont réinventés, mais aussi et surtout des personnes. On a vu pendant la crise des gens contribuer autrement, un ingénieur s'est transformé en cuisinier, une maquilleuse-coiffeuse en couturière. Deux mois, ça laisse le temps de réfléchir. On pense à l'avenir, à ce qui nous rend heureux et on revient à l'essentiel.

On aimerait bien avoir une boule de cristal pour voir de quoi sera fait demain. Sans avoir les pouvoirs d'un devin, je suis prête à parier que peu importe que la reprise soit en forme de V ou en forme de U, elle sera plus humaine. À voir les gens rivaliser d'ingéniosité pour se donner un câlin à travers un plastique ou aménager un patio pour être ensemble, même à une distance de deux mètres, il est clair que la présence de l'autre a manqué.

Deux mois isolés chacun chez soi marquent une société. Déjà, on sait que le télétravail ne pourra pas disparaître de nos façons de faire. Plusieurs gestionnaires n'étaient pas chauds à l'idée de l'implanter dans leur organisation. La nécessité est la mère de l'invention, dit l'adage. Aujourd'hui, on réalise que les résultats arrivent tout de même, et ce, tout en évitant la congestion du matin et du retour à la maison.

Je ne prédis pas une révolution, seulement de nouveaux réflexes ou de nouvelles sensibilités. On a réalisé qu'il est possible de se solidariser autour de l'achat local; que l'on peut res-



Marie Grégoire
Chroniqueuse

pecter les objectifs d'une organisation même en travaillant à distance; que pour conjuguer travail et famille, les aînés sont importants. On s'est dit qu'il fallait une plus grande valorisation des travailleurs de la santé, de la science et, on le souhaite, de l'éducation. Des prises de conscience et des réalisations qui se sont matérialisées au cours des deux derniers mois. Il n'en tient qu'à nous de savoir ce qu'il en restera dans un an. On a le droit d'espérer.

Marie

- 4 — CHRONIQUE
Une relance remplie d'incertitudes
- 5 — ACTUALITÉS
COVID-19 et régions
- 6 — DOSSIER RELANCE
Réinventer l'expérience client
- 10 — DOSSIER RELANCE
Des occasions pour les entreprises agricoles
- 11 — DOSSIER RELANCE
Solidaires en temps de pandémie
- 12 — DOSSIER RELANCE
Michelin s'était préparée
- 15 — PROX-INDUSTRIEL
Une communauté d'industriels soudée
- 20 — NOUVEAUX ENTREPRENEURS
Image de marque et succès

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

Éditrice: Marie-Ève Labranche Rédactrice en chef: Marie Grégoire
Journalistes: Annie Bourque, Martin Bouchard, Florence Dujoux, Martine Letarte
Chroniqueur: Luc Godbout
Coordination: Jean-Sébastien Trudel, CCIL
Infographie: CCIL, Jean-Claude Surprenant
Impression: Transmag TC • média
Ventes/Publicités: Stéphane Houle
Correction: Âtma Communication

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

PARTENAIRES DE LA CHAMBRE



UNE RELANCE REMPLIE D'INCERTITUDES

Le Québec est-il en récession ? La question s'avère essentiellement théorique. Si la définition traditionnelle demande deux trimestres consécutifs du PIB réel en baisse, des gens plus pragmatiques reconnaissent que l'économie québécoise, tout comme l'économie mondiale, est manifestement en récession.



Par Luc Godbout
Chroniqueur

Contrairement aux récessions précédentes, ce sont les gouvernements qui ont volontairement et intentionnellement fermé l'économie pour freiner la propagation de la pandémie, notamment en limitant l'activité aux seuls services essentiels. La cause de cette récession apparaît donc inédite.

Les effets de la crise de la COVID-19 demeurent encore fortement incertains. L'arrêt complet de certains secteurs d'activités et le confinement

d'une part importante de la population mondiale sont sans précédent et les impacts de cet arrêt brusque de l'économie ont déjà nécessité des décaissements publics massifs pour soutenir le revenu et les emplois (Prestation canadienne d'urgence ou Subvention salariale d'urgence du Canada). Malgré les efforts déployés, la crise pourrait entraîner une période de lente croissance économique.

À l'heure actuelle, la Banque nationale anticipe cette année une importante chute du PIB réel du Québec de l'ordre de 8 %, du jamais vu ! À titre comparatif, il s'agit d'une contraction dix fois plus significative que lors de la Grande récession de 2009 (- 0,8 %). Cette forte contraction en 2020 serait suivie d'une remontée partielle de 5,5 % en 2021.

Comme le beau temps qui réapparaît après la pluie, le Québec subit une forte contraction avant que la reprise revienne.

Dans les prochains mois, les embûches seront nombreuses. Il reste encore énormément d'incertitudes, tant

du côté du rythme de la réouverture de l'économie que de celui des risques possibles d'une deuxième vague.

Réouverture : revoir ses façons de faire

À elle seule, la réouverture de l'économie comporte d'énormes défis pour le marché du travail. D'abord, la réouverture sera graduelle, régionale, et même sectorielle. Cela fera en sorte que différentes industries reprendront leurs activités à des rythmes différents et à des moments différents.

Sous l'angle de l'adaptation, de nombreux commerces et industries devront revoir leur façon de faire en utilisant des équipements de protection individuelle. Évidemment, certaines entreprises doivent (ou devront) suivre des protocoles rigoureux en matière de santé et de sécurité.

Outre la sécurité sur les lieux du travail, il faut tenir compte, dans certaines villes dotées de transports collectifs, de la sécurité dans le transport pour se rendre au travail.

De plus, au moment de la reprise, l'employeur doit également intégrer une difficulté additionnelle : la disponibilité des places en garderie ou en camp de jour pour les enfants de son personnel.

Au-delà des défis de la réouverture, certains secteurs s'en sortiront moins bien que d'autres causant ainsi plusieurs dommages à la structure économique du Québec.

Pensons ici à des fermetures d'entreprises clés qui ne reprendront pas leurs activités après la crise, car leur offre de services aura été réduite, déplacée ou perdue au profit de compétiteurs étrangers. Un exemple ? L'industrie aéronautique, avec la fermeture du centre d'ingénierie de Mitsubishi à Boisbriand ou la réduction des activités attendue de GE Aviation à Bromont.

Une réduction de la masse critique d'activités ne peut qu'affecter négativement la dynamique de cette grappe industrielle ayant pris des décennies à se mettre en place.

Suite à la page 7

**FONDS
ÉCOLEADER**

SOUTIEN
AUX ENTREPRISES
EN ESSOR
ÉCORESPONSABLE

ENVELOPPE
FINANCIÈRE DE
18,5 M\$

Engagez
des experts qui
vous aideront à

Mettre en place
des pratiques
écoresponsables

Vous préparer
à l'acquisition
de technologies
propres



Jean-Sébastien Trudel

Agent du Fonds Écoleader - Laval
Chambre de commerce et d'industrie de
Laval

Le fonds offre un appui direct aux entreprises qui souhaitent augmenter leur performance économique tout en améliorant leur bilan environnemental.

Contactez l'agent
du Fonds Écoleader
de votre région

+ Profitez de conseils gratuits qui vous guideront dans la réalisation de vos projets.

→ 450 682 5255 poste 222

→ js.trudel@fondsecoleader.ca

POUR TOUT SAVOIR

fondsecoleader.ca



Québec



FONDS D'ACTION
QUÉBÉCOIS POUR LE
DÉVELOPPEMENT DURABLE



écotech
Québec

FCCQ : L'IMPACT DE LA COVID-19 VARIE SELON LES RÉGIONS

Suite de la page précédente

Enfin, ultime incertitude, il y a toujours le risque d'un retour à des arrêts économiques périodiques si la propagation du virus s'accélère de nouveau.

Repenser le rôle des acteurs économiques

Malgré les obstacles prévisibles, il faut voir la réouverture progressive de l'économie comme étant une bonne nouvelle. C'est dans cette perspective qu'on doit entreprendre la large réflexion sur le rôle attendu des divers acteurs économiques – des gouvernements provincial et fédéral, des villes, d'Investissement Québec et de la Caisse de dépôt et placement du Québec ainsi que des fonds de travailleurs aux chambres de commerce – pour appuyer les entreprises dans la relance de l'économie.

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

luc.godbout@usherbrooke.ca

La Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) constate de grandes disparités régionales dans l'impact économique de la crise sur les entreprises.

Dans une étude menée en collaboration avec l'Institut de recherche sur les PME associé à l'UQTR, la FCCQ en arrive au constat que l'impact de la crise varie en fonction des régions. Ainsi, les régions qui semblent les plus fortement touchées sont celles du Saguenay-Lac-St-Jean, de Lanaudière et de l'Estrie.

À l'autre bout du spectre, les zones métropolitaines (Montréal/Laval/Capitale-Nationale) et les régions de la Côte-Nord, de Chaudière-Appalaches, de la Mauricie et de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine semblent moins ressentir les effets économiques de la COVID-19.

Quatre variables ont été évaluées pour mesurer le degré d'impact : le niveau d'arrêt des activités de l'entreprise pendant la pause, la variation des revenus, le nombre de contrats et de com-

mandes, et les licenciements. L'indice d'impact régional global représente une moyenne du pourcentage des entreprises ayant connu une forte influence à travers ces quatre variables.

Une majorité d'entreprises ont profité de l'aide gouvernementale

L'étude tire aussi des conclusions au niveau de l'adaptation des organisations. Si l'accélération de la transformation numérique et la révision ou l'élaboration d'une stratégie de gestion du risque semblent se mettre en œuvre, l'accroissement de la formation de la main-d'œuvre tarde.

Pour ce qui est de l'efficacité des mesures gouvernementales aussi évaluée par la recherche, on découvre qu'une grande majorité des entreprises répondantes (70 %) ont bénéficié de l'une ou l'autre des mesures d'aide du gouvernement provincial ou fédéral mises en place. Elles sont 41 % à trouver que les mesures répondent fortement ou très

fortement à leurs besoins, contre 28 % qui pensent le contraire.

Pour en savoir plus, visitez le site de la FCCQ au www1.fccq.ca.

NETTOYER LOCAL

Les normes sécuritaires, associées à la possibilité de recevoir jusqu'à 10 personnes sur nos terrasses, commandent de frotter encore plus. La bonne nouvelle, c'est qu'il est possible de frotter local avec les produits Planette.

Comme on le rapportait à la populaire émission Salut Bonjour, l'entreprise lavalloise, née d'une initiative mère-fille déterminée, offre « des produits ménagers à la fois écologiques et naturels. Planette propose d'excellents produits à base de savon de Marseille, un nettoyeur et dégraissant redoutable. Vous aurez certainement un gros coup de cœur pour la crème à récurer ! ».

LA GRANDE RÉOUVERTURE!

POUR UNE EXPÉRIENCE DES PLUS SÉCURITAIRE!
FINANCEMENT FACILE, LIVRAISON RAPIDE!

1-855-711-2524

ALBI
MAZDA
LAVAL

1625 boul. St-Martin Est, Laval

ALBI
KIA
LAVAL

1615 boul. St-Martin Est, Laval

ALBI
HYUNDAI
LAVAL VIMONT

1215 boul. des Laurentides, Laval

ALBI
GENESIS
LAVAL

3035, Boulevard le Carrefour, Laval

ALBI
CHEVROLET BUICK
GMC CORVETTE
LAVAL

1601 boul. St-Martin Est, Laval

ALBI
OCCASION
MASCOCHE

100, rue de l'Aéroport, Mascouche

ON VOUS ATTEND!

RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Faire vivre une expérience riche à ses clients... c'était la grande tendance qu'il fallait suivre pour durer comme entreprise il y a quelques mois à peine, avant que tout bascule en raison de la COVID-19.



Par Martine Letarte
Journaliste

C'est encore vrai, sauf que les entreprises doivent maintenant se réinventer dans le nouveau monde qui s'offre à nous, en respectant les mesures d'hygiène et de salubrité. Heureusement, il semble que bien des consommateurs sous-stimulés actuellement ne demandent qu'à recommencer à vivre des expériences.

« Les gens sont en manque d'humains. Faire l'épicerie est notre gros fun de la semaine, alors avoir accès à nouveau aux commerces suscitera des émotions fortes, même en respectant la distanciation et en devant utiliser les produits désinfectants », affirme d'emblée Jasmin Bergeron, professeur de marketing à l'Université du Québec à Montréal qui donne de nombreuses conférences et formations sur l'expérience client, maintenant sur Zoom.

Il remarque qu'en ce moment les attentes des clients, dans plusieurs domaines, sont « à terre ». Or, la satisfaction du client vis-à-vis de l'expérience vécue avec une entreprise est directement liée à ses attentes.

« On n'a pas besoin de faire grand-chose actuellement pour épater le client », explique Jasmin Bergeron. « D'ailleurs, en général, je conseille aux entreprises de diminuer les attentes de leur clientèle. Si on dit qu'une pièce devrait être prête vendredi et que, finalement, elle l'est lundi, on crée de l'insat-



CRÉDIT PHOTO : GROUPE SCANDINAVE SPA

Le Groupe Scandinave Spa limitera significativement la capacité d'accueil de ses sites.

tisfaction. Par contre, si on dit au client qu'elle sera prête lundi, mais qu'elle l'est finalement dès le vendredi, il sera très satisfait. Les entreprises doivent se donner une marge de manœuvre, surtout en cette période d'incertitude. »

L'incontournable virage en ligne

La COVID-19 a forcé bien des entreprises à accélérer leur virage en ligne. L'équipe du Cosmodôme par exemple, qui visite habituellement les écoles en plus de recevoir plusieurs groupes d'élèves, prévoit aussi offrir ses activités en ligne cet automne. De plus, un

lancement virtuel sera organisé prochainement pour l'exposition *La santé dans l'espace* qui présentera notamment l'expérience de l'astronaute David Saint-Jacques.

« Lorsque nous pourrons rouvrir le musée, nous accueillerons bien sûr moins de clients pour respecter les ratios, nous ferons de l'animation pour les gens dans la file d'attente et nous mettrons des activités en ligne en lien avec l'exposition », affirme Stéphanie Girard-Beaudry, directrice générale du Cosmodôme, qui se prépare aussi à accueillir cet été des jeunes dans ses camps en respectant les nouvelles règles.

Les entreprises qui n'ont pas encore pris le virage Web doivent le faire, d'après Jasmin Bergeron.

« L'humain veut que les choses soient faciles et le Web rend les choses faciles », explique-t-il. « Beaucoup de gens ont appris à commander en ligne avec la crise et ils ne retourneront pas en arrière. Les entreprises doivent améliorer leur expérience client en ligne. Si vous ne savez pas quoi faire, allez voir ce que les leaders font. Ceux qui s'adaptent survivront. »

Par exemple, chez Portes JPR, une entreprise lavalloise de portes de garage, les ventes dans le secteur de la rénovation

résidentielle ont migré vers le Web.

« Avant, les vendeurs faisaient une estimation sur place, mais maintenant, ils fonctionnent dans la plupart des cas complètement à distance. Ils utilisent davantage Google Map pour voir la maison avec la porte de garage actuelle et un outil leur permet de créer une image avec la nouvelle porte qu'ils envoient au client », explique Pierre Gosselin, président-directeur général, Portes JPR.

Un employé passe ensuite prendre les mesures et les installateurs se rendent sur place avec l'équipement de protection nécessaire : masque, visière, gants, produit désinfectant.

« Notre personnel est plus nerveux, avec raison, par contre, ça se passe bien », affirme Pierre Gosselin. « Les propriétaires comprennent le gros bon sens. Ils viennent dire bonjour, mais ils ne restent pas dans le garage. »

Vendeur, l'hygiène et la salubrité ?

Si le secteur de la construction et de la rénovation a été relativement épargné pendant la crise, d'autres écoupent davantage. Comme les entreprises culturelles, touristiques et les spas.

« Le cerveau se souvient toujours davantage de comment une expérience s'est terminée que de comment elle a commencé. »

– Jasmin Bergeron



Suite à la page suivante

DANS L'HÔTEL NOUVEAU, ON PEUT CRÉER UNE RELATION DE PROXIMITÉ QUI FAIT OUBLIER LA DISTANCIATION

Alors qu'environ la moitié des hôtels du Grand Montréal ont suspendu leurs activités pendant la pandémie, certains ont continué à avoir quelques clients. C'est le cas du Hilton Montréal/Laval qui a dû intégrer de nouvelles mesures d'hygiène et de sécurité au fur à mesure que la crise s'aggravait tout en continuant d'offrir une expérience chaleureuse.

Par Martine Letarte
Journaliste

« Nous avons des clients qui étaient chez nous lorsque la crise a éclaté et qui sont encore chez nous parce qu'ils n'ont pas pu rentrer dans leur pays », indique Mathieu Morency, directeur des opérations au Hilton Montréal/Laval.

En tant que service essentiel, l'établissement a mis en place rapidement tout un concert de mesures de sécurité et d'hygiène : fermeture des aires communes, comme la piscine, le gym, le restaurant, vaisselle compostable pour le service aux chambres, questionnaire pour les nouveaux clients, pastilles sur le plancher pour respecter les deux mètres de distance et les sens uniques, plexiglas à la réception, stations de désinfection.

Le Hilton Montréal/Laval, reconnu pour son service personnalisé – les clients les plus fidèles ont droit à leur propre robe de chambre avec initiales au poignet et se font redonner « leur » chambre à chaque séjour –, tenait à continuer d'offrir une expérience chaleureuse à ses clients tout en les protégeant au maximum.

Ainsi, pour leur permettre de s'entraîner, des vélos stationnaires ont été installés à deux mètres de distance dans le lobby et des poids libres et tapis de yoga peuvent être livrés à la chambre. Le tout, désinfecté entre deux utilisations. Des trajets de 5 et 10 km ont aussi été créés dans les rues et parcs à proximité de l'hôtel pour inviter les clients à courir ou marcher pour garder la forme.

Les clients et le personnel peuvent cocher ce dont ils ont besoin pour la semaine sur une liste d'épicerie et la commande est envoyée aux fournisseurs de l'hôtel qui livrent le tout. « Ça aide tout le monde et ça évite le risque de l'épicerie », affirme Mathieu Morency.

Il semble que la chaleur humaine ait pu survivre aux nombreuses mesures de sécurité et d'hygiène mises en place. « Des clients viennent prendre leur café chaque jour avec nous même s'ils peuvent très bien le faire monter à leur chambre », raconte Mathieu Morency. « Ils veulent venir nous parler, ils en ont besoin. Et nous aussi. On arrive à avoir une relation de proximité qui nous fait oublier la distanciation physique qu'on a dû créer. »

Depuis quelques semaines, avec le début du déconfinement, le Hilton Montréal/Laval constate que les affaires recommencent à bouger un peu et a réintroduit du personnel. Toutefois, au moment d'écrire ces lignes, rien n'indiquait que les restaurants et les salles de réunion pourraient être rouverts prochainement. Les temps difficiles sont donc encore loin d'être derrière l'industrie de l'hôtellerie, d'après Martin Foster, directeur général du Hilton Montréal/Laval.



CRÉDIT PHOTO : HILTON MONTRÉAL/LAVAL

Des pastilles au sol identifient clairement le sens de la circulation au Hilton Montréal/Laval.

« Laval avait le taux d'occupation des hôtels le plus élevé parmi les régions du Québec et, en ce moment, il est très bas », conclut-il. « Le secteur s'attend à

un retour au taux d'occupation d'antan seulement en 2023, et c'est certain que plusieurs hôtels ne passeront pas au travers. »

Suite de la page précédente

« On a été parmi les premiers fermés et on sera sûrement dans les derniers qui rouvriront », affirme Steve Arsenault, président du Groupe Scandinave Spa qui exploite un site à Mont-Tremblant, à Montréal, à Blue Mountains en Ontario et à Whistler en Colombie-Britannique.

Toutefois, une trentaine de personnes de son équipe s'activent à travers les différentes provinces pour se préparer à la réouverture.

Un élément facilitateur : l'Institut national de santé publique du Québec a publié un document qui explique que l'eau des piscines et des spas publics n'est pas à risque pour la transmission de la COVID-19 en raison des concentrations de désinfectants utilisés.

« Nous avons la chance aussi que les gens qui viennent au spa cherchent, par défaut, la distanciation physique », indique Steve Arsenault. « Ils veulent leur petit cocon. Nous avons réaménagé le mobilier pour avoir par exemple des chaises séparées de deux mètres et nous avons aussi des chaises collées pour les couples. »

Le Groupe Scandinave Spa limitera significativement la capacité d'accueil de ses sites et une application gèrera l'accueil des clients pour éviter les attroupements dans le hall d'accueil. L'entreprise installera aussi de l'affichage sur son site et dans les vestiaires pour rappeler aux gens les règles à respecter. Invitant et relaxant, tout ça ?

« Ce sera partout comme ça, ça deviendra un nouveau mode de vie », affirme Steve Arsenault. « Plusieurs spas

nordiques sont situés en nature, dans des espaces vastes et je crois que les gens chercheront ce genre d'expérience dès que ce sera permis. Ne serait-ce que pour décrocher et penser à autre chose que le contexte actuel ! Nous recevons d'ailleurs beaucoup d'appels de clients qui demandent quand on rouvrira. »

Avancer avec cette nouvelle réalité

Alors que les entreprises doivent avancer avec cette nouvelle réalité, elles doivent accepter que tout ne sera pas parfait d'emblée. Et bonne nouvelle : ce n'est pas grave !

« Les études montrent que lorsqu'un consommateur se plaint et que l'entreprise règle efficacement le problème, il lui sera plus fidèle que s'il ne s'était pas plaint », explique Jasmin Bergeron. « C'est un peu comme un couple qui

se chicane, se réconcilie et devient plus fort par la suite. Si l'entreprise écoute le client, est empathique envers lui et montre qu'elle est de bonne foi, elle lui prouve qu'il peut compter sur elle. »

Même si on dit qu'on n'a pas deux fois l'occasion de faire une première bonne impression, Jasmin Bergeron considère que la dernière impression est encore plus importante.

« Le cerveau se souvient toujours davantage de comment une expérience s'est terminée que de comment elle a commencé », affirme-t-il.

« Et c'est certain qu'aujourd'hui, quelqu'un qui a une mauvaise expérience dans une entreprise risque fort de la partager sur les réseaux sociaux et ça se répand rapidement. Ça vaut la peine de s'assurer que le client finit par être satisfait de son expérience. »

UNE RELANCE VARIABLE SELON LES SECTEURS

Le déconfinement est amorcé dans le Grand Montréal et plusieurs ont lâché un soupir de soulagement. Mais, il reste que bien des dirigeants sont inquiets.

Par Martine Letarte
Journaliste

Ils veulent tous bien faire les choses pour éviter de devenir un vecteur de contamination et craignent aussi que de nouvelles éclosions forcent un retour en arrière. De quoi aura l'air la reprise ? Plusieurs experts du monde financier de Laval se prononcent, sans toutefois pouvoir lire dans une boule de cristal !

Des scénarios de relance en V avec une reprise rapide, en U où la remontée est graduelle, ou encore en L où tout stagne, ont été évoqués par des économistes pour tenter de prédire comment l'économie repartira après cet arrêt brutal pour cause de pandémie de COVID-19. Pour Lidia Divry, directrice du Service du développement économique de la Ville de Laval, tous ces scénarios risquent de se produire dépendamment des secteurs d'activités.

« C'est pour cette raison que nous travaillons sur un plan de relance avec nos différents partenaires économiques à Laval, afin de mettre en place des stratégies pour accélérer la reprise et venir en aide particulièrement aux industries qui seront affectées à plus long terme par la crise, comme le tourisme, la restauration et la culture », affirme-t-elle.

De plus, au moment d'écrire ces lignes, rien n'avait encore été annoncé pour la

réouverture des centres commerciaux qui sont importants pour Laval.

« C'est dommage », ajoute Lidia Divry. « Pourtant, il y aurait certainement moyen de contrôler les entrées et les déplacements des gens dans les centres commerciaux pour s'assurer que la distanciation soit respectée. »

Une reprise graduelle

Si la majorité des commerçants ont hâte de rouvrir leurs portes et sont prêts à le faire, cela n'empêche pas que la question de la santé des employés demeure une grande préoccupation. C'est ce que constate Tommy Pelletier, directeur du centre Desjardins Entreprises – Laval-Laurentides.

« Les grands employeurs sont craintifs d'un retour massif au travail parce qu'ils ont peur de devenir un vecteur de contamination », explique-t-il.

Mais il pense que les consommateurs seront au rendez-vous.

« Ça fait presque trois mois que les gens font attention à leurs dépenses et ce n'est pas tout le monde qui a perdu son emploi », affirme Tommy Pelletier.

S'il regarde seulement l'économie, il est évident que 2020 sera difficile, mais il croit que les difficultés pourraient être derrière nous en 2021, avec l'arrivée d'un vaccin.

« On pourrait alors revenir au niveau économique qu'on avait auparavant », affirme Tommy Pelletier.

« Ce serait donc une reprise en U. Mais il faut aussi tenir compte des questions de sécurité et de santé. Si le premier ministre referme les com-

« Il y aurait certainement moyen de contrôler les entrées et les déplacements des gens dans les centres commerciaux pour s'assurer que la distanciation soit respectée. »

– Lidia Divry, Ville de Laval

merces, ce scénario ne se produira pas. »

À la Banque nationale, on anticipe une reprise qui pourrait prendre la forme du logo de Nike.

« On pense retrouver le niveau qu'on avait avant la COVID-19 en 2022 seulement parce que l'économie repartira, mais graduellement en raison des mesures de distanciation sociale qui réduisent la capacité des commerces de recevoir des clients », affirme Martin Proulx, vice-président Entreprises, Laval, Ouest du Québec, Est de l'Ontario, gouvernements et secteur public à la Banque nationale.

Chez Investissement Québec, on pense aussi qu'il faudra être patient.

« L'humain prend du temps à décrocher, mais il prend aussi du temps à rembarquer, alors il y aura une période où les ventes ne seront pas au rendez-vous. C'est pour cette raison que dans le Programme d'action concertée temporaire pour les entreprises (PACTE), nous avons demandé aux entrepreneurs d'évaluer leurs besoins de financement pour arriver à payer leurs frais fixes pendant 12 mois », affirme Marc Langlois, directeur régional principal, Rive-Nord et Abitibi-Témiscamingue, Laval, Investissement Québec.

S'adapter ou mourir

Les mesures d'aide pour les entreprises sont nombreuses, mais le premier ministre du Québec, François Legault, l'a dit au début de la crise : « On n'arrivera pas sauver à tout le monde. »

Pourtant, en ce moment, les experts consultés remarquent qu'il y a eu peu de faillites. « Il y a tellement d'aide actuellement que même une entreprise qui ne roule pas peut y arriver », affirme Tommy Pelletier. « Mais les programmes d'aide auront une fin et on anticipe que plusieurs entreprises auront beaucoup de difficultés à reprendre leurs activités. Ce sont celles qui arriveront à s'adapter à la nouvelle réalité qui pourront s'en sortir. »

Augmenter sa productivité demeure la clé de la survie pour Investissement Québec.

« Les entreprises doivent en prendre conscience et augmenter l'efficacité de leurs opérations en investissant dans les technologies numériques et l'automatisation », affirme Marc Langlois. « Elles doivent aussi travailler à exporter davantage. Nous pouvons les accompagner dans tous ces domaines pour les aider à passer à travers la crise et à croître. »



AU BUREAU OU POUR TOUTE AUTRE
OCCASION SPÉCIALE. QUE VOUS SOYEZ
25 OU 300 PERSONNES, NOUS POUVONS
VOUS SERVIR RAPIDEMENT AVEC NOTRE
FORMULE UNIQUE PASTA BAR



1974 BOUL. LE CORBUSIER LAVAL
SALLE PRIVÉE POUR VOS RÉUNIONS D'AFFAIRES
450 973-9131
WWW.WILFRIDPASTABAR.COM



LE COMMERCE DE DÉTAIL REPREND GRADUELLEMENT

Si les détaillants rivalisent de résilience et de créativité pour surmonter la crise, ils ne sont pas tous logés à la même enseigne. Qui parvient à tirer son épingle du jeu ? Et comment se passe la réouverture progressive des points de vente ?

Par Florence Dujoux
Journaliste

« Certains secteurs sont plus porteurs que d'autres », note Frédéric Bourdon, propriétaire du magasin de peinture Colobar. Il estime que les produits de rénovation et de décoration, tout comme les articles de plein air, bénéficient d'une forte demande, tandis que les produits de luxe, les bars et les restaurants, vivent des jours plus difficiles.



Autre élément, pour Daniel L'Écuyer, propriétaire du magasin d'articles de sport Oberson, « les commerçants qui s'en sortent bien ont en commun d'avoir pris le virage numérique ». « Se doter d'un site marchand est la meilleure décision d'affaires que nous ayons jamais prise », note Sylvain Alepin, d'André Jac Sport. Grâce à leur site transactionnel, certains détaillants ont connu une explosion de leurs ventes en ligne.

Mais, s'interroge Frédéric Bourdon, « quand on privilégie le commerce en ligne, quelle notion conserve-t-on du

commerce local ? ». Il souligne que les consommateurs doivent « réfléchir avant de poser un geste de consommation facile, avant d'acheter Amazon ». Pierre Laplante, propriétaire de Photo Laplante, a gagné « beaucoup de nouveaux clients, sensibles au message du gouvernement sur l'achat local ».

La clé pour les attirer ? « Proposer un service qualitatif à prix compétitif. » Une position partagée par plusieurs : pendant la fermeture des magasins, Photo Laplante a lancé des cours de photo en ligne, Colobar a innové avec des rencontres déco virtuelles et Oberson a initié un service de livraison de vélos.

Une réouverture progressive

Les commerces de détail de Laval ont été autorisés à rouvrir leurs portes le 25 mai, à condition d'avoir pignon sur rue. Certains détaillants, comme les vendeurs de vélos, ont pu reprendre leurs activités plus tôt.

Chez Oberson, ouvert depuis le 18 mai, les mesures sanitaires sont prises très au sérieux. Limitation du nombre de clients, lavage des mains, port du masque obligatoire pour tous avec mise à disposition gratuite pour les clients, désinfection des cabines, mise en quarantaine des vêtements essayés et plexiglas aux caisses sont de rigueur.

« Le matin de la réouverture, j'étais stressé pour la première fois depuis que je fais ce métier, mais ça s'est bien passé », témoigne Daniel L'Écuyer, qui a temporairement réduit ses heures d'ouverture. « Ce que j'aime, c'est que les gens sont là pour acheter, pas pour



CRÉDIT PHOTO : COURTOISIE

Chez Colobar, les mesures de protection sont bien visibles.

flâner », constate-t-il.

À l'aube du 25 mai, Pierre Laplante se montrait un peu anxieux, mais disait avoir des employés heureux de revenir travailler. « Nous allons continuer à inviter les gens à commander en ligne et à récupérer les marchandises à l'auto pour faciliter la distanciation sociale », indiquait-il. Finalement, la réouverture s'est très bien déroulée. « Nous avons été un peu surpris même d'avoir une affluence toute la journée », note-t-il, ajoutant que « les clients étaient très réceptifs aux recommandations d'usage. »

Faute de pouvoir assurer une distanciation sociale suffisante, Colobar a pour le moment choisi de laisser les portes du magasin fermées. « On mise tout sur les commandes en ligne, en tentant d'offrir un service à la clientèle et une assistance aussi efficaces que si les clients se présentaient physiquement en boutique », dit Frédéric Bourdon. Que réservent les semaines à venir ? Difficile de le prédire. Pour Daniel L'Écuyer, il va falloir « continuer à s'adapter pour garder le contrôle » et « se tenir tout le monde ensemble » pour survivre à la crise.



SUNBELT®
COURTIER
D'AFFAIRES

TRANSFERT D'ENTREPRISES

- Consultation sans obligation
- Évaluation d'entreprises
- Maillage entre vendeurs et acheteurs qualifiés
- Financement
- Vérification diligente

100% confidentiel



JANICE BAO, CBI



BERNICE TING, CBI

L'endroit pour vendre ou acheter une entreprise!

450-669-2945
www.sunbeltlaval.ca

LES ENTREPRISES AGRICOLES ONT SU SAISIR LES OPPORTUNITÉS EN TEMPS DE CRISE

Face à la COVID-19, plusieurs producteurs agricoles ont réagi rapidement afin de répondre à l'engouement pour l'achat local.

Par Annie Bourque
Journaliste

C'est le cas de Donald Beaulieu, fondateur du Marché de la Ferme-Agneaux de Laval qui connaît une croissance inattendue avec la création de sa nouvelle plateforme numérique.

Dès le début de la crise, à la mi-mars, Donald Beaulieu s'informe auprès de stratégies d'affaires donnant des conférences sur les réseaux sociaux. Leurs propos confirment son intuition. L'achat en ligne est appelé à devenir un incontournable pour les consommateurs confinés à la maison.

« Quand quelque chose de majeur survient comme la COVID-19 », dit-il, « on n'a pas le temps de réfléchir trop longtemps car on risque de passer à côté des opportunités. »

Pendant que le Québec est sur pause, il installe une roulotte de chantier derrière sa boutique située sur la rue Principale à Sainte-Dorothée. Il y ajoute la connexion à l'électricité et à Internet. En trois jours, un jeune passionné de l'informatique l'aide à créer un site Web avec des photos alléchantes illustrant les produits de ses mets préparés.

Drôle de hasard, le premier ministre du Québec, François Legault, prône au même moment l'achat local lors de sa conférence de presse quotidienne. Ses paroles réveillent les Lavallois. « On a connu cette semaine-là des ventes exceptionnelles », raconte Donald Beaulieu, dont la famille cultive des terres agricoles à Laval depuis 1754.

Depuis ce temps, les commandes affluent pour les pizzas aux légumes, les quiches au canard confit ou les populaires saucisses d'agneaux et les desserts maison. En pleine pandémie, les consommateurs veulent encourager les producteurs qui, comme lui, proposent un environnement sain pour leurs bêtes, élevées sans hormones ni antibiotiques.

Au cœur de la ville

En 2008, après une formation en horticulture au Jardin botanique de Montréal, Donald Beaulieu s'est lancé dans l'horticulture sur une ferme située dans le secteur d'Auteuil. Alors que la vente de fleurs est sur le déclin, lui et son épouse Véronique décident de commencer l'élevage d'agneaux.



CRÉDIT PHOTO : ANNIE BOURQUE

Le travail se poursuit chez le producteur agricole Marché de la Ferme-Agneaux, à Laval.

Entretemps, son père lui propose l'achat d'une autre terre, située dans le quartier de Sainte-Dorothée, en plein cœur de la ville. C'est là que l'an dernier, les Beaulieu ont investi 500 000 \$ dans la construction d'un magasin équipé d'une grande cuisine permettant la préparation de plats cuisinés et la transformation de produits. Une dizaine de personnes y travaillent depuis, incluant Catherine, leur fille de 23 ans.

« Les gens viennent ici à pied ou à vélo », explique le propriétaire. « Le pari

que l'on a pris s'avère le bon : on est collé sur notre clientèle. »

Nourrir la population

La famille Beaulieu priorise la satisfaction de leurs clients. Un sondage s'effectue présentement pour vérifier leurs besoins et préférences. On évalue si d'autres races d'animaux, comme le wapiti ou le bœuf Highland, viendront s'ajouter au troupeau de brebis.

Car les consommateurs recherchent de plus en plus à manger une viande

de qualité. La COVID-19, selon Donald Beaulieu, a accéléré le phénomène de vouloir manger local qui était déjà une tendance avant la pandémie.

« Il faut changer nos habitudes », martèle-t-il, « et encourager les Québécois qui gagnent leur vie en vendant un produit local. On doit tous prioriser l'achat local même si ça coûte un peu plus cher. Car cet argent-là revient dans l'économie et est réinvesti ici. Collectivement, nous sommes tous gagnants. »

LE DÉFI DE LA PROCHAINE RÉCOLTE

Avec ses grands centres commerciaux et ses autoroutes, il est difficile de croire que 30 % de la superficie de Laval est consacré à l'agriculture.

« Chez nous, on compte des petits, moyens et de très gros producteurs qui sont en train de cultiver ici, mais aussi dans les autres provinces et aux États-Unis », précise Donald Beaulieu qui occupe également la vice-présidence de l'Union des producteurs agricoles (UPA) à Laval.

Le défi demeure la main-d'œuvre, selon lui. Y aura-t-il assez de monde cet été pour récolter les fruits et légumes ? La question demeure sans réponse au

moment de la rédaction de ces lignes, fin mai.

De son côté, la ferme d'économie sociale Jeunes au Travail, dans le secteur Saint-François, est assurée d'avoir assez de bras parmi son personnel pour récolter les fruits et légumes certifiés biologiques.

« On tente de recruter 7 à 8 jeunes aux prises avec différentes problématiques afin de leur faire vivre une expérience humaine qui se rapproche de la famille. Ils pourront travailler au champ, dans la cuisine ou à l'atelier d'ébénisterie », indique le directeur Sylvain Mélançon.

La mission de la ferme vise la reprise de leurs études ou leur intégration sur le marché du travail.

Attrait du terroir

La ferme Jeunes au Travail s'attend à livrer 380 paniers biologiques, dont la moitié est destinée à des familles défavorisées de Laval. L'emballage pour manger local est tel qu'il existe une liste d'attente de 120 personnes qui voudraient les obtenir.

« C'est incroyable l'attrait des gens pour découvrir leur terroir. Plusieurs réalisent que nous avons de belles fermes chez nous », conclut Sylvain Mélançon.

SOLIDAIRES EN TEMPS DE PANDÉMIE

Propriétaires d'une usine de torréfaction ultramoderne à Laval, les frères Philippe et Marc Agathiadis se considèrent chanceux. Durant la crise du coronavirus, les commandes ont doublé sur leur site Web.

Par Annie Bourque
Journaliste

L'entreprise Café AGGA, établie à Laval depuis 1987, fabrique du café en vrac, équitable, biologique, espresso, décaféiné et des capsules compatibles avec les machines Nespresso. Les grains de café proviennent des quatre coins du monde.

Les frères AGGA, comme on les surnomme, connaissent bien ce domaine à cause de leur père Georges qui a commencé à produire du café en 1947 au Cameroun, en Afrique. En pleine brousse, il a bâti des usines de traitement de café pour le compte de multinationales européennes. Ses fils ont grandi dans cet univers.

Plus tard, en 1984, Philippe devient arbitre de qualité à la Chambre arbitrale des cafés de Paris. Ce connaisseur de premier ordre aide à trancher les litiges à propos des producteurs de café.

En 1987, les deux frères choisissent de venir s'établir au Québec. « On a immigré au Canada à cause du français et on ne le regrette pas. C'est tellement agréable d'y vivre », raconte Philippe Agathiadis.

Au fil des trois décennies, les entrepreneurs réinvestissent leurs profits dans l'acquisition de machines de torréfaction automatisées, des investissements de plus de 6 M\$. L'an dernier, leur établissement, situé sur la rue Lucien L'Allier à Laval, a doublé sa superficie.

Entretemps, les entrepreneurs percent les marchés des cafés et épiceries, mais aussi des restaurateurs et chaînes hôtelières. Toutefois, depuis la mi-mars, la crise du coronavirus a fait perdre de précieuses ventes en raison de la fermeture temporaire des restaurants et cafés.

Un site Web fonctionnel

Avant la crise, Philippe Agathiadis admet que leur site Web était plus ou moins utilisé.

« Notre site fonctionnait, mais pas tant que ça », avoue-t-il. « On l'avait peut-être un peu négligé. On a réajusté le tir et augmenté nos ventes en ligne. On répond à la demande de ceux qui ne veulent pas se déplacer. »



CRÉDIT PHOTO : ANNIE BOURQUE

Les frères Philippe et Marc Agathiadis de Café AGGA trouvent important d'être solidaires durant cette crise.

En tout temps, pandémie ou pas, le café demeure essentiel pour de nombreux consommateurs. « On reçoit plus de 150 commandes par jour. Cela demande beaucoup de travail car c'est parfois long à préparer, mais c'est rentable », observe-t-il.

L'entreprise employant une dizaine d'employés a décidé de verser 10 % du profit de ses ventes en ligne à l'organisme Les Cuisines Solidaires de la Table des Chefs.

En période de COVID-19, l'objectif est de distribuer 1,6 million de repas à travers les banques alimentaires du Québec. « On ne le fait pas pour la publicité. On le fait de bon cœur parce que nous sommes solidaires envers les personnes démunies », ajoute Philippe Agathiadis.

Leur geste rend hommage à leur père qui était une personne foncièrement généreuse. Les frères Agga suivent aussi son exemple en gérant la crise avec humanité.

Parmi leurs employés, certains travaillent de la maison pour différentes raisons, dont l'absence de ressources pour garder les enfants. « Chez nous, nous sommes tous traités sur un même pied d'égalité. Il n'y a pas de numéros. Nous sommes solidaires, comme dans



une famille, et chaque personne est importante pour nous », confie le président de Café AGGA.

Quant à l'éventuelle réouverture des restaurants et hôtels, il reste songeur.

« Dans quelle mesure », se demande-t-il, « les gens seront présents à l'ouverture des cafés et restos ? Je pense que plusieurs vont avoir peur de sortir. »

Seul l'avenir le dira.

MICHELIN S'ÉTAIT PRÉPARÉE POUR UNE PANDÉMIE

La multinationale Michelin, dont le siège social est implanté à Laval, a prévu dans les années 90 un plan d'action en cas de pandémie.

Par Annie Bourque
Journaliste

« C'est extraordinaire qu'une compagnie prenne le temps de se préparer à un tel événement. Ce plan nous a aidé à gérer la situation », affirme Ralph Beaveridge, directeur des ressources humaines.

Déjà, bien avant que le Québec soit en pause, l'entreprise a invité sa cinquantaine d'employés de Laval et les autres dans le monde à travailler de la maison.

À l'usine de fabrication en Nouvelle-Écosse, qui emploie 3 350 personnes, la direction a adopté rapidement un protocole de mesures sanitaires afin de protéger son personnel.

Durant la crise, la priorité de Michelin fut le service à ses clients, dont les premiers répondants qui travaillent dans les services essentiels. « On s'est assuré qu'aucune livraison ne soit retardée puisque nous sommes aussi un fournisseur de pneus pour les ambulances, camions de pompiers, voitures de police

et autobus », ajoute Ralph Beaveridge.

De plus, Michelin s'est mobilisé pour fabriquer et faire un don de 700 000 masques destinés au personnel des hôpitaux situés en Amérique du Nord, dont le Québec, a-t-on appris.

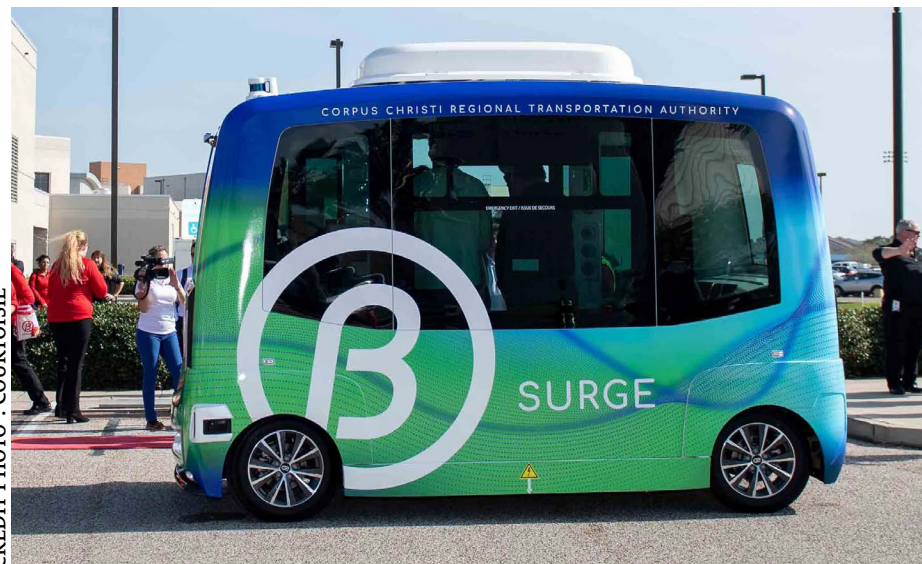
Leader en innovation

Implanté en 1889 en France dans la petite municipalité de Clermont-Ferrand, l'entreprise est devenue un chef de file mondial dans la mobilité durable. Des centres de recherche avec des pistes d'essais sont implantés en Caroline du Sud, au Japon et au Michigan.

« On est en train de développer des produits pour le marché canadien, compte tenu du réchauffement climatique et des conditions hivernales qui durent 5 mois sur 12 », indique le directeur des ressources humaines qui travaille pour l'entreprise depuis près de 30 ans.

L'équipe compte 6 000 chercheurs et techniciens qui travaillent en Europe, Amérique du Nord et en Asie. Cela représente tout un défi de partager les informations pertinentes liées aux différents projets.

Peu de gens savent que Michelin fabrique une gamme de pneus pour les vélos et bus électriques, mais aussi pour



les avions, la machinerie agricole, les véhicules utilitaires et même les chariots dans les mines.

À l'occasion de foires agricoles, Ralph Beaveridge a déjà eu l'occasion de parler aux agriculteurs du pays. « Les gens s'intéressent à nos technologies et à nos innovations et ils sont à l'écoute. On leur explique la valeur de notre produit », raconte-t-il avec une pointe de fierté dans la voix.

L'expérience client, selon lui, ne se restreint pas juste à l'obligation d'acheter des pneus. C'est aussi l'occasion

Michelin innove en fabriquant des pneus pour les navettes utilitaires, bus électriques, vélos, avions, machinerie agricole, etc.

d'expérimenter en voiture l'essai de cartes, guides ou l'application Michelin permettant de découvrir les hôtels, les paysages de la Gaspésie ou les montagnes du Vermont.

Les années passent, mais l'objectif initial reste le même pour de nombreux entrepreneurs, soit de chercher à répondre aux besoins des consommateurs.

MIDI-MAG / WEBINAIRE AVEC LA MINISTRE NADINE GIRAULT

L'EXPORTATION SERA CRUCIALE POUR LA RELANCE

Le Midi-MAG de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval s'est réinventé en temps de COVID-19 pour recevoir le 21 mai en webinaire matinal Nadine Girault, ministre des Relations internationales et de la Francophonie.

Par Martine Letarte
Journaliste

Tout en reconnaissant l'importance du commerce local, la ministre a lancé un appel à l'exportation qui demeurera essentielle à ses yeux pour la relance de l'économie québécoise. Et il y a des occasions d'affaires à saisir.

Oui, le Québec veut améliorer son autonomie dans les secteurs stratégiques, comme la production de médicaments et d'appareils médicaux, ainsi que dans le domaine de l'alimentation. Oui, Le Panier Bleu a été créé pour dynamiser le commerce local.

« Mais il n'y a pas d'agenda protectionniste. Le Québec va demeurer

libre-échangiste et les relations internationales seront encore plus importantes après la crise », affirme la ministre qui habitait à Laval à l'adolescence.

Avant la crise, la valeur ajoutée des exportations au Québec représentait près de 32 % du PIB de la province. Plus de 30 % des emplois étaient attribuables à l'exportation et cela concernait 72 % des emplois si on regardait seulement dans le secteur manufacturier.

Les défis pour exporter sont toutefois nombreux alors que le monde est entré dans la pire récession mondiale depuis la Grande Dépression de 1929. Des difficultés sont là pour l'approvisionnement et pour le maintien des parts de marché à l'international, en plus de l'arrivée de certaines mesures protectionnistes et d'une désynchronisation du calendrier de déconfinement d'une région à une autre.

Actions sur plusieurs fronts

Pour appuyer les entreprises québécoises dans le contexte actuel, le

ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) agit sur plusieurs fronts grâce à ses 33 bureaux dans 18 pays à travers le monde. Il a entre autres créé une veille stratégique pour suivre ce qui se passe à l'étranger en lien avec la crise, notamment par rapport au déconfinement et aux meilleures pratiques.

« Les entreprises veulent avoir un portrait clair, par exemple des frontières qui sont ouvertes et des ports qui reçoivent de la marchandise », explique la ministre.

« La veille stratégique identifie aussi les occasions d'affaires à l'étranger pour que les entreprises d'ici puissent en bénéficier. »

Pour relever le défi de la main-d'œuvre agricole, le MRIF a aussi travaillé avec différents consulats, dont celui du Mexique et du Chili, pour permettre l'arrivée du premier contingent de travailleurs étrangers entré au pays le 11 avril.

Le MRIF agit également au niveau de la diplomatie d'influence. Par exemple, son équipe en place aux États-Unis a été mise à profit lorsque Donald Trump a ordonné en avril à l'entreprise américaine 3M de cesser d'exporter ses masques N95 au Canada.

« Nous avons fait valoir notre position au gouvernement américain et, quatre jours plus tard, 3M arrivait avec une entente concernant l'exportation des masques N95 », indique la ministre Girault.

Elle est aussi d'avis que les États-Unis demeureront, et de loin, notre plus grand partenaire commercial alors qu'on y exporte plus de 66 milliards de biens et services.

« Il faut se réjouir de l'entrée en vigueur le 1er juillet de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique », affirme la ministre.

« Il facilitera nos échanges avec les Américains qui veulent aussi garder une fluidité à la frontière et une stabilité des chaînes d'approvisionnement. »

POUR UNE REPRISE DES ACTIVITÉS EN TOUTE SÉCURITÉ

Déconfinement oblige, les entreprises devront reprendre leurs activités en assurant la sécurité des employés. Cette tâche s'annonce déjà comme un défi de taille, et la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) a mis le paquet pour accompagner employeurs et employés vers un retour au travail en toute confiance.

■ Par Martin Bouchard
Journaliste

D'entrée de jeux, le porte-parole de la CNESST, Maxime Boucher, affirme qu'il faut prendre au sérieux ce nouveau risque biologique qu'est la COVID-19, tel que le prévoit l'article 51 de la Loi sur la santé et la sécurité du travail (LSST). « L'employeur se doit de mettre en place des mesures pour identifier et contrôler ce risque. Pour ce qui est de la COVID-19, il faut d'abord appliquer les règlements sanitaires qui ont été maintes fois répétés par les autorités », commence-t-il.

Faire face à la peur

Devant la reprise graduelle des services dans plusieurs secteurs d'activités économiques, la CNESST a produit une trousse d'outils – dont l'application Ma trousse CNESST, disponible sur Google Play et App Store – pour soutenir les milieux de travail dans la mise en œuvre des mécanismes de prévention pour éviter la propagation de la COVID-19.

Le défi sera d'autant plus grand qu'il s'ajoute à la gestion des risques quotidiens concernant la santé et la sécurité au travail.

Or, même si ces mesures ne présentent rien de nouveau, il tient bon de rappeler aux employeurs de les respecter, ne serait-ce que pour répondre aux besoins psychosociaux des employés, car leur santé mentale est à prendre en compte, au même titre que les autres risques. « Nous avons créé des aide-mémoires qui abordent ces éléments, c'est-à-dire ce que l'employeur peut mettre en place pour rassurer ses employés », commente Maxime Boucher. Pour lui, cet exercice fait partie intégrante de la tâche qui incombe à l'employeur pour assurer la sécurité du personnel.

« Il faut tenir les employés informés, recueillir leurs préoccupations et leurs

questions, et surtout les rassurer en les tenant au courant des mesures que l'entreprise prend pour maintenir le lieu de travail sécuritaire », répète-t-il.

Selon ses dires, le défi sera d'autant plus grand qu'il s'ajoute à la gestion des risques quotidiens concernant la santé et la sécurité au travail. « La gestion du risque de la COVID-19 ajoute un nouveau risque qui n'était pas présent avant, et qui change la dynamique », avertit l'expert. Dans ce contexte, chaque employeur devra répondre efficacement à la gestion du changement associée au mode de fonctionnement.

En ce qui concerne la COVID-19, la CNESST a déployé les grands moyens pour soutenir les employeurs et employés dans ce nouveau contexte, et ce, à travers un guide virtuel qui présente les normes sanitaires appropriées au milieu de travail selon les secteurs (manufacturier, commerce de détail, construction, mines, services de garde et écoles, transport collectif, activités de plein air et de loisirs). « Il y a un tronc commun, où on répète les consignes de base, mais il y a des exemples plus précis relatifs au secteur et à ses activités spécifiques », précise Maxime Boucher.

En terminant, le porte-parole de la CNESST invite les employeurs à appeler les services de prévention et d'inspection de leur région.

« On est toujours là pour répondre à vos questions. S'il y a des situations plus particulières, des inspecteurs peuvent vous accompagner au bout du fil. »



UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE ADAPTÉ À VOTRE ENTREPRISE

Faites progresser votre entreprise pas à pas vers une gestion électronique des documents



ÉQUIPEMENTS
D'IMPRESSION



SERVICES
D'IMPRESSION
GÉRÉS (SIG)



GESTION
ÉLECTRONIQUE DES
DOCUMENTS (GED)

GROUPECT.COM | 450.967.3142

ASSEMBLÉE NATIONALE
DU QUÉBEC

CHRISTOPHER SKEETE

Député de Sainte-Rose

Pour nous joindre:
132, boulevard Sainte-Rose, Laval (Québec) H7L 1K4
450 963-8272 | christopherskeete.com
 christopher.skeete.saro@assnat.qc.ca
 fb.christopherskeete.com @cskeete

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

**EXPÉRIENCE
FRANÇAIS**

LE DÉFI DU MOT JUSTE

LE DÉFI DU MOT JUSTE AURA LIEU
CHAQUE MERCREDI,
DU 8 JUILLET AU 16 DÉCEMBRE 2020.

SUIVEZ LE DÉFI SUR FACEBOOK

COMMENT PARTICIPER ?

1.

SUIVEZ LA PAGE FACEBOOK
LE DÉFI DU MOT JUSTE

2.

SURVEILLEZ LA MISE
EN LIGNE DE LA QUESTION
PIÈGE CHAQUE MERCREDI
ENTRE 9H ET 10H.

3.

RÉPONDEZ AVANT 15 H 30
À LA QUESTION PIÈGE
DE LA SEMAINE!

**POUR LA TROISIÈME ANNÉE DU DÉFI, ON VOUS PRÉPARE
DE BELLES SURPRISES !**

ABONNEZ-VOUS À LA PAGE FACEBOOK DU DÉFI :

WWW.FACEBOOK.COM/DEFIDUMOTJUSTE/

AVEC LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DE :

**Office québécois
de la langue
française**

Québec



UNE COMMUNAUTÉ D'INDUSTRIELS SOUDÉE, QUI VA RÉSOLUMENT DE L'AVANT

Les industriels lavallois privilégient collaborations innovantes et initiatives solidaires pour surmonter la crise, validant plus que jamais le rôle essentiel de Prox-Industriel, et se montrent prudemment optimistes pour la reprise.

Par Florence Dujoux
Journaliste

Qu'il s'agisse de services essentiels restés ouverts sans interruption ou d'entreprises ayant récemment repris leurs activités, tous les industriels font face à des défis inédits liés à la pandémie.

Première difficulté : « intégrer le nombre d'informations disponibles pour prendre les bonnes décisions », indique Alain Roy, PDG de Numesh, manufacturier dans le domaine de la construction.

Deuxième gros enjeu, « le réaménagement des plans d'usine pour respecter les règles sanitaires », pointe Jean-Michel Dorval-Labrie, directeur des Opérations chez Tornatech, concepteur et manufacturier de contrôleurs d'incendie.

Pour Lise Plante, PDG de PolyExpert, fabricant de films de polyéthylène,

c'est « la difficulté de répondre à la demande des clients » qui a constitué la problématique majeure.

Jouer la carte de la solidarité

Les membres de Prox-Industriel se montrent unanimes sur sa valeur ajoutée. Selon Alain Roy, « Prox-Industriel a été très proactif en proposant des vidéoconférences sur plusieurs thématiques, comme les opérations et les ressources humaines ».

Non seulement les partenaires fondateurs ont pu partager leur expertise, mais les membres ont aussi pu échanger sur leur savoir-faire. Jean-Michel Dorval-Labrie a récemment animé une session sur les mesures à prendre à l'intérieur de l'usine en cas de contamination d'un employé. « En partageant avec le groupe, j'ai moi-même fait du millage. Ensemble, nous avons généré des idées qui m'ont fait avancer dans mon processus », témoigne-t-il.

Prox-Industriel a également établi une liste de fournisseurs de matériel de protection, sur laquelle figure George Courey, manufacturier et importateur de tissus pour la santé et l'hôtellerie.

La directrice Ressources Humaines, Anne-Marie Cudney, n'a pas hésité à par-

tager son plan pandémique, soulignant l'importance de « disposer d'un réseau d'entraide pour les PME qui ne bénéficient pas des mêmes expertises internes que les compagnies nationales ».

Tirer les leçons de la crise

La pandémie a fait émerger de nouvelles priorités, parmi lesquelles la nécessité de sécuriser les fournisseurs et de fiabiliser les approvisionnements. George Courey a pour projet de revisiter sa charte de production, afin de donner davantage de poids à la fabrication locale.



Tornatech a accéléré ses projets de robotisation pour gagner en productivité et « être prêt quand il y aura un retour de la pénurie de main-d'œuvre », partage Jean-Michel Dorval-Labrie.

À court terme, la hausse du chômage semble avoir renversé le rapport de force en faveur des employeurs. « Des

gens de qualité sont disponibles sur le marché du travail », affirme Alain Roy.

Un constat à nuancer pour les postes les moins rémunérés, les travailleurs préférant parfois rester chez eux en bénéficiant de la PCU.

Le télétravail des employés de bureau, qui s'est imposé comme un moyen de survie pendant la crise, se poursuivra-t-il ? Les avis divergent : Jean-Michel Dorval-Labrie envisage « une formule hybride entre télétravail et présence physique », tandis que Lise Plante estime que « ce n'est pas une solution pérenne ».

Alain Roy se dit « prudent mais optimiste » face à la reprise, résumant bien l'état d'esprit général. Comme le mentionne Chantal Provost, PDG de Prox-Industriel, des zones d'incertitude subsistent concernant « le rythme du développement d'affaires » et « l'apparition d'une deuxième vague ».

Chose certaine, la relance se fera sous le signe de l'adaptation et de la collaboration. « Le plus nous compterons d'entreprises dans la communauté, le plus ce sera payant », indique Chantal Provost. Elle ajoute qu'elle reçoit de nouvelles demandes d'adhésion sans faire de prospection.

UN ENJEU DE SANTÉ PUBLIQUE SANS PRÉCÉDENT

Entrevue avec le Dr Jean-Pierre Trépanier, directeur de santé publique au CISSS de Laval et le Dr Olivier Haeck, microbiologiste-infectiologue et Officier de la Prévention et contrôle des infections (PCI) au CISSS de Laval

Par Christine Girard
Journaliste

« On a débuté un marathon, mais on ne sait pas encore si ce sera un triathlon ou un Ironman. »

À 43 ans, le Dr Jean-Pierre Trépanier cumule déjà plus de 20 ans d'expérience dans le réseau de la santé et des services sociaux.

Directeur de santé publique au CISSS de Laval depuis 4 ans, il a débuté sa carrière dans un contexte de pandémie de grippe H1N1. En termes de crise sanitaire et d'éclosion de maladies infectieuses, il en a vu d'autres ! Pourtant, la COVID-19 s'avère le plus grand défi auquel il a été confronté jusqu'à maintenant. De son côté, le Dr Haeck est microbiologiste-

infectiologue depuis 2007 à Laval. Depuis 2012, il est également Officier de la Prévention et contrôle des infections (PCI) au CISSS de Laval, un rôle qui a pris des proportions inégalées depuis l'émergence de la pandémie de COVID-19.

Un supervirus

« On a affaire à un supervirus. Il est extrêmement contagieux, a un taux d'incubation prolongé (1 à 14 jours, soit beaucoup plus long que beaucoup de maladies virales) et présente un taux de mortalité de 5 à 10 fois plus élevé que la grippe saisonnière », explique le Dr Haeck. À ces caractéristiques s'ajoute le fait qu'aucun médicament n'est disponible, ni pour le traitement, ni pour la prévention de la maladie.

Des équipes sur le pied de guerre

Pour l'ensemble des 10 500 employés du CISSS de Laval, les efforts sont immenses. Du côté de l'équipe de santé

publique, qui compte quelque 100 employés et 15 médecins, on se dévoue 7 jours sur 7, de 8 h à 20 h, à enquêter, analyser les données et produire les statistiques que tout Laval regarde attentivement quant au nombre de cas par quartier.



« C'est une équipe formidable, dédiée et très engagée, malgré les défis. Bien sûr, ils ont parfois des moments de doute, des inquiétudes. C'est normal, on en a tous ! », dit le Dr Trépanier.

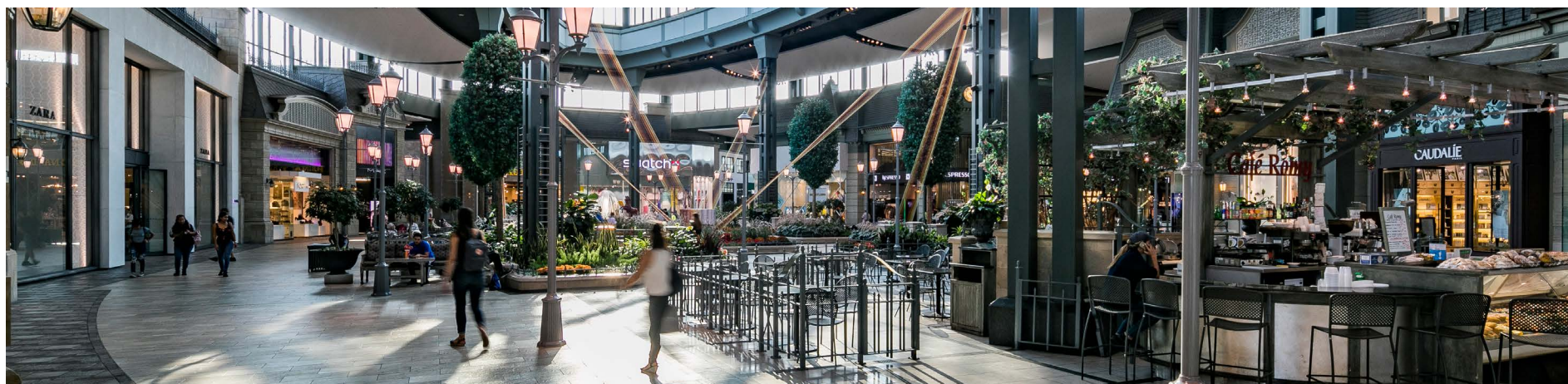
Au cœur de la solidarité

Plusieurs le disent, l'un des aspects positifs de cette crise est la mobilisation de la population. La Fondation Cité de la Santé est aux premières loges pour en témoigner. Depuis 40 ans, la Fon-

dation contribue à l'amélioration des soins et services offerts d'abord à l'Hôpital et désormais au sein des 32 installations du CISSS de Laval.

La Fondation a mis sur un pied un fonds d'urgence COVID-19 dès le tout début de la crise, en misant sur trois principaux axes de financement : le soutien aux populations particulièrement vulnérables pendant la pandémie, l'achat d'équipement médical essentiel et le soutien au personnel soignant.

La communauté lavalloise a aussi répondu en offrant de son temps. Sophie Bouchard, chef de coordination des ressources bénévoles et des soins spirituels au CISSS de Laval peut en témoigner : « Au moment fort de la crise, on recevait 15 à 20 courriels par jour de bénévoles intéressés ! Les gens sont tellement généreux, c'est très touchant de voir cela ! Il y a même certains bénévoles que j'ai dû ralentir, car ils commençaient à mettre leur propre santé, physique ou mentale, en péril en voulant aider toujours plus. Ils sont si dévoués ! »



LE CARREFOUR LAVAL PRÊT À ACCUEILLIR SES CLIENTS EN TOUTE SÉCURITÉ

La protection du public et des employés est au cœur du plan de relance que Cadillac Fairview a soigneusement préparé en prévision de la réouverture de son centre commercial.

Lorsque la COVID-19 a commencé à sévir, Cadillac Fairview, qui est entre autres propriétaire du CF Carrefour Laval, a dû mobiliser ses équipes d'un bout à l'autre du pays pour traverser la crise.

Un plan de relance concerté

« Dès la fermeture de nos centres commerciaux et de nos immeubles de bureaux à la mi-mars, nous avons amorcé notre plan de relance », indique Danielle Lavoie, vice-présidente principale et directrice du portefeuille, Est du Canada, de Cadillac Fairview. « Pour plus d'efficacité, nous avons mis sur pied un Comité directeur national chargé de gérer toutes les facettes de la pandémie et nous avons facilité l'exploitation des

commerces essentiels situés dans nos centres commerciaux, puisque ceux-ci n'ont jamais cessé leurs activités pendant que le Québec était en pause. »

Le plan de réouverture du CF Carrefour Laval, par exemple, a été rigoureusement élaboré pour tenir compte des nouvelles normes sanitaires et des mesures de distanciation sociale, car la sécurité des clients et des employés est la plus grande préoccupation de l'entreprise. Le Comité s'est en effet entouré d'experts en santé et sécurité pour mieux comprendre les enjeux de la situation et élaborer des solutions afin que la nouvelle expérience de magasinage soit à la hauteur des attentes de la clientèle et du personnel. Cadillac Fairview, très active au sein d'un grand nombre de comités sectoriels, a également travaillé étroitement avec les autorités sanitaires de diverses provinces pour élaborer son protocole de relance. L'entreprise a également accéléré le dé-

veloppement de plusieurs outils technologiques qui seront très utiles au moment de la reprise.

Rassurer le public avant tout

La priorité étant d'assurer la qualité de l'expérience de magasinage dans ses centres commerciaux et d'offrir un grand sentiment de sécurité à sa clientèle, Cadillac Fairview a instauré plusieurs mesures de protection : stations de désinfection, nouvelle signalisation et rappel des consignes, marquage au sol, corridors de circulation à sens unique, surveillance de l'achalandage en temps réel, équipements de protection personnelle et ajout d'agents de sécurité à chacune des entrées.

« Ces mesures ont été déployées et testées dans nos centres commerciaux ailleurs au pays et elles se sont avérées très efficaces. Tant les clients que les autorités sanitaires ont commenté po-

sitivement notre nouveau protocole », affirme Danielle Lavoie.

Voir à long terme... et être patient !

La majorité des experts s'entendent pour dire que la reprise sera lente et difficile pour le commerce de détail. « Le sentiment d'insécurité provoqué par la pandémie aura certainement des répercussions à court et à moyen termes sur la confiance des consommateurs, mais nous sommes convaincus de pouvoir rassurer nos clients et de les accueillir en toute sécurité au CF Carrefour Laval », poursuit Danielle Lavoie.

Au fil du temps, le monde a subi de grands bouleversements et il a toujours réussi à se reconstruire. Le commerce est au cœur de la vie sociale et économique de tous les pays et aujourd'hui, plus que jamais, les gens ont besoin de retrouver leurs habitudes de vie. Cadillac Fairview fait le pari que le magasinage donnera à tous le sentiment d'être bien vivants !

LA RELANCE À LAVAL PASSE PAR L'ACHAT LOCAL

La Ville de Laval apporte son soutien à Saveurs de Laval et lance un programme de fidélisation innovant afin de stimuler la consommation de proximité et de relancer l'économie locale.

L'achat local a trouvé tout son sens ces derniers mois, alors que l'économie régionale, provinciale et nationale a été mise à mal par la pandémie et le ralentissement des activités commerciales qui en a découlé. Les Lavallois ont alors cherché à soutenir les entreprises locales, découvert leurs commerces voisins et modifié leurs paniers d'épicerie pour y placer des produits « d'ici ». Gouvernements, entrepreneurs et industries se sont exprimés d'une voix commune pour démontrer l'importance de l'achat local dans la survie de nos pro-

ducteurs et de nos commerces en cette période difficile.

La Ville de Laval, quant à elle, n'est pas en reste dans ce mouvement collectif. Consciente du besoin urgent de soutenir l'achat local, elle a rapidement lancé deux initiatives d'envergure : elle a amplifié la portée de Saveurs de Laval et mis en place un programme innovant de fidélisation.

Saveurs de Laval : une marque créée par et pour les producteurs locaux

La marque Saveurs de Laval, qui valorise notamment l'industrie agroalimentaire et l'achat local, propose des ressources, des kiosques et des activités à la ferme, afin de mettre en lien les nombreux producteurs locaux et les consommateurs lavallois.

Dans le cadre de son plan de relance économique, la Ville de Laval a décidé d'augmenter la visibilité de Saveurs de Laval afin qu'un maximum de citoyens puissent profiter des ressources de cette organisation et combler localement leurs besoins en produits frais. Saveurs de Laval met à la disposition du public un répertoire en ligne des producteurs agricoles et horticoles lavallois (fruits, légumes et fleurs) et soutient les initiatives collectives de développement de cette industrie et de ses partenaires, pour faire bénéficier les citoyens des produits qui poussent à leurs portes !

Un programme de fidélisation innovant sur le territoire lavallois

La Ville de Laval ajoute également un élément important à l'achat local : la fi-

délisation et la récompense des clients. Elle a annoncé, le 6 mai dernier, une subvention au Centre québécois d'innovation en commerce (CQIC) afin de mettre en œuvre un programme de fidélisation innovant, grâce auquel les consommateurs gagneront à visiter régulièrement les commerces locaux.

Ce programme, qui sera développé pour Laval en utilisant la plateforme Freebees, permettra aux citoyens de découvrir les commerces de proximité et d'être récompensés pour leurs achats. L'achat local à Laval présentera donc un double avantage pour les Lavallois : non seulement ils soutiendront l'économie locale, mais ils gagneront aussi de la monnaie électronique qu'ils pourront dépenser dans les commerces et les services touristiques et culturels de Laval.



PYXIS : L'AGILITÉ COMME SOLUTION À LA CRISE

Pyxis Technologies compte bien tirer profit de son agilité technologique pour aider les entreprises à relancer leurs activités et à faire face à la nouvelle normalité post-pandémie.

Par Annie Bourque
Journaliste

L'agilité et l'adaptation rapide sont deux valeurs inscrites dans l'ADN de Pyxis Technologies, qui forme et conseille depuis 20 ans les professionnels et les entreprises souhaitant adopter des méthodes de gestion agiles afin d'atteindre leur plein potentiel. « Dès le début de la pandémie, nous avons mis en place toutes les mesures nécessaires pour pouvoir continuer à servir notre clientèle », explique Martin Landreville, président de Pyxis Technologies.

L'entreprise a trouvé une foule de solutions innovantes pour faire face au confinement : formations offertes en ligne dans des classes virtuelles, nouveaux contenus adaptés aux besoins actuels des entreprises, services d'accompagnement personnalisés pour aider ces dernières à apprivoiser le télétravail et le virage numérique... Pyxis est restée aux côtés de ses clients malgré la pandémie et n'a cessé d'adapter son offre.

Sa division Done, spécialisée dans le développement logiciel et les services informatiques, fonctionnait déjà en partie à distance; elle a donc été moins touchée par la crise. Et comme la technologie informatique se prête bien à la situation actuelle, l'entreprise a lancé une nouvelle offre de coaching technologique gratuit afin d'aider les entreprises et leurs équipes TI à surmonter les défis auxquels elles font face.

Transparence et communication

Avant même l'annonce du confinement par le gouvernement, tous les employés de Pyxis faisaient du télétravail. Pour le déconfinement, l'entre-

prise prône encore le télétravail pour ceux et celles qui le souhaitent. En parallèle, elle a préparé pendant plusieurs semaines la réouverture de ses bureaux et a mis en place les mesures de précaution et d'hygiène les plus strictes pour assurer la sécurité de ses employés.

Tout au long de la crise, Pyxis a maintenu une transparence totale et une communication soutenue, autant avec ses employés qu'avec ses partenaires et ses clients, au sujet de la situation et de la manière dont elle aborde les choses. « Chaque semaine, nous faisons le point avec l'ensemble de notre équipe, et le comité de direction se réunit quotidiennement pour évaluer la santé de l'entreprise, et surtout, le bien-être des employés », affirme Martin Landreville.

Il ne fait aucun doute que la crise de la COVID-19 laissera des traces et transformera les façons de faire des entreprises et des organisations, qui devront revoir leurs approches et leurs outils. Mais pour Pyxis, la nouvelle réalité engendrée par cette crise représente aussi de belles occasions d'affaires.

Un créneau prometteur à l'horizon

Dès que les responsables de la santé publique lui donneront le feu vert, Pyxis reprendra ses séances de formation en entreprise en effectuant les aménagements nécessaires en matière d'hygiène et de distanciation sociale. Elle songe également à proposer des formules hybrides (en classe et en ligne) afin d'offrir plus de souplesse aux participants.

Pyxis voit indéniablement un créneau prometteur dans la formation en ligne et la possibilité d'éliminer les contraintes des déplacements et de la logistique physique. « Nous envisageons d'étendre notre marché à d'autres régions d'Amérique du Nord, voire à d'autres pays, afin d'y trouver de nouveaux publics cibles », précise Martin Landreville. « Il serait donc possible de suivre une formation Pyxis à Vancouver, par exemple, sans avoir à payer de frais de déplacement. »

Le Service du développement économique de la Ville de Laval est là pour vous

Plus de 4 M\$ pour soutenir les petites et moyennes entreprises de Laval

Vous avez besoin de liquidités pour la relance de votre entreprise?

Communiquez avec nous pour obtenir de plus amples informations sur les différentes mesures d'aide disponibles ou pour toute autre question.

Autres mesures mises en place :

- + Report du compte de taxes au 1^{er} septembre
- + Prêt COVID-19 – fonds de roulement
- + Moratoire sur les remboursements – programmes FLI et FLS

450 978-5959
lavaleconomique@laval.ca
lavaleconomique.com



Développement économique

ROUSSEAU LEFEBVRE

PLUS VERT ET PLUS RENTABLE, « LET'S GO » !

En mode relance, on a la chance de repenser notre modèle d'affaires; on a la chance ou plutôt le devoir de se réinventer.

Oui, la société ne sera plus la même, oui nous devons revoir notre façon de diriger nos entreprises, mais comment s'y prendre? Avec toutes les possibilités qui s'offrent à nous, lesquelles choisir? Une chose est certaine, il faut s'assurer de la qualité de notre base. Elle doit être solide, elle doit être responsable, elle doit être durable. De biens beaux mots, mais concrètement, je commence par quoi? En fait, c'est tout simple. Le développement durable est le seul modèle de développement qui regroupe toutes ces qualités. Il doit être le présent et sera l'avenir. Donc, la base de mon entreprise doit permettre aux 4 piliers du développement durable de s'appuyer solidement et d'élever mon entreprise vers une plus grande prospérité. Le vert va me permettre de faire plus d'argent.

VERT = MEILLEURE PRODUCTIVITÉ DES EMPLOYÉS

La productivité des employés passe entre autres par des lieux de travail qui soient sécuritaires et inspirants. Une façon éprouvée d'améliorer le contexte de travail est de procurer de la lumière naturelle à nos employés. On parle alors de biophilie.

Plusieurs entreprises et organisations en ont fait l'expérience. La productivité

augmente, il y a moins d'absentéisme et le taux de roulement des employés diminue.

Des écoles ont démontré que les niveaux d'apprentissage augmentaient de manière significative en présence de lumière naturelle. Des hôpitaux ont même observé que le taux de séjour et la prise de médicaments contre la douleur diminuaient dans les chambres qui disposent de lumière naturelle.



Un autre élément biophilique qu'on sous-estime, c'est la présence des plantes en entreprise. On ne parle pas de 2 ou 3 pots de plantes vertes qui en arrache à cause du manque d'éclairage ou de soins. On parle d'une réelle stratégie de présence végétale, physique et visuelle. Pourquoi? La présence d'éléments naturels, comme les plantes, a un effet direct, marqué et confirmé sur la productivité des employés. Donc, qu'attendez-vous pour investir dans votre rentabilité en installant mur végétalisé, mur d'eau, grandes plantes d'intérieur, belles vues sur un aménagement paysager renouvelé? Oui, les vues sur un pay-

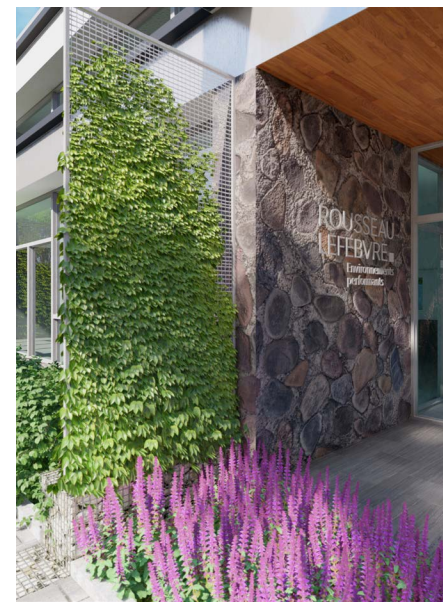
sage naturel ont le même impact positif. Rousseau Lefebvre a expérimenté tous ces éléments à même ses installations et chez certains clients. Les résultats sont, comme prévu, amplement positifs.

VERT = MEILLEURE PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

Le vert permet aussi de réduire votre facture énergétique pour le bâtiment. Un toit végétalisé permet de diminuer de manière importante les besoins de climatisation. Il en va de même pour les plantes qu'on peut utiliser afin de filtrer les rayons du soleil trop intenses durant l'été. On peut planter des arbres qui procureront de l'ombre sur les façades du bâtiment. Si on est trop pressé de profiter de ces économies énergétiques, on peut aussi installer des ombrières. Il s'agit de structures toutes simples, un treillis ou des lames d'acier sur lesquelles on fait grimper des plantes. Simple et rapide. On peut aussi innover et installer des panneaux d'algues pour rafraîchir le bâtiment tout en captant le CO₂!

VERT = MARQUE EMPLOYEUR

Une autre façon d'augmenter la productivité des employés est d'aménager des lieux extérieurs pour les pauses et les repas des employés. Si ceux-ci peuvent vraiment décrocher durant ces moments de pause, dans un lieu extérieur ressourçant, ils retournent travailler en étant moins stressés et



sont ainsi plus productifs. On peut faire une pierre deux coups et mettre des fenêtres qui permettent aux employés à l'intérieur de voir ces beaux aménagements. Lorsqu'on investit dans l'aménagement extérieur de notre entreprise, c'est un signal qu'on envoie non seulement à nos employés, mais aussi aux consommateurs ou aux futurs talents qu'on veut recruter. L'entreprise s'occupe de son milieu de travail, elle a à cœur son environnement. Du coup, elle améliore son image de marque. La presque totalité des entreprises ayant investi dans leur image environnementale a enregistré une augmentation des ventes. Réinventons notre entreprise, passons au vert!

SONDAGE : LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS ONT MIS À PIED DES EMPLOYÉS EN AVRIL

En avril dernier, la Relève d'affaires a sondé sa communauté afin d'identifier ses ressentis face à la COVID-19.



À travers un court sondage virtuel, les répondants ont pu se positionner sur une vingtaine de questions.

Nous tenons à remercier les membres de la Relève d'affaires qui ont été nombreux à répondre à ce sondage.

Les analyses ont été filtrées pour n'intégrer que les répondants se situant dans la tranche d'âge des 25 à 39 ans. Les résultats démontrent que :

- La vaste majorité des répondants a dit être touchée par les mesures mises en place par les gouvernements concernant la COVID-19, notamment par la prolongation de la fermeture des services non-essentiels jusqu'au 25 mai (66,7 %).
- Toutefois, plus de 3/4 des répondants (77,8 %) pensaient pouvoir maintenir leurs opérations en entreprise pour au moins trois semaines encore au moment de la collecte de données (66,7 %), contre un faible pourcentage mais quand même important (16,7 %) d'entrepreneurs qui ne croyaient pas être en mesure de le faire.
- Près de la moitié des répondants (47,1 %) a déjà effectué des mises à pied ou des congédiements en raison de la crise, et près de 75 % des répondants an-

ticipaient devoir le faire prochainement.

- Les 2/3 des répondants ont dénoté des inquiétudes moyennes ou importantes de leurs employés quant au maintien de leur emploi.
- Plus de la moitié des répondants (55,5 %) effectuaient au moins 50 % des opérations en ligne, dont 11 % entièrement en ligne.
- Les entreprises de services représentaient la plus grande partie de l'écosystème lavallois. Celles-ci ont eu le plus de pertes d'emploi en termes de nombres absolus.

Votre opinion est utile

Votre participation à notre sondage est précieuse. Les résultats de ce premier sondage ont permis d'orienter les in-

terventions de la CCIL et les prises de parole de notre PDG, Caroline De Guire, au cours des dernières semaines, ainsi que de teinter nos représentations auprès des gouvernements et du RJCCQ.

À la suite de ces résultats, le premier constat est de souligner le courage et la force mentale de ces entrepreneurs qui continuent de persévérer malgré les défis actuels. Le second constat est l'importance de fournir des outils et des ressources pour les entreprises vivant des difficultés accrues. À ce sujet, le comité de la Relève d'affaires, conjointement avec la CCIL, propose des conférences virtuelles afin de répondre à vos besoins les plus pressants. Ne manquez pas ces activités, visitez la page Événements du site www.ccilaval.qc.ca.

BÉDARD RESSOURCES

L'IMPARTITION, UN PRÉCIEUX ALLIÉ EN PÉRIODE DE CRISE

Dans un monde en perpétuel mouvement et hautement compétitif, il est parfois complexe de gérer efficacement ses indices de performance tout en maintenant le cours de nos activités quotidiennes, particulièrement dans des sphères d'activités qui ne font pas partie de notre champ d'expertise.

Quand nous devons faire face à une situation de crise, telle que celle de la COVID-19, avoir recours à l'impartition peut s'avérer être une alternative idéale pour nous permettre de concentrer notre énergie à la bonne place pendant qu'une équipe spécialisée s'assure de la rentabilité de nos opérations et de la sécurité de nos employés.

Qu'est-ce que l'impartition ?

S'adressant à tous types d'entreprises, peu importe le secteur de l'industrie, l'impartition vous permet de vous concentrer sur vos activités principales d'affaires en confiant à un tiers la gestion partielle ou complète d'une partie de vos opérations pour en assurer la rentabilité et la croissance.

Avec un service d'impartition, vous pourrez accéder rapidement à des solutions pour augmenter votre productivité au quotidien et avoir en mains tous les outils nécessaires pour l'amélioration continue de votre entreprise.

Les avantages sont nombreux :

- Meilleur contrôle de vos opérations et optimisation de vos coûts
- Libération de vos ressources clés pour les activités essentielles
- Adaptation aux fluctuations de vos besoins en personnel
- Utilisation des meilleurs standards opérationnels de l'industrie
- Diminution des risques et transfert



de l'imputabilité

- Accès direct à des experts
- Économie d'échelle
- Facturation adaptée

Pour avoir une image plus concrète, imaginez par exemple que votre entreprise en croissance nécessite maintenant un centre d'appels pour répondre à la forte demande.

Loin d'être votre champ d'expertise, et surtout d'avoir le temps, vous pourriez faire appel à un service d'impartition qui pourrait prendre en charge ce mandat pour vous. Celui-ci pourrait vous trouver un local, assurer les infrastructures nécessaires, recruter et gérer les employés, etc. De votre côté, vous n'auriez qu'à vous concentrer sur ce que vous faites le mieux, faire entrer les appels !

Une crise ? L'impartition en première ligne pour vous

Peu importe l'ampleur ou la gravité de la situation, vous pouvez toujours compter sur le soutien de vos experts en impartition pour vous permettre de maintenir vos opérations.

Dans de tels moments, ils mettent à profit leurs connaissances approfondies du milieu pour vous permettre de continuer de servir vos clients qui ont grandement besoin de vous. Imputables et responsables de votre succès, ils sont sur le terrain à tous les jours pour vous, en assurant la mise en place, l'application et le maintien des protocoles pour la santé et la sécurité des employés.

Vous manquez de personnel ? Pas de problème, ils s'en occupent ! Du recrutement à l'embauche, vous pouvez vous consacrer entièrement à vos activités principales en toute quiétude sachant qu'ils sont là pour assurer la continuité de vos activités.

Un moment idéal pour prendre soin de vos employés

Moins sollicité par vos opérations grâce à l'impartition, profitez de cette période pour prendre soin de vos employés.

Assurez-vous de mettre en place un plan d'action pour maintenir vos employés heureux et positifs face à l'avenir. Créez des liens pour maintenir vos employés engagés et faites preuve d'écoute envers eux. En vous rapprochant de

vos employés, vous atteindrez un niveau d'engagement supérieur de leur part au grand bénéfice de tous. Restez positif et voyez plutôt les changements actuels comme une opportunité pour bâtir une équipe forte.

Nous sommes là pour vous quand ça compte vraiment

En période d'instabilité, l'impartition est un précieux allié pour vous aider à passer à travers des périodes difficiles. Agissant au même titre qu'un partenaire d'affaires, une firme d'impartition peut vous offrir le soutien nécessaire pour assurer la continuité de vos activités et vous permettre de vous consacrer entièrement au bien-être de vos employés et au développement de votre propre expertise.

À propos de Bédard Ressources

Bédard Ressources est une firme en ressources humaines spécialisée dans le recrutement, la chasse de têtes, l'impartition, la consultation et le préemploi.

Un guichet unique pour tous vos besoins en ressources humaines, partout au Canada.

- Production
- Approvisionnement
- Transport & Logistique
- Service à la clientèle
- Entreposage et manutention

Vous désirez en savoir plus sur notre service d'impartition ou nos autres services ?

Communiquez avec Marc-André Durocher, directeur Impartition à l'adresse marcandre@bedardressources.com, ou par téléphone au 514 605-7007.



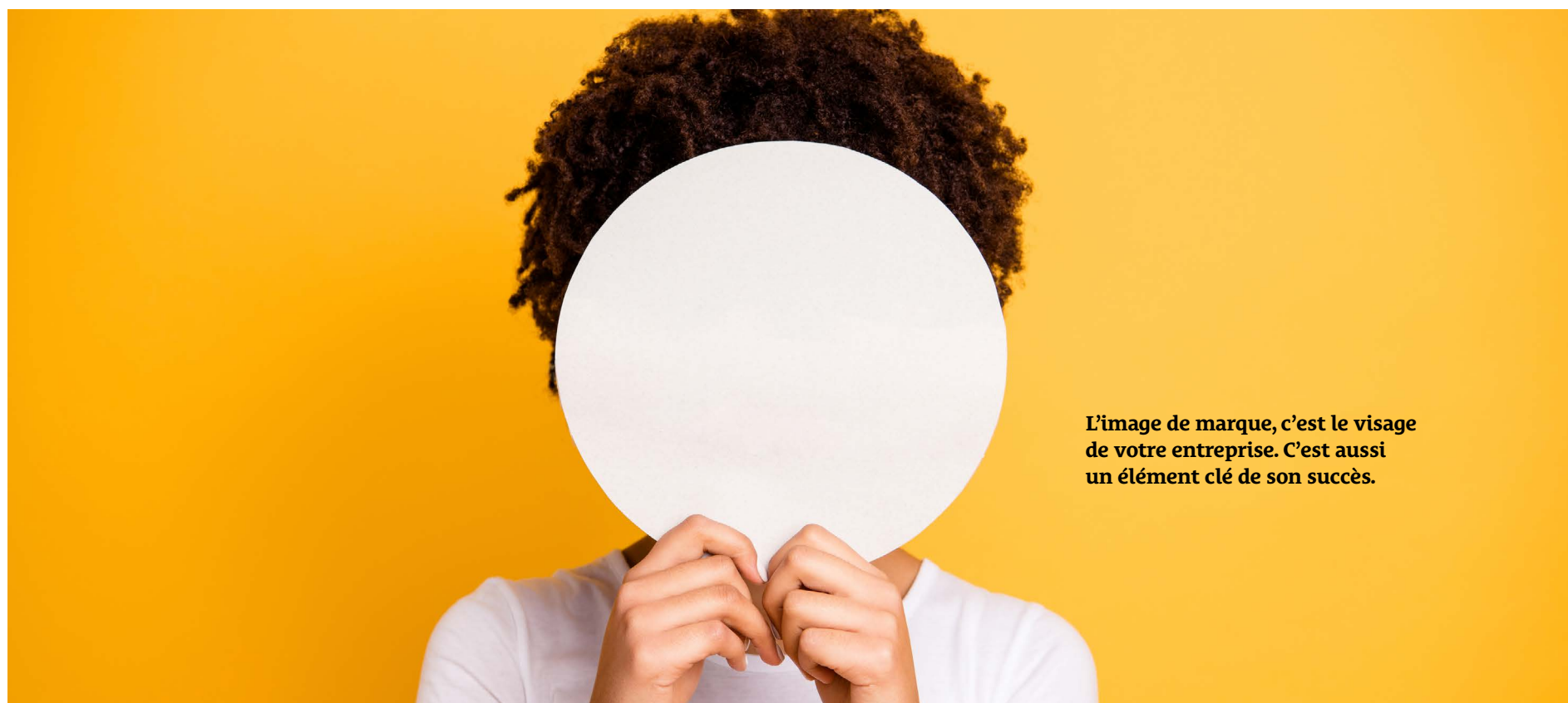
Soucieux de votre relance?

Bédard Ressources propose aux entreprises lavalloises
2h de consultation gratuite avec nos experts RH.

Vous désirez en savoir plus? Contactez Stéphane Pépin

spedin@bedardressources.com | 514 235.3484 | bedardressources.com

Recrutement | Chasse de tête | Impartition | Consultation RH | Formation | Pré-emploi



L'image de marque, c'est le visage de votre entreprise. C'est aussi un élément clé de son succès.

CRÉDIT-PHOTO : DEAGREEZ, ISTOCKPHOTO

QUAND L'IMAGE DE MARQUE CONDITIONNE LE SUCCÈS DE VOTRE ENTREPRISE

Dans le contexte actuel, l'image de marque est plus importante que jamais.



La marque (branding) est en fait une logique marketing que l'on adopte pour mettre en valeur l'entreprise. Celle-ci définit l'organisation dans son ensemble. C'est toute sa personnalité, sa couleur, son caractère. Les études prouvent qu'une image de marque forte conditionne le développement des ventes et la fidélité des consommateurs.

Alors quelle est la recette pour bâtir une image de marque efficace ?

Commençons par les ingrédients de l'image de marque.

Bien sûr votre logo et votre site Web, mais pas seulement. De vos devis à votre modèle de signature courriel, en passant par vos outils de vente, votre infolettre, vos factures, vos médias sociaux et vos cartes d'affaires, chacun des outils véhicule votre image, que ce soit auprès de vos clients, mais aussi à l'interne auprès de vos collaborateurs, de vos partenaires et de vos fournisseurs.

L'image de marque d'une entreprise doit bien représenter l'entreprise (*Why !*) et être présente au niveau de sa mission, sa vision et ses valeurs, ainsi qu'être au

cœur de sa stratégie de communication.

L'objectif ? Faire en sorte que vos prospects se souviennent de votre marque et qu'ils l'apprécient afin qu'ils passent à l'acte d'achat ou de signature d'un contrat. Voici quelques conseils pour bâtir une image de marque efficace.

- **Choisissez un nom qui exprime clairement votre activité.**

Vous avez racheté une entreprise ? Si son nom a déjà acquis une notoriété mais qu'il n'est pas assez évocateur, vous pourriez choisir d'ajouter une signature, c'est-à-dire une expression ou une courte phrase qui permet de compléter ou clarifier le message.

- **Gardez en tête votre clientèle cible et distinguez-vous.**

Votre univers doit interpeller vos interlocuteurs et générer un sentiment d'appartenance. Ils doivent se sentir concernés. Concrètement, vos clients doivent pouvoir s'identifier aux messages que vous véhiculez, par exemple dans la rubrique « À propos de nous » sur votre site Web. Optez pour une proposition de valeur unique : en quoi vos produits sont-ils plus fiables, plus durables ou moins dispendieux que ceux des concurrents ?

- **Misez sur la cohérence.**

Assurez-vous de l'uniformité et de la complémentarité des visuels sur l'en-

semble de vos outils de communication, qu'ils soient destinés à l'externe ou à l'interne. Vos employés sont vos premiers ambassadeurs de marque, ne l'oublions pas. Nul besoin de complexifier la tâche. Vous pouvez notamment créer des modèles de documents avec Word ou Google Drive, et plusieurs logiciels comptables permettent la personnalisation des factures et devis. Cela favorisera aussi la mémorisation de votre marque. Si plusieurs partenaires ou revendeurs communiquent sur votre marque, donnez-leur des directives claires sur l'utilisation de votre image. Par exemple, YouTube mentionne clairement ce qu'il faut faire ou ne pas faire avec sa marque : <https://www.youtube.com/about/brand-resources/#logos-icons-colors>.

- **Créez un lien émotionnel avec vos cibles de communication.**

Rappelons que 90 % des communications sont non verbales. Le choix des couleurs peut ainsi être évocateur : le rouge crée le sentiment d'urgence, le vert évoque l'environnement, le bleu rappelle l'eau. Vous pourriez aussi choisir d'associer une identité sonore à votre marque.

- **Respectez vos engagements.**

Honorez les promesses de votre image de marque. Par exemple, si vous annoncez un service à la clientèle hors

pair sur votre site Web, assurez-vous de tenir parole en surpassant les attentes de vos clients. Faites que l'excellence devienne une raison d'être pour votre entreprise ; votre clientèle n'en sera que plus loyale.

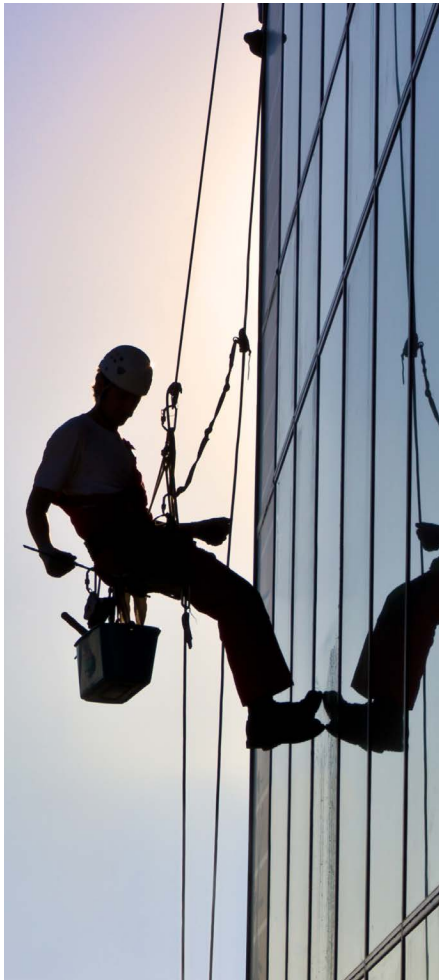
Vous faites déjà tout cela ? Vous êtes sur la bonne voie pour créer une image de marque forte et percutante !

Vous êtes membre Nouveaux entrepreneurs ? La CCIL aimerait vous entendre. Quels sont vos enjeux ? Selon vous, quels sont les meilleurs outils à avoir, à connaître, à lire pour être un entrepreneur éclairé. Rendez-vous sur la page Facebook Nouveaux entrepreneurs pour en discuter.

Le comité Nouveaux entrepreneurs de la CCIL a pour objectif d'aider de façon concrète les jeunes entrepreneurs à prendre leur place dans le milieu des affaires lavallois. C'est une excellente occasion pour chaque entrepreneur participant au programme d'accroître son réseau d'affaires, de maximiser la visibilité de son entreprise et de s'outiller pour faire face aux défis d'une jeune entreprise. Bref, de vous aider à bâtir votre coffre à outils.

ENTRETIEN MÉNAGER SARONET

NETTOYER VOS BUREAUX AVEC DES PRODUITS SAINS POUR VOS EMPLOYÉS ET L'ENVIRONNEMENT, C'EST MAINTENANT POSSIBLE



Le plus grand défi actuel consiste à développer votre entreprise tout en essayant de réduire son empreinte environnementale. Heureusement, il est maintenant possible de confier votre entretien ménager à une firme soucieuse de ne pas utiliser des produits nettoyants toxiques, qui peuvent avoir des impacts négatifs tant sur vos employés que sur la planète.

Entretien Ménager Saronet utilise uniquement des produits de nettoyage et des équipements respectueux de l'environnement.

Depuis près de 30 ans, certaines des entreprises les plus prestigieuses de la région métropolitaine, telles que Cominar REIT, CGI, BTB REIT, Bombardier, Adidas, Kraft Canada, et les gouvernements du Québec et du Canada, pour ne nommer que ceux-là, font confiance à Entretien Ménager Saronet.

En plus de répondre aux besoins de nos clients les plus exigeants en matière d'environnement, notre choix d'avoir recours à des produits écologiques vise aussi à prendre soin de la santé de nos employés.

Pourquoi ? Parce que dans le monde des affaires en constante évolution, il

est de plus en plus difficile de trouver et d'entretenir des relations de qualité avec les entreprises de nettoyage.

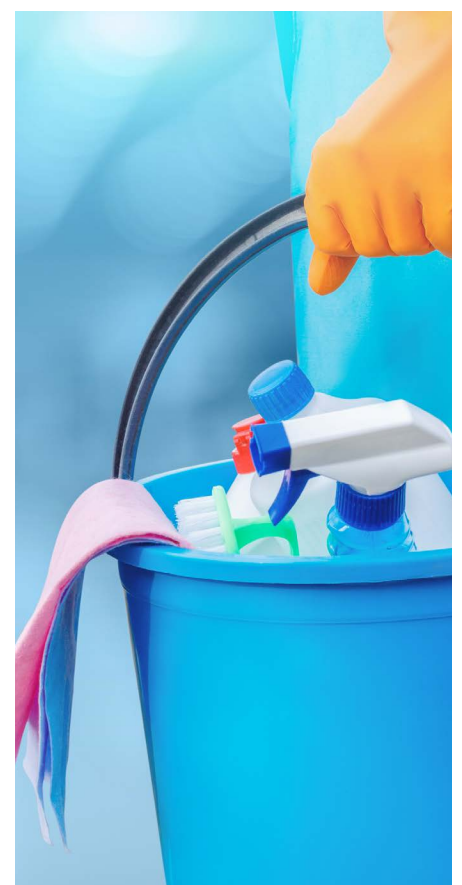
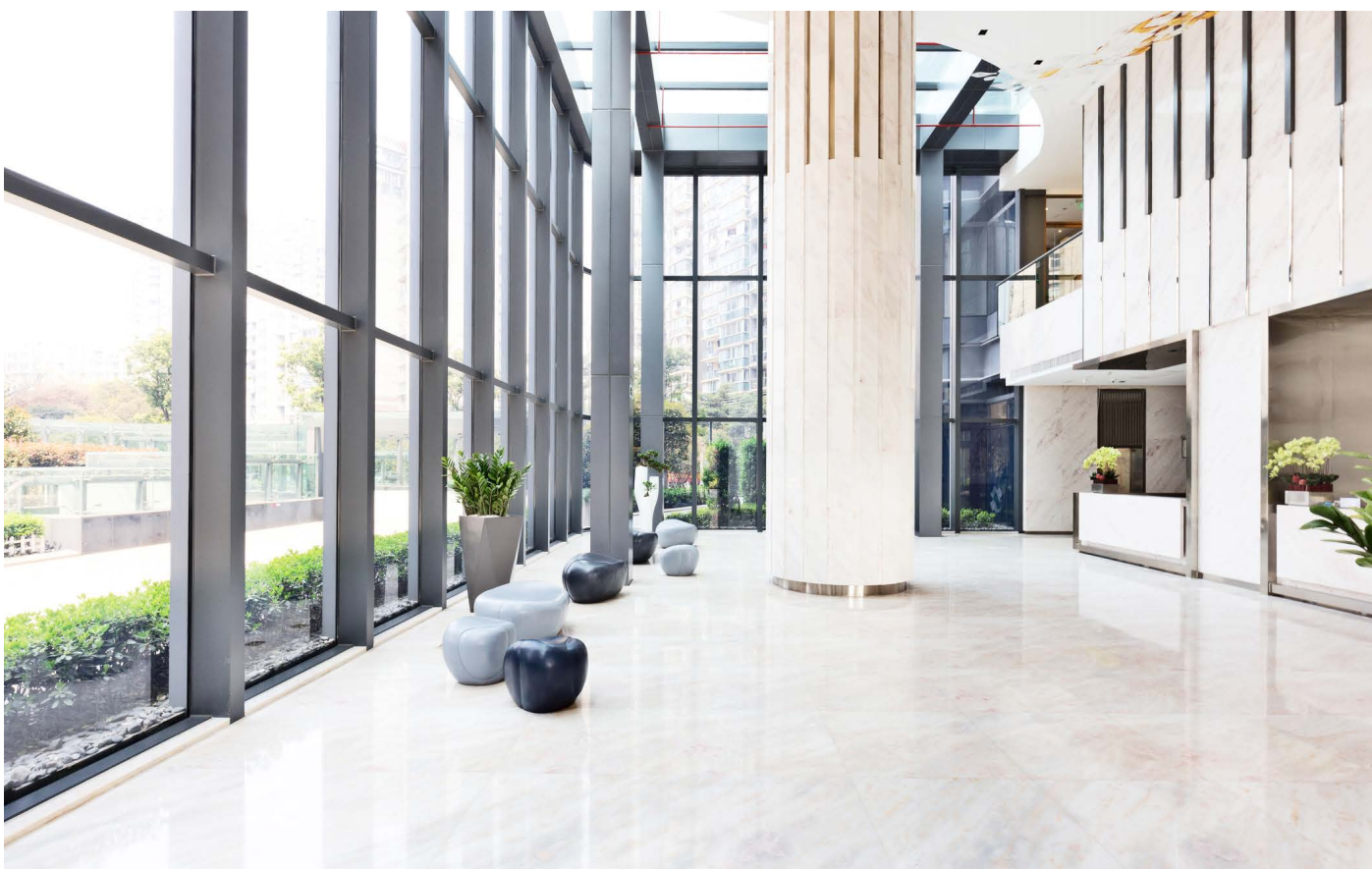
Entretien Ménager Saronet, fort de près de 30 ans d'expérience dans le domaine du nettoyage de bureaux, secteurs commercial, industriel et institutionnel, a pour principal objectif votre entière satisfaction.

Pour y arriver, nous pouvons compter sur la force de notre personnel de nettoyage entièrement qualifié qui se consacre à la plus haute qualité de service de nettoyage.

Si nous croyons autant à nos gens, c'est parce que nous savons combien vos employés comptent aussi pour vous. Qu'il s'agisse d'employés ayant des problèmes respiratoires, médicaux ou des exigences relatives à l'obtention d'un certificat de nettoyage, chez Entretien Ménager Saronet, nous savons que les besoins en matière de nettoyage sont différents pour tout le monde.

C'est pourquoi nous commencerons par évaluer tous vos besoins particuliers et nous exécuterons un plan d'action pour y répondre.

Pour plus d'informations, visitez notre site Web au www.saronet.com ou appelez-nous au 450 978-0990.



INTERCONNEXION S'ADAPTE POUR CONTINUER À VOUS AIDER PENDANT LA CRISE

Se réinventer : un terme largement utilisé depuis le début de la crise de la COVID-19 qui a poussé des millions de gens dans le monde à faire les choses autrement. Dans certains cas, il a fallu s'arrêter complètement, dans d'autres, s'adapter rapidement.

Par Martine Lafrance
Directrice, Main-d'œuvre
et diversité, CCIL

Dans la même veine, les membres de l'équipe du projet Interconnexion Laval de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCIL) ont pris un moment de recul et de réflexion. Nous-mêmes touchés par ce changement rapide et cette adaptation forcée, nous avons dû encaisser le choc.



L'arrêt de plusieurs activités et rencontres programmées en présentiel sans savoir quand nous pourrions les reprendre en raison de l'incertitude sur la durée de la crise nous a ébranlés.

Mais rapidement, les discussions et échanges créatifs ont permis de revoir nos façons de faire et de trouver des al-

ternatives. D'autres ont déjà dit que du chaos naissait l'innovation. C'est exactement ce qui s'est passé !

Les sessions d'informations pour les nouveaux candidats inscrits au programme et les groupes d'échange, tant pour les immigrants que pour les entreprises, ont basculé vers le virtuel dans une version adaptée.

Nos partenaires ont également suivi le mouvement de l'intervention à distance, ce qui nous permet de pouvoir continuer à offrir les services de placement aux entreprises et aux nouveaux arrivants. Alors que Perspective Carrière poursuit son accompagnement des nouveaux arrivants dans leur préparation à l'emploi, Services Québec maintient son soutien aux employeurs pour la subvention salariale PRIIME.

Les entreprises qui font appel à nos services pour recruter du personnel qualifié en dépit de la COVID-19 apprivoisent le télétravail à temps plein et les outils technologiques qui y sont reliés. Faire des entrevues d'embauche via une plateforme de vidéoconférence peut s'avérer difficile pour certaines personnes, tant pour les recruteurs que pour les chercheurs d'emploi.

Une entrepreneure a d'ailleurs décidé de faire des entrevues uniquement au téléphone pour combler un poste de commis comptable au sein de son

organisation. Les conseillers du programme Interconnexion Laval lui ont présenté huit profils en lien avec son offre d'emploi et une candidate a été retenue et embauchée, sans qu'il y ait eu de contact visuel entre les deux. Preuve que l'on peut mettre l'accent sur les compétences quand on recrute !

**Rapidement,
les discussions et
échanges créatifs
ont permis de revoir
nos façons de faire
et de trouver des
alternatives.**

Lors de notre dernier groupe d'échange avec des recruteurs qui participent à Interconnexion Laval, deux enjeux importants ont été soulevés : l'adaptation aux nouvelles normes de sécurité en entreprise issues de la pandémie et la fidélité des nouvelles recrues embauchées durant la crise.

D'une part, malgré les troussees créées par la CNESST pour soutenir les entreprises dans l'application des règles de protection, dans certains milieux de travail l'application de ces principes demeure ardue. En plus du casse-tête de

mettre en place de nouvelles façons de faire, il faut s'assurer que les travailleurs les respecteront. Il est clair que beaucoup d'énergie devra être investie à ce niveau. D'autre part, même si le taux de chômage a augmenté, la grande question que les recruteurs se posent est la suivante : est-ce que l'individu que je viens d'embaucher va rester lorsque son ancien employeur va le rappeler pour la reprise ? Comment s'assurer que son choix de venir travailler dans mon organisation est durable et non temporaire ?

Le travail d'analyse de la motivation réelle du chercheur d'emploi envers le poste ou l'entreprise prendra une autre dimension pour les recruteurs.

D'un côté, on est content de recevoir plus de CV, mais, de l'autre, on s'interroge sur les intentions de ces candidats à long terme.

Des marathoniens de l'adaptation

Chose certaine, les changements provoqués par le coronavirus font de nous des marathoniens de l'adaptation. Nouveaux comportements à adopter et nouvelles manières d'entrevoir les opérations et, parfois même, réalignement complet des offres de services. Une pause chaotique remplie d'incertitudes qui force la réflexion et fait émerger la créativité des gestionnaires.

**LE MONDE ENTIER
TRAVAILLE À LAVAL**

**COMMUNIQUEZ AVEC NOUS
POUR VOS BESOINS
EN MAIN-D'OEUVRE**

En collaboration avec :

PERSPECTIVE CARRIÈRE
SERVICES-CONSEILS EN TRANSITION DE CARRIÈRE ET RECHERCHE D'EMPLOI



Avec la participation financière de :





CENTRE DESIGN RÉALITÉ

DE TOUT POUR VOUS INSPIRER ET RÉALISER LA CUISINE ET LA SALLE DE BAIN DE VOS RÊVES

Peu importe son ampleur, un projet de réaménagement engendre toujours beaucoup de réflexions et de décisions ainsi qu'une grande implication personnelle, particulièrement lorsqu'il s'agit de la cuisine ou de la salle de bains.

Pour vous simplifier la vie, Centre Design Réalité met à votre disposition une équipe de spécialistes hautement qualifiés qui prendront en charge votre projet d'aménagement ou de rénovation de A à Z. Nous sommes prêts à tout pour satisfaire vos besoins et concrétiser le projet dont vous rêvez!

Un vrai service clés en main

Chez Centre Design Réalité, nous vous proposons de nombreux services complémentaires en matière de rénovation afin d'assurer une prise en charge complète de votre projet et ainsi faciliter sa réalisation. Du projet d'aménagement intérieur à la réalisation de sous-sols, nous possédons l'expertise nécessaire pour effectuer toutes les étapes d'un aménagement.

**Cessez de chercher !
Chez nous, vous avez
tout : des idées, du
choix et des experts en
DESIGN, RÉNOVATION
ET INSTALLATION !**

À la suite de la consultation à nos frais, notre équipe s'occupe de toutes les étapes de votre projet de rénovation, c'est-à-dire le design de l'aménagement, l'échéancier, la conception des plans, la

démolition, la menuiserie, la plomberie, l'électricité, le carrelage, le plâtrage et la peinture. Nos responsables de chantier voient également à la coordination efficace des différents corps de métier.

Pour assurer votre paix d'esprit, nos projets clés en main sont couronnés d'une excellente garantie, ce qui nous permet d'établir un lien de confiance avec nos clients et d'obtenir un excellent taux de satisfaction depuis plus de 25 ans!

Des solutions alignées sur vos besoins et les dernières tendances

En plus de veiller aux moindres détails, nos designers et décorateurs demeurent constamment à l'affût de l'actualité dans le domaine du design intérieur et de la décoration. Ils vous informeront sur toutes les nouveautés dont pourrait bénéficier votre projet de rénovation pour en faire un succès sur toute la ligne.

Grâce à leur sens de l'écoute et à leur expertise, ils sauront mettre le doigt sur le style qui vous personnalise le plus. Ils vous proposeront de surcroît les meilleures solutions ergonomiques qui respectent les proportions idéales. Que ce soit pour un projet de décoration ou d'aménagement, un style contemporain ou un design traditionnel, ils mettront leur créativité à profit afin de transformer vos espaces en pièces fonctionnelles où il fait bon vivre.

Tout pour le design, la rénovation et l'installation

Pour faciliter la mise sur pied de votre projet d'aménagement ou de rénovation, notre salle d'exposition comprend une vaste gamme de produits en démonstration ainsi que de nombreux catalogues. Laissez-vous inspirer par notre grande sélection d'armoires de

cuisine et de salles de bains, nos comptoirs de granit, de quartz ou de stratifié, ainsi que nos céramiques, planchers, dossierers, lavabos, baignoires, éviers, douches, baignoires, robinets, luminaires et accessoires de toutes sortes! Tout est à votre disposition pour que vous fassiez votre choix en toute tranquillité.

Comme entrepreneur général, nous mettons à votre disposition une équipe composée d'une trentaine d'employés dont la mission est de vous simplifier la vie.

Choisir Centre Design Réalité, c'est opter pour une entreprise à la conscience écologique développée qui favorise les produits fabriqués au Québec. C'est aussi faire affaire avec un entrepreneur général dont le professionnalisme lui a

valu deux prix Domus de l'APCHQ (2014 et 2015) et lui a permis d'être cinq fois finaliste à ce concours qui souligne l'excellence en construction.

Notre salle d'exposition est ouverte sur rendez-vous! Nous vous invitons à consulter nos heures d'ouverture sur notre site Web. Soyez assuré qu'en ce temps de déconfinement nous prenons toutes les précautions nécessaires afin de répondre aux consignes sanitaires, autant pour nos clients que nos employés.

CENTRE DESIGN RÉALITÉ
1856, boul. des Laurentides
Laval (Vimont)
centredesignrealite.com
450 629-5757
info@centredesignrealite.com

**Offre exclusive
aux membres du ccil :**
À l'achat d'une cuisine ou d'une salle de bain complète

UN ÉVIER + UN ROBINET OFFERT*

Prenez rendez-vous pour accéder à la salle d'exposition et rencontrer nos designers, on vous attend !

Laval
450-629-5757

#RBQ 8239-1210-13 *valeur jusqu'à 900 \$, sur présentation de votre carte de membre.

LE MOT DES PRÉSIDENTS



Michel Rousseau

Président du conseil
d'administration de la CCIL

Associé principal
et architecte paysagiste
Rousseau Lefebvre

« IL FAUT PROVOQUER LES CHOSES, ÊTRE STRATÉGIQUE ET VISIONNAIRE. »

Le déconfinement doit être une occasion de relancer l'économie en y introduisant les principes du développement durable, estime Michel Rousseau, le président de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCIL). Il nous explique comment ce changement pourrait servir les entreprises lavalloises.

Comment avez-vous vécu cette période de confinement prolongé ?

Côté travail, mon équipe s'est adaptée rapidement. Nous avons échangé et fraternisé en utilisant des plateformes d'échange virtuelles. D'un point de vue plus personnel, j'ai vécu difficilement le fait de m'occuper de la CCIL sans être en contact physique avec les dirigeants des entreprises qui en arrachaient. Nous sommes tous pressés et d'accord pour que l'économie reparte, mais je suis d'avis qu'il ne faut pas déconfiner trop vite, sans y être prêt. Il y a des vies à protéger.

Comment vos membres ont-ils vécu la fermeture de leur entreprise ?

Pour l'ensemble, la situation était très dure. J'estime que près de 50 % des entreprises lavalloises ont été touchées.

Parmi nos membres, certains secteurs, manufacturier et industriel, ont pu poursuivre leur production, sans trop d'impacts. Quant aux entreprises de services, une très grande majorité d'entre elles se sont initiées au télétravail, mais elles ont aussi subi le contre-coup de la crise du fait que leur clientèle était affectée.

Dans le commerce de détail, les entreprises déjà initiées au virage numérique ont vu leurs ventes exploser. Cela nous incite à poursuivre nos campagnes auprès des commerces qui tardaient à faire le saut vers le commerce en ligne.

Malheureusement, pour nos membres des secteurs de la restauration et de l'agroalimentaire, l'épreuve a fait mal. Les entreprises qui se sont tournées vers les plats prêts-à-manger s'en sortent bien mieux.

Il est question de repartir l'économie. Quels sont les critères de succès de cette relance ?

C'est devenu mon obsession. Il faut provoquer les choses. La CCIL a soumis des recommandations de partenariats à la Ville de Laval et au gouvernement du Québec. Il faut être stratégique, visionnaire et repenser notre rapport à la consommation.

On voit que les gens consultent davantage Internet avant d'acheter. Pour que les entreprises se fassent connaître, il faut participer aux groupes d'achat local comme Le Panier Bleu, lancé par le gouvernement du Québec.

Mais pour offrir une belle expérience de magasinage local, ça prend aussi des lieux plus accueillants, éclairés et sécuritaires. La CCIL va jouer son rôle pour s'inscrire dans la nouvelle économie.

Est-ce que la relance doit inclure plus d'actions pour développer une économie durable, verte ?

Assurément ! C'est même impensable de retourner à ce qu'on faisait avant.

Ce serait régresser et dangereux pour notre société. La planète vient de nous envoyer un signal de plus que notre rapport à l'environnement est à sens unique, en sa défaveur. La pandémie apporte la nécessité d'agir.

Donnez-moi quelques exemples d'actions qui pourraient s'inscrire dans cette vision d'une économie verte ?

Je préfère parler d'économie durable et régénérative, comme objectif à atteindre. On parle ici d'économie circulaire. Cela signifie viser une production de biens zéro déchet. En ce sens, il faut repenser nos façons de gérer nos matières résiduelles à l'interne, éviter les produits à usage unique, l'obsolescence programmée. On est capable de faire ces changements. Nous devons privilégier l'autosuffisance, l'achat local, moins de déplacements, car ce sont de belles opportunités pour relancer la consommation. Aussi, pour nos travailleurs, rendre leur lieu de travail plus sain, plus productif et plus stimulant. La CCIL accompagnera ses membres dans ce changement. Il faut se restructurer en prévision d'une deuxième vague, voire une troisième. Sinon, nous serons tous perdants.

Une entrevue réalisée par Denise Proulx



Cindy Gabriel

Présidente du comité
Relève d'affaires de la CCIL

Fondatrice et notaire
Notaire Gabriel

C'EST NOTRE RÉSEAU QUI VA NOUS AIDER

Présidente du comité Relève d'affaires et d'une entreprise de services, Me Cindy Gabriel n'a jamais autant travaillé que durant le confinement. Issue de la génération qui valorise la conciliation vie personnelle-travail, elle nous parle de cet épisode hors du commun.

Comment avez-vous vécu cette période de confinement prolongée ?

J'ai beaucoup réfléchi. J'ai compris que le confinement, ce n'est surtout pas synonyme de vacances ou d'arrêt. J'ai uti-

lisé cette période pour me réinventer, pour introduire de nouvelles façons de faire, de voir les choses. C'est beaucoup d'adaptation.

Qu'est-ce que les jeunes entrepreneurs de la relève vous témoignent le plus ?

Ils vivent de l'incertitude et ils ont besoin que l'on pense à eux. Est-ce que les gouvernements auraient oublié les microentreprises ? Beaucoup de travailleurs autonomes n'ont pas accès à de

l'aide financière. Plusieurs membres de notre relève ont des inquiétudes, ils ne veulent pas perdre leurs employés, fermer leurs portes. Je leur disais de profiter de la situation pour ajuster leur plan d'affaires à la situation, pour bâtir et entretenir leurs réseaux, pour décoriquer les aides gouvernementales. Ce n'était pas le temps de se replier sur soi-même. C'est notre réseau qui va nous aider.

Suite à la page 25

LE MOT DES PRÉSIDENTS



Caroline De Guire
Présidente-directrice générale
de la CCIL

« LA CHAMBRE EST COMME UN PHARE DANS LA TEMPÊTE. »

À peine installée dans la chaise de présidente-directrice générale de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCIL), Caroline De Guire a dû se mettre en mode télétravail, confinement oblige. Elle nous parle des priorités qu'elle et son équipe entendent mettre en œuvre pour soutenir les membres de la CCIL.

Quels constats faites-vous des récentes semaines, quant à votre rôle au sein de la CCIL ?

Plus que jamais les entrepreneurs ont besoin de toute leur communauté. Dans tout ce bruit entourant la pandémie, les gens cherchent un accompagnateur pour faire de la lumière dans les informations qui leur sont subitement tombées dessus. J'ai constaté que la Chambre est comme un phare dans la tempête.

Quel rôle entend jouer la CCIL dans cette relance ?

Les entrepreneurs, les commerçants et les industriels ont besoin de la CCIL pour développer entre eux le soutien et les relations d'affaires possibles. Notre idée est d'agir comme animateur de la communauté d'affaires afin de faciliter les dialogues et les initiatives.

Notre mot d'ordre est d'attraper toutes les opportunités qui se présentent. Autant pour le fonctionnement de la CCIL que pour nos membres. Nous nous voulons être un vecteur d'accélération et d'accompagnement pour que les membres qui connaissent leurs besoins puissent rencontrer ceux qui

veulent les aider et ceux qui gèrent les programmes. Nous serons à leur écoute et nous mettrons concrètement en œuvre sur le terrain les programmes nécessaires.

Quel rôle jouera l'achat local dans la relance ?

L'achat local est une priorité pour tous.

Pour les commerçants, nous déployons déjà des ressources pour créer des noyaux commerciaux, comme cela existe dans les quartiers Ste-Rose et Saine-Dorothée, et sur les artères Cartier et de la Concorde. Avec le programme Prox-Commerce, nous visons à ce que chaque entrepreneur puisse connaître son voisin, afin de comprendre comment travailler ensemble et de créer des projets communs. Nous cherchons à déployer d'autres initiatives dans d'autres quartiers.

Pour les industriels, nous avons le programme Symbiose Laval, qui permet de jumeler des entreprises entre elles, pour que les déchets de l'une deviennent les matières premières de l'autre. C'est en fait développer une économie circulaire. L'idée est de les amener à pratiquer un mode de collaboration entre elles. C'est une façon de baisser leurs dépenses, de pratiquer de l'achat local et de reconstruire leur chaîne d'approvisionnement qui a été bouleversée dans plusieurs industries.

Nous constatons actuellement qu'elles ne se connaissent pas et qu'elles ignorent le potentiel de valorisation de leurs matières résiduelles. C'est là où la CCIL a un rôle à jouer pour caractériser

leur chaîne de production. Notre intention est d'utiliser le Fonds Écoleader afin d'aider les entreprises à financer l'analyse du potentiel de revente de leurs résidus et ensuite de trouver des repreneurs, idéalement ici sur le territoire lavallois.

Est-ce que vous voyez un changement de perception face au commerce en ligne et à la technologie en général ?

Énorme. Au départ, bien des entrepreneurs étaient rébarbatifs au télétravail, mais ils ont compris que la survie de leur entreprise en dépendait. Maintenant, ils reconnaissent que ce virage numérique est plus facile à faire que ce qu'ils anticipaient.

Des membres ont demandé des conseils, des références pour leurs outils de communication, pour faire des affaires auprès d'autres entreprises de Laval. Mais le défi est toujours la pénurie de personnel. Il faut trouver des personnes pour y répondre.

Une entrevue réalisée par Denise Proulx

Suivez les capsules de la PDG avec des chefs d'entreprises lavalloises en direct sur Facebook à l'adresse www.facebook.com/CCILaval/

Suite de la page précédente

Comment la crise actuelle remet-elle en question votre perception du monde du travail et de l'économie ?

Je sens plus de solidarité et d'entraide. Lorsqu'on me parle d'achat local, j'approuve. Nous sommes passés de la mondialisation à l'achat local. On va y penser davantage maintenant avant d'acheter des produits sur d'autres continents si on peut les avoir chez nous. C'est notre économie qu'il faut relancer.

Comment aiderez-vous vos jeunes membres à passer au travers de la crise économique qu'ils subissent ?

Nous travaillons à la production de capsules gratuites pour les aider dans la relance. Ce pourrait être des consultations en vidéoconférence menées par des experts dans leur domaine. Par exemple, leur fournir des conseils pour rassurer les clients qui vont continuer à avoir peur. J'aimerais instruire notre relève. Ce serait bien de leur montrer que l'union fait la force.

D'après vous, qu'est-ce qui devrait changer dorénavant pour mieux soutenir l'entrepreneuriat au Québec ? Et à Laval en particulier ?

Il faut encourager les formations plus que jamais. L'accompagnement devrait être bonifié pour qu'il se poursuive au-delà de cinq ans au lieu de se limiter à trois ans. Je me répète souvent cette phrase de Johann Wolfgang von Goethe, qui a été un véritable mot d'ordre pour moi lorsque je suis partie en affaires : « Quoi que tu rêves d'entreprendre,

commence-le. L'audace a du génie, du pouvoir, de la magie. » Les obstacles sont lourds lorsque tu te lances en affaires. Mais les gens qui passent au travers en ressortent toujours plus forts.

Une entrevue réalisée par Denise Proulx

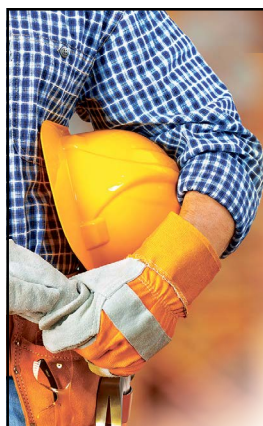
NDLR : depuis cette entrevue, le gouvernement fédéral a annoncé une aide dédiée aux microentreprises.

BIENVENUE AUX NOUVEAUX MEMBRES

- > Éric Legault, président,
ReparMetal Soudure
- > Marie-Eve Bourassa,
présidente, directrice de création,
BOUME
- > Julie Lacaille-Robitaille,
propriétaire,
Julie Lacaille-Robitaille, CPA, CGA
- > Sylvain Gariépy, président,
Sauvetage Nautique Inc.
- > Jean-François Maillé,
stratège marketing,
Vidéo Marketing Québec
- > Laurence Bozec, Fondatrice et
présidente-directrice générale,
Laurence Bozec Coaching
- > Sylvain Fortier, directeur photo,
Vidéo Marketing Québec
- > Serge Crevier, président,
Affichage Impression 2.0 Inc
- > Jocelyne St-Pierre, directrice,
Administration,
Affichage Impression 2.0 Inc
- > Cynthia Cowan, vonsultante
en ressources humaines
et gestion,
Académie GRH inc.
- > Brent Skelhorne, consultant
en ressources humaines et
gestion, Académie GRH inc.
- > Xavier Aymé, directeur général,
American Transportation
& Logistics
- > Marie-Christine Gaudreault,
directrice des ventes,
American Transportation
& Logistics
- > Ano Olivier Koffi, gérant,
OAK Services

EN VEDETTE (RENOUVELLEMENTS)

- > ACT actuaaires
- > Alexandre Warnet Conseiller
stratégique
- > APVSL
- > Cosmodôme
- > Campeau Vinet Gauthier
Comptables
- > Dalouraco
- > Député de Laval-des-Rapides-
Assemblée
- > E.B.L. Services d'éclairage 2011 inc.
- > Emard couvre-planchers
- > Addendum
- > Fertily Inc.
- > Groupe Immobilier Van Houtte
- > Les immeubles Michael White inc.
- > Agence Intégrale
- > Au Jardin de la famille de
Fabreville
- > Les entreprises Verrecchia
- > Le Tiers Lieu, Coop de Solidarité
- > Marché Public 440
- > Mokaformation
- > Centre de congrès Palace
- > La Parentèle de Laval
- > Regulvar inc.
- > Société de gestion A.B.G.R.
- > SOFIQmo





**UN SEUL ARRÊT
POUR TOUS VOS BESOINS
EN LOCATION**

Que ce soit pour la location d'une perceuse
jusqu'à la location d'une excavatrice, nous
avons l'équipement dont vous avez besoin.

Livraison disponible



Dépositaire
de marques:



et beaucoup
d'autres

4077, BOULEVARD SAINTE-ROSE, LAVAL
450-622-7422
WWW.LOCATIONDEEQUIPEMENTS LAVAL.COM

VOUS CHERCHEZ DE L'AIDE POUR RELANCER VOS ACTIVITÉS ?

CONSULTEZ LA BOÎTE À OUTILS POUR LA RELANCE DE LA CCIL !

- PROGRAMMES D'AIDE GOUVERNEMENTAUX
- GUIDES DE RETOUR AU TRAVAIL
- RABAIS SOLIDAIRES POUR LES MEMBRES
- LISTE DE FOURNISSEURS DE MATÉRIEL
DE PROTECTION SANITAIRE
- TÉMOIGNAGES INSPIRANTS ET PLUS !

WWW.CCILAVAL.QC.CA

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

514.823.4931

francois.gingras@scotiabank.com

banquescotia.com/servicesauxentreprises

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

IMMEUBLES
MICHAEL WHITE inc.
MWR.ca AGENCE IMMOBILIÈRE

PIERRE LEFEBVRE 514-941-1012
Président Division Laval, Rive-Nord, Courtier immobilier



PIERRE LEFEBVRE
Président, Division Laval Rive-Nord



ROBERT RIVARD
Courtier immobilier
(514) 910-9494



STEVEN WHITE
Courtier immobilier
(514) 249-5723



SYLVAIN FRENETTE
Courtier immobilier
(514) 999-3642



MITCHELL TKATCH
Courtier immobilier
(514) 924-9655

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

Location et vente de bâtiments industriels et commerciaux